

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Katja Kogovšek

**Virtualni svetovi –
analiza primera ameriškega virtualnega sveta Second Life**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Katja Kogovšek

**Virtualni svetovi –
analiza primera ameriškega virtualnega sveta Second Life**

Magistrsko delo

Mentorica: doc. dr. Sandra Bašić Hrvatinić

Somentorica: doc. dr. Karmen Šterk

Ljubljana, 2008



IZJAVA O AVTORSTVU magistrskega dela

Spodaj podpisani/-a KATJA KOGOVŠEK, z vpisno številko 21061031,
rojen/-a 21.3.1982 v kraju MARIBORU, sem avtor/-ica magistrskega dela z naslovom:
VIRTUALNI SVETCOVI - ANALIZA PRIHERA AMERIŠKEGA
VIRTUALNEGA SVETA SECOND LIFE

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo magistrsko delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela;
- sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem poskrbel/-a, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili;
- sem pridobil/-a vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo in sem to tudi jasno zapisal/-a v predloženem delu;
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerim so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorstvu in sorodnih pravicah, Uradni list RS št. 21/95), prekršek pa podleže tudi ukrepom Fakultete za družbene vede v skladu z njenimi pravili;
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatorstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za družbene vede;
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko magistrskega dela ter soglašam z objavo magistrskega dela v zbirki »Dela FDV«.

V Ljubljani, dne 12.5.2008

Podpis avtorja/-ice:

ZAHVALA

Les Brown:

»Stremi k temu, da boš enkrat dosegel Luno. Tudi, če zgrešiš, boš pristal med zvezdami.«

Hvala vsem, ki mi pomagata na moji poti do Lune: moji družini in najboljšim prijateljem: Alenki, Heleni, Nataši, Tjaši in Zmagotu.

In hvala mojemu življenjskemu sopotniku Nejcu. Iskanje Lune s tabo je veliko bolj zabavno.

»Nikoli ne bo obstajala takšna naprava, ki nas bo naredila pametnejše, boljše ali bolj svobodne, kot nas lahko naredi naš um«.

Huxley (v Kitchin, 1998: 22)

KAZALO

1. Uvod.....	7
2. Opredelitev pojmov.....	10
2.1. Virtualna resničnost (virtual reality)	10
2.2. Kibernetski prostor (cyberspace).....	15
2.3. Realno.....	18
2.4. Tehnokultura	20
2.5. Web 2.0.....	23
2.5.1. Spletne skupnosti	24
3. Virtualni svetovi	27
3.1. Razvoj virtualnih svetov	29
4. Virtualni človek	32
4.1. Zgodovina virtualnega človeka.....	34
4.2. Razlogi za selitev v virtualni svet	35
4.3. Koliko resničen je virtualni človek?.....	37
4.4. Človekova identiteta.....	38
4.5. Človekove pravice v virtualnem svetu	41
5. Analiza primera: Second Life.....	50
5.1. Kaj je Second Life?	50
5.2. Zgodovina Second Lifa	50
5.3. Čas, prostor v Second Lifu	51
5.4. Avatarji	51
5.5. Second Life kot poslovna priložnost.....	53
5.5.1. Primeri uporabe Second Lifa kot virtualnega poslovnega prostora.....	57
5.5.2. Dan v Second Lifu	60
5.5.3. Virtualna multinacionalna korporacija IBM.....	62
6. Koncept virtualnosti in njegove etične implikacije	67
7. Prihodnost?	70
8. Viri in literatura.....	73
9. Priloga: IBM-ove smernice za virtualne svetove	82

1. Uvod

Informacijske tehnologije so omogočile razvoj kibernetnega prostora in virtualnih svetov. Web 2.0 – skupek ekonomskih, družbenih in tehnoloških trendov, ki tvorijo naslednjo generacijo interneta, je medij, ki vključuje uporabnikovo aktivnost in odprtost. Prehod od elektronskih tehnik, televizijskih in video podob, k digitalnim, sintetičnim tehnologijam in estetikam ter spremembe konceptov časa, prostora in posameznikove identitete, povratno učinkujejo tudi na kulturo, umetnost in filozofijo. Tehnokultura, še posebno v današnji kibernetični različici, se univerzalizira in globalizira, njeni obrati pa imajo vrsto posledic. Med drugim tudi pojav kibernetnih skupnosti – nove oblike socialnih mrež, ki so oblikovane neodvisno od prostora in temeljijo na novih modelih interakcije ter novih oblikah družbenih odnosov. Te skupnosti so neodvisne od tradicionalnih družbenih ovir oziroma identitete posameznikov; v njih namreč le-te nikoli niso povsem razkrite, ampak so projekcija besed in slik. Vizija je globalna družba; skupnosti ne bodo več lokalne, temveč globalne.

Razvoj tehnologij in 3D interneta je prinesel tudi nastanek virtualnih svetov, ki so osnovani na realnem svetu. Virtualni svetovi niso še ena izmed spletnih iger, ker nikoli ne moreš zmagati in nikakor ne moreš izgubiti. Osnovani so na preprosti ideji: vsak si znotraj virtualnega sveta ustvarja svoj svet, svoja pravila, svobodno izbira, s kom se bo družil in povezoval ter kje bo živel. Virtualni svet je sicer res posnetek realnega sveta, vendar so mu odvzete nekatere negativne lastnosti realnega sveta. V virtualnih svetovih ljudje živijo enako življenje kot v realnem svetu: lahko delajo, potujejo, srečujejo nove ljudi, plešejo, letijo z letalom ipd.

Mnogim podjetjem pa ti svetovi predstavljajo ogromen potencial za promocijo in posel, številnim pa možnost, da zaživijo takšno življenje, kot si ga želijo.

V magistrski nalogi bom opredelila pojme virtualne resničnosti, kibernetkega prostora in realnosti ter v njih poizkusila umestiti virtualne svetove. Razložila bom pomen Web 2.0 in pojav spletnih skupnosti. Ukvarjala se bom z virtualnimi svetovi in virtualnimi ljudmi ter analizirala virtualni svet Second Life, v katerem živim tudi sama svoje drugo življenje, skupaj z več kot 11 milijoni ljudi iz več kot 100 držav iz celega sveta. Second Life je 3-D virtualni svet, ki so ga v celoti zgradili njegovi prebivalci, imajo ga tudi v popolni lasti. Po raziskavi Gartnerja bo do leta 2011 80 odstotkov aktivnih uporabnikov interneta (in tudi največjih podjetij) imelo na internetu svoj »Second Life« (<http://mobilnipotepi.blog.siol.net/2007/05/15/second-life-in-zakoni-uspesnega-virtualnega-zivljenja/>).

Rada bi še poudarila, da obstaja veliko možnosti za raziskavo virtualne resničnosti in virtualnih svetov in da sem se jaz lotila samo ene od teh. Lahko bi problematizirali, ne samo, kako realna je virtualna resničnost, temveč tudi, kako virtualna je realna resničnost. Nalogo bi se dalo razširiti tudi v smeri liberalnosti oziroma konzervativnosti virtualnih svetov ter o številnih omejitvah pri možnostih imaginacije v teh svetovih.

Mene bo v nalogi zanimalo predvsem, zakaj se ljudje odločajo za vstop v kibernetke skupnosti in virtualne svetove in kako svobodni so v teh skupnostih. Kdo skrbi za človekove pravice v teh svetovih? Kako se ob vstopu v njih spremeni naša identiteta? Med pomembnejšimi vprašanji je tudi kako resnična je virtualna resničnost in kakšne so njene posledice

na nas? Ali je takšna resničnost nova raven objektivno deljive resničnosti fizičnega sveta? Kaj virtualno resničnost, virtualne svetove dela drugačne od ostalih medijskih izkušenj in kako se spreminja množična komunikacija? Zakaj virtualni svetovi posnemajo realnost ter zakaj jih ljudje imamo za bolj verodostojne in resnične, če posnemajo to realnost?

Skušala bom dokazati, da virtualna resničnost ni samo virtualna resničnost, ki je strogo ločena od realne resničnosti in človeku predstavlja samo beg iz realnosti. Moja prva hipoteza bo, da obstajata dve enakovredni realnosti: dejanska in virtualna. Pokazala bom, da je virtualna resničnost oblika realne resničnosti, niti ne njena komplementarna stran, temveč simetrija. Menim, da s pojavom virtualnih svetov več ne moremo govoriti o pravi – realni – resničnosti in nepravi – virtualni – resničnosti, temveč o dveh popolnoma enakovrednih resničnostih; od posameznika pa je odvisno, kateri bo dal prednost. Druga hipoteza, ki jo bom poskušala dokazati, je, da je človek v virtualnem svetu enako resničen kot tisti v realnem svetu.

2. Opredelitev pojmov

Obstajajo različne definicije virtualnega in kibernetnega prostora. Najbolj opazna razlika je v definiranju tega, kaj virtualna resničnost sploh je in kako se razlikuje od kibernetnega prostora. Glede na to, da želim obravnavati virtualne svetove, bom najprej skušala poiskati definicijo, kam se le-ti uvrščajo – ali gre za virtualno resničnost ali kibernetni prostor.

2.1. Virtualna resničnost (virtual reality)

Virtualna resničnost je prva nova raven objektivno deljive resničnosti fizičnega sveta, ki je dosegljiva človeštvu (Lanier v Kerckhove, 1992: 28).

Slovar slovenskega knjižnega jezika definira virtualno kot mogoče, potencialno. V vsakdanjem življenju pa se beseda "virtualno" nanaša na nekaj, kar naj bi obstajalo, vendar ni realno. Obenem pa je tudi pridevnik virtual (Oxford Advanced Learner's Dictionary, 1994) razložen kot biti ali vesti se kot nekaj, kar je opisano, ampak ni sprejeto kot tako (<http://sl.wikipedia.org/wiki/Virtualno>).

Pojem virtualna resničnosti je oksimoron: virtualno namreč pomeni nekaj, kar ni dejansko, realnost pa nekaj, kar je dejansko. Virtualna resničnost potem pomeni ne dejanska dejanskost (Weinmann, 2000: 330). Kaj je tisto, kar dela virtualno resničnost resnično?

Začetki razvoja virtualne resničnosti nas popeljejo med simulatorje kabin letenja za pilote bojnih reaktivnih letal in astronautov pri NASA. Sposobnost simuliranja je zelo pomemben dejavnik človeške zgodovine

in je v nekaterih pogledih celo socialni pogoj preživetja. Najmočnejša metafora, ki jo je virtualna resničnost doslej proizvedla, je dematerializacija sveta. V hipu nas lahko prerodi v novo (virtualno) telo in preseli v nov (virtualen) svet. V tej perspektivi je virtualna resničnost logični nasledek in zadnja stopnja človekove zgodovine osvajanja novih prostorov (Kokot, 1992: 7).

Virtualna resničnost uporabnika delno ali v celoti potopi v interaktivno, vizualno, umetno računalniško okolje; ni samo opazovalec statičnega zaslona, temveč aktivni udeleženec okolja, ki se odziva. Virtualna resničnosti ima tri bistvene komponente (Kitchin, 1998: 8):

- 1.) Vključuje uporabnika;
- 2.) Interaktivnost;
- 3.) Interakcijo v realnem času.

Glede na to definicijo, bi se virtualni svetovi lahko uvrstili v virtualno resničnost. Prebivalci teh svetov namreč so v njih vključeni, aktivni in sodelujejo v realnem času.

Kitchin (1998) je dejal, da je virtualna resničnost večinoma vizualna, ampak, da se znanstveniki trudijo, da bi vključili tudi zvok in dotik. Cilj je narediti takšen svet znotraj računalnika, ki bo enak realnemu.

Rosedalu iz San Francisca je leto za tem (1999) to res uspelo. Ustvaril je virtualni svet Second Life – svet, v katerega vstopamo preko spleta. V njem obstaja zvok, je 3D, uporabnikom pa ponujajo nešteto možnosti za uporabo. Danes je poleg Second Lifa na voljo že veliko število drugih virtualnih svetov: Active Worlds, Coke Studios, Cybertown, Disney's

Toontown, Dreamville, Dubit, Habbo Hotel ... Ti svetovi se razlikujejo med seboj po tem, kaj vse se da v njih početi – v najbolj razvitih se da pogovarjati, teleportirati, trgovati s pravim denarjem itd.

Nekateri svetovi so tudi čisto znanstveno fantastični, npr. Sony's Everquest in Vivendi Universal's World of Warcraft, drugi pa so namenjeni predvsem mlajši populaciji, npr. Disney's Club Penguin, Ganz' Webkinz in Mattel's BarbieGirls.com

(<http://www.forbes.com/forbes/2007/1224/103.html>).

Strehovec (1992) pojmuje virtualno resničnost kot-da-dejanskost sintetičnih, praviloma strojno generiranih svetov, ki je deterritorializirana od etnokulturalnega oziroma nevtralna do njega. Obenem pa poudarja, da virtualna resničnost soobstaja z danim realnim svetom. Torej se vstop v virtualno resničnost dogaja v realnem času, še več, istočasno smo v dveh svetovih hkrati, namreč zavest se preseli v virtualni svet in čas, medtem ko telo ostaja v realnem svetu in času.

Virtualni svetovi bi glede na definicijo Strehovca lahko bili virtualna resničnost. V njih vstopamo preko računalnika, v realnem času, naselimo pa se v nekaj virtualnega, kjer lahko živimo takšno življenje, kot ga želimo.

Nekatere definicije virtualne resničnosti pa vključujejo nepogrešljive elektronske vmesnike za vstop v to resničnost.

Gržinić (v Lenarčič, 2002: 8) meni, da uporabniki virtualne resničnosti s pomočjo monitorjev, ki so v polju pogleda, vidijo ustvarjen virtualni svet ter dele lastnega telesa (roke, telo ...) kot dele tega virtualnega sveta, hkrati pa jih s pomočjo elektronskih vmesnikov (podatkovna rokavica,

čelada, obleka ipd.) tudi občutijo kot take. "Uporabnik je potopljen v to virtualnost 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".

Glede na zgoraj navedeno definicijo virtualni svetovi ne spadajo v virtualno resničnost, ker za vstop v njih (še) ne potrebujemo podatkovne rokavice, čelade itd.

Strehovec (1999) na trditve o nujnosti strojne opreme pravi, da je virtualna resničnost večpomenski termin, ki ne označuje samo prav posebne strojne in programske opreme za vstop v okolja 3-D računalniške grafike in krmiljenja po njih. Marie-Laure Ryan v besedilu Interaktivna drama: narativnost v visoko interaktivnem okolju (v Strehovec, 1999), eksplicitno ločuje med virtualno resničnostjo kot tehnologijo in virtualno resničnostjo kot imaginarnim, fikcijskim svetom. Virtualna resničnost je zanjo samo »ena izmed oblik prenosa v virtualne resničnosti«, kajti vanje lahko vstopamo tudi preko romanov, filmov, iger, tematskih parkov in takšnih mentalnih aktivnosti, kot sta sanjarjenje in domišljija.

Ryan torej trdi, da obstajata dve vrsti virtualne resničnosti: kot tehnologija in kot imaginarni, fikcijski svet. V virtualne svetove človek vstopa s pomočjo tehnologije (računalnika), v njih pa lahko uporablja svojo imaginarno, fikcijsko stran. Če lahko v virtualno resničnost vstopamo preko romanov, filmov itn., je virtualna resničnost torej nekaj, kar se dogaja v realnem času in virtualno – ni otipljivo, materialno. Virtualni svetovi so tako tehnološka imaginacija.

Tehnomodelirana zaznava se oblikuje ob predmetih, situacijah in dogodkih, ki sodijo k povečani realnosti, ki jo lahko opredelimo v smislu dane realnosti plus umetnih realnosti. Tukaj ne rabimo govoriti dani realnosti plus umetne realnosti – ali o področju kontrastiranja in rivalstva med virtualnim in realnim, temveč kot možnost za – preprosto rečeno – povečanje našega sveta (in s tem naših sanj in svobode), s tem, ko realnosti dodajamo elemente virtualnosti in virtualnosti elemente realnosti (Strehovec, 1999).

Levy v Lenarčič (2002) definira virtualno kot tisto, ki obstaja potencialno in ne dejansko. Potemtakem je vsaka entiteta virtualna, če je deterritorializirana, sposobna manifestacij ob drugačnem času in kraju, ne da bi bila vezana na točno določen kraj ali čas. Na primer: kakor hitro informacija najde pot v kibernetiski prostor, postane virtualna, kar pomeni, da je takoj na voljo uporabniku, neodvisno od prostorskih koordinat njenega fizičnega medija (računalnika).

V tem smislu se je za tako imenovana mesta, ki se pojavljajo v kibernetickem prostoru, pojavil tudi izraz "virtualna mesta". Ta mesta namreč nimajo fizične lokacije, nimajo fizičnih prebivalcev, fizičnih trgovin ... pa kljub temu obstajajo in živijo, v nekaterih primerih celo zelo aktivno življenje.

Kaj virtualno resničnost, virtualne svetove, dela drugačne od ostalih medijskih izkušenj? Temeljna razlika je v tem, da ti svetovi uporabniku dovoljujejo eksternalizirati njegove imaginarne zmožnosti v nekem imaginarnem procesu. Obstaja dejanska interakcija med sanjajočim in sanjanim; sanje lahko postanejo resnične. V virtualni resničnosti lahko duh neposredno postane materija in najde konkretni izraz v okolju

uporabnika. To dovoljuje zasebnim izkušnjam, da postanejo javne in omogoča, da jih delimo z drugimi (Kerckhove, 1992: 26).

Virtualna resničnost pomeni osvoboditev človeškega telesa njegovih zemeljskih težav; možnost popolnega nadzora nad virtualnim svetom. Virtualna resničnost odpravlja naše telesne omejitve (Kokot, 1992).

