

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Špela Bošnjak

**Second Life: spremembe v družbeni  
interaktivnosti**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Špela Bošnjak

Mentorica: doc. dr. Tanja Oblak Črnič

Somentorica: doc. dr. Maruša Pušnik

**Second Life: spremembe v družbeni  
interaktivnosti**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

Zahvaljujem se mentorici doc. dr. Tanji Oblak Črnič, še posebej pa somentorici doc. dr. Maruši Pušnik za njeno pomoč, nasvete, ideje, kritično presojo in obilo pozitivne energije.

Posebna zahvala gre tudi mojim najbližjim, ki so mi pomagali in me spodbujali na moji študijski poti.

## **SECOND LIFE: SPREMEMBE V DRUŽBENI INTERAKTIVNOSTI**

Virtualno postaja vse bolj tudi fizično. Meje med tem dvema globaliziranim svetovoma so tako rekoč na novo postavljene: če je globalizacija zameglila geografske meje, jih virtualni svetovi odstranjujejo. Z globalizacijo in uvajanjem novih tehnologij v vsakdanje življenje pa postaja drugačna tudi družba. Ljudje spreminjamo svoja ravnanja in interaktivnost ter jo podrejamo komunikaciji preko interneta in virtualnih svetov. Spremembe se odražajo v odnosih in njihovi številčnosti ter navsezadnje tudi v njihovi kvaliteti.

Second life je v življenja ljudi vdrl s podobno ekspanzijo kot ostale sodobne tehnologije. Množica uporabnikov raste čez noč. Sodelujoči so za uporabo tega virtualnega prostora različno motivirani: od seznanjanja z novimi ljudmi do navezovanja poslovnih stikov in izvajanja sestankov. Družbena interaktivnost je torej vpeta v proces spreminjanja. In četudi se zdi, da se uporabniki podajajo v virtualne svetove neprevidno in ne zavedajoč se negativnih učinkov, se, tako tudi kaže študija, v virtualnem svetu vedejo previdno ter Second Life, kar je najbolj pomembno, jemljejo le kot komunikacijsko sredstvo in ne »drugo življenje«.

### **Ključne besede:**

**Second Life, virtualni svet, spremembe interaktivnosti, družbena interaktivnost, vpliv.**

## **SECOND LIFE: DIFFERENTIATIONS IN SOCIAL INTERACTIVITY**

The virtual is now becoming more and more physical, with the borders among these two globalised worlds being redefined; if globalization blurred geographical borders, the virtual worlds are removing them. Globalization and the implications of new technology inserted into our daily lives influence the process of society change. People are changing their behavior and their interactivity: it is now dominated by internet communication and the usage of virtual worlds. These changes are reflected in relationships, in their multiplicity and, if nowhere else, in the quality of relationships.

Like other contemporary technologies, Second life broke out with a similar expansion. The user multitude has increased to outsized numbers almost instantaneously. Users are differently motivated: from the desire to form acquaintances with other, non-familiar, highly anonymous users, to making new business contacts or conducting meetings. Social interactivity is necessarily a subject of the process of transformation. Although it seems as if users enter the virtual worlds imprudently and without any knowledge about the negative effects that the virtual world can eject, there is, as empirical study shows, some cautiousness. Finally: Second life is mostly used as a communication tool and not as a true second life.

### **Keywords:**

**Second Life, virtual worlds, interactivity changes, social interactivity, influence.**

## KAZALO

1 UVOD .....	8
2 SVET(OVI) IN SKUPNOSTI .....	11
2.1 Skupnost(i) .....	11
2.2 Virtualno vs. realno .....	12
2.3 Virtualne skupnosti .....	13
2.4 Resnična ali navidezna resničnost.....	17
2.5 Identiteta in anonimnost .....	18
3 SOCIOLOŠKO-ANTROPOLOŠKI VIDIK SOCIALIZACIJE V VIRTUALNIH SVETOVIH.....	21
3.1 Spremembe v družbeni interaktivnosti.....	21
3.2 Virtualni svetovi in učinki le-teh na socializacijo.....	23
3.3 Virtualni prostor in intimnost.....	25
4 SECOND LIFE .....	28
4.1 »Drugo življenje«.....	28
4.2 Vstop v virtualni svet .....	30
4.3 Grafični vmesnik in interaktivnost uporabnika.....	31
4.4.1 Demografski kazalci.....	33
4.4.2 Registracija in osnovni namen delovanja.....	33
4.4.3 Pogostost in vzrok uporabe .....	34
4.4.5 Socializacija v Second Lifu.....	36
4.5 Stališča uporabnikov in razlike po posameznih demografskih kazalcih.....	37
4.5.2 Starost.....	38
4.5.3 Izobrazba .....	40
4.5.4 Zaposlitveni status uporabnikov.....	42
4.5.5 Dohodek .....	44
4.5.6 Zakonski stan uporabnika.....	44
4.6 Second life v kontekstu preobrazbe intimnosti .....	46

5 ZAKLJUČEK.....	48
6 LITERATURA.....	52
PRILOGA.....	55

### **Kazalo slik**

Slika 4.1: Second life .....	28
Slika 4.2: Sprehod po virtualnem svetu .....	31
Slika 4.3: Struktura uporabnikov glede na dolžino članstva (registracijo) .....	33
Slika 4.4: Osnovni namen delovanja v Second Life .....	34
Slika 4.5: Pogostost aktivnosti glede na vsebino aktivnosti.....	35
Slika 4.6: Stališča uporabnikov Second Life .....	36
Slika 4.7: Vzpostavitev stikov s posameznimi člani socialnega omrežja, ki so tudi uporabniki Second Lifea.....	37
Slika 4.8: Povprečna vrednost stališč po spolni strukturi vprašanih .....	38
Slika 4.9: Ocena stališča o negativnem vplivu Second Life na življenje uporabnikov po starostnih razredih uporabnikov .....	40
Slika 4.10: Ocena stališča o negativnem vplivu Second Life na življenje uporabnikov glede na izobrazbo uporabnika .....	41
Slika 4.11: Ocena stališča o negativnem vplivu Second Life na življenje uporabnikov glede na zaposlitveni status uporabnika .....	43
Slika 4.12: Ocena stališča o negativnem vplivu Second Life na življenje uporabnikov glede na dohodek uporabnika .....	44
Slika 4.13: Ocena stališča o negativnem vplivu Second Life na življenje uporabnikov glede na zakonski stan uporabnika .....	45
Slika 4.14: Primernost Second Lifea za iskanje partnerja glede na pogostost iskanja intimnega partnerja.....	47

### **Kazalo tabel**

Tabela 2.1: Razlike med fizičnim in virtualnim prostorom .....	12
Tabela 2.2: Svet aplikacij in grafični svet .....	16
Tabela 4.1: ANOVA: povprečne ocene strinjanj s stališči glede na starost uporabnika (v razredih) .....	39
Tabela 4.2: ANOVA: povprečne ocene strinjanj s stališči glede na izobrazbo uporabnika (v razredih) .....	41
Tabela 4.3: ANOVA: povprečne ocene strinjanj s stališči glede na zaposlitveni status uporabnika.....	43
Tabela 4.4: ANOVA: povprečne ocene strinjanj s stališči glede na uporabnikov mesečni dohodek .....	45
Tabela 4.5: ANOVA: povprečne ocene strinjanj s stališči glede na uporabnikov zakonski stan .....	46

Tabela 4.6: ANOVA: povprečne ocene strinjanja s stališčem glede na uporabnikov čas, ki ga ta namenja iskanju partnerja v Second Lifeu .....	47
---	----

## 1 UVOD

Fizični prostor pomeni fizično interakcijo in izgradnjo fizičnih interakcij. Fizični prostor je skoraj nemogoče nadomestiti, četudi sodobne tehnologije ljudem omogočajo beg vsaj za kratek čas v virtualni svet.

Virtualni svetovi se po marsičem ne razlikujejo od fizičnih svetov. Če bi šteli, kaj vse lahko počnemo v fizičnem, vendar ne moremo v virtualnem svetu, bi kaj kmalu ugotovili, da vsekakor ostajamo na prstih ene roke. Virtualnost lahko prenese vse in temu primerno ustvarja posledice tudi v fizičnem prostoru. Virtualnost v življenje vnaša abstraktnost ter megli že tako sicer ozke meje med tradicionalnim in sodobnim. Kaj in kje je torej pravo in kaj »drugo življenje«?

Second Life ni nič drugega kot drugo življenje, ujeta v grafični svet in ki uporablja računalniško podprto komunikacijo za povezovanje ljudi. To pa tudi ni edino poslanstvo. V Second Lifu vidi priložnosti tudi poslovni svet. Začetki delovanja Second Lifea segajo v leto 2003, vendar se je močneje razširil nekaj let kasneje (2006), ko se je začel množično pojavljati v svetovnih medijih, iz česar se da sklepati, da se je pravi vzpon šele začel. Do danes je skoraj 14 milijonov registriranih uporabnikov. Za razliko od nekaterih drugih virtualnih svetov je v Second Life vse delo uporabnikov. Vse stavbe, predmeti, oblačila... Za vsakim avatarjem (virtualni lik, ki ga uporabnik sam oblikuje), je dejansko (vsaj ena) oseba iz realnega sveta, ki ga tisti trenutek usmerja.

Temu pritrjujejo številne raziskave. Te (npr. Aaltman in de Nood 2006, 18-19) najpogosteje kažejo, da uporabniki Second Life uporabljajo več identitet. Nekatere izmed njih uporabljajo za določeno skupino ljudi in namene, drugo (ali druge) za druge skupine ljudi ali aktivnosti. Dejstvo je, da identitet v vsakdanjem in fizičnem življenju ni mogoče tako enostavno spreminjati. Samo v drugem.

Splet je postal pomemben identifikacijski prostor, ki je zanimiv tako za posamezne uporabnike kot tudi številne organizirane skupine (Oblak in Petrič 2005, 12).



»Splet je namreč v komunikološkem jeziku platforma, ki »posreduje«- je medijski posrednik med družbenimi akterji, ki se prek svojih spletnih mest predstavljajo navzven (podjetja in javni zavodi, državni organi, nevladne organizacije in društva, umetniki, glasbeniki in »navadni« posamezniki itd.), in tistimi, ki nanj bolj ali manj naključno in bolj ali manj pogosto stopajo kot njegovi uporabniki« (Oblak in Petrič 2005, 13).

Namen diplomske naloge je pojasniti proces umestitev in vsakodnevnih aktivnosti posameznika iz realnoprostorskega življenja v novo, virtualno, drugo (de-facto) življenje. V okviru svoje diplomske naloge bom ta namen dosegla z opredelitvijo virtualnega sveta, virtualne skupnosti, najpogostejših pravil, ki se v virtualnih svetovih uporabljajo v kontekstu vstopa, socializacije in aktivnosti posameznika in družbe, ter v empiričnem delu izvedeno implikacijo predhodne teoretske študije na fenomen in razvoj virtualnega sveta »Second life«.

Pri pisanju diplomske naloge bom uporabljala naslednje metode:

- analizo sekundarnih virov (monografij, relevantnih člankov, zbornikov razprav),
- zgodovinsko analizo (razvoja virtualnih svetov in posameznikovih aktivnosti),
- spletni anketni vprašalnik,
- primarno analizo podatkov.

Odgovor na temeljno raziskovalno vprašanje diplomske naloge pojasnjuje, ali je specifičen virtualen svet lahko prostor, v katerem se odvijajo tudi realnoprostorske aktivnosti in ne obstajajo samo situacije značaja »win-win«. V okviru preučevanja teme diplomske naloge se oblikujejo naslednje delovne teze:

- posameznik, ki vstopi v virtualen svet, iz njega lahko pridobi izkušnjo, ki je enakovredna realnoprostorski izkušnji;
- virtualen svet posamezniku omogoča tudi njegov osebni razvoj;

- za posameznika virtualen svet največkrat pomeni prostor, kjer prevzema drugačne navade in običaje, kot jih v realnoprstorskem;
- virtualen svet, kot je »Second Life«, ni le posamični družbeni eksperiment, temveč sodobna oblika posameznikove socializacije ter relevantna komponenta realnoprstorskega življenja.

## 2 SVET(OVI) IN SKUPNOSTI

Virtualno ali realno, vseeno. Razmejitev je le fizični prostor. Jezikovne ovire postajajo odmaknjene, saj so tuji jeziki postali del vsakdana v vsakem izobraževalnem procesu. S tem se umika tudi nerazumevanje: simbolov, navad in običajev. Virtualni svetovi postajajo vse bližji in dostopnejši, od nekaterih pa se kljub vsemu oddaljujemo in ograjujemo.

### 2.1 Skupnost(i)

Skupnost na splošno združuje vse navedeno. Še več: znotraj skupnosti se oblikujejo različne komunikacijske bodisi aktivne bodisi pasivne interakcije, ki profilirajo in identificirajo tako skupnost kot povprečnega posameznika skupnosti. Med posamezniki se oblikujejo številni interesi, ki so pravzaprav motivator eksistence skupnosti. Z globalizacijo postaja okolje vse bolj irelevantno – še več: nekoč povsem nedostopna mesta so postala dostopna, če smem nekoliko pretiravati, hipoma. Hipna je postala tudi komunikacija,<sup>1</sup> ki pa po številnih analizah socialnih omrežij (več o tem Boyd 2006) vsaj v začetku kaže redkejšo, vendar tudi bolj specializirane osebne stike.

Če obstajajo skupnost, interesi in komunikacija, morajo obstajati tudi norme, ki zagotavljajo udejanjanje vrha te piramide vrednot: svoboda in varnost. Ko sta zagotovljena, lahko začne skupnost delovati, s tem ljudje postanejo dovolj svobodni in obenem varni, da začnejo vzpostavljati stike in komunicirati ter ob tem graditi lastni socialni kapital, ki predstavlja povezanost in vzpostavljanje socialnih skupnosti.

Ne glede na vrsto skupnosti se kot posledica izpolnjenih pogojev s prepletom posameznikove osebnosti in želje po konstrukciji medosebnih odnosov znotraj skupnosti oblikujejo tudi različna socialna omrežja, katerih elemente predstavljajo ljudje in interakcija, ki jo z njimi tudi vzpostavljamo. Vendar pozor: kot bom kasneje razkrila še podrobneje, posameznik lahko v virtualnem svetu zavzema več identitet. Pojem

---

<sup>1</sup> Eden od najbolj pogostih prevodov hipne komunikacije je »instant messaging«, vendar več v naslednjih poglavjih.

socialnega omrežja izhaja iz antropologije in je v začetku označeval strukturo družbenih odnosov posameznika, kasneje so ga začeli uporabljati v metaforičnem smislu za opisovanje najrazličnejših vidikov družbenega življenja, največkrat pa tistih, ki nudijo posamezniku socialno oporo (Wenger v Kogovšek 2001, 14–15). In ponovno-ni pomembno, ali gre za virtualno ali realno omrežje.