Glede na zgoraj navedene definicije bi lahko rekli, da virtualni svetovi so neke vrste virtualna resničnost. Postavljeni so namreč v virtualno, navidezno okolje, ki ima z resničnim svetom številne skupne točke: v njem prebivajo resnični ljudje, v realnem času. V njih obstaja realna ekonomija, realne skupnosti, realno doživljanje prebivalcev. Sicer brez vmesnikov, ampak menim, da vmesnik ni zadosten pogoj, da virtualnih svetov ne moremo imeti za vrsto virtualne resničnosti.

2.2. Kibernetški prostor (cyberspace)

Besedo »cyberspace« oziroma kibernetški prostor je utemeljil pisatelj William Gibson v svoji knjigi Neuromancer. Opiše jo kot ogromno količino virtualne strukture podatkov, v katero so povezani milijoni ljudi, in ima obliko halucinacije, v katero ti ljudje privolijo in v katero so neposredno povezani preko svojih živčnih sistemov (Demšar, 1992: 107).

Kitchin (1998) definira kibernetški prostor kot novo obliko komunikacije preko računalnika in tehnologije virtualne realnosti – le-te omogočajo ljudem, da vstopajo v kontakt z drugimi ljudmi in da skozi računalniško simulirane svetove ustvarijo svojo virtualno prisotnost. Kibernetški prostor spreminja način našega življenja, tako, kot so ga avtomobili,

telefoni, in televizija. In še več kot to: te tehnologije bodo vplivale na življenje posameznikov ne glede na to, ali jih bodo uporabljali ali sploh želeli uporabljati; v naša življenja bo stopil kot naravna evolucija. Kibernetski prostor spreminja naše telo, identiteto, skupnosti in naravo. Ustvarja pa tudi nekatera pomembna vprašanja, povezana z demokratičnimi procesi, politiko, etiko, privatnostjo, zaupnostjo in odklonskostjo. Ponuja alternativne oblike komunikacije, sprostitev in dela – in jih tudi spreminja ter s tem briše meje med realnim in virtualnim.

Kibernetski prostor (po Kitchin, 1998: 2) lahko razdelimo na:

- 1.) Internet;
- 2.) Intranet;
- 3.) Virtualno realnost.

Vidimo, da virtualni svetovi spadajo v dve kategoriji: v internet in virtualno realnost. V njih lahko namreč vstopamo preko spleta, ampak so veliko več kot samo internetni kibernetski prostor. So 3D virtualni posnetek realnosti, v katerih dejansko živimo. Virtualni svetovi torej obstajajo v kibernetskem prostoru, v njih vstopamo preko interneta in sodijo v kategorijo virtualne resničnosti.

Prilagoditev in razvoj kibernetskega prostora je družbeno skonstruiran; na lokalni ravni s sodelovanjem individualnih oseb in institucij, v povezavi s širšo, bolj regionalno/globalno politično ekonomijo, in sicer skozi vlaganja, politiko, marginalizacijo, lokalne ekonomske pogoje in status (stopnja nezaposlenosti, revščine itd.), ter je odlična priložnost za lokalne in globalne trge. Kibernetski prostor ima tako pomembne implikacije na identiteto in skupnosti (Kitchin, 1998).

Levy (2001) ugotavlja, da se kibernetični prostor nanaša na svet digitalnih omrežij, opisanih kot bojišče med različnimi nacijami, skratka prostor globalnih konfliktov ter novih ekonomskih in kulturnih mej. Kibernetični prostor definira kot komunikacijski prostor, ki je dostopen preko globalne povezave računalnikov in računalniških spominov. Ta definicija vključuje vse elektronske komunikacijske sisteme (vključno z brezžičnimi omrežji in konvencionalnimi telefonskimi sistemi), ki lahko prenašajo informacije iz digitalnih virov ali virov, ki so namenjeni digitalizaciji. Torej je ena od temeljnih funkcij kibernetičnega prostora zagotavljanje dostopa do informacij na daljavo iz različnih (računalniških) virov.

Strehovec (1992: 43) pa za razliko od zgoraj naštetih definicij ima besedi »cyberspace« in »kibernetični prostor« za tehnologijo virtualne resničnosti. Omenja tudi razpravo Svet videa in fraktalni subjekt, ki jo je napisal Jean Baudrillard, v kateri je virtualno definirano kot tisto, kar »ni ne realno ne irealno, ne imanentno niti transcendentno, niti notranje niti zunanje«.

Stehovec tukaj ločuje besedi »cyberspace« in »kibernetični prostor«, vendar menim, da gre tukaj za isto stvar, pri čemer je ena beseda le prevod druge. Prav tako se ne strinjam s trditvijo, da je kibernetični prostor del virtualne resničnosti, ker je mnogo bolj obsežen – vsebuje namreč vso komunikacijo preko interneta, od elektronskih sporočil, do pisanja blogov itn. In vsaka komunikacija preko interneta ni virtualna resničnost.

Robins (v Kitchin, 1998: 22) dodaja, da si moramo zapomniti, da kibernetični prostor ni radikalno drugačen od realnega prostora – rečemo

lahko, da sobivata v simbiozi. Prav tako ni ločen od ekonomske realnosti realnega sveta.

Kibernetski prostor je torej prostor, preko katerega danes poteka večina komunikacije. Ni radikalno drugačen od realnega prostora, ker v njem sodelujejo realni ljudje v realnem času. Ni ločen od ekonomske realnosti, ker se v njem odvija realna ekonomija. In ni enak virtualni resničnosti, ker ni vsaka komunikacija preko kibernetskega prostora virtualna resničnost.

V nadaljevanju naloge se bom torej držala definicije da virtualni svetovi obstajajo v kibernetskem prostoru, v njih vstopamo preko interneta in zaradi 3D virtualnega posnemanja realnosti, v katerih dejansko živimo, sodijo v kategorijo virtualne resničnosti.

2.3. Realno

Če smo definirali virtualno resničnost in kibernetski prostor, pogledjmo, kaj opredeljuje realnost.

V formalni zavesti je vkoreninjeno mnenje, da je »realno« to, kar je konkretno doživljeno (aisthesai = doživeti). V kolikor bomo imeli alternativne svetove za lepe, toliko bodo tudi resničnosti, znotraj katerih živimo. »Digitalni videz« je svetloba, ki osvetljuje zevanje praznine, ki nas obdaja. Mi sami smo torej žarometi, ki si v nasprotju z ničem in v niču izmišljamo alternativne svetove (Flusser, 1992).

Če je naša realnost razumljena kot prostor, kjer imamo vzroke in posledice, potem kibernetski prostor predstavlja paralelno realnost, kjer

ni zakonov fizike. V virtualnih prostorih čas in prostor več nista pomembna. In ta svet tudi ne potrebuje korespondence z realnim svetom. Virtualni svetovi lahko premagajo percepcijo fizičnega prostora; v njih lahko potujemo s svetlobno hitrostjo, ni gravitacije, ponovno lahko ustvarimo Zemljo, kakršna je bila 200 milijonov let nazaj itd. (Holtzman, 1997: 47).

Virilio (v Kitchin, 1998) pravi, da virtualnost ne bo nikoli simulacija realnosti, temveč njena substitucija. Obstajali bosta dve realnosti: dejanska in virtualna. In pri tem ne gre za simulacijo realnosti, temveč za koeksistenco dveh različnih svetov.

Virtualni svetovi niso nek nadomestek prave realnosti. Tudi ne morejo biti, ker fizično telo samo v virtualnem svetu ne more preživeti, saj ne more zadovoljevati svojih fizičnih potreb. Virtualni svet tako ne more povsem nadomestiti fizičnega sveta ravno zaradi nenadomestljive materialnosti fizičnega sveta. Vendar to še ne pomeni, da je virtualni svet manj realen od realnega sveta. V njega vstopajo realni ljudje, živijo realno življenje, v realnem času. Virtualni svet se pravzaprav skoraj v ničemer ne razlikuje od realnega sveta. Naše zmožnosti (dotik) so sicer omejene, ampak so dodane nove (lahko letimo, se teleportiramo) itd. Zaradi pomanjkanja fizičnega stika z navideznim svetom ne moremo trditi, da je tisti svet manj realen, ker naše realnosti ne definira zgolj materija in dotik le-te. Je pa res, da samo v virtualnem svetu ne moremo obstajati. Moramo imeti fizično telo v realnem svetu, da se potopimo v drug svet. Najmočnejša odvisnost med realnim svetom in virtualnim svetom je ravno v obstoju našega fizičnega telesa, ki se potem lahko potopi v virtualni svet.

V nadaljevanju naloge bom skušala pokazati, da je virtualni svet enakovreden realnem svetu – in pri tem sprejela definicijo Virilia o obstoju dveh realnosti: dejanske in virtualne.

2.4. Tehnokultura

Na tem mestu bi dodala še kratek opis današnje kulture, ki jo lahko imenujemo kar tehnokultura. Opis je pomemben za razumevanje virtualnih svetov in oblikovanje svojega drugega jaza v teh svetovih.

Prehod od elektronskih tehnik, televizijskih in video podob, k digitalnim, sintetičnim tehnologijam in estetikam ter spremembe konceptov časa, prostora in posameznikove identitete, povratno učinkujejo tudi na kulturo, umetnost in filozofijo. Tehnokultura, še posebno v današnji kibernetični različici, se univerzalizira in globalizira, njeni obrati pa imajo vrsto posledic. Strehovec (1992) navaja naslednje:

1. antropološke: ker tehnologija poseže v telo z biokompatibilnimi vsebinami, začnemo problematizirati področje naše identitete. Meja telesa se ne konča več s kožo, saj si lahko omislimo številne protetične pripomočke, ki razširijo naše polje zaznavanja. S tem se zabriše razlika med osebo in njenim klonom v kiberprostoru. Takšna oseba je prerazdraženi posameznik, preobtežen z najrazličnejšimi in najraznovrstnejšimi dražljaji, kar pomeni, da dotekajo s tako intenzivnostjo, da jih oseba ne more predelati in odvajati. »Posameznikova temeljna situacija je priključenost na informatične (pametne) stroje, kar implicira svojevrstno negibnost posameznika, ki je postavljen celo v paradoksalni položaj, da je informiran in svet ima, če je doma, se pravi na mestu koncentriranih mrežnih priključkov, izgubi (se

pravi zamudi) pa ga, če gre ven, recimo na trg ali v parlament« (Strehovec,1998:57,58).

2. filozofske: spremenjen odnos do sveta in spremenjeno življenje samo porajata nova filozofska vprašanja. Na primer, kakšno je življenje sredi nematerialnih, podatkovnih mrež; o času intenzivnega videesignala in informacij, kako se spremeni zaznava okolja, na katerega se lahko priključimo s posebnimi vmesniki (npr. podatkovna rokavica, stereoskopska očala) ...

3. sociološke: tudi družba se je spremenila, postala je bolj disperzna, s številnimi interaktivnimi informatičnimi mrežami, virtualnimi skupnostmi, ki se ne menijo za politično ali geografsko pozicijo, saj se umeščajo v kiberprostor. Te skupnosti lahko nastanejo iz poljubnih interesov združevanja na podlagi političnih, religioznih, seksualnih afinitet, ali pa iz čiste zabave.

4. politične: ne obstaja več neka nacionalno – državna enota. Nadomestila jo je transnacionalna in virtualno – družbena tvorba v kiberprostoru. To odpira vprašanje politike, ki poteka v mikročasu, v živo in znotraj univerzalnega časa globalnih novomedijskih mrež. To je politika, podprta z visoko tehnologijo. Zahteva tehnikodirane odgovore v kar najkrajšem času, saj za počasen in, spričo pojava dominacije majhnega števila multinacionalk, neučinkovit nacionalni parlamentarizem ni več časa.

5. vojaške: pojavi se nov tip vojne z inteligentnimi, nevidnimi in varljivimi orožji, namenjenim tudi za slepljenje, ustrahovanje in manipulacijo z

nasprotnikom. Taka vojna se dela v živo in v tesni medijski povezavi (primer zalivskih vojn).

6. urbanistične: pojavi se nov tip mesta, ki se gosti okoli komunikacijskih vozlišč in virov znanja (npr. inštitutov ali univerz) in nov tip gradnje »pametnih« hiš z mrežnimi priključki, visoko stopnjo informatične komunikativnosti z inteligentnimi, okolju prilagodljivimi fasadami iz novih materialov. Glavna ideja nove arhitekturne paradigme se ujema z današnjim načinom življenja: čim večja hitrost informacijskega signala, zato postaja v določenem smislu tekoča, prenosljiva in usmerjena k nematerialnim nosilcem.

7. ekonomske: prehod od realne (nacionalne, politične) ekonomije v virtualno ekonomijo, ki se ne nanaša več na realno bogastvo, infrastrukturo materialne produkcije, ampak poteka na ravni divjih in ekstatičnih, z vrednostmi in z drugimi operacijami, čistih špekulacij, ki so pogosto usmerjene v destrukuiranje vrednosti in k destabilizaciji realnih trgov in ekonomij.

8. estetske: gre za prehod k izrazito estetski in ludični kulturi; estetiziran način življenja in igra postaneta vodilni vsebini življenja, ki tudi potekata v skrajno estetiziranih umetnih okoljih, v katerih je celo tako profano početje, kot je nakupovanje, transformirano v estetski dogodek. Na področju umetnosti ta obrat pomeni usmeritev k interaktivnim in digitaliziranim delom – to so programi in situacije, ki s svojo ekstremnostjo delujejo na naše čute. Umetnost se preseli na medmrežje: tehnoliteratura, nastanejo virtualna gledališča, umetniško oblikovane spletne strani, ki zmanjšujejo vlogo avtorja in povečujejo bralčevo kompetenco. Ta lahko po svoje izbira dele teksta, jih po svoje preoblikuje

in se tudi takoj odzove avtorju preko elektronske pošte (Strehovec v Leben, 2003: 13-16).

Razvoj tehnokulture pa ni edina pomembna sprememba, ki je posledica razvoja tehnologije. Med bistvenimi spremembami, ki so sploh omogočile razvoj virtualnih skupnosti in virtualnih svetov je pojav t. i. Web 2.0.

2.5. Web 2.0

Vsekakor lahko rečemo, da je razvoj virtualnih svetov omogočil t. i. Web 2.0. S tem izrazom označujemo ekonomske, družbene in tehnološke trende, ki tvorijo naslednjo generacijo interneta – bolj zrel medij, ki vključuje uporabnikovo aktivnost in odprtost (vir: IBM).

Web 2.0 je nov način uporabe svetovnega spleta. Ta pojem je prvič uporabil Tim O'Reilly leta 2004, lastnik podjetja O'Reilly Media, s pomočjo katerega objavlja svoje poglede na spremembe pri kreiranju in uporabljanju spletnih tehnologij.

Web 2.0 je povzročil razširitev oblikovanja socialnih mrež in kreiranja novih spletnih skupnosti, razširil poslovanje podjetij, ter predvsem internet naredil za bolj interaktiven medij, s praktično neomejeno količino podatkov. V povezavi z neomejenim dostopom do informacij so se tako pojavile internetne strani, ki nam na najhitrejše načine ponujajo informacije, ki jih iščemo. Pojavile pa so se tudi strani, na katerih se oblikujejo posebne skupnosti ljudi, ki jih povezuje nek skupen interes – predstaviti se svetu in preseči lokalno, teritorialno skupnost. V teh skupnostih je lokalno preteklost – socialne mreže so globalne, povezave med ljudmi, ki so praktično tujci, ki se na štiri oči še nikoli niso videli, pa močne. Te strani so zelo obiskane in zato privlačne za številne



oglaševalce oziroma podjetja. V zadnjem času so se zaradi ekonomskih razlogov vrstili številni prevzemi najpopularnejših internetnih strani; seznam najpogostejših prevzemov v Web 2.0.

- Google je kupil Blogger, znesek prevzema ni znan. Google je prevzel tudi Jotspot – tudi tukaj znesek ni znan. Med največjimi prevzemi Googla pa je vsekakor YouTube, ki ga je Google odkupil za 1.6 milijarde ameriških dolarjev.
- Yahoo je kupil Flickr, in sicer za 50 milijonov ameriških dolarjev in Del.icio.us za 30 milijonov ameriških dolarjev, vendar ta podatek ni potrjen.
- EBay je prevzel Skype, za neznan znesek.
- News corporation Ruperta Murdocha pa je kupila MySpace za 580 milijonov ameriških dolarjev.

Pojav Weba 2.0 je razširil konverzacijo uporabnikov interneta, spletne skupnosti in sodelovanje med uporabniki. Je tudi vzrok za nastanek številnih spletnih skupnosti, kot sem že omenila.

2.5.1. Spletne skupnosti

Razvoj web 2.0 je pripeljal do razvoja številnih spletnih skupnosti. Spodaj so prikazane najbolj popularne spletne skupnosti v ZDA in Evropi (vir: comSource Media Metrix, IBM).

	Visitors / month (1000s)	Time spent (in minutes)		Visitors / month (1000s)	Time spent (in minutes)
Total	174 199	1 764,9	Total	217 626	1 313,2
MySpace.com	60 887	234,6	YouTube.com	42 822	70,0
YouTube.com	29 587	59,3	Windows Live Spaces	35 933	16,0
Facebook.com	19 105	150,4	MySpace.com	17 933	81,3
Windows Live Spaces	9 589	17,3	AuFeminin.com	17 500	n/a
Xanga.com	4 588	25,4	StudiVZ.net	2 034	140,9
MyYearbook.com	4 078	12,5	Facebook.com	1 754	104,3
LiveJournal.com	3 498	23,1	Xing.com	964	26,9
LinkedIn.com	872	8,0	LinkedIn.com	548	9,3

Akademiki trdijo, da kibernetiski prostor oblikuje nove oblike skupnosti – omogoča namreč virtualne skupnosti, ki so oblikovane neodvisno od prostora in temeljijo na novih modelih interakcije ter novih oblikah družbenih odnosov (Kitchin, 1998: 86).

Iznašli so že tudi novi izraz za proces komunikacije preko računalnikov, in sicer »compucation«. »Compucation« tako združuje komunikacijo in računalnike; vsak dan se preko interneta prenese na milijone elektronskih sporočil. Podjetja, ki se specializirajo v zagotavljanje spletnih informacij in zabave, imajo vedno več naročnikov. Vsak dan in vsako noč se na milijone ljudi iz celega sveta prijavi v spletne klepetalnice in trgovine, ljudje berejo novice preko interneta, igrajo spletne igre, sodelujejo pri spletnih konferencah in izmenjujejo informacije. (Weinmann, 2000: 324).

Nekateri utopisti, kot je Howard Rheingold, menijo, da komunikacija preko računalnikov predstavlja priložnost za obnovo pomena in izkustva skupnosti, ki hitro izginja iz naših življenj. Prostore, kjer smo se običajno srečevali, pogovarjali in izmenjavali informacije, so zamenjali virtualni prostori. Nove skupnosti po Rheingoldu (2004) temeljijo na skupnih interesih ljudi in podobnosti med njimi. Posamezniki se tako lahko aktivno priključijo in sooblikujejo skupnost ter izberejo, s kom bodo imeli stike. Skupnost je tako mreža socialnih odnosov, v kateri so posamezniki povezani v močne, kohezivne skupine. Rheingoldova vizija je globalna družba; skupnosti ne bodo več lokalne, temveč globalne.

Holtzman (1997) piše, da internet ponuja nove oblike skupnosti, ki so neodvisne od časa in prostora ter tudi tradicionalnih družbenih ovir – identitete posameznikov v njih namreč nikoli niso povsem razkrite, temveč so projekcija besed in slik. Identiteto si lahko tako povsem izmisliš.

Vendar zaradi anonimnosti ne moremo trditi, da so spletne identitete izmišljene. Še vedno za njimi stojijo realni ljudje, z realnim življenjem. Če se na spletu (tudi v virtualnih svetovih) predstavljajo kot nekaj drugega, kar so v resnici, je to prav tako realno kot to, kar so v realnosti, o čemer bom govorila tudi v enem izmed prihodnjih poglavij.

3. Virtualni svetovi

V računalniški umetnosti je vidno naslednje: čim lepši je digitalni videz, tem realnejši in resničnejši so projicirani alternativni svetovi (Flusser, 1992: 67).

Podobnost virtualnega sveta z dejansko realnostjo je torej nujna, da se v njega vključimo kot aktiven prebivalec in v njem živimo svoje drugo življenje.

John Conway je konec šestdesetih let prejšnjega stoletja ustvaril eno prvih računalniških iger in jo poimenoval Life. Čeprav je Life neinteraktivna igra, v kateri igralec ne sodeluje, temveč le opazuje dogajanje, je zaradi raznolikosti vzorcev in njihove edinstvenosti – igra se vsakič drugače začne in razvija – med računalnikarji postala kulturna. Obstaja še kopica drugih podobnih sistemov, ki so bili sprva računalniške igre, kot so Core Wars, Water, Flibs in 3D-Life. Med hackerskimi krogi krožijo mnoge računalniške igre, ki v marsičem spominjajo na umetno življenje (Pirc, 1993).

Strehovec (1992) meni, da je današnja kultura kultura iger. Ta njena narava je celo ontološko pogojena, kajti virtualni svetovi so okolja, »odrešena« svinčene teže realnega. Njihovi uporabniki postavljajo v oklepaje zahteve realnosti, ravnodušni so do njih, in prav takšen odnos je bistven za vstop v kulturo iger, kjer stopijo v ospredje interesi za videz, za utvarno, za irealno, za dogodkovno, za kot-da-bivajoče, prav tako pa tudi smisel za upoštevanje pravil in za prepustitev zaključenim svetovom

iger. Virtualni svetovi so tako eminentna igrišča, njihovi udeleženci pa so igralci, ki morajo poznati vrsto pravil, potrebnih za vstop v takšne svetove in ravnanje v njih. Za virtualne igre je značilna tako eksaktnost pravil kot vrtoglavični zanos ekstaze (Strehovec, 1999: 17-18).

Strinjam se, da so virtualni svetovi neka eminentna igrišča in da za vstop v njih potrebuješ računalniško pismenost in dober računalnik. In treba je vedeti, da v virtualnih svetovih ne gre za igro, ker nikoli ne moreš zmagati in nikakor ne moreš izgubiti. Prav tako ne drži, da udeleženci kot igralci v njih morajo poznati vrsto pravil. Virtualni svetovi so namreč osnovani na eni preprosti ideji: vsak si znotraj virtualnega sveta ustvarja svoj svet, vsak si ustvarja svoja pravila, svobodno izbira, s kom se bo družil in povezoval ter kje bo živel. Virtualni svet je sicer res posnetek realnega sveta, vendar so mu odvzete nekatere negativne lastnosti realnega sveta. Tukaj se seveda takoj pojavi vprašanje, koliko je človek res svoboden v takšnem svetu – nanj bom skušala odgovoriti v poglavju o človekovih pravicah v virtualnih svetovih.

Andrej Škerlep je (v Erjavec, Volčič, 1996) evolucijo interneta v devetdesetih letih poimenoval prehod od starega na nov internet. Škerlep tudi trdi, da on-line aktivnosti dajejo bolj ali manj enake možnosti kot v realnem življenju. Temeljna pomanjkljivost interneta pa je nezmožnost oblikovanja tridimenzionalne fizične realnosti. Toda kibernetični prostor daje tudi nove možnosti za aktivnosti, ki niso le podvojitev realnega življenja, ampak omogočajo tehnološko razširitev teh aktivnosti.

Danes je tridimenzionalno fizično simulirano 3D okolje realnost. Z virtualnimi stroji vstopamo v virtualne svetove, jih testiramo in naseljujemo in s tem zavzemamo alternativno držo do sveta prve

(prirojene), druge (industrijsko producirane) in tretje (informatično generirane) narave. V teh svetovih živimo že več časa in bolj intenzivno kot v prvih, ustaljenih svetovih (Strehovec, 1992: 45).

Obstajajo svetovi, ki smo si jih sami zamislili in ki niso, kot svet, ki nas obdaja, nekaj danega. Alternativni svetovi ne oblikujejo nikakršne danosti (podatkov), ampak nekaj, kar je ustvarjeno umetno (dejstva). Do teh svetov smo nezaupljivi, ker smo tudi sicer nezaupljivi do vsega umetnega. To nezaupanje lahko postavimo v primernejši kontekst: gre za nezaupanje starega, subjektivno in linearno mislečega človeka, ki se zaveda zgodovine, do novega, ki prihaja do izraza v alternativnih svetovih, ki jih ne moremo zajeti s podedovanima kategorijama, kot sta »objektivno«, resnično, ali »simulacija« (Strehovec, 1992: 60 - 67).

Seveda se pojavi tudi vprašanje, zakaj si ustvariti svoje drugo življenje, ki je ločeno od materialne realnosti? Holtzman (1997: 43) ponuja naslednji odgovor: cilj virtualnega sveta je, da ustvarimo izkušnjo, ki se zdi resnična. To nam nudi nove načine izražanja, nove načine komuniciranja, nove načine razmišljanja. Naša identiteta dobiva virtualne razsežnosti – fragmente, ki jih v realnem življenju zaradi norm ne bi želeli pokazati, lahko izrazimo v virtualnem. Virtualnost nima fizičnih meja.

3.1. Razvoj virtualnih svetov

Pojav 3-D interneta ima svoje korenine v pojavu zelo popularnih spletnih iger, ki so izkoriščale prednosti 3-D tehnologij in pospeševale zahtevo po skupinskem delu in sodelovanju. Ti faktorji so nam prinesli naslednjo stopnjo v evoluciji interneta (vir: IBM).

Od že omenjenega Gibsonovega Neuromancerja leta 1984, do Beshenjevega RIMA leta 1994, vsi posnemajo naš realni svet.

Svet je dejansko postal razprostorjen (displaced, disembedded) – ni več fizičnih meja, javni postori srečevanja so redefinirani, pravila samopredstavljanja se temu primerno spremenijo, tako da so vedno bolj potrebne tudi nove definicije skupnosti in urbanega življenja, kajti telekomunikacijske naprave imajo drugačno fizično strukturo in delujejo pod drugačnimi pogoji, kot smo jih poznali do sedaj. Hkrati s temi procesi se spreminja tudi objekt preučevanja, ki so ga po tradiciji preučevali prostorski analitiki, kar kaže na pomembnost preučevanja načinov, s katerimi telekomunikacije spreminjajo strukturo in dinamiko današnjih mest (cit. po Lenarčič, 2002: 5).

Na spletu obstaja že veliko virtualnih svetov: Active Worlds, Coke Studios, Cybertown, Disney's Toontown, Dreamville, Dubit, Habbo Hotel, The Manor, Mokitown, Moove, Muse, The Palace, Playdo, Second Life, The Sims Online, Sora City, There, TowerChat, Traveler, Virtual Ibiza, Virtual Laguna Beach, Virtual Magic Kingdom, Voodoo Chat, VPchat, VZones, Whyrobbierocks, Whyville, Worlds.com, Yohoho! Puzzle Pirates itn.

Tudi Sony je napovedal, da bo predstavil lasten virtualni svet, imenovan Home, ki je namenjen lastnikom igralne konzole Playstation 3. Ti bodo lahko ustvarili ljudem podobna bitja in jim kupovali oblačila, pohištvo in video posnetke. Za razliko od podobnih virtualnih svetov bo Sonyjev dajal več poudarka video igram in drugim digitalnim vsebinam, kot so filmi in glasba. (vir: www.agencijanet.si).

Skupno vsem tem virtualnim svetovom je, da uporabnikom nudijo pobeg iz realnega, materialnega sveta in ustvarjanje novega, virtualnega življenja, z virtualnimi prijatelji, virtualnimi skupnostmi, virtualnimi izkušnjami.

4. Virtualni človek

Lahko bi rekli, da so virtualni svetovi neke vrste skupnosti. V virtualnih svetovih nastajajo virtualne skupnosti, ki jih definirajo virtualna teritorialnost (oziroma različni virtualni svetovi), virtualna kultura in virtualno sklepanje vezi oziroma virtualna komunikacija.

Virtualna resničnost in virtualni svetovi so lahko temelj za razvoj novih in nadomestnih oblik skupnosti. A. R. Stone (v Weimann, 2000: 346) pravi, da virtualne skupnosti predstavljajo fleksibilno, živo in praktično adaptacijo realnega okolja, v katerega stopajo osebe, ki iščejo drugačno obliko skupnosti. Ti ljudje iščejo inovativne rešitve za socializacijo. Virtualne skupnosti kibernetškega prostora živijo na meji med fizično in psihično kulturo.

Rheingold (2000: 346) meni, da je vzrok nastanka takšnih virtualnih skupnosti pomanjkanje življenja ljudi v realnih skupnostih. Uporabo komunikacije preko računalnikov vzpodbujajo rastoče se skupnosti, medtem, ko javni prostor izginja iz našega realnega življenja. Rheingold tudi poudarja pomembnost prostorov, kjer se srečujemo z drugimi ljudmi, in verjame, da virtualni prostori lahko postanejo eden od neformalnih javnih prostorov za druženje, kjer ljudje lahko nadomestijo tisto, kar jim je bilo odvzeto s krčenjem javnih prostorov. V virtualnem svetu lahko najdemo vrednote in ideale, ki so se zgubili v realnem svetu, nove skupnosti se tvorijo na podlagi skupnih interesov, ne pa na podlagi teritorialnosti.

Rheingold gre še dalje in reče, da so virtualne skupnosti v bistvu nova oblika skupnosti.

Virtualne skupnosti so – glede na to, da so v njih predvsem ljudje iz bolj razvitih delov sveta, ker je za vstop v njih potreben internet – pogojene s kulturo zahodnega sveta.

Evropocentrizem pomeni, da na obravnavan problem gledamo z zornega kota Evrope ter samo in zgolj s tega zornega kota. Samo ta zorni kot je pravilen. Samo ta zorni kot je tudi upoštevan. Stvari so takšne, kot se zdijo ljudem v Evropi. Samo to je prav. Samo to je res. Takšna drža je zahodnjakom tako domača, da se jim z njo ne zdi prav nič narobe. Seveda je pravilen življenjski slog zahodnjakov in ne življenjski slog drugih narodov in kultur, denimo islamske. In seveda je razvoj, kakršnega poznajo zahodne družbe, edini pravi. To je način, ki ga morajo privzeti tudi druge družbe, saj to zanje pomeni napredek, razvoj (Godina, 2005).

Tako, kot je evropocentrizem mišljenje, da je Evropa središče sveta, druge rase – neevropejci pa necivilizirani, tako virtualni svetovi, virtualne skupnosti gojijo nek etnocentrični odnos do ne-virtualnega in obratno – tudi ne-virtualne skupnosti lahko gojijo etnocentrični odnos do virtualnih. Lahko bi rekli, da so virtualne skupnosti celo bolj močne kot ne-virtualne, saj ljudi v njih združujejo neki skupni interesi, podobnosti, ne pa samo naključna teritorialna pripadnost. Ljudje, ki živijo tudi svoje drugo življenje v različnih spletnih skupnostih menijo, da so bolj napredni od tistih, ki tega ne delajo. Komunicirajo z ljudmi s celega sveta, s svojimi avatarji sklepajo virtualna prijateljstva, oblikujejo skupnosti in poslujejo v tem svetu. Virtualne skupnosti določajo napredne standarde življenja in so

nadgradnja zahodnjaškega načina življenja. Virtualno je nad ne-virtualnim, je nekaj več, nekaj, kamor predvsem zaradi fizičnih omejitev, ne more vsak.

4.1. Zgodovina virtualnega človeka

Weinmann (2000: 335) pravi, da je projekcija našega ega v virtualno telo ali kakršnikoli drug virtualni prostor čisto nov fenomen – takšno virtualno telo v virtualnih skupnostih imenujemo avatar.

Zgodovina avatarjev Second Lifa sega vse do antike, do Ovidijevega Pigmaliona, ki si je izdelal tako lep marmorni kip, da se je vanj zaljubil. njegove solze in prošnje so Venero končno prebudile v resnično življenje (Vertnik, 2007).

Hrepenenje po prekoračitvi meje med organsko in anorgansko naravo je pomešano z vizijami ljudi strojev iz začetka industrijske dobe. Leta 1992 je Neal Stephenson napisal znanstvenofantastični roman Snow crash, ki je nekakšen predhodnik Second Lifa – v njem so ljudje iz brutalne kapitalistične resničnosti vstopali v Metaversum, kjer so začenjali novo življenje kot avatarji (Vertnik, 2007).

Z avatarjem se človeško telo osvobodi njegovih zemeljskih težav, v virtualnem svetu dobi nad svojim telesom namreč popoln nadzor, ki ga v realnem svetu nima. Potuje po drugem realnem svetu, ki poteka v realnem času, v katerem živijo realni ljudje, v fizično definiranih okoljih, ki so skoraj identična slika fizičnega sveta, pa vendar neotipljivi, bivajoč nekje tam zunaj.

4.2. Razlogi za selitev v virtualni svet

Martina Vertnik (2007) piše, da so udeleženci virtualnega sveta le-tega napolnili z narcističnimi samopodobami nadarjenih, lepih, hedonističnih umetnih jazov. Drugo življenje je tako postalo v prvi vrsti velikanski digitalni ples v maskah, navadni ljudje prvič postanejo tisto, kar je bilo rezervirano zgolj za zvezde; nadzorujejo lastno podobo, pošiljajo svoje maske v javnost in tvegajo aplavz ali zavrnitev. Avatara je sicer pri hinduistih utelešenje boga v človeški ali živalski podobi (Vertnik, 2007).

Da je svet oder in da so moški in ženske v njem igralci, je menil že Shakespeare. Virtualne krinke v resničnem svetu imajo dvojni učinek: skrivajo pravi jaz in ga prikazujejo v drugačni luči.

Vendar ali je to edini razlog, da ljudje vstopajo v virtualne svetove?

Igralčev alter ego iz pikslov, oziroma avatar, vstopa v virtualni prostor z značilnim iniciacijskim obredom. Pri vhodu je treba zunaj pustiti telo, obraz, oblačila in identiteto. Igralci tudi spremenijo ime, obliko, prostor in čas. Izvedenec za nove medije, Rik Riel meni, da je vsako leto, preživeto v Second Lifu, enako petim letom navadnega življenja (Vertnik, 2007).

Zgraditi si novo identiteto v Second Lifu ni težko. Podjetje Linden Lab je uporabnikom ponudilo na izbiro številne oblike avatarjev in oblačil; lahko si moški, ženska, žival ali kakšno pravljico bitje.

Ljudje se po Second Lifu premikajo s pomočjo teleportiranja, letenja ali hoje.

Leary (v Sheff, 1992: 23) meni, da s tem, ko človek stopa v virtualno sfero, nastajajo nove ravni intimnosti, nova estetika in etika. Obstajajo virtualni plagiati, virtualna nevljudnost, razvijajo se nove vrste razmerij. V virtualnem svetu bomo mogoče slekli vse naše resnične obleke.

Raziskovalci menijo, da bo v kibernetnem prostoru identiteta, ki je bila nekoč razumljena kot nekaj stabilnega, racionalnega, usmerjena in avtonomna, postala nestabilna, multipla, razpršena, fluidna in manipulativna. Razlogi za to so v novi naravi komunikacije in relativni avtonomnosti, ki omogoča, da si sprejet na podlagi svojih besed, ne pa na podlagi videza ali naglasa (Kitchin, 1998: 11).

V virtualnem svetu si lahko ustvarimo identiteto, ki ni nujno enaka tisti iz realnega sveta – lahko si izmislimo starost, spol izgled, poklic itd. Virtualni prostor je tako prostor za eksperimentiranje in raziskovanje. Raziskujemo lahko različne vidike sebe in svoje identitete. Z eksperimentiranjem lažnih identitet lahko razočarimo tiste, s katerimi komuniciramo (Weinmann, 2000: 335).