## 2.2 Virtualno vs. realno

Če so socialna omrežja fizičnega sveta bolj kot ne avtentična (kar zadeva identiteto posameznika, ki v fizičnem svetu silno težko zavzame več kot eno obliko) in če so fizične skupnosti omejene na fizični prostor, je potemtakem prostor virtualnih skupnosti navidezen? Mar prostor, v katerem sedim ter vodim svoj lik v Second Life in ob tem klepetam s kolegicami, ni resničen in je dejansko navidezen? Je torej interakcija, ki jo na tak način vzpostavljam, le plod moje domišljije in ne obstaja? Če razmišljam nekoliko radikalno in ekstremno, bi lahko tudi temu prostoru rekli fizičen, saj večinoma analogno obstajajo elementi takšnega prostora. Vsakdo si jih lahko interpretira po svoje. Približne okvire razlikovanja bi lahko zaokrožili na fizični in virtualni prostor (Graham in Mavrin v Hočevar 2000, 298).

**Tabela 2.1: Razlike med fizičnim in virtualnim prostorom**

<b>FIZIČNI PROSTOR</b>	<b>VIRTUALNI PROSTOR</b>
Ozemlje	Omrežje
Stalnost umeščenosti	Dinamičnost umeščenosti
Fizičnost	Abstraktnost
Vidnost	Nevidnost
Oprijemljivost	Neoprijemljivost
Dejanski obstoj	Navidezni obstoj
Družbeni prostor	Logični prostor

Teoretiki pri razmejevanju virtualnega in fizičnega prostora ugotavljajo, da obstaja določena analogija, saj se tudi v virtualnem okolju izvajajo in dogajajo interakcije, ki so povsem analogne fizičnemu prostoru, pri čemer pa obstaja dilema reverzibilnosti.

Pojavlja se tudi dvosmerna asimilacija novih telekomunikacijskih omrežij do stopnje infrastrukture, ki je že asimilirana v en ali drugi prostor. Nezanemarljiva je substitucija funkcij tradicionalnega fizičnega prostora s storitvami virtualnega prostora: virtualna komunikacija razbremenjuje tradicionalna komunikacijska omrežja, saj temelji na izrabi novih, digitaliziranih komunikacijskih kanalov. Vsak fizični teritorij je definiran s svojimi mejami in centrom ter organiziran v sisteme na podlagi geografske in fizične bližine, medtem ko virtualni prostor pomeni deteritorializacijo fizičnega prostora in poudarja globalnost in neomejenost delovanja. (Levy 2001, 20).

### **2.3 Virtualne skupnosti**

Nadalje in kot odgovor na uvod predhodnega podpoglavja: enako kot fizične skupnosti so tudi virtualne skupnosti omejene s prostorom, za katerega pa ne moremo trditi, da je bolj ali manj globalen ali težje ali lažje dostopen. Kibernetski prostor, pogosto najbolj nesporno definirana domovina virtualnih skupnosti, je prostor v programski opremi, ta pa obstaja v strojni opremi, ki je del tako imenovanega realnega - fizičnega prostora. Tako je kibernetski prostor medij za sodelovanje med telesi in objekti v različnih prostorih (Vasseleu 1997, 46).

Nedvomno ima kibernetski prostor večplastno dimenzioniranost, ki jo lahko razmejimo kot materialno, simbolno in izkustveno. Pod materialno dimenzijo lahko razumemo omrežje računalnikov, programsko opremo, povezave prek komunikacijskih infrastruktur, ki omogočajo interakcije med oddaljenimi uporabniki. Simbolno dimenzijo predstavlja imaginarni prostor med računalniki, v katerem lahko ljudje gradijo nove osebnosti in nove svetove. Izkustvena dimenzija pa pomeni možnosti, ki jih omogoča kombinacija strojne in programske opreme – materialni in simbolni elementi namreč omogočajo različne izkušnje, od pregledovanja elektronske pošte do vzpostavitve novih identitet. Bell zaradi vseh razsežnosti, ki jih ponuja kibernetski prostor, slednjega razume kot »/.../ živo kulturo, ki so jo naredili ljudje, stroji in zgodbe iz vsakdanjega življenja« (Bell 2001, 2). Stičišče navedenih je prav komunikacija.

Po drugi strani Jones (1997, 8–9) pravi, da so številni problemi družbe povezani prav s pomanjkanjem komunikacije. Če torej virtualna skupnost temelji na komunikacijsko oblikovani skupnosti, bi torej potrebovali le še eno komponento, da bi takšen svet/skupnost, delovala nemoteno: skupni interes. Licklider in Taylor tudi ocenjujeta, da so virtualne skupnosti prepredene z visoko ravno zavedanja, pri čemer takšne skupnosti niso več le osredotočene na posamezno komuniciranje, temveč (ne)zavedno definiranje in doseganje ciljev. S tem se dvigujeta tudi raven in prosperiteta delovanja (v) skupnosti(h), saj temeljita na učinkoviti izrabi človeškega potenciala ter kombinacije psihosocialnih in fizičnih zmožnosti (Licklider in Taylor v Jones 1997, 10).

Rheingold opredeljuje virtualne skupnosti kot »socialne agregate, ki nastanejo, ko dovolj ljudi javno razpravlja dovolj dolgo in z zadostnim človeškim občutkom, da se ob tem oblikujejo ohlapno povezana računalniška omrežja; le-ta pri tem za povezavo ljudi uporabljajo CMC<sup>2</sup> tehnologijo kot temeljno tehnologijo kiberprostor« (Rheingold 1998). Nadalje dodaja, da

*./.../ ljudje v virtualnih skupnostih uporabljamo besede za zabavo, prepir in trgovanje ter si ob tem izmenjujemo izkušnje, nudimo čustveno oporo, ustvarimo prijatelje in jih izgubimo, igramo spletne igre ter počnemo skoraj vse, kar delajo ljudje v resničnem življenju, pri čemer svoja telesa pustimo drugje. Resnici na ljubo: nikogar se ne moreš dotakniti in nihče te ne more kresniti po nosu, toda znotraj teh meja se lahko zgodi marsikaj. Za milijone, ki jih je to pritegnilo, je bogastvo in vitalnost računalniško povezanih kultur privlačno, celo zasvojljivo (Rheingold 1998).*

Škerlep (1998, 25) opredeljuje računalniško podprto komunikacijo kot tisto komunikacijo med ljudmi, ki je posredovana prek računalnikov, vključenih v računalniško omrežje, pri čemer izrazito poudarja, da izraz »posredovana« pomeni več kot zgolj omrežno komunikacijo računalnikov in njihovih uporabnikov, ampak gre za komunikacijo med ljudmi. Po njegovem mnenju internet in ostali računalniško posredovani komunikacijski kanali predstavljajo integralni komunikacijski sestav oziroma medij (ibid., 27).

---

<sup>2</sup> CMC-v angleškem pomenu computer mediated communication oz. v prevodu računalniško posredovana komunikacija.

Računalniško posredovana komunikacija je torej pomembno komunikacijsko sredstvo s številnimi prednostmi in je že v času razvoja interneta predstavljala demokratizacijo in liberalizacijo medijskega in komunikacijskega prostora (Praprotnik 2003, 143). Praprotnik (2003, 146–148) računalniško podprto komunikacijo opredeljuje z vidika časa med oddajo in prejemom sporočila med uporabniki: asinhrona računalniško posredovana komunikacija pomeni komunikacijo, ki ne poteka v realnem času, in je torej komunikacija, kjer se na primer odgovor na vprašanje lahko pojavi šele po nekaj dneh, vsekakor pa ne takoj, torej drugače kot v primeru trenutno-hipnega (on-line) komuniciranja. Asinhrona komunikacija nudi

*teoretično možnost anonimnosti, v praksi pa je bila prava anonimnost težko dosegljiva, zlasti v začetkih interneta, ko je bilo potrebno za dosego anonimnosti preoblikovati svoj naslov elektronske pošte, kar pa je zahtevalo določeno poznavanje tehnologije. Bolj pomembna je ugotovitev, da uporabniki in uporabnice niso bili nujno zainteresirani za anonimno komunikacijo; uporaba realnih imen je namreč vzbujala občutek resnosti in »namenskosti« interakcije in je bila zagotovilo, da interakcija ni zgolj »igra« (Praprotnik 2003, 148).*

Sinhrona komunikacija se odvija »real-time«, je torej trenutna in se dogaja v nekem kiberprostoru in v kiberdružbi. Kot pravi Praprotnik (2003, 148), so uporabniki in uporabnice »on-line« klepetalnic precej bolj motivirani in nezadržani pri izražanju in eksperimentiranju z različnimi vidiki svoje osebnosti, ki bi jih sicer zaradi socialnih inhibicij pustili neodkrite.

Splet lahko delimo na informacijsko in komunikacijsko raven, ključni posebnosti pa sta hipertekstualnost in interaktivnost (Oblak in Petrič 2005, 17–19).

Splet nam ponuja neskončno možnosti, brskanje za raznoraznimi informacijami, uporaba e-pošte, lahko objavljamo različne vsebine, kot naprimer fotografije, izbor naše najljubše glasbe, priljubljenih filmov, blogamo, sodelujemo na različnih forumih itd. Uporabniki se lahko udeležujejo tako aktivno kot tudi pasivno, lahko so konzumenti in producenti. Prišlo je do zlitja, konvergence različnih medijskih formatov; teksta, slike, zvoka ali videa v poenoten medijski sistem (Oblak in Petrič 2005, 55–57).

»Splet je v tem smislu kompleksna in ohlapna mreža različnih komunikacijskih praks, ki se med seboj nenehno prepletajo. Zato ga na tem mestu opisujemo kot izrazito živahno, dinamično in raznoliko komunikacijsko platformo. Splet je namreč že postal pomemben družbeni prostor, v katerem potekajo različne oblike računalniško posredovanega komuniciranja« (Oblak in Petrič 2005, 55).

Kiberprostor in kiberdružba sta torej ključna pojma, ki odražata nov svet in nov prostor. Tako kot fizični svet tudi ta »novi, povsem po lastnih merilih zgrajeni« svet razmejujejo različne skupnosti, ki jih lahko selekcioniramo po različnih dejavnikih: demografskih, socioloških, ekonomskih. Ne nazadnje pa je najbolj praktična delitev glede na obliko uporabe virtualnega sveta. Tako bi lahko s smiselno uporabo Kollockove delitve (1999, 8) virtualnih skupnosti virtualni svet delili na dve skupini-na »svet aplikacij« in »grafični svet«.

**Tabela 1.2: Svet aplikacij in grafični svet**

SVET APLIKACIJ	GRAFIČNI SVET
Elektronska pošta (individualna, »mailing liste«)	Virtualna naselja
Spletne strani	
Forumi	
Oglasne deske (BBS)	
Klepetalnice, MUD <sup>3</sup> sisemi	
Igre...	

Kot opredeljuje virtualna naselja Jones (1997) in temu profilu ustreza tudi Second Life, so to skupnosti, ki nastanejo, ko so izpolnjeni naslednji kriteriji: minimalna raven dvosmerne interakcije, dovolj komunikatorjev, skupni javni prostor kot podprostor virtualnega naselja, kjer se odvija bistveni del RPK, ter zagotovljena minimalna raven trajnega članstva. Virtualno naselje v kontekstu grafičnega sveta zahteva še ustrezno grafično izoblikovano podobo, na katero zgolj uporabnik ne more vplivati; pogosto gre za tridimenzionalno okolje, kjer lahko uporabnik vpliva na potek dinamičnosti in le

<sup>3</sup> MUD-v angleškem pomenu multiuser domain oz. v prevodu večuporabniška domena.



deloma, če mu pogosto omejena pooblastila to dopuščajo, tudi neposredno na »resničnost« virtualnega sveta.

## **2.4 Resnična ali navidezna resničnost**

Virtualna (navidezna) resničnost se opredeljuje kot kvazi dejanskost sintetičnih, praviloma strojno generiranih svetov, za katero velja, da je deterritorializirana od etnokulturnega in do tega pogosto tudi ambivalentna. Realnost virtualne resničnosti je realnost časa, v katerem v le-to vstopamo, in hkrati realnost bivanja v dveh (vzporednih) svetovih (Strehovec 1992). Bistvena razlika je v lociranju stanja zavesti. Ko vstopamo v virtualni svet, v prvinskem pogledu ostaja primarna zavest v fizičnem svetu; v virtualni svet s seboj odnesemo novo identiteto (svoj idealni jaz), izvorno zavest pa pustimo daleč stran (od tipkovnice in monitorja). »Uporabnik je potopljen v to virtualnost (lahko oblikovano tudi v grafiko virtualnega naselja) in potuje po teh svetovih, uporabljajoč grafično reprezentacijo lastnih rok in telesa, izvajajoč virtualne akcije – pobira predmete, jih premika, celo konstruira nove objekte in raziskuje nova področja« (Gržinić 1996, 79).

Tehnologija virtualne resničnosti torej izhaja iz »dežele računalnikov in ne mesta mikro procesorjev«, čeprav ni niti »plod računalniške znanosti niti oblika zabave, temveč nekaj, kar je skupno obema tehničnima dediščinama« (Rheingold 1991, 67). Virtualna resničnost, kot jo poznamo danes, je vzniknila iz medsebojne »prepletenosti računalniške znanosti, stereoskopije in simulacije v akademskih, vojaških in komercialnih raziskovalnih laboratorijih« (Rheingold 1991, 127). Gre za interakcijo med uporabnikom in računalnikom, med več uporabniki hkrati ter tudi za vzpostavljanje interaktivnega odnosa posameznika s samim seboj. Videni in slišani predmeti v virtualni resničnosti niso fizični objekti ali njihove predstavitve, temveč so produkti podatkov, informacij. Virtualna resničnost je simulacija podatkovnega prostora, ki ga lahko interaktivno izkuša uporabnik, opremljen z ustreznimi vmesniki za posredovanje med njegovimi čuti in računalniško simulacijo; je torej okolje informacij, ki jih lahko vidimo, slišimo in otipamo, kar pomeni, da lahko simulirajo čutnost (Leben 2003, 20).

Virtualna resničnost torej ni posebna oblika resničnosti. Je pravzaprav metafizična implikacija čutnosti v novo okolje, v katerega fizično ne moremo vstopiti. V tem okolju

se pojavlja le spremenjena interpretacija in dimenzija interakcije. Vse ostalo načeloma ostaja isto. Kako resnično je, je odvisno od uporabnika, njegovega idealnega jaza in vloge, ki jo želi v virtualnem svetu zavzemati; skratka, njegove identitete in identifikacije.

## **2.5 Identiteta in anonimnost**

Aktivna participacija v virtualnem svetu zahteva identifikacijo in identiteto. Če smo v fizičnem svetu opredeljeni s svojim DNK, barvo las in kože, pa davčnimi in ostalimi unikatnimi števili, ki nam jih določajo drugi, nas v virtualnem svetu opredeljuje naša lastna volja: smo, kar (sicer tudi ne) želimo biti. Družbena aktivnost posameznika je po Goffmanu »vsa aktivnost posameznika, ki se dogaja tekom njegove nenehne prisotnosti pred določenim naborom opazovalcev in ki ima na njih nek vpliv«, pri čemer niti ni tako pomembno, kaj posameznik govori, temveč njegova nezavedna in neverbalna komunikacija. Če je ves svet dejansko gledališki oder, potem vsak posameznik igra svojo predstavo in vlogo (Goffman 1959, 22).