V virtualnem svetu je lažje ustvariti lažno identiteto kot v realnem svetu. Predvidevamo lahko obstoj več identitet znotraj posameznika. Čeprav v realnem svetu multiplo osebnost povezujejo z duševno boleznijo, dokazov o posledicah več identitet, ki jih gradimo preko interneta, ni (Weinmann, 2000: 336).

4.3. Koliko resničen je virtualni človek?

Nekateri vstopajo v virtualni svet da bi na novo zaživali v okolju, kjer jih nihče ne pozna, drugi pa se resničnosti ne želijo izmakniti, temveč v virtualnem svetu vidijo priložnost za nadgradnjo resničnega življenja.

Ljudje oblikujejo svojo identiteto na podlagi tega, kar so oziroma tega, kar mislijo, da so. Kibernetske tehnologije so pomemben medij, ker nam dovoljujejo, da raziskujemo, kdo v resnici smo in ker nas spreminjajo. V virtualnem svetu sta fizično in materialno presežena (Kitchin, 1998).

Težko je reči, da so naše spletne identitete čisto drugačne od identitet, ki jih imamo, ko smo utelešeni v realnem svetu; živeti on-line ne izbriše osebe in imobilizira telesa in vsakdanje zavesti. To pomeni, da se ne spremeniš kar v nekoga drugega. Sobchack (v Kitchin, 1998) pravi, da mi ne samo, da imamo telesa, mi smo naše telo. Pri vstopu v virtualne svetove telesa ne moremo pustiti za sabo, kar pomeni, da v njih vstopamo s celim telesom, ne samo z našimi očmi in možgani.

V virtualnih svetovih govorimo o realnih ljudeh, ki uporabljajo pravi denar, in ki živijo alternativno življenje preko internetne komunikacije kot avatarji, ki se gibljejo in pogovarjajo v realnem času.

Nedavna raziskava podjetja Global Market Insite, ki je potekala na 9.529 prebivalcih Second Lifa je pokazala, da si jih 45 odstotkov naredi bolj privlačnega avatarja, kot so v realnem življenju, 37 odstotkov si ustvari mlajši videz, 23 odstotkov pa si izbere drugo rase. 22 odstotkov jih trdi, da ima več prijateljev v virtualnem kot realnem svetu in pri 29 odstotkih je

njihovo virtualno življenje povezano z realnim življenjem (<http://www.miamiherald.com>).

»Milijoni ljudi po celem svetu, ki živijo v virtualnih svetovih, jemljejo le-te zelo resno kot novo obliko zabave, komunikacije in socialne interakcije,« meni Beth Coleman iz Massachusetts instituta za tehnologije. Coleman pravi, da so nekaj let nazaj ti ljudje, ki se sedaj pojavljajo v virtualnih svetovih, igrali fantazijske igrice, s fantazijskimi avatarji. Sedaj pa se je pojavil trend oblikovanja bolj realističnih reprezentacij. Razlog za to je v tem, da ljudje več nočejo bežati od tega, kar so in kako izgledajo, temveč želijo izbrati, kje bodo preživel svoj čas (<http://www.miamiherald.com>).

Avatar je torej pobeg od samega sebe, ampak tudi naša personifikacija. Vpliv je dvosmeren (Lichtig, 2007).

4.4. Človekova identiteta

Holtzman, (1997: 39) meni, da naša celotna identiteta izhaja iz različnih fragmentov in je povezana v mrežo, ki tvori kompleksno celoto. V kibernetnem prostoru se te identitete prepletajo.

Južnič (1993) pravi, da je človekova individualna identiteta uokvirjena z dvema procesoma: po eni strani je to kontinuiteta, po drugi pa diferenciacija. S kontinuiteto zaznamujemo človekovo istost skozi telo, ko govorimo o diferenciaciji pa mislimo na razlike skozi čas človekovega življenja.

Južnič (1993) še pravi, da je za naš čas značilna premakljiva identiteta, ki je nestalna, prilagodljiva in v tem smislu nekonkluzivna. Temeljni

razlogi zanjo so splošna mobilnost sodobne razvite družbe, spreminjanje položaja posameznika v procesih družbenih sprememb, lažji prehodi iz kraja v kraj (teritorialna mobilnost), mobilnost glede zaposlitve, možnosti spreminjanja družbenega statusa v raznih oblikah horizontalne in vertikalne mobilnosti.

Virtualna življenja ljudi pa kažejo, da so naše identitete premakljive tudi v virtualnost, kjer nastane tvorba naših realnih in fiktivnih identitet.

V človeku vedno poteka medsebojno prepleteno identificiranje s samim seboj in hkrati v odnosu do drugih in skozi te druge. Družba nesprestano bedi nad identiteto posameznika. Vrednoti jo, potrjuje, včasih zanika in pogosto spreminja (Južnič, 1993:106).

Subjektivni občutek identitete kot samoprepoznavanja pri človeku pravzaprav ni ustaljen, ker ga ni mogoče ločiti od človekove želje biti »drugačen«. V prvi vrsti to zadeva razne vrste človekovega sprenevedanja in pretvarjanja. Samozavedajoči človek se torej lahko pretvarja, česar pa ne počne le pred drugimi, lahko počne to tudi sam pred seboj. Človek ima tudi izjemne sposobnosti »igranja«. Lahko si predstavlja, da je nekdo, pa to ni, oziroma prikriva tisto, kar dejansko je. Pogosto za civiliziranega človeka pa je neprestano zamenjevanje pristnega z zaigranim. Bistvenega pomena za zasebno identiteto je potemtakem dejstvo, da je človek kot samozavedajoče se in avtorefleksivno bitje skoraj vedno v stanju neavtentičnosti (Južnič, 1993: 110-111).

Južnič (1993) še pravi, da je poseben vidik neustaljenosti človekove identitete igranje z njo. Z igranjem postane človek kar močno

neavtentičen. S svojo identiteto se človek igra na različne načine in v različne namene: od umetnosti do zabave.

Tudi vstop v virtualne svetove in izbiranje novih identitet je igranje s svojo identiteto in za človeka lahko pomeni biti v stanju neavtentičnosti, kot pravi Južnič (1993). Lahko pa človek v virtualnih svetovih razkrije več fragmentov avtentične identitete in je s tem dejansko manj neavtentičen kot v realnem življenju. Seveda se lahko zdi, da je človekova identiteta v realnem svetu popolnoma drugačna od tiste v virtualnem, vendar zaradi človekovega »igranja« ne moremo pravzaprav vedeti, katera je bolj avtentična. Menim, da je razlog za večje razkritje avtentične identitete v virtualnem svetu to, da v človeku vedno poteka medsebojno prepleteno identificiranje s samim seboj in hkrati v odnosu do drugih in skozi te druge, s tem pa družba nesprestano bedi nad identiteto posameznika. Družba v virtualnem svetu ima nad posameznikom manjši nadzor, če sploh ima kakšnega.

Človek v virtualnem svetu brez večjih posledic lahko predstavlja, da je nekdo, pa to ni, oziroma prikriva tisto, kar dejansko je. Ljudje več fragmentov naše identitete zaradi formalnih in neformalnih norm v realnem svetu lažje razkrijemo v virtualnem svetu oziroma na spletu, kjer teh norm praktično ni. To pa dela posameznika v bistvu bolj realnega, kot je v realnem svetu, ker več nima zadržkov. Na plano lahko pridejo različni fragmenti naše celotne identitete, ki se v kibernetičnem prostoru začnejo prepletati.

V nadaljevanju bom obravnavala tudi etične implikacije in odklonskost v virtualnih svetovih.

4.5. Človekove pravice v virtualnem svetu

Ustvarjanje virtualnih svetov, ustvarjanje kibernetских skupnosti, nasičenih za različnimi pravimi ali namišljenimi identitetami, je nujno vzbudilo tudi vprašanja o človekovih pravicah v tem prostoru. Ali je v virtualnih in kibernetских svetovih posameznikom možno ponuditi absolutno svobodo, nek ideal, ki ga do sedaj še nismo dosegli? In kdo je tisti, ki naj skrbi, da bodo te pravice tudi res izpolnjene oz. ne bodo kršene? Preden bom odgovorila na ta vprašanja, bom na kratko opisala, kaj človekove pravice sploh so.

Zamisel o človekovih pravicah je zamisel o spoštovanju vseh posameznih članov človeške družbe – vsak posameznik naj bi bil obdarjen z enakimi pravicami do življenja in osebne svobode, užival naj bi svobodo do enakosti ter imel možnosti razvoja in uveljavljanja svojih sposobnosti. Posamezniku se te pravice ne morejo odvzeti, tudi če bi dal svoj pristanek. Zamisel človekovih pravic je tesno povezana z idejo individualizma in pojmovanjem družbe kot sožitja posameznikov ter odprtostjo družbe (Zajc, 2005).

Kakšne pravice ima človek v virtualnih svetovih? Virtualni svetovi posnemajo realen svet in zato se pričakuje, da posamezniku ponujajo vsaj takšne osebne pravice, kot jih ima v realnem svetu. Virtualni svet pa ponuja še veliko več – omogoča, da smo v njem popolnoma svobodni; da počnemo, kar hočemo, se prosto teleportiramo med različnimi svetovi, v celoti sami izbiramo, v katere skupnosti se bomo vključili in v katere (če sploh katere) socialne mreže se bomo povezali. Izbiramo prijatelje in pri tem nismo omejeni niti časovno niti teritorialno. Virtualni svet je globalna

vas, kjer so vsi enakopravni, brez fizičnih teles, brez starosti, brez rase itn.

Procesi globalizacije so prispevali k temu, da velika večina držav vsaj formalno priznava nek skupen minimum političnih, ekonomskih in socialnih pravic. Temeljne človekove pravice in svoboščine so tako postale last vsega človeštva – postale so nadideološke, transnacionalne in univerzalne v dobesednem smislu (Rizman v Zajc, 2005: 14).

In ravno zato ljudje v virtualnem svetu priznavajo druge avatarje. Spoštujejo človekove pravice v teh svetovih, saj se zavedajo, da za narisano figuro obstaja realen človek. In s tem ko priznavajo drugim vse pravice, to pričakujejo tudi od njih.

Človekove pravice pripadajo z razumom obdarjenim odraslim posameznikom in niso odvisne od skupnosti oziroma države, ta se pojavlja predvsem kot varuh človekovih pravic. Temeljne pravice gredo vsem ljudem, omogočajo jim, da na svoj način svobodno uravnavajo svoje življenje, razvijajo svoje sposobnosti in uresničujejo svoje upravičene interese, drugim – zlasti državi – pa nalagajo obveznost, da jih pri tem ne ovirajo oziroma jim pomagajo (Zajc, 2005: 15).

Pravice omogočajo posamezniku, da na določen način živi, se razvija in deluje ter uresničuje svoje interese. Načeloma so pravice omejene le s pravicami drugih posameznikov – nasprotja med pravicami je treba reševati soglasno ali v posebnih okoliščinah, ko je ogrožen javni red ali javna morala, zdravje ali sožitje ljudi v demokratični skupnosti itd. Vendar tudi v tem primeru ni mogoče poseči v nekatere temeljne pravice, kot so pravica do življenja, prepoved mučenja, prepoved retroaktivne

opredelitve posameznih dejanj kot kaznivih ali pravica do poštenega sojenja (Zajc, 2005: 15).

Uveljavljanje človekovih pravic ni premočrten in enostaven proces. Posamezniki ali skupine, ki se znajdejo v novih razmerah, v katerih potrebujejo zaščito, če naj bi ohranili oziroma zagotovili svojo svobodo ali enakopravnost, morajo postavljati zahteve in dokazovati njihovo utemeljenost (Zajc, 2005: 15).

Zajc (2005) deli človekove pravice na 6 kategorij:

- 1.) Individualne in kolektivne pravice;
- 2.) Temeljne in izvedene pravice;
- 3.) »Deljive« in »nedeljive« pravice;
- 4.) »Pozitivne« in »negativne« pravice;
- 5.) Delitev pravic glede na zgodovinski nastanek – »klasične« in »moderne« pravice;
- 6.) Delitev pravic glede na pravne panoge.

Pri tej delitvi bi se osredotočila na moderne pravice, ker so povezane z virtualnimi svetovi.

Med t. i. moderne pravice spadajo pravice, ki so povezane tako s participacijo pri urejanju družbenih zadev kot tudi s preprečevanjem, da oblast ali kdorkoli drug kontrolira državljane. Sem spadajo tudi pravice potrošnikov, ki urejajo določena razmerja in odgovornosti v potrošniški družbi, pravice do zdrave prehrane itd (Zajc, 2005: 25).

Razvoj pravic je povezan s spremembami v moderni družbi, ki imajo pomembne posledice tako za kvaliteto življenja kot tudi za avtonomijo posameznika; to so npr. zlasti razmah tehnologije, biologije in informatike, pa tudi profesionalizacije in birokratizacije. Hkrati, ko se povečuje njegova odvisnost, se zmanjšuje njegova možnost vplivanja in odgovornost za lasten položaj (Rizman v Zajc, 2005). V sodobni (post)industrijski družbi torej nenehoma nastajajo potrebe po novih oblikah zaščite posameznika, ki postaja žrtev teh procesov in spremljajočih konfliktov.

Virtualni svetovi in kibernetске skupnosti bi vsekakor potrebovale nek nadzor. Teoretični konstrukt virtualnih svetov bi bil hipotetično sposoben prevzeti nase nalogo »absolutne globalizacije«, kjer bi bili vsi ljudje enaki in enakopravni, in bi zato ta globalizacija osnovne človekove pravice pustila ob strani kot brezpredmetne. Ob domnevi, da so takšni virtualni svetovi možni, individuum v njih zagotovimo popolno globalizacijo, popolno svobodo, popolnoma odprt svet možnosti, ker imajo vsi enak dostop do možnosti. Današnja zaprtost bivanja bi bila nadomeščena s popolno svobodo bivanja v virtualnem svetu. Konca bivanja pri kiberčloveku enostavno ni. Kiberčlovek je skupek digitalnih informacij in kot tak je neuničljiv. V sedanjih pogojih absolutna globalizacija ne more biti pozitivna, ker združuje različne interese in jih zato mora omejevati z restrikcijami. Edina teoretična varianta pozitivne absolutne globalizacije bi bila navidezna virtualna vas, ki bi edina posameznike povsem osvobodila in jih postavila v neke vrste »naravno stanje« (Janžekovič, 2001).

Janžekovič (2001) se v svojem prispevku sprašuje, ali je konstrukt virtualnih svetov sploh možen in v kolikor je možen, ali je sposoben

povezati množico posameznikov v celoto, ne, da bi s tem prizadel svodobo vsakega izmed njih. Prav tako se sprašuje, ali so individui, ki jim je hipotetično dodeljena absolutna svoboda, sposobni preživeti eni zraven drugih, ne da bi na tak ali drugačen način sprožili evolucijski boj za preživetje in s tem »prekršili« svobodo drugega. Avtorica pri tem pravi, da si skozi dokazovanje absolutne globalizacije moramo zavedati, da celotna izpeljava stoji na premisi, da virtualni svet kot tak zares obstaja, da je dejanski in da deluje kot skupek virtualnih individuov.

Janžekovič (2001) torej opiše hipotetično virtualno mesto, ki je leta 2001 sicer že obstajalo, vendar ni bilo niti razširjeno niti popularno. Rešitev za vzpostavitev absolutne globalizacije vidi v tem, da ljudem v virtualnem svetu enostavno ne postavimo nobenih pravil. Seveda je tu takoj možen ugovor, da pravila vsekakor moramo postaviti – če ne drugega, je treba vzpostaviti vsaj pravila in mehanizme, ki omogočajo virtualni svet kot tak, torej kot prostor, s tem pa avtomatično zamejimo vse subjekte, ki v tem prostoru bivajo. Vendar pa bi to subjektom moralo biti indiferentno, saj njihove interakcije potekajo izključno znotraj določenega prostora in med posameznimi subjekti, nikoli pa ne morejo v dejanskosti »segati čezse«, torej nekam, kjer njihovo bivanje ni mogoče. Vprašanje je tudi, ali so ljudje, ki jih postavimo v takšen virtualni svet, sploh sposobni prenesti absolutno svobodo.

Ko govorimo o bivanju v navideznem svetu, moramo imeti vedno pred očmi dvoje stvari: 1) predpogoj za kakršnokoli obliko bivanja v navideznem svetu je seveda razvita umetna inteligenca in 2) ni nobene razlike med človeškim duhom in umetno inteligenco (Janžekovič, 2001: 273).

Janžekovič (2001: 274) potem predpostavlja skrajno možnost življenja v virtualnih svetovih, in sicer kiberčloveka, ki živi virtualno življenje. Virtualni prostor bi potem kiberčloveku predstavljal realnost, ki si jo je izoblikoval kar sam. V takšni vasi bi bilo bivanje zgolj golo dejstvo, ne pa metafizični problem, kiberčlovek pa bi kot skupek digitalnih informacij bil neuničljiv. Na teoretični ravni tak konstrukt omogoča neko globalno poenotenje sveta, v katerem raznorazne deklaracije, ki bi varovale posameznikovo osebno integriteto, niso več potrebne. Kibernetskim osebam oziroma jih lahko imenujemo kar kiborgi, je v virtualnem svetu na razpolago prav vse, brez omejitev in brez priorit. Absolutna globalizacija v kakršnikoli drugi obliki pa za sabo nezadržno potegne problem izginjanja posameznika v množici. Kiborg kot idealen individuum ohranja osebno svobodo tudi v neskončno razširjeni in napolnjeni navidezni vasi, saj si, kot že rečeno, svojo realnost sproti ustvarja kar sam oziroma si svoj prostor vsak trenutek lahko prilagodi tako, kot mu najbolj ustreza. In tukaj pridemo do pomembnega zaključka.

Videti je, da vsak proces globalizacije nujno prizadene posameznikovo individualnost oziroma ga nujno zameji v njegovem svobodnem delovanju. Gre za to, da je človek že kot državljan postavljen pred neke prepovedi, ki se jih mora držati, v kolikor ne želi biti izobčen. Absolutna globalizacija tako ne more biti pozitivna, ker se njen osnovni namen obrne proti njej sami – v interesu napredka skuša združiti posamezno, a pri tem izgubi svobodo posameznika. Ker namreč združuje različne interese, jih mora, v kolikor hoče ohraniti nadzor, omejiti z nekimi restriktivnimi ukrepi. Kolikor več je ukrepov, toliko bolj so potrebne deklaracije, ki posameznika zaščitijo. In kolikor bolj je potrebno posameznika zaščititi, toliko manj svoboden je.

Edina teoretična varianta pozitivne absolutne globalizacije bi bila morda navidezna virtualna vas. Pa ne zato, ker bi dala posamezniku več svobode, temveč zato, ker bi ga povsem osvobodila – osvobodila bi ga od države in ga postavila v neko »naravno stanje«. Ker pa ne pomeni nič drugega, da bi posamezniku omogočila, da je to, kar je in kar hoče biti. Seveda samo v navidezni vasi (Janžekovič, 2001).

Virtualni svetovi so primer takšne vasi, takšnega sveta, v katerega stopimo brez pravic in brez dolžnosti. V njem smo enakopravni z vsemi drugimi avatarji, osvobojeni od države. Kljub različnim interesom posameznikov, ne potrebujemo zaščite in deklaracij. Vsaj do neke mere ne. Tudi v virtualnem svetu človek ni tako svoboden, kot se je predvidevalo, da bi lahko bil. Kajti tudi tam veljajo neformalne in formalne norme, ki ga omejujejo – odklonsko dejanje je nezaželeno in kaznovano, ekonomija virtualnih svetov poteka po točno določenih pravilih, gibanje po vseh ozemljih virtualnega sveta ni dovoljeno itn.

Svoboda v virtualnem svetu je vsekakor sprožila tudi številne dileme, kako svoboden naj bo virtualni svet. Ali naj ljudje v njem res izživijo vse svoje fantazije, ki jih v realnem svetu ne morejo? Ali ljudje v teh svetovih potrebujejo zaščito pred drugimi avatarji?

Pravega nadzora nad virtualnimi svetovi zaenkrat še ni, saj so se dobro razširili šele pred kakim letom. Bo pa slej ko prej treba razmisliti o pravilih, ki bodo ščitila tudi tisti osebni prostor posameznikov in določiti tistega, ki naj bi za ta nadzor tudi skrbel. Če naj vlada skrbi, da je zadoščeno našim človekovim pravicam, ali naj potem za te pravice v virtualnih svetovih skrbijo lastniki oziroma upravitelji sveta? In če ponovno omejimo delovanje posameznikov, potem to pomeni, da ni več absolutne svobode.

Absolutna svoboda ostaja še naprej nek idealen konstrukt, ki ga nismo dosegli niti v virtualnih svetovih in kibernetnem prostoru.

Človekove pravice niso nekaj, kar je možno vzpostaviti naenkrat, v celoti in tudi za vedno. Pravice so moralni družbeni projekt, to pomeni, da pomagajo razvijati tako stanje v družbi oziroma tak vzorec obnašanja, s katerim bi bilo mogoče razširiti prostor individualne in družbene svobode. Pri vsakem programu gre za približevanje modelu, ki ga morda ne bo mogoče doseči. Številne deklaracije o človekovih pravicah ne govorijo o dejanskih družbenih razmerah ali pogojih življenja posameznikov in skupin, pač pa opisujejo minimalne pogoje (standarde) za človeka vredno življenje na temelju enakosti in tako izražajo pričakovanje, da jih bo mogoče uresničiti. Deklaracije se opirajo na moralno obveznost, da je treba vsakega posameznika povsod in ne glede na okoliščine obravnavati kot človeško bitje obdarjeno z naravnimi in neodtujljivimi pravicami. Dokumenti hkrati govorijo, da je treba vladam naložiti za to določene obveznosti in odgovornost, da bo to lahko postalo resničnost. Na osnovi utopičnega ideala torej konstruirajo konkretni prostor, v katerem je mogoče pravice vzpostaviti in konzumirati (Zajc, 2005: 30).

Je torej vlada tista, ki naj bi vzpodbudila določitev človekovih pravic v kibernetnem prostoru? Menim, da je. Težje pa je določljivo, kdo bo izvajal nadzor nad njimi, glede na to, da gre za skupnosti in svetove, ki ne temeljijo na skupni nacionalnosti in nimajo skupnega vladnega nadzora. Človekove pravice so sicer nadideološke, transnacionalne in univerzalne v dobesednem smislu, toda kdo jih bo varoval v tem transnacionalnem prostoru? Glede tega bo najbrž treba odpreti razprave na globalni ravni. Do takrat pa lahko, v kolikor kdo krši pravice našega

avatarja, enostavno zapustimo tisti svet in se teleportiramo v novega. Možnosti je že praktično neomejeno.

5. Analiza primera: Second Life

5.1. Kaj je Second Life?

Navidezen svet, ki resničnost okoli nas posnema do najmanjših podrobnosti, brez fikcijskih in fiktivnih presežkov, na katerih omrežne igre sicer temeljijo in so pravzaprav njihova glavna točka prodaje. Ampak kdo bi hotel živeti v navideznem svetu, ki se ne razlikuje od resničnega – in zakaj? (vir: www.mojmikro.si)

Second Life je virtualni svet, v katerem živi že več kot 11 milijonov prebivalcev iz več kot 100 držav.

Je najbolj priljubljeno univerzalno 3D okolje, v katerem si ljudje s celega sveta lahko ustvarijo virtualno starost, spol in zunanost (vir: www.24ur.com).

Raziskava Mizuho Corporate Bank kaže, da bo do konca leta 2008 po celem svetu že 240 milijonov uporabnikov Second Lifa (www.yomiuri.co.jp).

5.2. Zgodovina Second Lifa

Linden Lab ima veliko investitorjev, med njimi so Globespan Capital Partners, ustanovitelj Amazon.com (AMZN) Jeff Bezos, ustanovitelj Lotusa, Mitch Kapor, eBay (EBAY) in Pierre Omidyar's Omidyar Network ter Catamount Ventures (James, 2007).

Second Life je ustvaril fizik Philip Rosedale v okviru podjetja Linden Lab leta 1999, da bi ustvaril revolucionarno novo skupinsko izkustvo, kjer posamezniki naseljujejo 3D pokrajino in gradijo svet okoli njih (<http://lindenlab.com/about>).

Ko ga je ustvaril, je rekel, da ne želi, da Second Life postane igra, temveč svet. Imel je idejo o svetu, ki bo kot realnost, vendar bolj prijazen (Maney, 2007).

5.3. Čas, prostor v Second Lifu

Dan v Second Lifu ima 24 ur, čas poteka vzporedno s časom v San Franciscu, kjer ima sedež podjetje Linden Lab.

Čas je eden izmed pomembnejših dejavnikov v virtualnem življenju, saj določa noč in dan ter s tem posledično aktivnosti avatarjev.

5.4. Avatarji

Beseda avatar izhaja iz mitologije in pomeni inkarnacijo božanstva. Tukaj ponovno lahko zasledimo konzervativnost virtualnih svetov – že v etimologiji ta beseda razkriva eno izmed religijskih opcij, tj. krščanstvo.

V virtualnih svetovih avatar pomeni igralce oziroma udeležence teh svetov, ki imajo videz kot iz risanke (Holtzman, 1997: 32).

Za virtualni svet je značilno, da si uporabnik, ki se želi naseliti vanj, ustvari virtualno repliko samega sebe, imenovano avatar. Z avatarjam nato s teleportiranjem potuje po virtualnih otokih in srečuje druge

avatarje, za katerimi so resnični ljudje iz celega sveta. Če je bil Second Life sprva poskus, kako narediti virtualno igro, v kateri pravzaprav nikoli ne rabiš igrati, da ostaneš živ, je sedaj to veliko več kot to. V Second Lifu ti v bistvu ni treba delati ničesar; tvoj avatar obstaja, ne glede na to, ali ga hraniš ali ne, ne grede na to, ali imaš denar, hišo, oblačila itd. S svojo virtualno podobo lahko torej samo potuješ po virtualnih otokih in spoznavaš meje virtualnega in virtualne prijatelje.

Ljudje v virtualnem svetu Second Life nimajo cilja, niti vnaprej določene zgodbe ali teme, ki bi jo doživljali. Prav zato to ni igra, ni simulacija v pravem pomenu besede, temveč je navidezni prostor, v katerega lahko postavimo trirazsežne predmete, like, slike, zvoke ipd. in jih potem s pomočjo skript tudi oživimo, animiramo in podobno. (www.yomiuri.co.jp).

Večina prebivalcev Second Lifa prihaja iz Evrope in Združenih držav Amerike. Po podatkih podjetja comScore ima virtualni svet, kljub temu da so ga ustvarili v ZDA, največ evropskih prebivalcev. V mesecu marcu 2007 je bilo tako kar 61 odstotkov prebivalcev Evropejcev, 19 odstotkov prebivalcev je bilo iz Severne Amerike in 13 odstotkov iz azijsko-pacifiških držav. Med evropskimi prebivalci je bilo največ Nemcev, ki so po številu celo prehiteli celotno ameriško virtualno populacijo (www.webpronews.com).

IBM in Linden Lab sta v začetku leta 2007 začela delati na skupnem projektu, katerega cilj je virtualna oseba oziroma avatar za vse virtualne svetove, v katerih ljudje igrajo. Računalniški gigant in ustvarjalec Second Life delata na univerzalni virtualni osebnosti, ki bo lahko prehajala med spletnimi svetovi, cilj projekta pa je, da odpre virtualne svetove z odprtimi orodji, ki delujejo v katerem koli spletnem okolju. Podjetji upata, da bodo

s tem uporabniki dobili večje zanimanje za virtualne svetove in le-te naredili lažje za navigacijo. V tem trenutku vsak virtualen svet od igralca zahteva, da si izdelava svoj avatar, s katerim bo v njem deloval, ta spletna oseba pa se ne more gibati med svetovi. Medtem ko se bo videz avatarja spreminjal glede na to, kje je bil narejen, se osnovne karakteristike, kot sta zunanost in osebni podatki, ne bodo. (<http://dne.ena.com/prikaziCL.asp?CIID=14240>).

Med uporabniki Second Life se je pojavila tudi želja po možnosti vstopa v virtualni svet preko malih zaslonov pametnih mobilnih telefonov. Njihovim željam 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 (na primer Wi-Fi). Poskusna različica mobilne igre Second Life bo na voljo v letošnjem letu (vir: http://www.racunalniske-novice.com/main/index.php?page=clanek&cmd=clanek&id_news=0000014815&hash=e0bf39e64a3924bd8de14c42d253f283).

5.5. Second Life kot poslovna priložnost

Ko si je internet pridobil svoj sloves v sredini 90. let prejšnjega stoletja, ljudje še niso videli velikega potenciala za posel, ki ga prinaša. Vendar so inovativni modeli za poslovanje, vedno večje število uporabnikov in internetnih strani ter z delom povezane aplikacije, tehnologije in standardi vodili do tega, da so internetne tehnologije postale struktura za poslovanje. Danes je internet temelj dobavne verige in kontrole zalog,

orodje za prodajo izdelkov in storitev, upravljalec za odnose s strankami, omogoča razvoj izdelka itn. (vir: IBM).

Veliko ljudi in multinacionalnih korporacij je zaradi velike priložnosti promocije, ki jo ponuja virtualni svet, svoje poslovanje že delno (nekateri tudi v celoti) preselilo v ta svet (Vertnik, 2007).

Več o tem bom pisala v naslednjih poglavjih, kjer bom poslovanje predstavila na primeru IBM-a.

Poslovanje v virtualnem svetu prinaša podjetju naslednje prednosti: veliko marketinško priložnost, vzpostavitev stika z novo vrsto javnosti, izkustvo prednosti in pomanjkljivosti virtualne realnosti, nizki vstopni stroški, glede na to, da gre za novo vrsto tehnologije in spoznavanje 3D interneta.

Namišljeni virtualni svet ima svojo denarno enoto, imenovano Linden dolar; 268 Linden dolarjev je 1 ameriški dolar. Uporabniki virtualnega sveta lahko kadarkoli s kreditno kartico kupijo Linden dolarje ali jih zamenjajo za ameriške dolarje. V virtualnem svetu ljudje vsak dan opravijo transakcije v vrednosti enega milijona ameriških dolarjev (Vertnik, 2007).

Uporabniki Second Lifa povprečno porabijo 50 do 60 ameriških dolarjev na teden, meni HSBC analist, Tristan Louis (James, 2007).

Poslovanje v Second Lifu poteka prek sistema PayPal (mogoče je uporabljati tudi valute, kot je evro) (www.yomiuri.co.jp).

Ljudje se v Second Lifu ukvarjajo z različnimi poslovanji, med najpogostejši so prodaja in odkup zemljišč in nepremičnin, t. i. kampinganje v kazinojih in sodelovanje v različnih marketinških raziskavah.

En virtualni otok stane 1675 Linden dolarjev in 295 Linden dolarjev za njihovo vzdrževanje. Vendar je zemlja le pogojno olastninjena; v uporabi jo lahko imaš, če plačuješ teh 295 Lindenov za njeno uporabo. In preden lahko kupuješ in prodajaš zemljo, se moraš iz »navadnega« uporabnika, ki za svoj obstoj v Second Lifu ne plačuje nič, preleviti v »premium« uporabnika, za kar je treba odšteti devet ameriških dolarjev na mesec oziroma 6, če se odločite za letni najem. To uporabniku v osnovi prinese 512 kvadratnih metrov ozemlja brez dodatnih mesečnih stroškov (www.yomiuri.co.jp).

LindeX je Linden dolar menjalni trg. Linden Lab operira z Linden dolarji tako, da uporabniki lahko prodajajo in kupujejo Linden dolarje od drugih in drugim uporabnikom tega virtualnega sveta. In tako kot v realni ekonomiji, imamo uporabnike (kupci Linden dolarjev) in proizvajalce (prodajalci Linden dolarjev). Razmerje med kupci in prodajalci je približno 10:1.

Second Life ima že tudi prve milijonarje, ki so obogateli s poslovanjem v virtualnem svetu. Nepremičninska kraljica Anshe Chung velja za prvo milijonarko igre. Njeno pravo ime je Ailin Gräf, preden je začela s poslovanjem v virtualnem svetu je bila učiteljica v Nemčiji (Večer, 2007).

V Second Lifu je praktično vsak lahko podjetnik. Raziskava Linden Laba konec leta 2006 je pokazala, da okoli 17 000 prebivalcev pozitivno posluje v Linden dolarjih, 450 pa jih zasluži več kot 1000 ameriških

dolarjev na mesec. Uporabniki vsak dan zapravijo več kot 600 tisoč dolarjev, letni BDP Second Lifa pa znaša okoli 220 milijonov ameriških dolarjev (www.Lindenlab.com).

Linden Lab je 13. julija 2007 predstavilo japonsko verzijo Second Lifa, v kateri je junija že sodelovali 27.000 Japoncev. Vrednost virtualnega trga po bo raziskavi Mizuho Corporate Bank zrasla na približno 843 milijone evrov do konca leta 2007, do konca leta 2008 pa na 1,25 približno 7,8 milijarde evrov (www.Lindenlab.com).

Uporabnikom spletne storitve Second Life je na voljo tudi osebna kreditna kartica. To je omogočilo podjetje FirstMeta, ki je za plačevanje v navideznem svetu pripravilo kartico Meta Card. S "plastiko" je mogoče v denarni valuti Linden Dollars kupovati tako rekoč vse, kar je naprodaj v Second Lifu. Kreditna kartica MetaCard je uporabnikom na voljo v dveh različicah - Basic in Gold. Kartica Basic je podvržena le preverjanju identitete uporabnika in z njo lahko mesečno "zapravimo" do 5 tisoč Linden dolarjev (13,6 evrov). Kreditno kartico MetaCard Gold je mogoče dobiti le z predhodno predložitvijo "realnih" bančnih izpiskov. Mesečni limit zlate kartice je 10 tisoč Linden dolarjev oziroma 27,2 evra. Obresti plačevanja s kreditno kartico MetaCard niso ravno zanemarljive, saj podjetje dnevno zaračunava do 0,15-odstotkov obresti (letno do največ 54-odstotkov). Mesečni strošek upravljanja z računom znaša 300 Linden dolarjev (0,82 evra). V kolikor mesečno "zapravimo" več kot 500 Linden dolarjev (1,36 evra), smo oproščeni plačila "naročnine" (<http://www.racunalniske-novice.com>).

5.5.1. Primeri uporabe Second Lifa kot virtualnega poslovnega prostora

V virtualnih svetovih veljajo enaka ekonomska načela kot v realnem svetu. Vsak, ki ima idejo, lahko odpre trgovino ali se ukvarja s kakšno drugo dejavnostjo, ki mu prinaša dobiček. In na milijone prebivalcev je naredilo točno to.

Med najpopularnejši dejavnostmi so organiziranje zabav, načrtovanj porok, modna industrija, izdelovanje nakita.

Podjetja lahko danes pridobijo na svojem ugledu tako, da ponujajo močne internetne storitve, npr. v virtualnih svetovih. Vendar je pomembno, da ponudijo nekaj novega, nekaj, kar lahko uporabniki počnejo samo v virtualnem svetu. Drugače je težje pričakovati, da bodo dosegla uspeh, ki ga pričakujejo.

Ob zasičenosti ljudi z različnimi vsebinami v realnem in tudi navideznem svetu klasičnega medmrežja je vsaka novost, vsak prostor, ki ponuja dodatne možnosti za trženje in popularizacijo različnih izdelkov, več kot zaželen (www.yomiuri.co.jp).