Oblikovanje virtualne identitete je pogosto predstavljeno kot tehnološko pogojena nujnost: anonimnost, neprepoznavnost nekaterih zunanjih karakteristik posameznika (barva kože, spol, telesna konstitucija) in možnost "potvarjanja" povsem specifičnih osebnosti (ime, starost) ali značajskih lastnosti (nekomunikativnost, sramežljivost) so v teh okvirih prikazane kot pozitivne okoliščine, ki omogočajo spreminjanje obstoječe in ustvarjanje nove samo podobe (Oblak 2000, 1063). Da je takšno razmišljanje težko sprejeti, je opozoril Robins (v Oblak 2000, 1063): »Nove identitete, mobilne identitete, preiskovalne identitete - toda zdi se, da tudi banalne identitete.« Dinamika komunikacije kaže na dinamično sprejemanje in svobodnega (poljubnega) spreminjanja identitete in identifikacije, opredeljene ustrezni medmrežni komunikacijski praksi.

Specifičnost medmrežnih komunikacijskih praks je prav v tem, da se odnosi med sodelujočimi razvijajo drugače ali vsaj počasneje, kot to običajno velja za družbena razmerja. Družbene odnose v interaktivnih virtualnih okoljih obkrožajo raznovrstna vedenja: individualna zaveznitva (na primer prijateljstvo, romanca, poklicni interes),

javna naslavljanja, razpravljanje v računalniško posredovalnih forumih, pozivanja k politični akciji, nezakonita dejanja v podzemnih omrežjih itd. (Fernback v Oblak 2000, 1061), ki pa v resnici nimajo konotacije in refleksije v fizično realnost, vendar na ta način spreminjajo načine, prek katerih se posamezniki povezujejo med seboj. To pa ne pomeni, da sleherna interakcija prek mreže nujno vključuje procese oblikovanja virtualnih skupnosti ali spreminjanja posameznikove identitete (ibid.). Večja teža sloni na refleksiji individualne identitete v novo ustvarjeno okolje, v katerem lahko biva ena ali več (fizičnih, abstraktnih ali pač idealiziranih) podob oziroma identitet.

Na splošno identiteto predstavljajo tudi elementi (ne)anonimnosti posameznika, kot so razkrivanje osebnih informacij, spolna identiteta (spolna usmerjenost) ter razkrivanje emocionalnih lastnosti (Huffaker 2005).

Nekatere računalniško posredovane komunikacijske aplikacije, kot je tudi Second Life, za uporabo zahtevajo uporabniška imena (uporabniški ID), nekatere aplikacije pa ne (blogi). Prišlo je do pomembnih sprememb, kajti blogi se lahko publicirajo na načine, ki avtorjem zagotavljajo popolno anonimnost. Avtorja tedaj ne moremo identificirati po nobenem izmed elementov osebnosti, bralci pa lahko anonimno komentirajo in objavljajo sporočila. Ta pojav je dokaj interesanten, saj so lahko imena, starost, celo lokacija hkrati povezani z realno in spletno identiteto.

V spletnih interakcijah so zaradi pomanjkanja obrazne mimike in telesnih gibov, ki so nujni za izražanje načel in odnosov do različnih tematik, vpeljani »smeški« (»emoticons«) (Crystal v Huffaker 2005). Te grafične ikone vplivajo na interpretacijo sporočil tako, da pomagajo razvijati neke občutke avtorjevih dispozicij. V klepetalnici je uporaba »smeškov« nekemu moderatorju celo pripomogla, da je bil sprejet kot bolj dinamičen, kreativen, prijazen in zgovoren kakor tisti moderatorji, ki niso uporabljali »smeškov« (Constantin v Huffaker 2005). Pri uporabi teh grafičnih ikon se je pokazala neekvivalentna uporaba med spoloma. Običajno so ženske tiste, ki uporabljajo več grafičnih znakov za izražanje emocij kakor moški (Witmer in Katzman v Huffaker 2005). Pri moških pa se kažejo tendence zanikanja emocij, prežetih z žalostjo (Ruble in Martin 1998 v Huffaker 2005). Raziskave neposrednega dopisovanja so pokazale, da

moški redko uporabljajo »smeške« v pogovorih z moškimi, jih pa uporabljajo v pogovorih z ženskami. Zanimivo je, da ženske ne pogojujejo uporabe »smeškov« s spolom (Lee v Huffaker 2005).

Ključna ideja Garya T. Marxa je, da anonimnost v kibernetskem prostoru ne pomeni biti nepoznan, ampak pomeni biti neimenovan. Identiteta s svojimi elementarnimi gradniki že privzeto oblikuje stopnjo anonimiziranosti oziroma neimenovanja v posameznih okoljih in vlogah. Biti neimenovan pomeni, da ne moremo prepoznati relacije med dejanskimi ter virtualnimi vlogami in dejanji posameznika. Anonimnost zato zmanjšuje količino (pravih) informacij o uporabnikih in ovira socialne interakcije. Gary T. Marx razume anonimnost »kot situacijo, v kateri oseba ne more biti identificirana po nobeni od sedmih dimenzij identitete- imenu in priimku, prostorski lokaciji, psevdonimih, ki so povezani z imenom in lokacijo osebe, psevdonimih, ki niso povezani z imenom in lokacijo osebe, poznavanju osebnih značilnosti posameznika, socialni kategorizaciji ter simbolih ne/primernosti (Gary T. Marx 1999).

Relativno anonimnost posameznikom dajeta že sama odsotnost vizualnih znakov in manjši občutek socialne prisotnosti. Vizualna anonimnost je eden od vzrokov, da pride do neiskrenosti, manipulacije ali celo brezkompromisnega sklepanja odločitev in zmanjšanja privlačnosti znotraj skupnosti, kar posledično vodi v zelo plitke osebne stike (Walther in Bunz, 2005). Kadar pa se posamezniki predstavijo s svojo pravo identiteto, se nedvomno poveča možnost, da pri drugih vzbudijo poglobljene osebne odnose, zaupanje in vzajemno delovanje.

## 3 SOCIOLOŠKO-ANTROPOLOŠKI VIDIK SOCIALIZACIJE V VIRTUALNIH SVETOVIH

### 3.1 Spremembe v družbeni interaktivnosti

Pojem interakcije zajema vse procese, ki se dogajajo med dvema ali več ljudmi, pa tudi med posameznikom in skupino ali med skupinami. Bistveno za te procese je, da gre za neke socialne »vmesnosti«, da premoščajo razlike med posamezniki in jih povezujejo v mrežo soodvisnosti, ki botruje družbeni (socialni) interakciji. Za socialno interakcijo je bistveno, da v njej sodelujoče osebe delujejo tako, da stalno reagirajo druga na drugo, pri tem pa skušajo svoje vedenje prilagoditi svojim nameram in pričakovanim oz. zaznamim nameram svojih partnerjev. V interakciji deluje kompleks možnih in dejanskih vplivov vedenja (dejanj) ene osebe na drugo in obratno (Ule 2000, 198–199).

Interakcija je ključni predpogoj, da lahko virtualne skupnosti in njihova poslanstva sploh zaživijo. Brez interakcije je očitno nemogoče vzpostaviti katerokoli skupnost, tudi virtualno. Dva od temeljnih pogojev interaktivnosti sta torej tako komunikacija in srečanje. V fizičnem prostoru je to bolj evidentno in jasnejše kot v spletnem, sploh kjer v veliki meri, tako v virtualnih svetovih, kot je Second Life, igra vlogo tudi naključje.

O spletu bi lahko govorili kot o informacijskem sistemu, množičnemu mediju in družbenem omrežju (Oblak in Petrič 2005, 14–16).

»Splet pojmuje kot medij, ki ima svoje specifične lastnosti, ki jih odkrivamo v primerjalnem kontekstu s preostalimi komunikacijskimi mediji in modeli interakcij. Hipertekstovnost, interaktivnost, multimedijalnost, recipročnost, ažurnost so na primer le nekatere lastnosti, ki splet pomembno razlikujejo od tradicionalnih medijev« (Oblak in Petrič 2005, 15).

*Če uporabimo Castellsovo terminologijo, naj bi ta novi komunikacijski sistem funkcioniral kot globalni medij, v katerem bi bila zajeta vsa človeška zgodovina, sedanjost in prihodnost. Še več, novi medij naj bi vključeval vse obstoječe forme človeškega komuniciranja, kar se v današnjem svetovnem spletu že kaže; splet namreč ni le ogromno skladišče informacij, temveč tudi prostor družbenega*

*delovanja, interakcij, druženja, koordiniranja, spoznavanja, tekmovanja in reševnja konfliktov (Oblak in Petrič 2005, 24).*

*«.../splet simultano podpira množično posredovano in medosebno obliko komuniciranja. Omogoča zasebna in javna komunikativna delovanja. Je prostor kulturne potrošnje in kulturne produkcije obenem. Splet je zato mogoče konceptualizirati kot medijsko tehnologijo in komunikacijsko platformo, ki producira ohlapno in kompleksno mrežo med seboj povezanih aktivnosti ali »internetnih aren« (Oblak in Petrič 2005, 24).*

Eden od osnovnih teoretikov številnih preučevalcev spremenjene interaktivnosti Goffman (1959, 89) pravi, da je sodobna komunikacija precej bolj kratkotrajna in neosebna ter interakcijo ločuje na usmerjeno in neusmerjeno. Po njegovem prepričanju je usmerjena interakcija tista interakcija, ko se osebi oziroma osebe zberejo skupaj in odkrito sodelujejo, s tem da ohranjajo pozornost v določeno smer, navadno z izmenjavanjem besed oziroma govora, upošteva tudi nekatera komunikacijska in družbena pravila (Goffman 1961, 89). Vendar pa za vzpostavitev srečanja in v nadaljevanju znanstva včasih niti ni potrebno spregovoriti, vsekakor pa je pomembno, da se med posamezniki vzpostavi stik ter zaznavanje tako posameznika kot okolice, v katerem se interakcija tudi odvija. Fizično interakcijo in okolje, v katerem le-ta poteka, omejuje etos, torej skupek dogovorjenih norm in pravil obnašanja, ki pa je v virtualnem svetu pogosto prezrt in nespoštovan.

Tudi Rheingold opozori na potencialno deviantnost. Ljudje, ki ponavadi ne izražajo mnenja ali pa so izločeni iz širšega družbenega življenja, lahko veliko prispevajo, drugi, ki pa so dejavni in si ne morejo privoščiti neolikanosti, so lahko v elektronskem življenju izrazito izkoriščevalski (Rheingold 2000). Rheingold v svojih razpravah namenja posebno pozornost tudi (v virtualni skupnosti) spremenjenemu vedenju glede na fizični prostor, saj pravi, da lahko ta neoviranost delovanja, anonimnost ter spremenjena identiteta privedejo do neugodnih posledic, ki znotraj skupin skrhajo zaupanje, ki se je gradilo skozi mesece pogovorov med posamezniki. Ob tem še ugotavlja, da sta splet in računalniško posredovana komunikacija največji vir na svetu

za širjenje informacij, dezinformacij, napadov na posameznikovo identiteto in identiteto skupnosti. Tudi zato je včasih težko na osnovi lastnih izkušenj in znanj ločiti med resničnim in lažnim (Rheingold 2000).

Po raziskavi, ki jo je opravil Kenney (1999) se stopnja interaktivnosti povečuje, ko je cilj komunikacije izmenjava informacij in ne prepričevanje; ko imajo sodelujoči večji nadzor nad komunikacijskim okoljem; ko so sodelujoči pripravljeni komuniciranje aktivno izkoristiti; ko so sodelujoči pripravljeni na dvosmerno komunikacijo; ko je čas komuniciranja fleksibilen in odziven na potrebe sodelujočih; ko komunikacijsko okolje ustvarja občutek prostora (Oblak in Petrič 2005, 87–88).

### **3.2 Virtualni svetovi in učinki le-teh na socializacijo**

Če se vrnemo na pozni začetek življenjskega cikla oziroma fazo mladostništva, ki je hkrati tudi najpogostejše obdobje prvega vstopa v virtualne svetove, je najprej treba ugotoviti, da mladostništvo ni ravno stanje, ki bi mu lahko pripisali značaj stabilnosti in je zato še toliko bolj kritično v analizi interakcijskih sprememb. V mladostnikih se v času odraščanja dogaja vrsta sprememb. Iščejo sebe, poskušajo zgraditi svojo identiteto, se umestiti v skupnosti, se odlepiti od staršev in zarisati svoje prve življenjske cilje. Skušajo si odgovoriti na vprašanja opredelitve identitete, umeščenosti v prostor in svet, prokreativno ustvarjajo lastno lestvico vrednot ter jih na zelo impulziven način preverjajo tudi v okolici. V resnici se s prihodnostjo zelo veliko ukvarjajo, četudi o tem ne spregovorijo. In za nameček so tu še spreminjanje in spolno dozorevanje telesa ter s tem povezane težave pri iskanju svoje spolne identitete, povezovanju z nasprotnim spolom in odkrivanju spolnosti – vse spolne telesne funkcije dozoriijo, miselno in čustveno pa mladostniki še niso pripravljeni na zrelo in odgovorno intimnost: hrepenijo po bližini, hkrati pa jih intimnost straši. V tem kontekstu jim »pomagajo« tudi sprehodi po virtualnem svetu (Lukšič 2002, 2). Zakaj »pomagajo«?

Virtualni svetovi so precej podobni potovanju v gosti megli: nič jasnega ni pred teboj, zato tudi ne veš, kakšni sta pravzaprav tvoja pot in okolica. Vsak namig je lahko pravilen in napačen hkrati. Pogosto lahko mladi in neizkušeni ta sprehod opravijo lahkotno in povsem ne zavedajoč se, da v virtualnih svetovih veljajo druga pravila in

druge resnice, ki so sicer vsakdanje v fizičnem svetu. Kot pravi Rheingold (1991, 381), so virtualne skupnosti tiste, ki svoja pravila implicirajo tudi z namenom, da se ta ne uveljavijo le med člani znotraj skupnosti, temveč da postanejo način življenja in sodobni trend. Cena, ki jo lahko posameznik pri tem plača, niti ni tako pomembna, kot je za mladega človeka pomemben družbeni status. Pogosto značilno mladostniško (ne)odrekanje in (ne)vztrajnost postajata vse bolj umaknjena v virtualne svetove: pravzaprav v njih iščeta uteho in lažno razumevanje. Mladostniki so se pogosteje pripravljani odreči času za druženje v fizičnem prostoru in fizični socializaciji v dobro pogostejše rabe interneta in virtualnih skupin.

Pa ne le mladostniki: vzpostavljanje socialnih stikov in iskanje svojega mesta v internetni družbi se začenjata z intenzivnejšim povezovanjem z uporabniki, ki imajo podobne cilje, nazore, vrednote, ter s stopnjevanjem pogostosti druženja v virtualnih svetovih. Mnenje članov virtualne skupine dobi posebno težo, četudi bližnja okolica meni pogosto drugače. Vedno bolj asocializirani uporabnik virtualnega sveta se vedno manj socializira s svojimi vrstniki, se pogosteje umika v virtualni svet, kjer je vsaj do neke točke zaščiten pred stresom, bolečino in prizadetostjo, sam pa lahko igra tisto družbeno vlogo, v kateri se počuti popolnega. Prav ta lažna popolnost pa je lahko velik problem in zelo negativno vpliva na razvijajočega se človeka. Že tako asocializiran uporabnik, ki je ravno zaradi težjega navezovanja stikov v fizičnem svetu našel zatočišče v drugem življenju, se bo vedno težje znašel v konkretnih situacijah fizičnega prostora, preoblikoval bo svoja temeljna načela in vrednote ter sčasoma postal odvisen od interneta in vloge, ki jo igra v virtualnem svetu in v kateri se počuti dobro. Vsekakor pa so za posameznika, ki ima slabo samopodobo in o sebi sicer nima dobrega mnenja, vrstniške skupine, še prav posebej tiste, ki so utemeljene v virtualnem svetu ter v smislu pritiska skupine, lahko velik rizični dejavnik za pričetek eksperimentiranja z izbiro različnih vrst »odklonskega« vedenja, ki imajo za posledico tudi odvisnost (Lukšič 2002, 3–4).