V Second Lifu se kupuje in prodaja različne stvari. Avatarji si lahko kupijo dele telesa ali kar celo telo, oblačila, hišo, letalo, domačo žival, hrano in pijačo, itn. V bistvu si lahko kupijo praktično vse, kar si lahko kupijo v realnem življenju. Tukaj naj še enkrat poudarim, da je virtualni svet definiran z zahodno kulturo, ki tudi določa, kaj se da kupiti v tem svetu – gre torej za realno življenje zahodne kulture.

Kako pomemben je virtualni svet priča tudi nastanek specializiranih podjetij, ki za naročnike v tem svetu pripravljajo oglaševalske akcije, izdelujejo virtualne trgovine ali predstavljajo nove izdelke. Med najbolj znanimi so podjetja Millions of us, Electric Sheep Company in Rivers Run Red (Podjetnik, 2007).

Toyota Motor in Nissan Motor uporabljata virtualni svet za predstavitev njihovih izdelkov in ponujata testne vožnje njihovih najnovejših avtomobilov.

V virtualni svet se vključujejo tudi različne televizijske in radijske postaje, Fuji TV je na primer predstavil devet igralcev Second Lifa, ki so pravzaprav avatarji najstniških idolov v resničnostih serijah na njihovi televiziji. Podjetje upa, da se bodo uporabniki Second Lifa tako seznanili z njihovim programom in pričakujejo večjo gledanost teh serij.

Brazilska letalska družba TAM je postalo prvo tovrstno podjetje, ki bo svojo znamko promoviralo v internetnem virtualnem svetu Second Life. Ponujala bo lete v kibernetičnem prostoru, virtualna družba pa bo sodelovala s tisto iz resničnega sveta. Uporabniki bodo lahko z virtualnim TAM poleteli na otoke Second Lifa, imenovane Milano, Pariz, New York in Anglija, za te polete pa bo družba potnikom ponudila darila v resničnem življenju (www.dnevnik.si).

Nike in Reebok za vašega avatarja ponujata izdelavo svojevrstnega virtualnega čevlja, ki ga lahko pretvorite v realnega – za določeno vsoto denarja vam namreč copat izdelajo v tovarni in pošljejo domov (Varga, 2007).

Pri Gileri, italijanskem proizvajalcu skuterjev, so se odločili za zanimivo marketinško potezo. Po uradni predstavitvi najhitrejšega serijskega skuterja na svetu, Gilera GP 800, ki ga odlikujejo za tovrstna motorna kolesa edinstvene vozne lastnosti, so omogočili še njegov virtualni preizkus. Na otoku Telecoma Italia v Second Lifu je namreč skuter na voljo za testne vožnje po v ta namen izdelanem dirkališču Alice MyGP. Uporabniki se lahko pomerijo med seboj, na koncu pa jih čakajo bogate nagrade, katerih glavna je kar Gilerin GP 800 (<http://www.agencijanet.si>).

Google je s svojimi storitvami prodril v vse pore našega življenja; naredil bo svoj mobilnik, ekoavto, financira raziskovanje vesolja itd. (<http://dne.ena.com>).

Med večjimi podjetji, ki so prisotni v virtualnem svetu, so še General Motors, Dell, Cisco Systems, Sun Microsystems, Reuters Group, Ogilvy in Vodafone.

V virtualni svet so se vključile tudi številne države, ki tam odpirajo svoja veleposlaništva ter tako skrbijo za večjo prepoznavnost njihovih držav (npr. Maldivi, Švedska).

Vendar v Second Lifu potekajo tudi številna gibanja, ki niso poslovno naravnana; svetovni sklad za naravo (WWF) je v spletni virtualni skupnosti Second Life vzpostavil virtualen otok Conservation Island. Na virtualni otok je WWF naselil razne živali, njihov namen pa je spodbujati človeške prebivalce virtualne skupnosti, da bi živeli v harmoniji z naravo. David Cole iz WWF-ja je pojasnil, da so virtualni otok vzpostavili, da bi se ljudje naučili kaj novega o okolju in da bi se začeli zavedati, da njihovo obnašanje vpliva na njihovo "prvo" okolje. Obiskovalci otoka se lahko z

živalmi, med katerimi so orangutani, ki prodajajo sladoled, in pande, ki vodijo obiskovalce po otoškem mestu, pogovarjajo o raznih okoljskih vprašanjih (vir: www.rtvsllo.si).

5.5.2. Dan v Second Lifu

Second Life je dišal po zabavi, raziskovanju in priložnostih. Je svet, ki ponuja številne načine izražanja – in le-to se začne že z oblikovanjem svojega avatarja. V Second Lifu najprej prideš v t. i. sobo oziroma svet učenja. Tukaj se naučiš prvih korakov, letenja in teleportiranja. Srečuješ številne zmedene avatarje, ki ne vedo, kje je izhod v tisti pravi Second Life. Naučiš se komuniciranja in sklepanja prvih prijateljstev – tistim, s katerimi želiš ohraniti stike, ponudiš virtualno prijateljstvo in jih lahko spremljaš na njihovi poti skozi svetove tudi kasneje, ko več nista v istem svetu.

Po odkrivanju sobe učenja, nekako vsak najde izhod v ta pravi Second Life. Ampak tudi, ko prideš tja, še vedno ne veš, v čem je smisel vsega skupaj. Velike skupine ljudi, ki obstajajo v tem svetu in ne potrebujejo niti hrane niti pijače niti denarja. Ko stopiš v te množice, najprej opaziš, da so vsi že precej lepo oblečeni, imajo lepe, posebne lase in lepo kožo. Vsak avatar ima na začetku na razpolago neke osnovne tipe kože, obrazov, las, oblačil itd., vendar se tiste najlepše, oziroma najbolj posebne stvari, dobijo v nakupovalnih centrih. To so posebni centri, specializirani za različne stvari – lahko kupiš praktično vse, od postave, do hiše, domačih živali ipd. Pravzaprav so centri precej podobni nakupovalnim centrom v realnem življenju. Jaz poiščem centre, ki imajo razprodaje in vse zastonj ter si omislím novo frizuro, postavo, make up, oblačila in angelska bela krila, ki so skorajda že moj zaščitni znak.

Potem se odpravim na IBM-ove otoke, kjer tudi živim s svojim avatarjem, ki mu je ime Mercedes Larsen. Mercedes je članica IBM-ove skupine virtualnih svetov. Večino časa v Second Lifu raziskujem IBM-ove novosti na njegovih številnih otokih. Večino stvari sem že videla – med drugim sta mi bili zelo všeč baletna predstava in novinarska konferenca v okviru Wimbledona. Najbolj pa uživam na luksuzni jahti Sam Palmisana, »šefa« IBM-a, ki stoji sredi IBM-ovih otokov. Takoj za tem mi je najljubša hiška na romantičnem otoku, kjer lahko grem tudi na kratko vožnjo s privatno ladjo, opazujem sončni zahod in delfine. Če si zaželim, lahko v istem dnevu pravzaprav obkrožim cel svet – surfam na Bora Bori, nakupujem v Parizu ali v Avstraliji, skačem s padalom ali pa grem na večerno zabavo. Možnosti je neomejeno. Second Life je idealen prostor za izživetje svoje kreativnosti. V enem trenutku sanjaš o eni stvari, v drugem jo lahko tudi uresničiš.

Je Second Life igra? Ja in ne. Second Life je sicer podoben spletnim igram, vendar se razlikuje po eni bistveni stvari – kreativnosti; njegovim prebivalcem ponuja številne možnosti. Svet je takšen, kot si ga narediš in tvoja izkušnja bo takšna, kot si jo želiš – vendar ponovno opozarjam, da gre za zahodno kulturo, ki določa, kaj se da početi v tem svetu. V bistvu je Second Life precej omejene možnosti imaginacije, saj posnema realno življenje zahodne kulture in s tem ne nudi čisto svobodne poti imaginaciji.

Kot prvi v Sloveniji so se za virtualni svet v Sloveniji specializirali v podjetju Artesia. V virtualnem svetu Second Life bodo omogočali najti dodano vrednost v "drugem življenju". Pri tem bodo sodelovali z mrežo partnerjev, specializiranih za izvajanje različnih podnalog. Pomagali jim bodo strokovnjaki s področja virtualnih svetov, sociologije, skupnosti uporabnikov in IKT tehnologije (vir: www.24ur.com).

Decembra 2007 je Slovenija v Second Lifu dobila prvo virtualno poslovno zgradbo, v kateri ima domovanje 60 slovenskih podjetij. Vsako izmed njih ima svojo virtualno pisarno, kjer se snujejo novi projekti in poteka komunikacija. Na vrhu stavbe je vrt z lepim razgledom, ki je namenjen tako druženju kot tudi sklepanju pravih poslov. Tako imamo sedaj v virtualnem svetu Second Life največ predstavništev glede na realno državo (<http://dne.ena.com/prikaziCL.asp?CIID=16916>).

Seveda obiščem tudi slovenski del Second Lifa, ki pa je še precej prazen. Med podjetji, ki se najbolj trudijo prebiti v virtualni prostor je Si.mobil – Vodafone – prvo slovensko podjetje, ki se je predstavilo v virtualnem svetu Second Life, na katerem je zgradilo svoj otok, kjer predvaja elektronsko glasbo in prireja zabave v plesnem prostoru Arena. Žur z razlogom, ki se je odvijal 25. avgusta 2007, je potekal tako v parku Tivoli v resničnem svetu kot tudi med obiskovalci otoka Second Life (<http://www.ortosmart.si/sl/inside.cp2?cid=45BD7818-5098-40C8-8846-84485145AC4B&linkid=article>).

Second Life torej ponuja praktično neomejeno število možnosti, kaj vse lahko avatar v njem počne. Za mene se zaključí pri zabavi. Za kaj bolj resnega pa realno življenje zaenkrat še ne dopušča časa.

5.5.3. Virtualna multinacionalna korporacija IBM

V Second Lifu živi svoje drugo življenje že več kot 5000 zaposlenih pri IBM-u. Več kot 230 IBM-ovih raziskovalcev, svetovalcev in razvijalcev uporablja virtualni svet za eksperimentiranje in gradnjo socialne mreže, pa tudi za ustvarjanje novih načinov učenja in poslovanja. IBM ima več

kot 30 virtualnih otokov, ki jih uporablja za raziskave, iskanje novih zaposlenih, podporo razvijalcem virtualnih svetov ter IBM-ove interne sestanke in sestanke s klienti (www-03.ibm.com).

Virtualni svetovi so pritegnili veliko medijske pozornosti in pozornosti širše javnosti. Kaj pa pomenijo ti svetovi za poslovanje? V IBM-u verjamejo, da imajo takšni svetovi zelo veliko moč, saj zadovoljujejo dve človeški značilnosti: našo družbeno in virtualno naravo. Udeleženci teh svetov se lahko po njih premikajo in imajo interakcije z okoljem, ki je podobno tistemu v realnem življenju. IBM to imenuje »Broadband to the mind« oz. širša vez z našim mišljenjem in verjame, da to omogoča ljudem in organizacijam, da se združujejo, komunicirajo in delajo skupaj na nove, napredne načine (www.ibm.com).

In kar pomembno, takoj, ko je novi grafični mejnik omogočil razvoj e-poslovanja in 3-D spletnih okolij, ki prinašajo bogate družbene izkušnje, je odprl tudi nove poti za izobraževanje, znanost, javni sektor in družbene inovacije. IBM to imenuje »horizon v-business« in medtem, ko se njegove poteze še rišejo, IBM v virtualnih svetovih odpira številne priložnosti za inovacije (www.ibm.com).

Sam Palmisano, prvi mož IBM-a, meni, da so tridimenzionalna virtualna območja nova stopnja internetne revolucije in bodo imela prav tolikšen vpliv, kot je bil preboj svetovnega spleta. 14. novembra 2006 je namreč IBM na Kitajskem organiziral konferenco, kjer je bilo v živo dva tisoč, prek spleta pa pet tisoč zaposlenih, Palmisano pa je svoje sodelavce iz celega sveta pozdravil kar preko svojega avatarja.

IBM je eden največjih lastnikov zemljišč v Second Lifu.

Virtualni svetovi in 3-D tehnologije so omogočile razvoj novih poslovnih procesov podjetij, njihovih storitev in industrij (www.ibm.com).

IBM za poslovanje v virtualnih svetovih uporablja različne aplikacije, ki podjetjem dodajajo njihovo poslovno vrednost. IBM vidi v 3-D internetu potencial za spremembo strankinih doživetij, izboljšanje poslovnih procesov, obogatitev poslovanja in transakcij ter za zagon 3-D oblikovanja in simulacij v različnih industrijah in poslovnih funkcijah (www.ibm.com).

IBM sodeluje s številni podjetji, s katerimi raziskuje in eksperimentira z aplikacijami virtualnega sveta in poslovanja in v letu 2007 je na IBM-ovem otoku v Second Lifu predstavil dva virtualna prototipa trgovin. Podjetje v virtualnem svetu organizira sestanke, spletne t. i. »brainstorminge« oz. možganska viharjenja idej ter druge oblike sodelovanja. IBM te svetove uporablja tudi za učenje na daljavo, simulacije izobraževanj in igranje vlog v različnih industrijah (www.ibm.com).

IBM podjetjem po celem svetu v 3-D okoljih ponuja oblikovanje virtualne zemlje oziroma poslovnega okolja, predstavlja poslovne možnosti v virtualnem svetu, dela raziskave o tem, kakšne so potrebe podjetja in raziskuje potencialne aplikacije tehnologij virtualnega sveta. IBM gradi tudi prototipe, izvaja eksperimente in teste ter posreduje povratne informacije o dogajanju v virtualnem okolju (www.ibm.com).

Maja 2007 je IBM v Second Lifu oblikoval poslovni center (IBM Business Center), ki omogoča IBM-ovim klientom, strankam in zaposlenim v IBM-u, da se srečujejo, učijo, sodelujejo in poslujejo. Poslovni center je razdeljen na recepcijo, prodajni center, knjižnico za tehnično podporo, center za inovacije, center za kliente in konferenčni center. V centru delajo zaposleni iz IBM-a iz različnih koncev sveta, obiskovalcem pa lahko ponudijo pomoč v različnih jezikih (www-03.ibm.com).

IBM je še povečal svojo prisotnost v virtualnem svetu Second Life in obiskovalcem svojega virtualnega poslovnega centra, ki ga je od ustanovitve obiskalo več kot 10.000 ljudi, omogoča interakcijo z avatarji, predstavniki IBM-a, 24 ur na dan, 5 dni v tednu.

Wladawsky-Berger, podpredsednik za tehnološke strategije in inovacije pri IBM-u meni, da je Second Life izjemno počasen, je pa prepričan, da so virtualni svetovi, kot je Second Life, velika in pomembna razširitev interneta.

Študenti iz Irske bodo tridimenzionalne spletne svetove približali tudi slepim in slabovidnim. Študenti so namreč zasnovali posebno zvočno kuliso, ki s pomočjo zvoka ustvarja občutek 3D prostora. Mladi raziskovalci so delali na IBM-ovem projektu Extreme Blue, pri katerem so jih razdelili v skupine, kjer so nato 12 tednov reševali zapletene naloge, ki so jim jih zastavili starejši raziskovalci. Študenti so delovali v Active Worlds. Analitiki predvidevajo, kot sem že omenila, da bo v roku štirih let kar 80 odstotkov vseh uporabnikov interneta uporabljalo takšne ali drugačne virtualne svetove (www.dnevnik.si).

5.5.3.1. Pravila za virtualni svet

IBM je avgusta 2007 izdal osnovne smernice (v prilogi) za več kot 5000 zaposlenih, ki sodelujejo v Second Lifu in drugih virtualnih svetovih, v katerih podjetje poslovno sodeluje. IBM je tako postal prva korporacija, ki je ustvarila pravila za obnašanje v virtualnih svetovih. Spletne skupnosti so postale že skoraj nuja za oglaševanje multinacionalnih korporacij in njihovih blagovnih znamk in si želijo razvoja komunikacije med zaposlenimi po celem svetu. IBM-ova pravila, ki se nanašajo na Second Life, Entropia Universe, Forterra, There.com in druge svetove – so logično podaljšanje realnega sveta: zaposleni ne smejo govoriti o intelektualni lastnini z neavtoriziranimi ljudmi. Prav tako ne smejo žaliti in nadlegovati drugih ljudi, vsebujejo pa verzijo Zlatega pravila (Golden Rule), ki je primerna za 21. stoletje in se glasi »Be a good 3D Netizen« oziroma »Bodi dober 3-D prebivalec virtualnega sveta«. Pravila prav tako določajo, da si IBM-ovci ustvarijo dostojen avatar z dostojnim vedenjem in gestami, zanimivo pa je, da nima pravila, kako obleči svojega avatarja (Konrad, 2007).

6. Koncept virtualnosti in njegove etične implikacije

Svoboda v virtualnem svetu je vsekakor sprožila tudi številne dileme, kako svoboden naj bo virtualni svet. Ali ljudje v njem res naj izživijo vse svoje fantazije, ki jih v realnem svetu ne morejo? Ali ljudje v teh svetovih potrebujejo zaščito pred drugimi avatarji?

Strehovec (1999: 14) piše, da so privlačne tehnoutopije lahko estetizirana maska za prekrivanje vrste temeljnih problemov, ki vznikajo v današnjem svetu, grozljivo obvladanem z nevidnimi totalitarizmi.

V kibernetnem prostoru in virtualnih svetovih se nahajajo tudi slike in sporočila, povezana z zlorabami, rasizmom, pedofilijo, nacizmom itd. Tak prostor je namreč katalizator za številne vrste deviantnega obnašanja, ki ga lahko najdemo v realnem svetu in ki bi tam ostal le fantazija. Kibernetni prostor ponuja prostor, kjer se fantazije – takšne ali drugačne – lahko veliko lažje uresničijo (Kitchin, 1998: 120).

In Second Life ni nobena izjema. V njem se je že pojavilo nasilje: skupina nezadovoljnih igralcev se je povezala v »Liberation army« in v virtualnem svetu sprožila nekaj atomskih eksplozij. Second Life so obiskali že tudi agenti FBI, in sicer so jih zanimale številne igralnice (www.dnevnik.si).