Še drugače povedano: mladostnik bo pogosteje tam, kjer se dobro počuti. In če to pomeni beg, potem je mogoče pričakovati, da bo vsakič, ko bo znotraj virtualnega sveta naletel na oviro, povsem brez zadržkov obšel odgovornosti, ki iz konflikta ali ovire



pritičejo, ter si kaj hitro nadel novo identiteto. Sodobni virtualni svetovi so znana pribežališča in zanimivi prav v tem smislu, saj pogosto omogočajo posamezniku, da si ustvari multiplo ideniteto, pri čemer se pogosto ne zaveda, da bistvo konflikta ostaja nespremenjeno in nerešeno. Virtualni svetovi torej omogočajo enostavno zapuščanje enega življenja ter transformacijo v »drugo življenje«.

Zgoraj navedeno bi lahko označili za precej negativen in kritično konotiran vidik virtualnih svetov, s čimer sem hotela le opozoriti tudi na negativne vidike, predvsem kadar govorimo o mladostnikih, ki še nimajo popolnoma zgrajene osebnosti, spremlja pa jih velika želja po pripadnosti določeni skupini.

Virtualni svetovi so ne nazadnje sodoben most, ki povezuje različnost, spodbuja komunikativnost in učenje, dviguje raven komunikacijske odprtosti ter posameznika vključuje v nova okolja. V tem smislu gre pri virtualni skupnosti za novo obliko kolektivne entitete, kjer se skupnost ne definira več kot grupacija ljudi, ki si delijo isti fizični prostor, pač pa kot grupacija ljudi, ki si delijo isti medijski oziroma virtualni prostor. Glede na to, da skupnost temelji na subjektivnem izkustvu in imaginaciji svojih pripadnikov, velja upoštevati, da so spremembe v naravi skupnosti prav toliko mogoče, kot so mogoče možnosti novega izkustva. Tako lahko vzpon računalniških medijskih tehnologij razumemo kot del spremembe v načinih občutenja življenjskega sveta (Vrezec 2007, 75–78); kot je nemogoče zajezi tehnološki razvoj in tendenco razvoja novih oblik komunikacije uporabnikov sodobnih medijev, tako je nemogoče pričakovati, da bodo večinoma vsi člani virtualnih svetov postali asocializirani, pasivni in nevrotični individuumi ter so zgolj kibernetizirana reprodukcija in redukcija dejanskosti; pogosto prihaja tudi do eskapizma, ki pa seveda nima le negativnih posledic v smislu bega pred zdajšnjo realnostjo, temveč se vzpostavljajo številne korelacije, iz katerih lahko individuum črpa številna življenjska spoznanja.

### **3.3 Virtualni prostor in intimnost**

Z razvojem novih tehnologij komuniciranja je dilema razkazovanja ali prikrivanja stvarne in osebne identitete postala še močnejša. Še prav posebej je izrazita, ko interaktivnost prestopi v območje intimnega; virtualni svetovi so postali refleksija

fizičnih svetov zamegljenih identitet in prepleta javnega ter zabrisanih mej intimnega prostora.

Če je ljubezen predpogoj intimnega (in v nadaljevanju tudi seksualnega), ima v obdobju intenzivne globalizacije intimnega Giddens povsem prav, ko pravi, da je »intimnost zlasti stvar čustvene komunikacije z drugim in s seboj v kontekstu medsebojne enakosti, kar pomeni, da posameznik odkrije čustva in dejanja, ki jih verjetno ne bi izpostavil pogledu širše javnosti« (Giddens 2000, 136–142). Uletova pravi, da je intimnost tako rekoč izvor večine centralnih dogodkov vsakdanjega življenja in da v intimne odnose ljudje »vložimo tudi največ energije, pozornosti, napora za to, da jih vzpostavimo in ohranimo, če so nam v prid, ali pa energije in napora zato, da jih spremenimo ali se jih rešimo, kadar zaidejo v krizo« (Ule 1993, 65).

Posameznik nenehno izpostavlja, poudarja in prezentira identitete različnih oblik glede na trenutni socialni kontekst in okoliščine, v katerih se nahaja (Ule 2000, 311). Ali kot pravi Beck: »Lahko in moraš živeti svoje lastno življenje izven starih družinskih, plemenskih, religioznih, razrednih vezi in vezi svojega porekla. To moraš početi upoštevajoč nova navodila in pravila, ki jih postavljajo država, trg dela, birokracija itd.. V tem smislu tudi zakonska zveza v svoji moderni inačici ni le individualen red, temveč »individualna situacija, odvisna od institucij« (Beck in Beck-Gernsheim 1995, 828).

Cilj intimnih partnerjev ni več, da bi intimna zveza predstavljala tradicionalno kontinuiteto vzajemnega delovanja dveh posameznikov, temveč je doseganje zadovoljstva s proizvodom, ki je nared za porabo. Če pridobljeni proizvod ne doseže pričakovane ravni, ki jo je obljubljal, lahko posameznik zahteva prekinitev »pogodbe«, saj tako ni pravega razloga za vztrajanje pri manjvrednem ali zastarelem proizvodu, če pa ima na voljo še druge »substitute«. Celo majhni, banalni spodrsaljaji in rahla trenja lahko povzročijo razpad partnerskih intimnih zvez (Baumann 2002, 206–207).

V tem smislu po Giddensu (2000, 64) poznamo dve vrsti intimnih odnosov: čisto razmerje in plastično seksualnost. V primeru čistega razmerja kot delu splošnega prestrukturiranja intimnosti gre za interakcijo med dvema, ki vstopita v razmerje zaradi

razmerja samega, upošteva vse dogovorjena, demokratično določena pravila igre, medtem ko plastična seksualnost predstavlja sodobno pojmovanje in prakticiranje seksualnosti. Človeška okupiranost s seksualnostjo se je v zadnjih desetletjih precej povečala, obenem pa pripomogla k večjim težavam glede razumevanja same spolnosti, ki je povezana z močnimi občutki ter raznovrstnimi potrebami in željami (Giddens 2000, 35). Implikacija v virtualni svet pomeni torej podporo predstavljenim sodobnim trendom v razvoju socializacije in preoblikovanju intimnosti in seksualnosti. Še več: leta postajajo skozi refleksijo v nov, bolj liberalen svet tudi vedno bolj detabuizirana in giddenovsko plastična.

Novi postmoderni ljudje niso tako zamejeni s produkcijskimi, razrednimi (in zgodovinskimi) razmerji kot naši predniki. Nasprotno: konstituirajo jih igra, zabava, potrošnja in užitek in zato bi lahko rekli, da je homoseksualna ljubezen duhovno, umsko in čutno bolj izpolnjena ljubezen, medtem ko heteroseksualna ljubezen to neizpoljenost pravzaprav pogosto zagreši. Po drugi strani pa lahko tak odnos dosežeta tudi moški in ženska v heteroseksualni ljubezni, če sledita dovršenemu oblikovanju samega sebe. V prehodu iz predmoderne v moderno družbo se je izkazalo, da gre pri heteroseksualni ljubezenski in spolni praksi za dva očitno načrtovana koncepta spola, ki se kažeta skozi njuni soodvisni vlogi v racionalni industrijski družbi, ki se v postmoderni čedalje bolj ruši, in to predvsem po zaslugi žensk, ki so v sodobnem konceptu pojmovanja intimnega zavzele še višjo pozicijo kot v preteklosti: iskanje in izkazovanje ljubezni postaja moška prvina, ki ločuje tradicionalne moške od sodobnih, medtem ko ženske prevzemajo vlogo moških lovcev (Giddens v Majerhold 2002, 308–309).

## 4 SECOND LIFE

### 4.1 »Drugo življenje«

Second Life je projekt, ki ga je ustvarila korporacija Linden Group in omogoča uporabnikom, da si ustvarijo virtualno življenje kot produkt absolutne »izbire«, determinirane s trenutnimi zmoglostmi programske opreme in njihovim vsakokratnim finančnim vložkom. Gre za virtualen svet, svet v svetu, ki je zaživel leta 2003, prave razsežnosti pa je začel dobivati konec leta 2006, ko se je začel množično pojavljati v svetovnih medijih, iz česar se da sklepati, da se je pravi vzpon šele začel. Do danes v tej skupnosti »živi« že več kot 10 milijonov prebivalcev, kar je približno toliko, kakršna je populacija Švedske. Osrednje smernice delovanja izhajajo iz realnega sveta, vendar pa so prednosti tega in vseh podobnih virtualnih svetov v tem, da so izločene nekatere pomanjkljivosti in »bolečine« realnega sveta. Za razliko od nekaterih drugih virtualnih svetov je vse, kar je v Second Life mogoče videti ali doživeti, delo uporabnikov: le-ti preko posebnega grafičnega vmesnika oblikujejo tako dinamične kot statične elemente tega grafičnega sveta. Za vsakim avatarjem oziroma virtualno grafično podobo, ki jo oblikuje sam uporabnik, je skrita dejanska oseba fizičnega sveta, ki v virtualni svet preko avatarja posreduje želene informacije. Avatar je svojevrsten odraz svojega lastnika tako v grafičnem kot socialnem smislu ter aktivni vmesnik med fizičnim in virtualnim svetom (Second Life Slovenia 2007).

Slika 4.1: Second life



Vir: Second Life (2008).

Po nekaterih raziskavah se število igranih ur iz dneva v dan povečuje. Med uporabniki se je pojavila celo želja po možnosti igranja izjemno priljubljene igre na malih zaslonih pametnih mobilnih telefonov. Njihove želje je uslišalo programsko podjetje Vollee, saj je pripravilo izjemno zmogljivo platformo, ki bo omogočala prenos igre Second Life na mobilnike. Do navideznega sveta bodo seveda lahko dostopali le tisti, ki bodo razpolagali z mobilnimi telefoni, opremljenimi s širokopasovno povezavo v svetovni splet (Računalniške novice 2008).

Četudi Second life velja za enormen družbeni eksperiment, katerega življenjska doba je pravzaprav vprašljiva, pa nastaja tudi nova globalna ekonomija, ki temelji predvsem na oglaševanju: izogib reklamam ali pozivom k sodelovanju v številnih marketinških akcijah znotraj Second life je pravzaprav nemogoč. Delež podjetij, ki oglašujejo znotraj Second Lifa, se drastično povečuje (v zadnjih dveh letih se je delež oglaševalcev povečal za 125 %). Poleg marketinških agencij in podjetij, ki poskušajo postati čim bolj opazni v tem virtualnem svetu, pa se v Second Life selijo tudi številne znanstveno raziskovalne inštitucije, javni zavodi, veleposlaništva ipd. (Attema in de Nood 2006, 14–17).

Slovenska podjetja se z virtualnimi svetovi šele spogledujejo. Trenutno najdemo na Second Lifu Simobil in nacionalno RTV. Po mnenju Suhadolčeve (v Petrov 2007) imajo podjetja več možnosti-lahko razvijejo novo blagovno znamko ali prenesejo zdajšnjo blagovno znamko iz realnega v virtualni svet. Virtualni svetovi so predvsem orodje za sodelovanje, druženje, učenje, pa tudi poslovanje; prebivalci Second Lifa v enem dnevu zapravijo prek milijon ameriških dolarjev. Postavitev infrastrukture (otok, stavba, avatarji) je le osnova, za učinkovito prisotnost so potrebne dobre vsebine, ki privabijo uporabnike in jih vpletejo. Tako podjetja ustvarjajo poglobljen in dolgoročni odnos z deležniki.

Težko je opisati povprečnega uporabnika Second Lifa, saj je zelo odvisno od metodologije raziskovanja tega virtualnega sveta. Nekatere raziskave navajajo, da gre v večji meri za ženske; povprečni uporabnik naj bi bil star 35–40 let, zaposlen ter samski (Second Life Slovenia 2007); uporabnik naj bi uporabljal Second Life več kot 20 ur

tedensko, je v povprečju nadpovprečno premožen ter se poklicno ukvarja z informacijskimi tehnologijami. Uporabniki naj bi bili ne le ekonomsko, temveč tudi socialno privilegirani (Attema in de Nood 2006, 5).

## 4.2 Vstop v virtualni svet

Participacija v Second Life predvideva dvoje: registracijo uporabnika in namestitev programa, ki posreduje v komunikaciji med uporabnikom in skupnostjo.

Če želimo vstopiti v Second Life, moramo v prvi fazi ustvariti nov uporabniški račun oziroma obiskati spletno stran podjetja Linden Labs. Če z računalnika, na katerem delamo, še ni bilo prijave na stran oz. ni nastavljena samodejna prijava, bomo lahko izbirali med dvema možnostma: povezavo za vstop že registriranega uporabnika (*resident login*) ali pa registracijo novega (*join*). S klikom na slednjo se nam bo odprla naslednja stran, kjer lahko izberemo skupnost znotraj Second Lifea, ki bi se ji radi pridružili glede na lastne interese, hobije in značaj, če želimo spoznati ljudi, ki so že člani. Ker to ni obvezen korak v postopku, lahko, če ne želimo biti član nobene skupnosti, kliknemo na povezavo *just take me to Linden Labs Orientation Island* in sistem nas bo po tem, ko bomo zaključili registracijo in se prvič vpisali v svet, postavil na osnovno zemljišče, ki služi kot vodič za spoznavanje sveta za nove uporabnike. Odpre se nam stran, na kateri so obrazci, ki zahtevajo, da vpišemo ime in si izberemo priimek, ki ga bomo uporabljali v svetu, naš rojstni datum in naslov elektronske pošte. Če so vsi podatki pravilno vneseni, nas klik popelje na novo stran, v nasprotnem primeru pa nas sistem opozori na napako.

Sledi stran z obrazcem, ki od nas zahteva, da vpišemo osebne podatke, geslo in določimo varnostno vprašanje (le-to služi kot varnostni element pri izgubi gesla za dostop) ter odgovor nanj. Na istem obrazcu še izberemo, katera obvestila želimo prejemati preko elektronske pošte, vpišemo kodo za popust, če jo imamo, in če je možno, napišemo ime že obstoječega uporabnika Second Lifa, ki nas je seznanila s Second Lifom. S strinjanjem s pogoji registracije ta del registracije tudi zaključimo. Second Life lahko izkoriščamo v dveh oblikah članstva: brezplačno in plačljivo

(*premium*), v okviru katere v samem začetku pridobimo manjše, a lastno virtualno zemljišče ter nekoliko širši nabor dodatkov za našega avatarja. V osnovni obliki (*basic membership*) sicer lahko komuniciramo in se omejeno gibamo po virtualnem svetu, vednar pa bistveno delovanje ostaja odmaknjeno.