Očitno je ta – in nekaj podobnih afer – pripomoglo k spoznanju, da je Second Life le preveč podoben navadnemu življenju, da bi lahko še naprej obstajal kot družba brez pravil. Mladoletni so tako dobili svojo

različico Second Lifa, kmalu za tem so v njem prepovedali tiste igre na srečo, ki so v povezavi s resničnimi igrami na srečo, čedalje strožja pravila in odmevne afere pa so povzročili, da so se iz igre začeli umikati tudi največji oglaševalci (Frece, 2007).

Vendar se ameriška vlada še ni odločila za legalizacijo virtualnega igralništva, zato za zdaj tudi še ni nobenih navodil, kako jih naj obravnavajo. V Second Lifu je možno najti na stotine kazinojev, ki ponujajo različne igre na srečo. Koliko njihovi ponudniki zaslužijo, je skoraj nemogoče ugotoviti, toda samo dobiček največjih igralnic pokra je 1500 ameriških dolarjev na mesec, so povedali njihovi lastniki. Večina pravnih strokovnjakov meni, da so stave v Linden dolarjih nezakonite. Ameriška družba Linden Lab se utegne soočiti z resnimi kriminalnimi obtožbami po zakonu o nezakonitih igrah na srečo, čeprav zakonodajalcem ni vedno jasno, ali je tridimenzionalni posnetek igralnice v zakonskem smislu enako kot prava igralnica.

Med problemi, ki so se pojavili v virtualnem svetu Second Life, je tudi pedofilija. Ena izmed nemških televizij je poročala o razkritju članov Second Lifa, ki naj bi znotraj skupnosti plačevali za spolne odnose z virtualnimi otroki, preprodajalo pa se je tudi resnične fotografije z otroško pornografijo. Ustvarjalec Second Lifa, podjetje Linden Lab, je sporočilo, da bo pomagalo pri prepoznavanju uporabnikov, in obljublja, da bodo podatke posredovali pristojnim organom. Virtualni svet je raziskoval nemški televizijski poročevalec Nick Shader, ki je tudi sam uporabnik Second Lifa. Med raziskavo so z njim navezali stik uporabniki, ki so mu proti plačilu ponujali možnost udeležbe na srečanjih, kjer se je ogledovalo virtualno in resnično otroško pornografijo. Nemški zakon

predvideva tri leta zapora za posedovanje virtualne otroške pornografije (www.rtv slo.si).

Med pomanjkljivostmi virtualnih skupnosti je tudi ta, da ljudi zadržuje v hiši. In tako, kot za televizijo rečemo, da proizvaja t. i. »coach potatoes«, tako virtualne skupnosti ustvarjajo »mouse potatoes«; ljudi, ki se raje potepajo po kibernetnem prostoru, kot živijo v realnem življenju (Kitchin, 1998: 90).

Kako vplivajo virtualne skupnosti, virtualni svetovi na mlade? Morda je največja težava v vse večji zabrisanosti meja med realnim in virtualnim v njihovi zavesti – najstniki so namreč izredno sprejemljivi za svet okoli sebe (Pirc, 1992).

In kaj mlade in manj mlade tako pritegne na virtualnih skupnostih? Lanier (1992) meni, da je razlog v interaktivnosti; interaktivne tehnologije so tiste, ki bodo zasenčile neinteraktivne, kot so televizija, radio itd.

Med pomembnejšimi stvarmi poleg interaktivnosti virtualni svetovi ponujajo tudi novo, virtualno telo. Problem nastane, kadar ljudje ne želijo zapustiti svojega virtualnega telesa in se vrniti v realni svet.

Lajoie (v Kitchin, 1998) pa meni, da je eden največjih strahov, ki jih prinašajo kibernetni prostori, zmanjšanje javne sfere našega življenja. Zanj srečevanje na spletu ni substitut za srečanja v realnem svetu.

7. Prihodnost?

Ali je informacijska avtocesta torej res mesto globalne moči, ker ostaja nevidna, neprostorska, lebdeč prostor za ne-virtualizirane razrede, za tiste, ki so bili zavrženi ob poletu virtualnega razreda v telematično prihodnost, kot pravi Strehovec (1999)?

Moja prva hipoteza, da obstajata dve enakovredni realnosti: dejanska in virtualna, je dokazana. Virtualna resničnost je oblika realne resničnosti, niti ne njena komplementarna stran, temveč simetrija. Obstajate dve popolnoma enakovredni resničnosti – od posameznika pa je odvisno, kateri bo dal prednost. Lahko pričakujemo, da bo v prihodnosti meja med virtualno resničnostjo in realno resničnostjo zaradi nadaljnjega razvoja interneta in virtualnih svetov še bolj zabrisana.

Dokazana je tudi moja druga hipoteza, in sicer, da je človek v virtualnem svetu enako resničen kot tisti v realnem svetu. Težko je namreč reči, da so naše spletne identitete čisto drugačne od identitet, ki jih imamo, ko smo utelešeni v realnem svetu – kar pomeni, da se ne spremeniš kar v nekoga drugega. Naša celotna identiteta izhaja iz različnih fragmentov in je povezana v mrežo, ki tvori kompleksno celoto in v kibernetičnem prostoru se te identitete prepletajo.

Poznavalci pravijo, da se bo čez štiri leta po navideznem vzporednem svetu sprehajalo 1,6 milijarde uporabnikov (Vertnik, 2007). Ali je Second Life le še en poskus odpiranja novih možnosti trgovanja v globalni bitki kapitala ali pomeni uvod v transcedenco človeštva tudi v navidezno sfero,

redefinicijo socialnih odnosov, odpiranje novih svetov znotraj obstoječega? (Monitor, 2007).

3-D internet bo v prihodnosti omogočil aktivnosti, ki so sedaj mogoče samo v realnem življenju. Tako bo npr. avatar v virtualnem svetu na internetu lahko kupil karte za športno tekmo in si to tekmo ogledal v drugem virtualnem svetu, kjer se bo srečal z avatarji njegovih prijateljev, in to po nižji ceni, kot v realnem življenju. Prav tako bo možno imeti virtualni ogled hotelske sobe, v kateri bi radi bili nastanjeni in podobno (www.businessweek.com).

Google na primer že dela na tem, da bi 250 milijonom uporabnikom Google Eartha ustvaril še boljše in bolj interaktivno okolje za ustvarjanje družbene mreže; danes le-ti imajo spletne pogovore in pišejo bloge, jutri se bodo lahko srečali na virtualni ulici (www.businessweek.com).

Tridimenzionalni svetovi so naslednja stopnja socialnih mrež. Facebook na primer ima že 55 milijonov uporabnikov iz celega sveta. Kaj naš čaka v prihodnosti? Tridimenzionalne skupnosti (Forbes, 2007). Preko blogov bomo lahko brali vse, kar počnejo naši prijatelji čez dan, naši avatarji pa bodo v virtualnih svetovih srečevali avatarje prijateljev in skupaj ogledali virtualni film. Milijoni prebivalcev številnih virtualnih svetov to že delajo.

Vendar kljub vsemu lahko domnevamo, da še ne poznamo vseh razsežnosti virtualnih svetov – to, kar poznamo danes, je samo zelo zgodnja stopnja njihovega razvoja.

Vizija je vsekakor globalna družba; skupnosti ne bodo več lokalne, temveč globalne. Virtualno bo še bolj realno in obratno.

V prihodnosti pa se ne bomo spraševali samo tega, kako realna je virtualna resničnost, temveč tudi, kako virtualna je realna resničnost.

8. Viri in literatura

1. Broadhurst, Dixon in Eric J. Cassidy (1998): Virtual Futures. Cyberotics, Technology and Post-Human Pragmatism. London: Routledge.
2. Demšar, Tjaša (1992): ... in zgradil si je interaktivni fantazijski stroj: Nekaj fragmentov o virtualni resničnosti. V: Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost, let. 20, št. 150/151, str. 99-109.
3. Erjavec, Karmen in Zala Volčič (1996): »Virtualna demokracija«. V: Teorija in praksa, let. XXXIII, št. 3, 516-517.
4. Flusser, Vilem (1992): Digitalni videz. V: Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost, let. 20, št. 150/151, 59-68.
5. Hentz, A., Mike (1992): Elektronska umetnost. V: Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost, let. 20, št. 150/151, 93-98.
6. Herman, Andrew in Thomas Swiss (2000): The World Wide Web and Contemporary Cultural Theory. New York: Routledge.
7. Hillis, Ken (1999): Digital sensations. Space, Identity, and Embodiment in Virtual Reality. Minneapolis: University of Minnesota Press.
8. Hočevar, Marjan (2000): Novi urbani trendi. Prizorišča v mestih – omrežja med mesti. Znanstvena knjižica, FDV.
9. Holmes, David (1997): Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace. ZDA: Sage Publications.
10. Holtzman, Steven (1997): Digital mosaics. The Aesthetics of Cyberspace. New York: Touchstone.
11. Janžekovič, Petja (2001): Virtualni svetovi in človekove pravice. V: Anthropos, št. 4/6, 271-274.

12. Jones G., Steven (1998): *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. ZDA: Sage Publications.
13. Južnič, Stane (1993): *Identiteta*. Ljubljana: FDV.
14. Kerchove, Derrick (1992): Virtualna resničnost za kolektivno kognitivno obdelavo. V: *Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost*, let. 20, št. 150/151, 25-35.
15. Kitchin, Rob (1998): *Cyberspace. The world in the wires*. England: John Wiley and Sons.
16. Kokot, Marjan (1992): VR + Cyberpunk = tehnopoganska revolucija. V: *Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost*, let. 20, št. 150/151, 5-8.
17. Košnik, Virant, Marko (1992): Česa se spominjaš iz prihodnosti? V: *Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost*, let. 20, št. 150/151, 37-42.
18. Lanier, Jaron (1992): ... smo na pragu planeta, ki ga nismo odkrili, temveč ustvarili. V: *Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost*, let. 20, 150/151.
19. Leben, Janez (2003): *Virtualna resničnost: primer e-books*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
20. Lenarčič, Blaž (2002): *Fizično Vs. virtualno mesto*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
21. Levy, Steven (1993): In Silico. V: *Časopis za kritiko znanosti*: let. XXI, št. 160-161, 147-156.
22. McKenna, Terence (1993): Novi orisi hiperprostora. V: *Časopis za kritiko znanosti*, let. XXI, št. 156-157, 161-191.
23. Mlakar, Peter (1992): V postelji s Sharon Stone: Fragment o virtualni spolnosti. V: *Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost*, let. 20, št. 150/151, 118-121.

24. Monitor (2007): V navidezno po zaslužek. Januar, 64 – 69.
25. Pirc, Karlo (1992): Cybersex, Smart drugs & Technocore. V: Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost, let. 20, št. 150/151, 123-143.
26. Pirc, Karlo (1993): Ustvarjanje umetnega življenja. V: Časopis za kritiko znanosti: let. XXI, št. 160-161, 157-181.
27. Podjetnik, revija (2007): Virtualni svetovi – realna priložnost. 14. 5. 2007, str. 22 – 24.
28. Pribac, Igor (1992): »Povej mi, kaj ste se igrali pri dvanajstih, ...«. V: Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost, let. 20, št. 150/151, 111-117.
29. Rheingold, Howard (2004): Ne-vidne množice: horizontalne trenutne skupnosti in mobilna plemena. Ljubljana: Mobitel.
30. Sefton, Green, Julian (1998): Digital Diversions: Youth Culture in the Age of Multimedia. London: UCL Press.
31. Sheff, David (1992): Virtualna Resničnost po Timothyju Learyju. V: Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost, let. 20, št. 150/151, 11-24.
32. Strehovec, Janez (1992): Umetnost virtualnih strojev. Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost, let. 20, št. 150/151, 43-58.
33. Strehovec, Janez (1999): Virtualna resničnost deset let kasneje. V: Dialogi: Revija za kulturo in družbo, let. XXXV., št. 1-2, 14-21.
34. Varga (2007): Dimenzija 2.0. Računalniške novice. 13. 4. 2007, str. 4
35. Večer, dnevni časopis (2007): Začela se je tretja svetovna vojna. 24. 5. 2007, str. 41.
36. Vertnik (2007): Trendi. Mag, avgust, str. 56.

37. Weibel, Peter (1992): Virtualni svetovi: cesarjeva nova telesa. V: Časopis za kritiko znanosti: Virtualna resničnost, let. 20, št. 150/151, 69-91.
38. Weinmann, Gabriel (2000): Communicating unreality. Modern Media and the Reconstruction of Reality. ZDA: Sage Publications.
39. Wood, John (1998): The virtual world embodied. Presence, Practise, Technology. London: Routledge.
40. Zajc, Drago (2005): Politika človekovih pravic. Ljubljana, FDV.

INTERNETNI VIRI:

41. Agencijanet.si (2007): (<http://www.agencijanet.si>) (12. december 2007).
42. Ataco.si (2007): Second Life je zelo priljubljen v Evropi. Dostopno na: <http://www.ataco.si/news.php?op=print&id=514>: (5. november 2007).
43. Bray, Hiawatha (2007): Second Life gets a bay state boost. Dostopno na: http://www.boston.com/business/technology/articles/2007/05/21/second_life_gets_a_bay_state_boost/ (17. november 2007).
44. Burnett III, H. James (2007): More real people are leading virtual lifes Dostopno na: <http://www.miamiherald.com/460/story/106953.html> (12. december 2007).
45. BusinessWeek (2007): Just Ahead: The Web as virtual world. Dostopno na www.businessweek.com/magazine/content/07_33/b4046064.htm (5. januar 2008).

46. Cho, Hannah (2007): Welcome to the virtual interview. Dostopno na: <http://www.baltimoresun.com/technology/bal-bz.virtualjob15may15002653,0,4899237.story?page=2&coll=bal-technology-headlines>: (20. december 2007).
47. ComScore (2007): Marca 2007 je Second Life uporabilo 1,3 milijone ljudi. Dostopno na: <http://www.ris.org/index.php?fl=1&nt=7&m2w=Tuje%20raziskave&sid=491>: (15. januar 2008).
48. <http://dne.ena.com/prikaziCL.asp?CIID=14240> (14. december 2007).
49. Dnevnik, dnevni časopis: Virtualni svet Second Life dobil še letalskega prevoznika. 16. 4. 2007. Dostopno na www.dnevnik.si. (16. april 2007).
50. Dnevnik, dnevni časopis: Second Life odslej tudi za slabovidne. Dostopno na www.dnevnik.si (8. september 2007).
51. Education.guardian.co.uk (2007): A second look at school life. Dostopno na: <http://education.guardian.co.uk/elearning/story/0,,2051195,00.html> : A second look at school life (20. december 2007).
52. Forbes (24. 12. 2007: Rocking The Virtual World; Three-dimensional virtual worlds are the next frontier for social networks. Dostopno na: <http://www.forbes.com/forbes/2007/1224/103.html> (5. oktober 2007).
53. Frece, Matej (2007). Dostopno na: http://www.mojmikro.si/prezivetiki/kar_tako/drugo_in_edino_zivljenje (4. januar 2007).
54. Godina, Vesna (2005). Dostopno na: <http://www.viva.si/clanek.asp?id=3022> (9. september 2007).

55. Gross, Samantha (2007): Virtual world a real escape. Dostopno na: <http://www.chicagotribune.com/business/chi-0705112294may14,0,5108085.story?coll=chi-business-hed>: (6. november 2007).
56. Harkin, Fiona (2007): Virtual style? In another life. Dostopno na: <http://www.ft.com/cms/s/733d2398-05a6-11dc-b151-000b5df10621.html> (11. januar 2008).
57. IBM: www.ibm.com. Zadnji dostop: 10. 10. 2007.
58. IPROM novice: Second Life – prihodnost za storitvene dejavnosti (2007): Dostopno na: http://www.iprom.si/novice_www.html?id=206 (7. november 2007).
59. IPROM novice (2007): Demografski podatki za Second Life. Dostopno na: http://www.iprom.si/novice_www.html?id=184 (2. december 2007).
60. James, Andrea (2007): Real-life move for Second Life: Creator opening office in Seattle. Dostopno na: <http://www.investors.com/editorial/IBDArticles.asp?artsec=17&issue=20070221n> to top of page (5. julij 2007).
61. Kondrad, Rachel (2007): IBM writes guidelines for virtual worlds. Dostopno na: www.usatoday.com (17. september 2007).
62. Linden Lab: <http://lindenlab.com/about>. Zadnji dostop: 1. 6. 2007.
63. Linden, Zee (2007): State of the Virtual World – Key Metrics, January 2007 Dostopno na: <http://blog.secondlife.com/2007/02/09/state-of-the-virtual-world-%e2%80%93-key-metrics-january-2007/> (13. junij 2007).
64. Ljnovice.com (2007): Maldivi prvi z veleposlaništvom v Second Lifu. Dostopno na: <http://www.ljnovice.com/default.asp?podrocje=29&menu=4&novica=62009>: (8. avgust 2007).

65. Maney, Kevin (2007): Creator of Second Life's goal? Just to reach people. Dostopno na: http://www.usatoday.com/printedition/money/20070205/secondlife_cover.art.htm (22. september 2007).
66. Miami Herald. Dostopno na: <http://www.miamiherald.com/460/story/106953.html>: More real people are leading virtual lives (22. oktober 2007).
67. Mobilnipotepi (2007): Second Life in zakoni uspešnega virtualnega življenja. Dostopno na: <http://mobilnipotepi.blog.si/2007/05/15/second-life-in-zakoni-uspesnega-virtualnega-zivljenja/>: (15. maj 2007).
68. Philipson, Graeme (2007): Get a Second Life, why don't you? Dostopno na: <http://www.smh.com.au/news/perspectives/get-a-second-life-why-dont-you/2007/03/26/1174761375425.html> (26. marec 2007).
69. Podjetnik.com (2007): Virtualni svetovi – realna priložnost. Dostopno na: <http://www.podjetnik.com/default.asp?KatID=432&ClanekID=3403> (11. oktober 2007).
70. Računalniške novice online (2008): http://www.racunalniske-novice.com/main/index.php?page=clanek&cmd=clanek&id_news=0000014815&hash=e0bf39e64a3924bd8de14c42d253f283 (27. januar 2008).
71. RTV Slovenija (2007): Pedofili zavzeli Second Life. Dostopno na: http://www.rtv slo.si/modload.php?&c_mod=rnews&op=sections&unc=read&c_menu=9&c_id=141689: (18. januar 2008).
72. RTV Slovenija (2007): Okoljska zavednost v Second Lifu. Dostopno na www.rtv slo.si (10. januar 2008).