Po končanem zadnjem koraku na spletni strani Second Lifa nam sistem samodejno pošlje elektronsko pošto na prej vneseni naslov. V njej se nahajajo aktivacijska povezava in nekaj drugih informacij. Za aktiviranje našega računa kliknemo na omenjeno povezavo ali pa jo kopiramo in prilepimo v naš brskalnik. Odpre se nam nova stran, ki potrди aktivacijo. Na njej je tudi povezava do strani, od koder si lahko prenesemo aplikacijo, ki je vmesnik za sodelovanje v virtualnem svetu Second Life.

### 4.3 Grafični vmesnik in interaktivnost uporabnika

Grafični vmesnik je lokaliziran, kar pomeni, da se izvaja neposredno iz uporabnikovega računalnika, ki je v internet povezan s širokopasovno (ADSL, kabelsko) povezavo. Poleg le-te pa mora uporabnik uporabljati operacijski sistem Windows na računalniku z vsaj 800 MHz procesorjem ter 256 Mb delovnega spomina. Zaradi izjemne grafične zahtevnosti aplikacije je nujna oprema tudi kvalitetna oziroma dovolj zmogljiva grafična kartica. Dodatne eksternalije, kot so mikrofoni, kamere ipd., dvigujejo raven uporabniške interaktivnosti ter zmanjšujejo učinke navideznega sveta.

Slika 4.2: Sprehod po virtualnem svetu



Vir: Second Life (2008).

#### 4.4 Empirična študija uporabnikov Second Life

Na podlagi spletnega anketnega vprašalnika sem izvedla kvantitativno raziskavo med uporabniki Second Life, katere namen je bil ugotoviti nekatere uporabnikove demografske značilnosti, fizično prostorske socializacijske attribute, pogostost sodelovanja in vzroke za sodelovanje v virtualnem svetu. Raziskava o uporabnikih Second Lifa naj bi tako pojasnila, kakšna so stališča in ravnanja uporabnikov v zvezi z virtualno socializacijo ter ali obstajajo v stališčih uporabnikov tudi statistično značilne razlike glede na nekatere demografske lastnosti.

Anonimna spletna anketa (v angleščini) je potekala v mesecu januarju 2008 in med 78 naključnimi uporabniki Second Lifa; k izpolnjevanju ankete so bili povabljeni posamično in osebno: naključno izbranega mimoidočega sem ogovorila, mu pojasnila namen svojega pristopa ter ga povabila k reševanju spletne ankete tako, da sem mu posredovala povezavo<sup>4</sup>, saj sta bila odziv na javno objavljene povezave in pomoč moderatorjev Second Life (pod)skupin do ankete izredno šibka. Povezava je bila objavljena na različnih oglasnih deskah in lokacijah znotraj Second Lifea. Vprašani so na vprašanja odgovarjali tako, da so preko spleta (oziroma računalnika) dostopali do spletne ankete, ki je bila postavljena na zasebni strežnik. Kvantitativna študija meri naslednje lastnosti uporabnikov:

- čas uporabe v štirih razredih (manj kot mesec, do pol leta, do enega leta, nad letom dni),
- splošni opis aktivnosti na Second Lifu (zabava, poslovni stiki, klepet s prijatelji, raziskovalna dejavnost),
- pogostost preživljanja časa na Second Life-u v časovnih razredih (dnevno, večkrat tedensko, tedensko, mesečno, redkeje kot mesečno),
- pogostost Second Life socializacije s prijatelji, sorodniki, partnerjem, sodelavci,
- odnos do stališč, povezanimi s Second Lifom (uporabniki so stališča ocenjevali z lestvico strinjanj od 1 – popolnoma ne strinjam do 5 – popolnoma strinjam),
- demografski kazalci populacije (spol, starost, izobrazba, zaposlitveni status, stan, mesečni dohodek).

---

<sup>4</sup> <http://websurvey.net/secondlife2.asp>



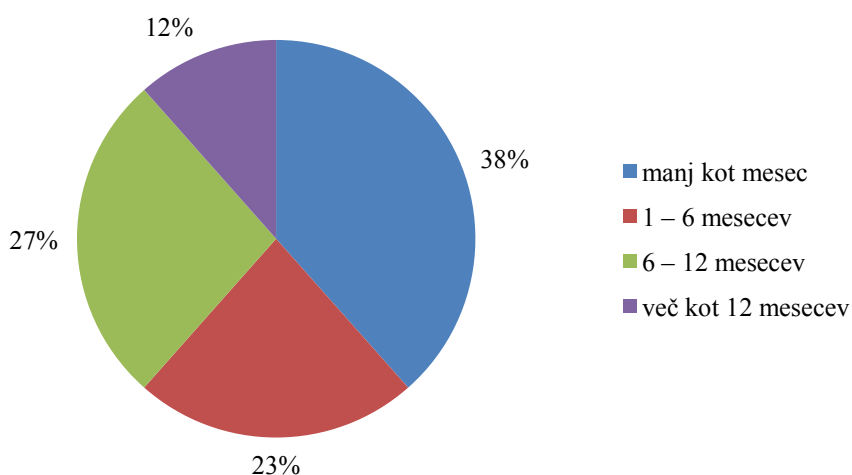
#### 4.4.1 Demografski kazalci

V raziskavi je sodelovalo 79 ljudi oziroma 55 % žensk in 45 % moških; respondenti so najpogosteje zaposleni (56 %), imajo doseženo največ sekundarno izobrazbo (47 %), tj. poklicno ali srednješolsko, so v partnerskih razmerjih, vendar ne poročeni (37 %). Najpogosteje (24 % respondentov) mesečni dohodki znašajo od 500 do 1000 EUR. Povprečna starost respondentov znaša 33,8 leta.

#### 4.4.2 Registracija in osnovni namen delovanja

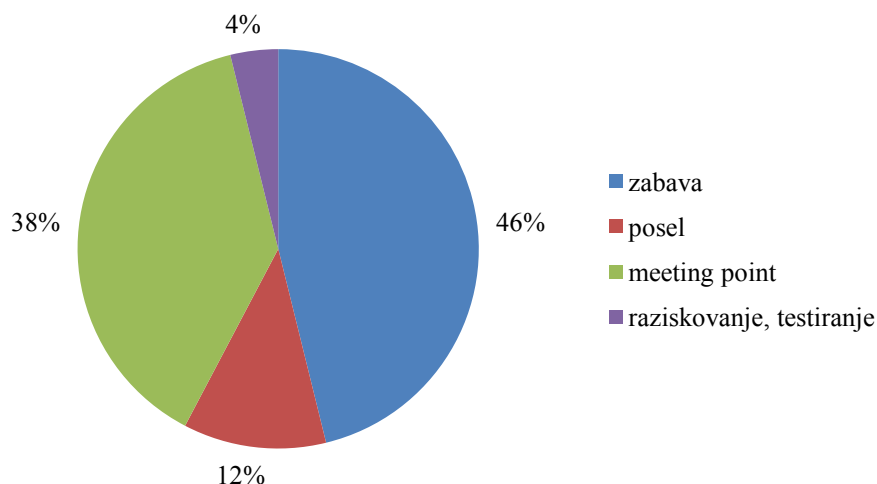
Uporabniki so v Second Life registrirani različno dolgo, 38 % vprašanih jih je registriranih manj kot mesec (slika 3), najpogosteje pa v ta virtualni svet vstopajo zaradi zabave (46 %) in ker Second Life predstavlja lokacijo srečanja s prijatelji (38 %).

Slika 4.3: Struktura uporabnikov glede na dolžino članstva (registracijo)



12 % uporabnikov predstavlja Second Life tudi primeren prostor za izvedbo poslovnih dejavnosti, medtem ko ta virtualni svet za potrebe akademskega raziskovanja oziroma testiranja različnih idej uporabljajo 4 % vprašanih uporabnikov (slika 4).

Slika 1.4: Osnovni namen delovanja v Second Life

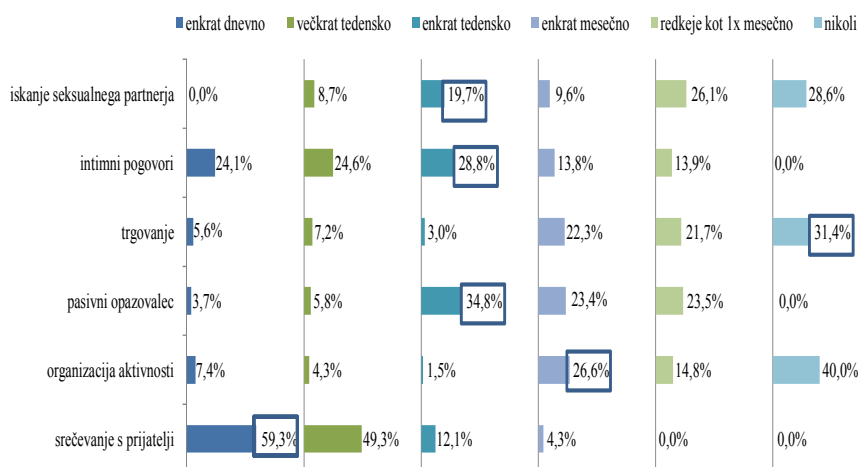


#### 4.4.3 Pogostost in vzrok uporabe

Najpogostejša uporaba Second Life (slika 5) temelji na srečevanju s prijatelji (59 % uporabnikov se srečuje z njimi vsaj enkrat tedensko ali pogosteje). 29 % uporabnikov uporablja Second Life za klepet na intimni ravni (tematike, povezane s seksualnostjo, z intimnimi razmerji). Uporabniki Second Life vsaj enkrat tedensko uporabljajo za iskanje seksualnih partnerjev (20 % jih to počne vsaj enkrat tedensko ali pogosteje) ali pasivno opazovanje dogodkov ali oseb (35 % vprašanih). Najredkeje pa uporabniki uporabljajo Second Life za organizacijo virtualnih dogodkov: 27 % jih to počne enkrat mesečno ali redkeje, medtem ko nikoli 40 % vprašanih.

Vsaj enkrat tedensko pa se uporabniki v največji meri (35 %) v Second Lifu pojavijo kot pasivni opazovalci, ki bodisi spremljajo organizirane aktivnosti bodisi samo opazujejo ostale uporabnike. Ocenjujem, da bi vzrok za takšno ravnanje najlažje razkrili s kvalitativnimi raziskovalnimi metodami.

**Slika 4.2: Pogostost aktivnosti glede na vsebino aktivnosti**



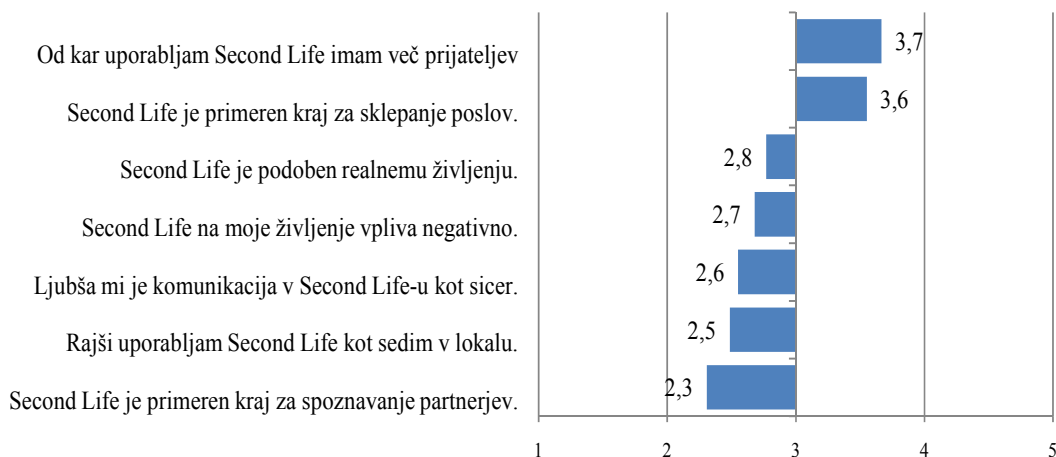
#### 4.4.4 Stališča uporabnikov

Ne glede na dolžino registracije ali druge lastnosti v Second Life sem uporabnike vprašala tudi nekaj vprašanj, povezanih s socializacijo. S konkretnimi stališči (navedenimi v sliki 4 in v poglavju 4.5) želim ugotoviti, kakšen je odnos uporabnikov do navedenih paradigem, ki se največkrat pojavljajo v kontekstu virtualnih svetov in skupin. Virtualne skupnosti so po mnenju teoretikov virtualnih skupin in socializacije v le-teh najpogosteje namenjene sklepanju novih poznanstev, refleksiji realnega življenja ter priljubljena prostočasna aktivnost, ki pa v praksi ustvarjajo tudi negativne posledice (Jones 1997, Rheingold 1998). Z merjenjem uporabnikovega odnosa do posameznega stališča tako želim ugotoviti, ali so te paradigme oziroma »miti« upravičeni ali ne.

Uporabniki so svoja stališča ocenjevali z lestvico strinjanja, pri čemer 1 pomeni izrazito nestrinjanje, 5 pa izrazito (popolno) strinjanje z navedenim stališčem (slika 6). V povprečju se uporabniki najbolj strinjajo (N=78), da je Second Life mesto, kjer se srečujejo s prijatelji (3,7) ter sklepajo tudi posli (3,6), vendar pa po njihovem mnenju to ni primeren kraj, kjer bi lahko iskal intimnega partnerja (2,3). Glede na pogostost takšnih obiskov, ugotovljenih v prehodnem podpoglavju, lahko zaključim, da se

razmerja, ki se vzpostavijo na Second Lifu, očitno zaključijo z razočaranjem ter zato uporabniki Second Lifu kot »ženitni posredovalnici« ne pripisujejo visoke kredibilnosti.

Slika 4.3: Stališča uporabnikov Second Life



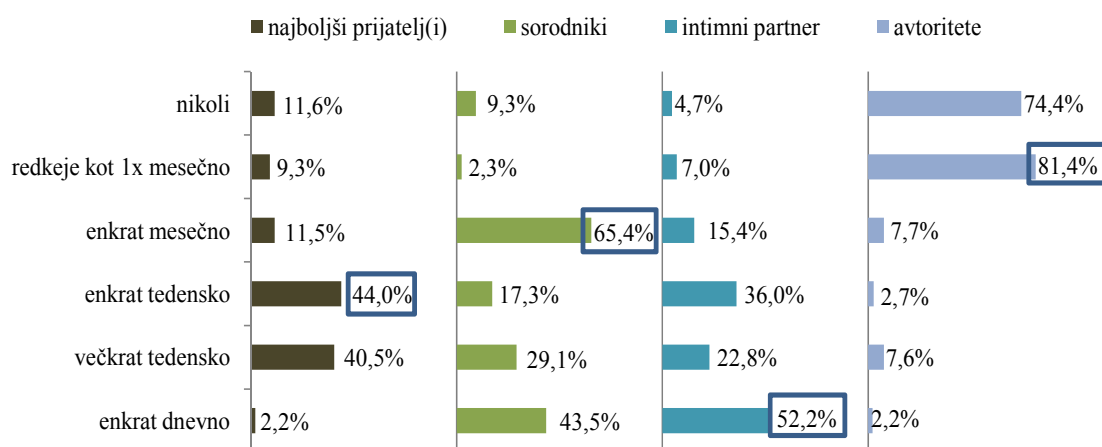
Second Life na življenja uporabnikov ne vpliva negativno (2,7) in ni podoben realnemu življenju (2,8). Kljub temu da je priljubljeno zbirališče prijateljev, pa uporabniki še vseeno raje komunicirajo v lokalu kot Second Lifu (2,6).

#### 4.4.5 Socializacija v Second Lifu

Uporabniki v tem virtualnem svetu srečujejo različne skupine ljudi (slika 7): od partnerjev do sodelavcev in avtoritet. V okviru Second Life imajo z njimi različno dinamiko stikov od vsaj enkrat dnevne do zelo redke ali pa sploh nikakršne.

Uporabniki v dnevni komunikaciji najpogosteje komunicirajo z intimnim partnerjem (52 % vprašanih) ali sorodniki (44 %), najmanj pa s svojim nadrejenim ali profesorjem oziroma učiteljem (2 %). Tedenska komunikacija je na splošno namenjena prijateljem (41 % večkrat tedensko in 44 % vsaj enkrat tedensko) na račun manjše komunikacije s sorodniki in intimnim partnerjem. Uporabniki najredkeje (81 %) ali nikoli (74 %) v Second Lifu ne komunicirajo s svojimi avtoritetami, kot so npr. nadrejeni ali profesorji.

Slika 4.4: Vzpostavitev stikov s posameznimi člani socialnega omrežja, ki so tudi uporabniki Second Life-a



#### 4.5 Stališča uporabnikov in razlike po posameznih demografskih kazalcih

Nadaljevanje analize razkriva, kakšen je odnos do posameznih stališč po posameznih demografskih značilnostih uporabnikov Second Lifa, in ob tem odgovarja na vprašanje, ali so te značilnosti statistično značilne znotraj našega vzorca. Zaradi preglednosti slik (v nadaljevanju) so stališča označena z naslednjimi simboli oziroma oznakami:

- Stališče 1: Odkar uporabljam Second Life, imam več prijateljev.
- Stališče 2: Second Life je primeren kraj za spoznavanje partnerjev.
- Stališče 3: Ljubša mi je komunikacija v Second Lifu kot sicer.
- Stališče 4: Second Life je podoben realnemu življenju.
- Stališče 5: Second Life je primeren kraj za sklepanje poslov.
- Stališče 6: Rajši uporabljam Second Life, kot sedim v lokalu.
- Stališče 7: Second Life na moje življenje vpliva negativno.

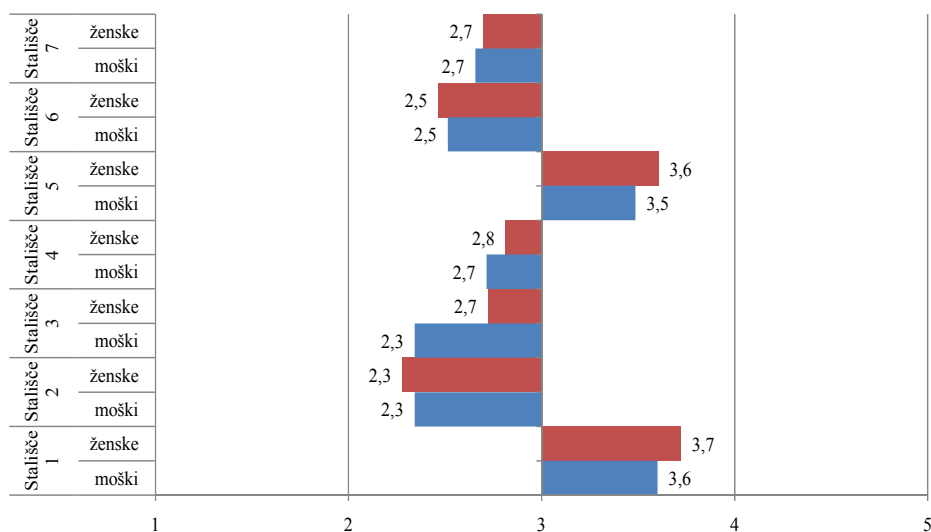
Stališča oziroma njihovo (ne)strinjanje je uporabnik ocenjeval na petstopenjski lestvici strinjanja, ki omogoča tudi oceno povprečne ocene (ne)strinjanja s stališčem: 1 - nikakor se ne strinjam, 2 – se ne strinjam, 3 - niti se ne strinjam niti strinjam, 4 - strinjam se in 5 - popolnoma se strinjam.

### 4.5.1 Spolna struktura

Moški in ženske se ne razlikujejo po posameznih stališčih, ki odražajo njihov odnos do Second Lifa (slika 8). Kot kaže t-test (tabela 1), pri 95 odstotnem intervalu zaupanja in enaki meri gotovosti v nobenem od stališč ne prihaja do statistično značilnih razlik med moškimi in ženskami ali še drugače- 79 vprašanih, strukturiranih po spolu, si je glede posameznih stališč precej podobnega mnenja.

Tako lahko ugotovimo tudi, da med moškimi in ženskami v povprečju ni bistvenega odstopanja od povprečnih ocen strinjanja s stališči (slika 8).

Slika 4.5: Povprečna vrednost stališč po spolni strukturi vprašanih



### 4.5.2 Starost

Na podlagi-ANOVA testa (in v razrede rekodirana leta starosti, tabela 3) ugotavljamo, da prihaja do statistično značilnih razlik med uporabniki Second Life glede na njihov starostni razred le v enem stališču (7): kot kaže analiza, se uporabniki (glede na

starostne razrede) bistveno in statistično značilno ( $p < 1 \%$ ) razlikujejo pri stališču, da aktivnosti, ki jih le-ti izvajajo v tem virtualnem svetu, nanje vplivajo negativno (slika 9). Z istim tveganjem lahko trdimo, da se starejši uporabniki bolj strinjajo s trditvijo, da Second Life negativno vpliva na njihovo življenje kot mlajši.

**Tabela 4.1: ANOVA: povprečne ocene strinjanj s stališči glede na starost uporabnika (v razredih)**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
opin1	Between Groups	1,399	3	,466	,360	,782
	Within Groups	95,935	74	1,296		
	Total	97,333	77			
opin2	Between Groups	,653	3	,218	,207	,892
	Within Groups	77,962	74	1,054		
	Total	78,615	77			
opin3	Between Groups	,405	3	,135	,088	,966
	Within Groups	112,890	74	1,526		
	Total	113,295	77			
opin4	Between Groups	3,505	3	1,168	,539	,657
	Within Groups	160,342	74	2,167		
	Total	163,846	77			
opin5	Between Groups	4,040	3	1,347	1,025	,387
	Within Groups	97,254	74	1,314		
	Total	101,295	77			
opin6	Between Groups	5,022	3	1,674	1,340	,268
	Within Groups	92,465	74	1,250		
	Total	97,487	77			
opin7	Between Groups	17,356	3	5,785	4,776	,004
	Within Groups	89,631	74	1,211		
	Total	106,987	77			

Četudi mlajši od 20. leta temu stališču najbolj nasprotujejo, pa mu z višanjem starosti uporabniki vedno bolj pritrjujejo. Strinjanje o negativnih učinkih Second Lifa je najizrazitejše v starostni skupini nad 40 let.

**Slika 4.6: Ocena stališča o negativnem vplivu Second Life na življenje uporabnikov po starostnih razredih uporabnikov**

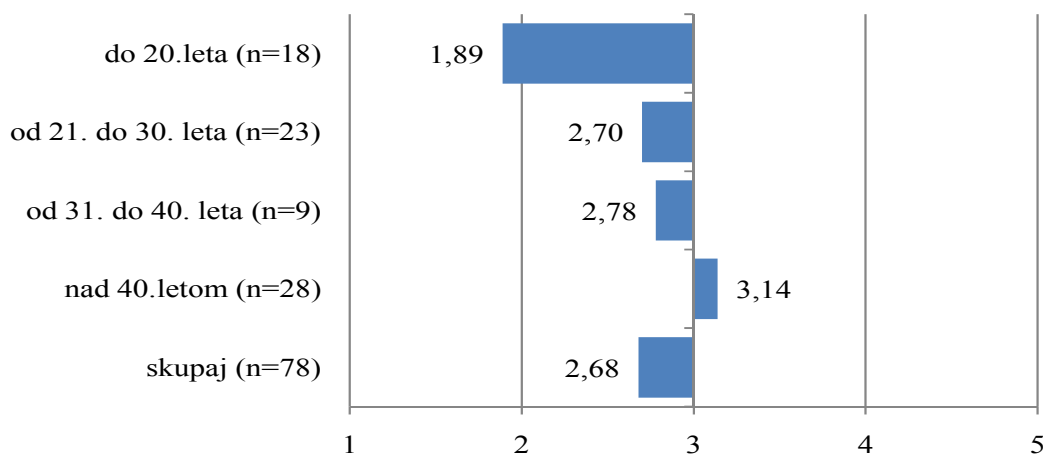


Tabela analize varianc stališč po starostni strukturi (tabela 3) kaže (zadnji stolpec »sig.«), v katerih primerih obstajajo statistično značilne razlike (vrednost mora biti manjša od 0,05) oziroma kdaj lahko z gotovostjo, večjo od 95 %, trdimo, da se stališča glede na starost tudi statistično značilno razlikujejo pri populaciji.

### 4.5.3 Izobrazba

Kljub temu da uporabniki priznavajo obstoj negativnih posledic uporabe Second Lifa, pa je očitno izobrazba tista, ki ustvarja v tem pogledu še izrazitejši vpliv kot starost. Glede na to, da se (načeloma) s starostjo povečuje tudi dosežena stopnja izobrazbe, do podobnega zaključka pridemo tudi pri analiziranju razlik v stališčih glede na doseženo stopnjo izobrazbe. Ker je anketa potekala v okolju, kjer se srečujemo ljudje različnih šolskih sistemov in izobrazbenih stopenj, sem le-te združila v ravni izobrazbe, ki bi bile v slovenskem okolju primerljive kot: primarna (osnovnošolska), sekundarna (poklicna, srednješolska, gimnazijska), terciarna (višješolska, univerzitetna) ter podiplomska (specialistična, magistrska, doktorska).

Glede na ANOVA (spremenljivki stališče 7 in izobrazba) pri vseh stališčih, razen stališča o negativnem vplivu Second Life na življenje uporabnikov, ne prihaja do



signifikantnih statističnih razlik ( $p < 5\%$ ). Višje izobraženi uporabniki se torej bolj zavedajo negativnih učinkov Second Lifa kot nižje izobraženi (tabela 4).

**Slika 4.7: Ocena stališča o negativnem vplivu Second Lifa na življenje uporabnikov glede na izobrazbo uporabnika**

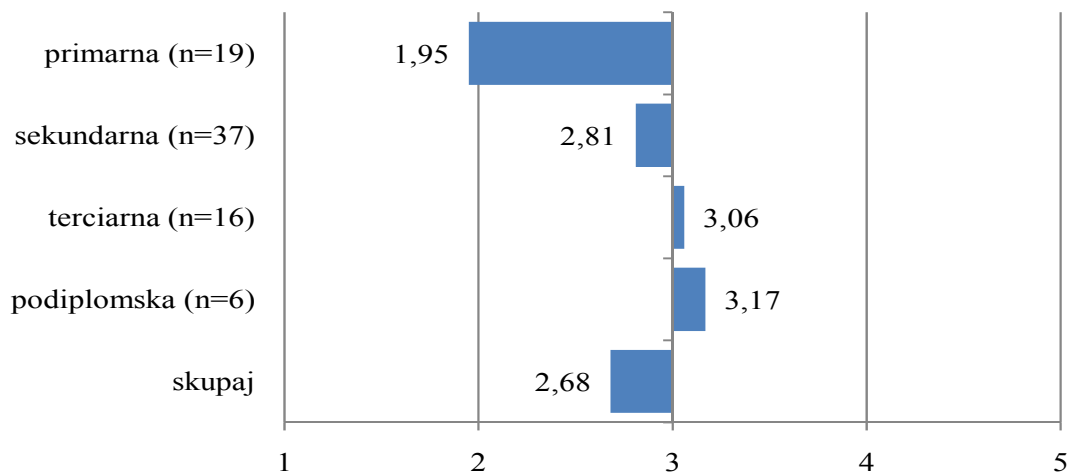


Tabela analize varianc stališč po izobrazbeni strukturi kaže (zadnji stolpec sig.), v katerih primerih obstajajo statistično značilne razlike (vrednost mora biti manjša od 0,05) oziroma kdaj lahko z gotovostjo, večjo od 95 %, trdimo, da se stališča glede na izobrazbeno strukturo tudi statistično značilno razlikujejo pri populaciji.

**Tabela 2.2: ANOVA: povprečne ocene strinjanj s stališči glede na izobrazbo uporabnika (v razredih)**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
opin1	Between Groups	3,264	3	1,088	,856	,468
	Within Groups	94,070	74	1,271		
	Total	97,333	77			
opin2	Between Groups	4,974	3	1,658	1,666	,182
	Within Groups	73,641	74	,995		
	Total	78,615	77			
opin3	Between Groups	2,202	3	,734	,489	,691
	Within Groups	111,093	74	1,501		
	Total	113,295	77			
opin4	Between Groups	11,850	3	3,950	1,923	,133
	Within Groups	151,996	74	2,054		
	Total	163,846	77			
opin5	Between Groups	3,206	3	1,069	,806	,494
	Within Groups	98,089	74	1,326		

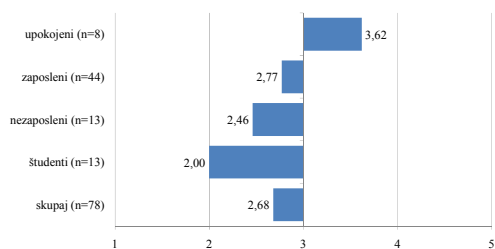
	Total	101,295	77			
opin6	Between Groups	3,487	3	1,162	,915	,438
	Within Groups	94,000	74	1,270		
	Total	97,487	77			
opin7	Between Groups	14,593	3	4,864	3,896	,012
	Within Groups	92,394	74	1,249		
	Total	106,987	77			

#### 4.5.4 Zaposlitveni status uporabnikov

Študentje, zaposleni, upokojeni in brezposelni se glede vseh preučevanih stališč ne razlikujejo bistveno v svojih ocenah, ki so že podane v predhodnih poglavjih. Edino stališče, pri katerem se pojavljajo razlike (glede na ANOVA-test med navedenim stališčem (7) in zaposlitvenim statusom (tabela 5)), je stališče v oceni negativnega vpliva Second Lifa na uporabnikovo življenje (slika 11). Kot je pokazala analiza (tabela 5), lahko s tveganjem, manjšim od 5 %, ugotovimo, da obstajajo razlike v navedenem stališču glede na zaposlitveni status uporabnikov: študentje se s tem stališčem manj strinjajo (2,0) kot zaposleni (2,8) oziroma upokojeni (3,6). Zaposleni in upokojeni negativne učinke Second Lifa ocenjujejo precej višje kot ostali.

Tabela analize varianc stališč po zaposlitvenemu statusu kaže (zadnji stolpec sig.), v katerih primerih obstajajo statistično značilne razlike (vrednost mora biti manjša od 0,05) oziroma kdaj lahko z gotovostjo, večjo od 95 %, trdimo, da se stališča glede na zaposlitveni status tudi statistično značilno razlikujejo pri populaciji.