73. Rtv slo.si (2007): Resnična resničnost. Dostopno na: <http://www.rtv slo.si/odprtikop/resnicnost/mmorpg/> (5. november 2007).
74. Safe.si (2007): V virtualni skupnosti največ Evropejcev. Dostopno na: <http://www.safe.si/index.php?fl=2&lact=1&bid=892&page=1&parent=6> (16. februar 2008).
75. Second Life (2007): Dostopno na: <http://secondlife.com/whatis/> (22. november 2007).
76. Simon, Stephanie (2007): In Second Life nobody knows you're a lapsed Catholic. Dostopno na: <http://www.latimes.com/news/nationworld/nation/la-na-virtual8apr08,0,5161696.story?coll=la-home-headlines>: (18. januar 2008).
77. The Yomiuri Shimbun (2007): In the marketplace. Dostopno na: www.yomiuri.co.jp/dj/business/20070723TDY08001.htm (27. september 2007).
78. Trier.net (2007): Pedofili zavzeli Second Life. Dostopno na: <http://www.triera.net/novica.php?id=A1137677>: (18. oktober 2007).
79. Wagner, Mitch (2007): 12 Things To Do In Second Life That Aren't Embarrassing If Your Priest Or Rabbi Finds Out. Dostopno na: http://www.informationweek.com/blog/main/archives/2007/04/10_fun_things_t.html;jsessionid=RBR1XBWCEKRFCQSNDLPCKHSCJUNN2JVN: (19. oktober 2007).
80. www.webpronews.com (5. julij 2007).
81. <http://www.ortosmart.si/sl/inside.cp2?cid=45BD7818-5098-40C8-8846-84485145AC4B&linkid=article> (18. januar 2008).
82. Wikipedija (2007): <http://sl.wikipedia.org/wiki/Virtualno> (5. julij 2007).

83. Wikipedia (2007): Virtualna resničnost: Dostopno na:
http://sl.wikipedia.org/wiki/Virtualna_resni%C4%8Dnos (18. januar 2008).
84. Železnikar, Jaka (2007): Resničnostni šov v virtualnem svetu.
Dostopno na: <http://www.mladina.si/dnevnik/89957/>: (5. oktober 2007).

9. Priloga: IBM-ove smernice za virtualne svetove

IBM believes that virtual worlds and other 3D Internet environments offer significant opportunity to our company, our clients and the world at large, as they evolve, grow in use and popularity, and become more integrated into many aspects of business and society. As an innovation-based company, IBM encourages employees to explore responsibly and to further the development of such new spaces of relationship-building, learning and collaboration. As we engage in these new environments, IBMers should follow and be guided first and foremost by our values and our Business Conduct Guidelines.

These Virtual Worlds Guidelines for IBM employees have been created to build upon those foundations and to address the some of the choices that individual IBMers may face in virtual worlds. These guidelines are not intended to address every situation you may encounter through use of a digital persona or personas. But reflecting as they do the input and expertise of a global team of experts--IBM's Virtual --the guidelines are a good start at informing our*Universe Community collective engagement and exploration.

1. Engage. IBM encourages its employees to explore responsibly – indeed, to further the development of – new spaces of relationship-building, learning and collaboration.

2. Use your good judgment. As in physical communities, good and bad will be found in virtual worlds. You will need to exercise good judgment

as to how to react in these situations – including whether to opt out or proceed.

3. Protect your – and IBM’s – good name. At this point in time, assume that activities in virtual worlds and/or the 3D Internet are public – much as is participation in public chat rooms or blogs. Be mindful that your actions may be visible for a long time. If you conduct business for IBM in a virtual world or if you are or may appear to be speaking for or on behalf of IBM, make sure you are explicitly authorized to do so by your management.

4. Protect others’ privacy. It is inappropriate to disclose or use IBM’s or our clients’ confidential or proprietary information – or any personal information of any other person or company (including their real name) – within a virtual world.

5. Make the right impression. Your avatar’s appearance should be reasonable and fitting for the activities in which you engage (especially if conducting IBM business). If you are engaged in a virtual world primarily for IBM business purposes, we strongly encourage you to identify your avatar as affiliated with IBM. If you are engaged primarily for personal uses, consider using a different avatar.

6. Protect IBM’s and others’ intellectual property. IBM has a long-established policy of respecting the intellectual property of others, and of protecting its own intellectual property. Just as we take care in our physical-world activities to avoid infringement of intellectual property rights and to provide proper attribution of such rights, so we must in our

activities in virtual worlds – in particular with regard to the creation of rich content.

7. IBM business should be conducted in virtual environments only with authorization. You should not make commitments or engage in activities on behalf of IBM unless you are explicitly authorized to do so and have management approval and delegations. If you are authorized, you may be asked by IBM management to conduct IBM business through a separate avatar or persona reserved for business use. You should certainly decide to use a separate avatar or persona if you think your use of an existing one might compromise your ability to represent IBM appropriately.

8. Be truthful and consistent. Building a reputation of trust within a virtual world represents a commitment to be truthful and accountable with fellow digital citizens. You may be violating such trust by dramatically altering your digital persona's behavior or abandoning your digital persona to another operator who changes its behavior. If you are the original creator or launcher of a digital persona, you have a higher level of responsibility for its behavior.

9. Dealing with inappropriate behavior. IBM strives to create a workplace that is free from discrimination or harassment, and the company takes steps to remedy any problems. However, IBM cannot control and is not responsible for the activity inside virtual worlds. If you are in a virtual environment in conjunction with your work at IBM and you encounter behavior that would not be acceptable inside IBM, you should “walk away” or even sign out of the virtual world. You should report abuse to the service provider. And as always, if you encounter an

inappropriate situation in virtual world which you believe to be work-related, you should bring this to the attention of IBM, either through your manager or through an IBM internal appeal channel.

10. Be a good 3D Netizen. IBMers should be thoughtful, collaborative and innovative in their participation in virtual world communities – including in deliberations over behavioral/social norms and rules of thumb.

11. Live our values and follow IBM’s Business Conduct Guidelines. As a general rule, your private life is your own. You must, however, be sensitive to avoid activities in a virtual world that reflect negatively on IBM. Therefore, you must follow and be guided by IBM’s values and Business Conduct Guidelines in virtual worlds just as in the physical world, including by complying with the Agreement Regarding Confidentiality and Intellectual Property that you signed when you became an IBM employee. It is obviously most important to do so whenever you identify yourself as an IBMer and engage in any discussions or activities that relate to IBM or its business, or use any of IBM’s communications systems or other assets to participate in a virtual world.

Virtual Worlds Guidelines: Discussion

Virtual worlds – such as Second Life, Active Worlds, There, Entropia Universe, Forterra and others – are services that allow people to interact through digital personas or avatars. Many third-party companies now provide these services to individuals and organizations, sometimes free of charge. Most require participants to agree to the company’s terms of

service. These terms are typically aimed at protecting the virtual world service provider's control over all aspects of the service and the content and data generated in that virtual world. Thus, your ability to remain a member of a virtual world or to have or use a space within that world likely is not guaranteed.

Every virtual world has its own unique characteristics and terms of service. In signing up to participate in a virtual world service, you should fully understand the terms and conditions to which you are agreeing as a member of that community. You should also recognize that, unless otherwise specifically directed by IBM management, you are signing those terms and conditions as an individual. You are responsible for all aspects of your participation in a virtual world; IBM is not.

It is also important to remember that virtual worlds are public, software-based, open societies in which having a dialogue is similar to having a discussion or meeting in a public place, such as a hotel lobby or an airport. You should operate on the assumption that all actions, communications and data can be seen, heard and recorded by anyone, including the service provider – which may not, and often does not, have any obligation to protect your communications or information. Be mindful that all of your actions will be public and may be visible for a long time.

Launching Digital Personas and Disclosing Their Identities

How much of your own personal information you decide to share is up to you. Many virtual world services will give you choices about how you choose to identify your digital persona. In some instances, members may use their real names, while other virtual worlds may require members to choose from names created by the service provider – or a combination of

both. Additionally, you may have the opportunity to give your digital persona a profile that may be viewed by other members who are interested in learning more about your interests, hobbies, profession, etc.

When you engage in a virtual world, you are subject to the same requirements and obligations as in the physical world, including following and be guided by IBM's values and the Business Conduct Guidelines. Additionally, you may not conduct business or represent IBM unless you have been explicitly authorized by IBM management. Management may require or you may decide it is necessary to have a separate avatar to conduct IBM business.

Many virtual worlds allow participants to be anonymous. In most such cases, you are not required to reveal your true identity – and you do not know the true identity of others you meet. So, for example, simply because the name “IBM” or another company brand or logo appears in a digital persona's profiles, on clothing or even on a heads-up display, that does not necessarily guarantee that an individual truly is affiliated with IBM or other such entity.

The identity of a digital persona's creator(s), or his or her online activities and related information, is personal information and should only be disclosed by that digital persona or where possible or practical with the prior explicit permission of the owner of that digital persona. Even if you happen to know a digital persona's real name, it is best not to address that persona by that name when communicating in virtual worlds, unless the persona's owner has given you permission to do so. IBM clients, IBM employees, IBM Business Partners and suppliers should likewise not be cited or referenced without their prior approval.

Appearance

Virtual worlds give you the ability to create the way in which you want to represent your digital persona visually. This can be anything from a reasonable likeness of the actual person to a fictional creature.

Avatar customization, clothing and all aspects of appearance and behavior are among the forms of innovation in virtual worlds. In general, your digital persona's appearance is up to you. When you are using your avatar or persona in association with IBM, however, your judgment in these matters should be shaped by the same general guidelines that apply to IBMers in physical environments – i.e., that your appearance be appropriate to the context of your activities. You need to be especially sensitive to the appropriateness of your avatar or persona's appearance when you are meeting with IBM clients or conducting IBM business.

Digital Persona Ownership & Responsibility

Over time, a digital persona you create or in which you share ownership may have the opportunity to build and maintain a reputation in its original virtual world, or elsewhere – perhaps for a skill, talent or influence over a certain industry, community or audience. Building a reputation of trust within a virtual world represents a commitment to be truthful and accountable with fellow digital citizens. Dramatically altering, splitting or abandoning your digital persona may be a violation of that trust. It may also violate the terms of use of a virtual world. And in the case of a digital persona used for IBM business purposes, it may violate your obligations to IBM.

Similarly, the originator of a digital persona may deliberately decide to allow his or her avatar to have several "owners" or operators if permitted by the terms of the virtual world. In these situations, the owners are collectively accountable to exhibit consistent behavior through the digital persona and to maintain the level of trust and transparency it previously exhibited with its fellow digital personas, before its ownership or participation was expanded. Also in these situations, it may become necessary for the persona's originator to establish ground rules for the persona's new co-owners – along with decision-making methods or procedures, in the event of disagreement among them. Early examples of such systems of shared responsibility and collective forms of decision-making are to be found in communities such as Linux, Wikipedia or the Creative Commons.

In any event, a digital persona with shared ownership or control should not be used for IBM business purposes without explicit IBM management approval.

Identities that Span Multiple Environments

IBM expects that, just as we saw with the 2D, text-based Web, today's discrete virtual worlds will evolve toward a globally interlinked 3D Web. IBM and other companies are already developing technology to enable "trusted roaming" and "portable identities" that can move seamlessly among different virtual environments. Further, we are seeing new forms of interconnection between virtual spaces and with the physical world. As this happens, it will open up the possibility of boundary-spanning identities. We can think of this as the opposite of the multiple-identity capacity we have discussed previously. Instead of one physical person

spawning many digital identities within a given virtual world, in this case one identity can exist simultaneously in more than one digital world.

And just as we have developed informal systems of etiquette for current forms of multi-tasking – e.g., that guide whether it is acceptable to keep a laptop open and/or to instant-message with someone during a given meeting – we will need to evolve cultural norms about what kinds of “outside” actions are permissible when one is “in world”. These and many situations far more complex will call on IBMers to be both thoughtful and innovative, as we follow and are guided by our values and the Business Conduct Guidelines.

Protecting IBM Intellectual Property Assets

Your responsibility to IBM concerning intellectual property, as outlined in the agreement you signed at the time of your hire, applies as much in the virtual world context as in the physical world context.

Virtual worlds residing outside the IBM firewall should be viewed as public spaces, because they are provided and physically controlled by third parties who generally offer no guarantee to protect the confidentiality or privacy of information, or even to retain information reliably. Individuals employed by virtual world providers (e.g., “administrators”) have broad powers to monitor and control action within the world with very few, if any, checks on their powers. They are not necessarily obligated to treat user information with any particular level of care.

In addition, while some worlds include capabilities to restrict access in

certain ways, creating an appearance of privacy, the efficacy of such features is generally not known and not guaranteed. Thus, it is inappropriate to disclose or use IBM's or our clients' confidential or proprietary information – or any personal information of any IBM employee or other person or company – within a virtual world.

You should only use IBM content in a virtual world with explicit permission from IBM management. Make sure you are following IBM development guidelines before posting IBM intellectual property in virtual worlds, including providing proper attribution to IBM and obtaining any intellectual property protections*attribution available (e.g., patents, copyrights and trademarks) before seeking permission to use IBM intellectual property in a virtual world. When in doubt, consult your IBM intellectual property attorney.

Respecting Intellectual Property of Others

IBM has a long-established policy of respecting the intellectual property of others. Just as we take care in our physical-world activities to avoid infringement of anyone's intellectual property rights, so we must in our activities in virtual worlds. Likewise, even when using third party intellectual property with permission, you need to ensure that you are providing proper attribution of any intellectual property contained in the content.

We must pay particular attention to the creation of rich content. It is a major attraction of virtual worlds, and a valued asset. The creation of such content is an important aspect of IBM's participation in virtual worlds. However, creation of such content must be done with care to

avoid copying or using the content of others unless permission is first granted by the owner.

You are responsible for ensuring that your virtual world activities and creations do not infringe the intellectual property rights of others. When in doubt, consult your IBM intellectual property attorney.

Doing Business in a Virtual World

Transactions that take place in virtual worlds can be subject to the same laws and regulations as physical-world transactions. IBM's policy is to comply with all laws and regulations that apply to its business. It is your responsibility to ensure that you do not do anything that causes IBM to be non-compliant.

IBM has already been asked to participate in a broad spectrum of business opportunities in virtual worlds – everything from currency exchange to content creation. Some of the new types of opportunities presented may have business or legal implications. When considering business opportunities in virtual worlds, it is helpful to start with the notion that if IBM does not participate in a business or activity in the physical world, we would probably not engage in such a business or activity in a virtual world (at least, not without careful consideration and explicit approval by IBM management).

As a general rule, you should not assume that you are authorized to conduct business for IBM in a virtual world of any type or in any manner unless you are explicitly authorized to do so by IBM management and established procedures. Once you are authorized to do business and as

in the physical world, any items created, bought or sold for or on behalf of IBM in a virtual world remain IBM's property.

Also, once you are authorized to do IBM business in a virtual world you need to consider whether you have any concerns about the ability of your existing/personal avatar or persona to conduct that business and to represent IBM appropriately. If so, you should conduct IBM business through a separate avatar designated exclusively for business use. You may also be required by IBM management to do IBM business through a separate avatar or persona. In both cases, there may be additional guidelines provided to you for your business-use avatar.

Export

Just as in the real world, if content or data or information is export-controlled by the government of the United States or any other country, it cannot be shared in a virtual world comprised of people from all over the physical world. You need to ensure that data and information are not export-controlled before posting or using anywhere in a virtual world. If you have any questions about the export classification of data or information, please contact your IBM attorney or export control office.

Encountering Inappropriate Behavior

As in the physical workplace, IBM expects that you will follow and be guided by the IBM Business Conduct Guidelines, including avoiding discrimination against, harassment of and other inappropriate actions towards others in virtual worlds. Remember at all times that there are

real people behind every digital persona and avatar. You should not do anything that is or may be considered offensive to others.

IBM strives to create a workplace that is free from discrimination or harassment and takes steps to remedy any such problems. External virtual worlds, however, are outside of IBM's control. If you are in a virtual environment in conjunction with your work at IBM and you encounter behavior there that would not be acceptable inside IBM, the recommended approach is to ignore such behavior and to “walk away” or even sign out of the virtual world. If these approaches do not prove sufficient and/or if the behavior persists, you should report the abuse to the service provider.

As always, if you encounter an inappropriate situation in a virtual world which you believe to be work-related, you should bring this to the attention of IBM, either through your manager or through an IBM internal appeal channel.

On Your Own Time

IBM respects the legal rights of our employees in all countries in which we operate. As mentioned above, what you do in your own time is generally your own affair. However, you do need to consider whether your digital persona could be linked to IBM in activities in which you participate on your own time. Any conduct that adversely affects your performance as an IBM employee, that of other employees or IBM's legitimate business interests may result in disciplinary measures, including dismissal.

Summary

IBMers are encouraged to engage, to learn and to share their learning and thinking with their colleagues. That is what it means to be part of an innovation company. As we do so, our best guideline is to approach virtual worlds in the same way we do the physical world – by using sound judgment and following and being guided by IBM's values and the Business Conduct Guidelines. Remember that IBM's integrity and reputation, as well as your own, are in your hands. If you are unsure of the correct action or behavior at any stage, speak to your manager, your HR partner or an IBM attorney.