**Slika 4.8: Ocena stališča o negativnem vplivu Second Life na življenje uporabnikov glede na zaposlitveni status uporabnika**



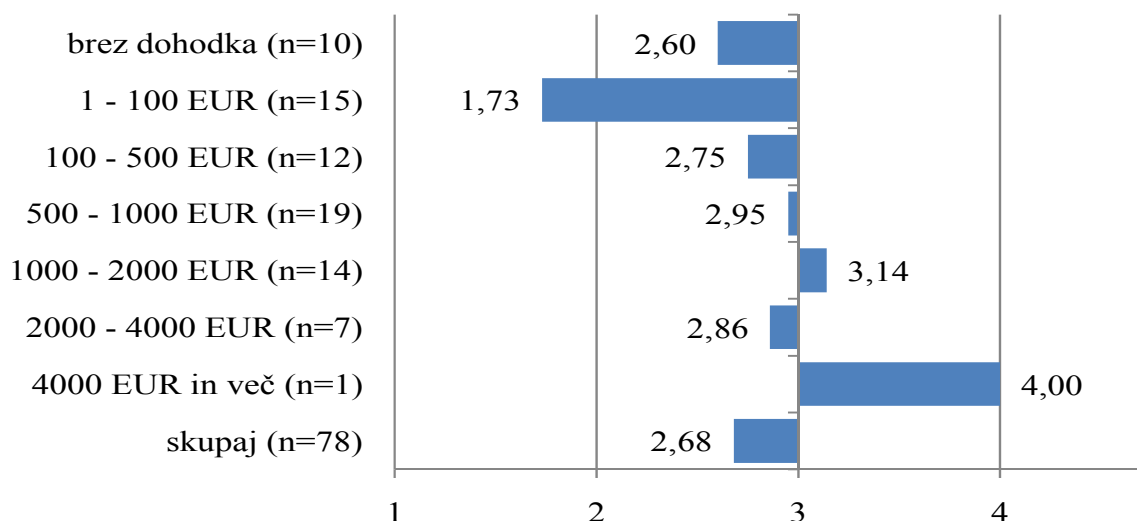
**Tabela 4.3: ANOVA: povprečne ocene strinjanj s stališči glede na zaposlitveni status uporabnika**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
opin1	Between Groups	5,779	3	1,926	1,557	,207
	Within Groups	91,554	74	1,237		
	Total	97,333	77			
opin2	Between Groups	4,080	3	1,360	1,350	,265
	Within Groups	74,535	74	1,007		
	Total	78,615	77			
opin3	Between Groups	8,338	3	2,779	1,959	,127
	Within Groups	104,957	74	1,418		
	Total	113,295	77			
opin4	Between Groups	1,537	3	,512	,234	,873
	Within Groups	162,309	74	2,193		
	Total	163,846	77			
opin5	Between Groups	,937	3	,312	,230	,875
	Within Groups	100,358	74	1,356		
	Total	101,295	77			
opin6	Between Groups	6,520	3	2,173	1,768	,161
	Within Groups	90,967	74	1,229		
	Total	97,487	77			
opin7	Between Groups	14,154	3	4,718	3,761	,014
	Within Groups	92,833	74	1,255		
	Total	106,987	77			

#### 4.5.5 Dohodek

Slika 10 kaže, da obstajajo različna povprečna stališča uporabnikov glede negativnega vpliva Second Lifa na uporabnikovo življenje. S to trditvijo se najmanj strinjajo uporabniki z zelo nizkimi dohodki (1,7), medtem ko se s to trditvijo strinjajo bogatejši (4,0). ANOVA (tabela 6) preučevanih spremenljivk je tudi v tem primeru pokazala, da med ostalimi stališči in to demografsko značilnostjo uporabnikov ni statistično značilnih razlik ( $p < 5\%$ ). S tveganjem, manjšim od 5 %, lahko trdimo, da torej obstajajo razlike pri stališču o negativnih vplivih Second Life in dohodkom uporabnika.

Slika 4.9: Ocena stališča o negativnem vplivu Second Life na življenje uporabnikov glede na dohodek uporabnika

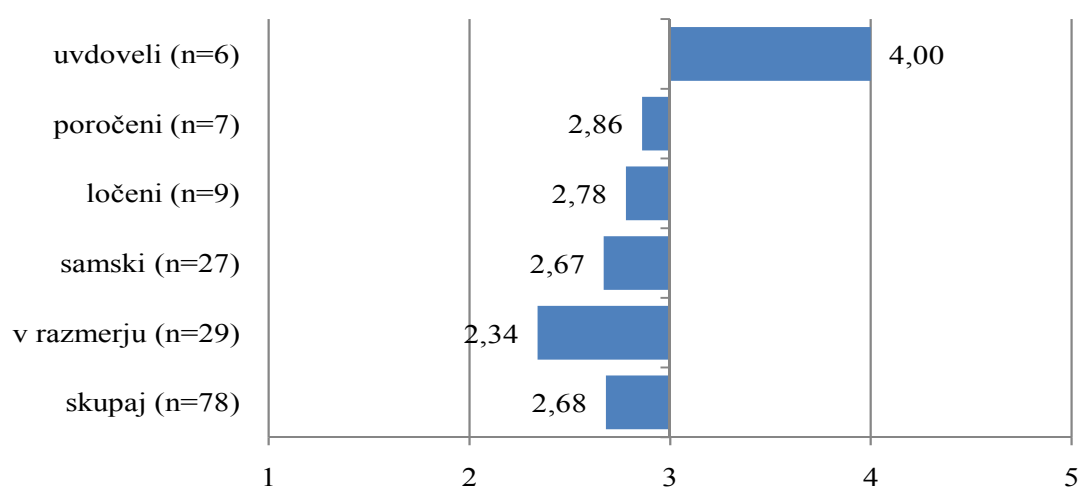


#### 4.5.6 Zakonski stan uporabnika

Uporabniki, strukturirani po zakonskem stanu, se le neznatno razlikujejo glede posameznih stališč. Tudi v tem primeru se statistično značilna (signifikantna pri  $p < 5\%$ ; tabela 7) razlika med skupinami pojavi le pri stališču o negativnem vplivu Second Lifa na življenje. Da ta virtualni svet nima negativnih učinkov na njihova življenja, v povprečju menijo uporabniki, ki so v razmerjih, najbolj pa stališču negativnih učinkov pritrjujejo ovdoveli uporabniki (slika 13).

Tabela analize varianc stališč po zakonskem stanu in dohodku uporabnika kaže (zadnji stolpec sig.), v katerih primerih obstajajo statistično značilne razlike (vrednost mora biti manjša od 0,05) oziroma kdaj lahko z gotovostjo, večjo od 95 %, trdimo, da se stališča glede na zakonski stan oziroma dohodek tudi statistično značilno razlikujejo pri populaciji.

**Slika 4.10: Ocena stališča o negativnem vplivu Second Life na življenje uporabnikov glede na zakonski stan uporabnika**



**Tabela 4.4: ANOVA: povprečne ocene strinjanj s stališči glede na uporabnikov mesečni dohodek**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
opin1	Between Groups	9,800	6	1,633	1,325	,258
	Within Groups	87,533	71	1,233		
	Total	97,333	77			
opin2	Between Groups	3,601	6	,600	,568	,754
	Within Groups	75,014	71	1,057		
	Total	78,615	77			
opin3	Between Groups	6,825	6	1,138	,759	,605
	Within Groups	106,470	71	1,500		
	Total	113,295	77			
opin4	Between Groups	14,733	6	2,456	1,169	,333
	Within Groups	149,113	71	2,100		
	Total	163,846	77			
opin5	Between Groups	4,070	6	,678	,495	,810
	Within Groups	97,225	71	1,369		
	Total	101,295	77			

opin6	Between Groups	12,006	6	2,001	1,662	,143
	Within Groups	85,481	71	1,204		
	Total	97,487	77			
opin7	Between Groups	19,885	6	3,314	2,702	,020
	Within Groups	87,102	71	1,227		
	Total	106,987	77			

**Tabela 4.5: ANOVA: povprečne ocene strinjanj s stališči glede na uporabnikov zakonski stan**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
opin1	Between Groups	3,797	4	,949	,741	,567
	Within Groups	93,536	73	1,281		
	Total	97,333	77			
opin2	Between Groups	6,160	4	1,540	1,552	,196
	Within Groups	72,455	73	,993		
	Total	78,615	77			
opin3	Between Groups	4,202	4	1,050	,703	,592
	Within Groups	109,093	73	1,494		
	Total	113,295	77			
opin4	Between Groups	3,368	4	,842	,383	,820
	Within Groups	160,478	73	2,198		
	Total	163,846	77			
opin5	Between Groups	1,844	4	,461	,338	,851
	Within Groups	99,450	73	1,362		
	Total	101,295	77			
opin6	Between Groups	2,469	4	,617	,474	,754
	Within Groups	95,018	73	1,302		
	Total	97,487	77			
opin7	Between Groups	14,023	4	3,506	2,753	,034
	Within Groups	92,964	73	1,273		
	Total	106,987	77			

## 4.6 Second life v kontekstu preobrazbe intimnosti

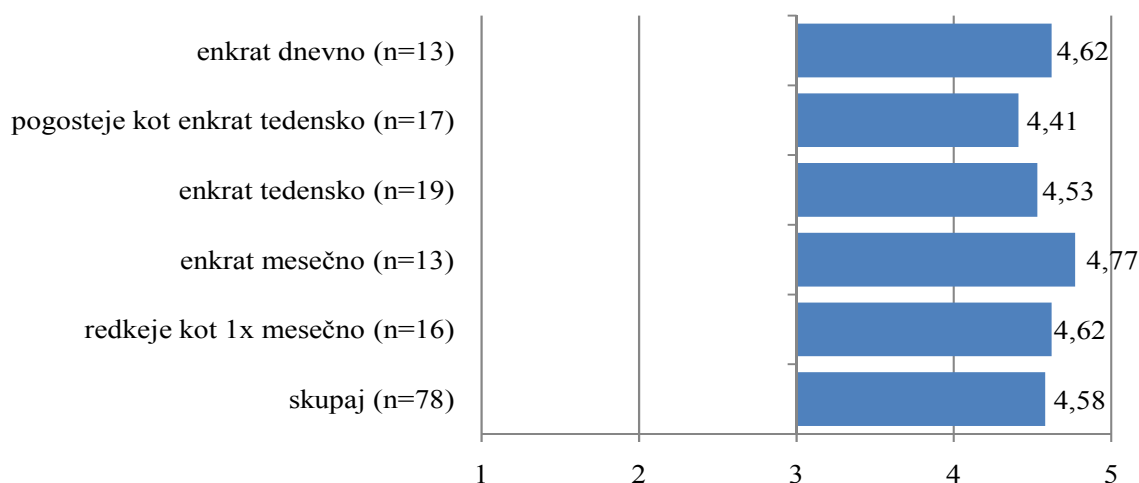
Že v prejšnjem poglavju sem ugotovila, da se uporabniki v povprečju najbolj strinjajo z družbeno naravnostjo Second Lifa, vendar bolj v smislu iskanja prijateljskih kot intimnih partnerskih stikov.

Če na splošno gledano ocenjujem, da se uporabniki s stališčem, da je Second Life mesto, kjer bi lahko spoznal partnerja, ne strinjajo (slika 6), pa se s tem uporabniki, ki namenjajo čas iskanju seksualnega partnerja preko Second Life, s tem bolj strinjajo

(4,58); mnenje pravzaprav niti ni tako statistično različno glede na čas, ki ga uporabniki namenijo za takšno aktivnost, kot je pokazala ANOVA (tabela 8, slika 14).

Ob upoštevanju predhodne ugotovitve, da obstajajo statistično značilne razlike v stališču, da je Second Life negativno okolje in da se s tem najmanj strinja manjša populacija, lahko tudi zaključim, da gre v kontekstu ustvarjanja nove intimnosti bolj za mladostniški eksperiment kot novo uveljavljeno in transformirano obliko intimnosti. Ne nazadnje – starejši, v kontekstu intimnega bolj tradicionalni uporabniki v večji meri Second Lifu namenjajo manjšo vlogo pri intimnosti kot mlajši. Vsekakor pa bi bilo z nadaljnjimi študijami še zanimivo preučiti, zakaj je med ovdovelimi uporabniki Second Life tako izrazito neprijubljen.

**Slika 4.11: Primernost Second Lifea za iskanje partnerja glede na pogostost iskanja intimnega partnerja**



**Tabela 4.6: ANOVA: povprečne ocene strinjanja s stališčem glede na uporabnikov čas, ki ga ta namenja iskanju partnerja v Second Lifu**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2,846	4	,712	,686	,604
Within Groups	75,769	73	1,038		
Total	78,615	77			

## 5 ZAKLJUČEK

Osebna fizična identiteta postaja vedno bolj zakrita. Uporabnike virtualnih svetov k temu silijo različni razlogi: od prikrivanja dejanskih lastnosti do izrabe virtualnih aktivnosti za povsem naključno (nenamensko, prostočasno) komunikacijo. Preprostejše in hitrejše navezovanje stikov je poleg manjših »psihičnih zavor«, s katerimi se ljudje omejujemo pri udejstvovanju v družbi, povezano predvsem s popolnostjo avatarjev, medtem ko ostanejo fizične ali duševne hibe, ki posameznike v resničnem svetu omejujejo, skrite pred očmi sogovornikov. Dodaten element, zaradi katerega se priljubljenost sodelovanja v virtualnih svetovih tako hitro širi, je tudi uporaba raznih (nadnaravnih in drugih) sposobnosti, ki jih v realnosti ne moremo uporabljati zaradi zakonskih ali celo fizikalnih omejitev (lahko letimo, vozimo avto, čeprav v resnici nimamo izpita, oziroma resnejši primer: ljudje, ki zaradi fizičnih nezmožnosti ne morejo hoditi, se lahko v Second lifu mirno sprehajajo in funkcionirajo povsem enakovredno ostalim).

Poraja se tudi vprašanje, zakaj bi se ljudje trudili za premagovanje ovir v realnem svetu, ko pa si lahko v virtualnem svetu nadenejo kakršno koli podobo in pri tem niso ocenjevani ali kritizirani oziroma svojo podobo lahko prilagajajo kakršnim koli željam in trendom. Zadeve seveda ne gre posploševati, saj ne moremo govoriti o vseh uporabnikih kot o potencialnih žrtvah virtualnih svetov: tudi na račun odvisnosti od računalniških iger. Razlogov za ta pojav je več in so različni, lahko pa govorimo o nekakšnem begu v fantazijski svet, kamor se lahko uporabniki umaknejo pred stresom, pritiski in težavami, ki se pojavljajo v resničnem svetu. K temu pripomore tudi to, da virtualni svetovi ponujajo močan občutek realnosti. Liki, ki si jih uporabniki ustvarijo, ponujajo veliko funkcij, ki jih znamo ljudje ali pa bi jih želeli znati. Vse to pa bi deloma lahko držalo tudi za Second Life, ki sicer ne spada med igre, ki ponujajo fantazijski svet, ampak neko vrsto simulacije resničnega življenja. Število uporabnikov vseskozi narašča, ob meritvi 25. maja 2008 naj bi bilo vseh naseljencev v Second Life skoraj 14 milijonov (naseljenec je vsak unikatno poimenovan avatar, ki se lahko vpiše v Second Life). Sama dinamika uporabnika identitete na nek način razkriva njegovo fizično in psihofizično podobo, pri čemer pa je pomembna tudi intenzivnost Goffmanove



interpretacije virtualne vloge, ki jo nosilec identitete igra (Goffman 1959, 21). V Second Life je disperzija vlog še bolj izrazita, in ker jih posameznik ne more uspešno igrati, pogosto prihaja do multiplih identitet. S tem bi lahko še dodatno utemeljili uporabniško (ne)zadovoljstvo v medosebni interakciji v Second Life.

Na vsa navedena in v teoretskem delu tudi bolj eksplicitno predstavljena teoretska vprašanja Second Lifa odgovarja tudi empirična študija. Ta je bila izdelana na podlagi spletne ankete in neposrednega rekrutiranja uporabnikov Second Lifa k sodelovanju v raziskavi. Čeprav je bila anketa sestavljena v angleškem jeziku in so mi jo pomagali distribuirati tudi moderatorji posameznih virtualnih (pod)skupin, ki obstajajo na Second Lifu, participativnost ni bila visoka (velikost vzorca je 78 respondentov). Po mojem mnenju takšna pasivnost izhaja iz sicer pogostih anketiranj, ki so jim uporabniki izpostavljeni, ter tudi tega, da veliko uporabnikov nima pravega posluha za sodelovanje v akademskih študijah.

V delu empirične študije sem z uporabniškimi stališči želela ugotoviti, ali je uporabniška izkušnja v socialni interakciji drugačna od mnenja teoretikov virtualnih skupin in socializacije (Jones 1997, Rheingold 1998); po njihovem mnenju imajo virtualni svetovi (in torej tudi Second Life) precej negativen vpliv na fizični prostor, četudi uporabniki le-teh najpogosteje sklepajo nova poznanstva, vendar v Second Lifu še vedno vidijo le skromno in manj negativno dopolnilo fizičnega prostora. Uporabniki se še vedno raje fizično srečujejo in tako tudi komunicirajo s prijatelji v fizičnem prostoru. Second Life je torej po mnenju uporabnikov priljubljena prostočasna aktivnost, enako kot za sklepanje prijateljstev namenjena tudi sklepanju poslov, ki pa v praksi ustvarjajo tudi negativne posledice, četudi uporabniki temu virtualnemu svetu pripisujejo manj podobnosti z realnim življenjem (Jones 1997, Rheingold 1998).

Temu verjetno najbolj botrujeta anonimnost in spremenjena identiteta. Uporabnikova anonimnost omogoča, da lahko uporabniki drug drugemu brezskrbno ter namerno povzročajo sicer žaljiva ravnanja; v Second Lifu namreč subjektivna in objektivna odgovornost uporabnika nista definirani. V tem kontekstu psihofizični vidik s socialno identiteto opredeljujeta Uletova (2000, 235) in Južnič (1993, 140); oba sta si skupna pri

stališču, da je socialna identiteta odraz tako ponotranjenih družbenih vlog kot tudi družbeni (ne)zavezanosti, in torej naključnost oblikovanja identitete usmerjata v socialne razloge. V Second Life uporabniki torej svojo identiteto diferencirajo glede na sfero in notranjo definicijo družbene vloge, ki jo v dani sferi želijo zavzemati. Miller (1995, 25–29) kot vzrok za takšno ravnanje najpogosteje omenja prisotnost zadrege. Dejstvo je, da je lahko zadrega tudi posledica bojazni pred vdorom v zasebnost ter soočanjem z javnostjo ter po drugi strani tudi želji po družbeni potrditvi in sprejemljivosti kot podstatu statusnega položaja.

Če je Second Life virtualen svet, prepleten s številnimi anonimiziranimi obrazi, pa je po drugi strani tudi precejšen agregat socialnih stikov. Po raziskavi sodeč, v Second Lifu dominirajo (stereotipno bolj sramežljive) ženske. Povprečen uporabnik dosega srednješolsko izobrazbo in ni poročen ter ima povprečen slovenski dohodek. Skoraj polovica vprašanih uporablja Second Life za zabavo in desetina za poslovne aktivnosti. Četudi Second Life najpogostejši uporabniki uporabljajo za intimne pogovore, pa se ti v več kot polovici primerov izvajajo z intimnim partnerjem, v nekoliko manjši meri pa s sorodniki. Uporabniki se tudi najmanj strinjajo s tezo, da bi lahko Second Life izpodrinil fizično socializacijo (oziroma uporabniki raje uporabljajo Second Life, kot se družijo s prijatelji v lokalu); še bolj negativno pa je stališče, da bi bil Second Life »ženitna posredovalnica«.

Če skupek navedenih ugotovitev povežem z začetkom tega zaključka, ugotavljam, da je Second Life namenjen, gledano s stališča končnega uporabnika, zabavi in prostemu času s poudarkom na hipni komunikaciji, pri čemer se sogovornikova identiteta zakriva. Goffman (1959, 21) v tem kontekstu uporabi metaforo gledališča za analizo družbene interaktivnosti, pri čemer se podrobneje osredotoči na predstavo kot »vso aktivnost posameznika, ki se dogaja tekom njegove nenehne prisotnosti pred določenim naborom opazovalcev in ima na njih nek vpliv«. Ljudje tako igramo družbeno igro, v kateri navzven nastopamo tako, da prezentiramo delno, a objektivizirano socialno dodeljeno identiteto, navznoter pa skušamo ohraniti zvezo s subjektivno prisvojeno identiteto. Ker pa se oba momenta identitete razlikujeta tem bolj kolikor protislovni in represivni so družbeni odnosi skozi interakcijo, se zastavlja vprašanje, ali je v realnih družbenih

odnosih, raztrganih zaradi družbenih protislovij, sploh možna zavestna sinteza identitete (Goffman 1959, 22). Prav to pa je tudi razlog, da Second Life ne more postati relevanten nadomestek fizične interakcije, ki v okolju negotovih etično-moralnih dilem še pogosteje zahteva posameznikovo jasno identifikacijo in identiteto.

*Bistveni lastnosti novega komunikacijskega sistema, ki zajema spremembe na vseh področjih komuniciranja-množičnem, organizacijskem, skupinskem, medosebnim in osebnim-sta vključenost in izčrpnost. Sistem globalnih razsežnosti tako po definiciji zajema praktično vse oblike komuniciranja, številne in različne družbene interese, vrednote, konflikte, prepričanja in mnenja-na kratko, vse simbolne produkte človeštva. In če se strinjamo z idejo, da je komuniciranje bistveni element slehrne kulture, saj dojemamo družbeno okolje in resničnost posredno tudi skozi jezik, nosi nov komunikacijski sistem s seboj tudi kulturno spremembo (Oblak in Petrič 2005, 23).*

Družbena interaktivnost je torej vpeta v proces spreminjanja. In četudi se zdi, da se uporabniki podajajo v virtualne svetove neprevidno in ne zavedajoč se negativnih učinkov, se, tako tudi kaže moja študija, v virtualnem svetu vedejo previdno ter Second Life, kar je najbolj pomembno, jemljejo le kot komunikacijsko in informacijsko sredstvo in ne »drugo življenje«.

## 6 LITERATURA

1. Attema, J. in David de Nood. 2006. *Second Life*. Haag: EPN.
2. Bauman, Z. 2002. *Tekoča moderna*. Ljubljana: Rdeča zbirka.
3. Bell, D. 2001. *An Introduction to Cybercultures*. London: Routledge.
4. Beck, Ulrich. 2001. *Družba tveganja – na poti v neko drugo moderno*. Ljubljana: Založba Krtina.
5. Beck, Ulrich. in E. Beck-Gernsheim. 1995. *The normal caos of love*. Cambridge: Polity Press.
6. Gržnič, M. 1996. *V vrsti za virtualni kruh*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
7. Giddens, A. 2000. *Preobrazba intimnosti: spolnost, ljubezen in erotika v sodobnih družbah*. Ljubljana: Rdeča zbirka.
8. Hocevar, M. 2000. *Novi urbani trendi: prizorišča v mestih - omrežja med mesti*. Ljubljana: FDV, Znanstvena knjižnica.
9. Huffaker, D. in S. Calvert. 2005. *Gender, Identity and Language Use in Teenage Blogs*. Dostopno prek: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html> (12. marec 2008).
10. Jones, S. 1997. The internet and its social landscape. V *Virtual culture : identity and communication in cybersociety*, ur. Steven Jones, 7–36. London: Thousand oaks.
11. Jones, S. 1997. *Virtual communities, virtual settlements and cyber archaeology*. Dostopno prek: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue3/jones.html> (19. februar 2008).
12. Jones, S. 1998. Information, Internet and Community: Notes Toward an Understanding of Community in the Information Age. V *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*, ur. Steven Jones, 1–35. London: Sage.
13. Južnič, Stane. 1993. *Identiteta*. Ljubljana: FDV.
14. Kogovšek, T. 2001. *Ocenjevanje zanesljivosti in veljavnosti merjenja značilnosti egocentričnih socialnih omrežij*. Ljubljana: FDV.
15. Lukšič, M. 2002. *O internetu med mladimi*. Ljubljana: VŠD.
16. Levy, P. 2001. *Cyberculture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

17. Majerhold, K. 2002. O izgradnji novega subjekta. *Časopis za kritiko znanosti* 30 (209–210): 305–316.
18. Marx, G. T. 1999. *What is in a Name? Some reflections on the sociology of the anonymity*. Dostopno prek: <http://web.mit.edu/gtmarx/www/anon.html> (21. februar 2008).
19. Miller, Daniel. 1995. *Worlds apart: modernity through the prism of the local*. London: Routledge.
20. Oblak, Tanja. 2000. Mitske podobe o »življenju na mreži. *Teorija in praksa* (6): 1052–1068.
21. Oblak, Tanja. 2003. *Izzivi e-demokracije*. Ljubljana: FDV.
22. Oblak, Tanja in Gregor Petrič. 2005. *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: Založba Hermina Krajnc.
23. Praprotnik, Tadej. 2003. Seksizem v računalniško posredovani komunikaciji. *Družboslovne razprave* 19 (44): 143–165.
24. Petrov, Sabina. 2007. *Razvoj znamk v virtualnem svetu*. Dostopno prek: <http://www.finance-akademija.si/?go=article&artid=191365> (20. september 2008).
25. Rheingold, H. 1991. *Virtual reality*. London: Mandarin.
26. Rheingold, H. 1998. *The virtual community*. Dostopno prek: <http://www.rheingold.com/vc/book/> (citirano 14. februar 2008).
27. Saksida, M. 2008. *Second Life za mobilnike*. Dostopno prek: <http://www.racunalniskenovice.com/...&hash=e0bf39e64a3924bd8de14c42d253f283> (4. marec 2008).
28. *Second Life*. 2008. Dostopno prek: <http://www.second-life.si/intro.html> (5. februar 2008).
29. Šadl, Z. 2000a. Ljubezen v sociološki optiki. *Emzin: revija za kulturo* 10 (1-2): 61.
30. Šadl, Z. 2000b. Zadeve srca na prepihu tranzicije: Reprezentacije ljubezni v ženskih revijah. *Družboslovne razprave* 16 (34-35): 189–205.
31. Škerlep, A. 1998. Model računalniško posredovane komunikacije: tehnološka matrica in praktična raba v družbenem kontekstu. V *Internet v Sloveniji*, ur. Vasja Vehovar, 24-53. Ljubljana: FDV.
32. Ule Nastran, M. 1993. *Psihologija vsakdanjega življenja*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

33. Vasseleu, C. 1997. Virtual Bodies/Virtual Worlds. V *Virtual politics. Identity and Community in Cyberspace*, ur. Holmes David, 46–58. London: Sage Publications.
34. Walther, J. in U. Bunz. 2005. *The Rules of Virtual Groups*. Dostopno prek: <http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/2005/2268/01/22680051b.pdf> (20. februar 2008).
35. Weeks, J. 1986. *Sexuality*. London, NY: Routledge.
36. Ule, Mirjam. 2000. *Sodobne identitete: V vrtincu diskursov*. Ljubljana: Zbirka Sophija.
37. Vrezec, Domi. 2007. Virtualni jaz. *Proceedings of the Institute for alternative educations* (1): 73–80.

# PRILOGA

## WEB QUESTIONNAIRE: RESEARCHING SECOND LIFE

### 1. How long have you been active in Second Life?

- 01–less than a month
- 02 – 1 – 6 months
- 03 – 6 – 12 months
- 04 – more than 12 months

### 2. MC: Your collaboration in Second Life can mainly be described as:

- 01 – an entertainment in most cases
- 02 – business and education
- 03 – meeting point for my friends
- 04 – the main purpose of my network visits is based on research and test activities
- 99 – other (please write your opinion in the box below)

### 3. How much time do you spend on the following Second Life activities?

	Once per day (or more)	More than once per week	Once per week	Once per month	Less than once per month	Don't know/never
Meeting your friends	1	2	3	4	5	99
Organizing activities in Second Life	1	2	3	4	5	99
To be passive observer	1	2	3	4	5	99
Buying or selling properties your SL properties, etc.	1	2	3	4	5	99
Interacting with other SL people randomly	1	2	3	4	5	99
Having chats with intimate						

contest						
Looking for a sexual partner	1	2	3	4	5	99

**4. How often do you meet / make contacts with the following subjects in Second life?**

	Once per day (or more)	More than once per week	Once per week	Once per month	Less than once per month	Don't know/never
Your best friend(s)	1	2	3	4	5	99
Your relatives	1	2	3	4	5	99
Your intimate partner	1	2	3	4	5	99
Your boss, professor,...	1	2	3	4	5	99

**5. How strong do you agree or disagree with the following statements? 1 = strongly disagree, 5 = strongly agree.**

I have established more friendships since I became active in the Second Life.	1	2	3	4	5
In my opinion, Second Life is good place for dating.	1	2	3	4	5
I prefer Second Life rather than real life communication.	1	2	3	4	5
For me, Second Life is very similar to real life.	1	2	3	4	5
Second Life is good place for making business.	1	2	3	4	5
I'd prefer spend time in Second Life space rather than in bar.	1	2	3	4	5
Second Life activities influence to my real-life with negative consequences (i.e. dissocialization, isolation, weaker real life community participation, addiction with internet,...)	1	2	3	4	5



## 6. Demography:

This part of the questionnaire applies to some general information about you, your education and your economic and social status.

D1. Gender: 01 – male 02 – female

D2. Age: \_\_\_\_\_

D3. The education level you have already reached is:

- 01 – primary education
- 02 – secondary education
- 03 – tertiary education
- 04 – postgraduate
- 97 – no education
- 98 – don't know
- 99 – don't want to answer

D4. Your employment status is:

- 01 – student
- 02 – employed
- 03 – unemployed
- 04 – retired
- 98 – don't know
- 99 – don't want to answer

D5. Your present marital status is:

- 01 – married
- 02 – unmarried
- 03 – divorced
- 04 – widowed
- 98 – don't know
- 99 – don't want to answer

D6. Last year your monthly average income amounted to (including net salary, pocket money, occasional paid work,...) :

1 – less than 100 EUR

2 – 100– 500 EUR

3 – 500– 1000 EUR

4 – 1000–2000 EUR

5 – 2000– 4000 EUR

6 – 4000 EUR and more

91 – don't have any income

92 – don't know

99 – don't want to answer