



ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ & ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ – ΤΟΜΕΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΘΕΩΡΙΑΣ & ΕΡΕΥΝΑΣ  
ΚΕΝΤΡΟ ΨΥΧΟ-ΚΟΙΝΩΝΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ  
ΤΩΝ ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ – ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ «ΩΜΕΓΑ»

---

ΔΙΑΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ  
**ΔΥΝΗΤΙΚΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ: ΚΟΙΝΩΝΙΟ-ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ  
ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ**

ΣΕ ΣΥΜΠΡΑΞΗ ΜΕ ΤΟ  
ΤΜΗΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ  
ΤΟΥ ΤΕΙ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

ΚΑΙ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟ  
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΟΦΩΝΩΝ  
ΧΡΗΣΤΩΝ ΤΟΥ SECOND LIFE**

**ΝΤΑΦΑΛΙΑ ΑΘΑΝΑΣΙΑ**

**ΑΜ: 6305Μ008**

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ:

1. Επίκ. Καθ. Γ. Αλεξιάς, Επιβλέπων
2. Αναπλ. Καθ. Κ. Κοσκινάς, Μέλος
3. Δρ. Χ. Μανωλόπουλος, Μέλος

**ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2009**

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία παρουσιάζει τα αποτελέσματα έρευνας που διεξήχθη με τη μέθοδο του on line ερωτηματολογίου προκειμένου να καταγραφούν τα βασικά χαρακτηριστικά των Ελληνόφωνων χρηστών, μιας on line κοινότητας, του Second Life. Ο τρόπος και οι μηχανισμοί μέσω των οποίων διαμορφώνονται και δομούνται οι ταυτότητες στις on line κοινότητες, αναπαράγοντας ή ακόμα και τροποποιώντας, λιγότερο ή περισσότερο, την ταυτότητα στο φυσικό κόσμο, οδηγεί στην κατασκευή νέων ευέλικτων δυναμικών ταυτοτήτων. Σε αυτή τη διαδικασία, ιδιαίτερο ρόλο διαδραματίζει ο τρόπος με τον οποίο κατασκευάζεται (με τη μορφή των άβαταρ), το ανθρώπινο σώμα, και η ατομική ταυτότητα, αναπαράγοντας αναπόφευκτα στοιχεία, δομές και μηχανισμούς από το φυσικό κόσμο (off line). Τα βασικά αποτελέσματα της έρευνας αναδεικνύουν πως οι μορφές ταυτότητας και σωματοποίησης ακολουθούν μια εκ νέου σωματοποίηση των ατόμων υιοθετώντας διαφορετικά στοιχεία από το φυσικό σωματότυπό τους, παρότι η πλειοψηφία επιλέγει το ίδιο φύλο άβαταρ με τη φυσική τους υπόσταση. Επίσης φαίνεται πως ο κυβερνοχώρος αποτελεί ένα ιδιαίτερο χώρο ανάπτυξης κοινωνικών σχέσεων, ο οποίος εκφράζοντας μια δική του δυναμική, ως χώρος έκφρασης της ελεύθερης φαντασίας, στη συνέχεια επηρεάζει και έχει αποτελέσματα και στο φυσικό κόσμο και τις εκεί κοινωνικές σχέσεις. Συνεπώς ο κυβερνοχώρος φαίνεται όχι απλώς να αναπαράγει κοινωνικές σχέσεις, αλλά δυναμικά επεμβαίνει και επηρεάζει τις κοινωνικές σχέσεις στο φυσικό κόσμο.

**Λέξεις κλειδιά: ταυτότητα, σωματοποίηση, άβαταρ, second life, προφίλ χρηστών**

## ABSTRACT

This project indicates the results of a survey conducted by the method of the online questionnaire to record the main features of Greek-speaking Second Life's users. Online identities are shaped as offline identities. The same methods and mechanisms are used to shape the online and offline identity. In this process, particular role played the human body and personal identity, inevitably reproducing data structures and mechanisms of the natural world (offline). The results reveal that the forms of identity and embodiment change in virtual world. Despite the fact that Second Life's users adopt different elements of their natural body type, the majority choose the same sex avatar with physical reality. It also seems that cyberspace is a separate ground for social relationships and its considered as a place of freedom of imagination. Cyberspace also seems not merely to reproduce social relations, but actively intervenes and affects social relations in the natural world.

**Key words: identity, embodiment, avatar, second life, user's profile**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1.	<u>Πρόλογος</u>	<u>4</u>
2.	<u>Δυνητικοί Κόσμοι</u>	<u>5</u>
3.	<u>Δυνητική Ταυτότητα - Δυνητικά Σώματα</u>	<u>7</u>
4.	<u>Άβαταρ</u>	<u>11</u>
5.	<u>Second Life</u>	<u>14</u>
6.	<u>Μεθοδολογία</u>	<u>18</u>
7.	<u>Αποτελέσματα</u>	<u>20</u>
	7.1 <u>Δημογραφικά χαρακτηριστικά</u>	<u>20</u>
	7.2 <u>Χρήση άβαταρ</u>	<u>21</u>
	7.3 <u>Δραστηριότητες</u>	<u>22</u>
	7.4 <u>Σχέσεις offline – online &amp; συσχέτιση SL – RL</u>	<u>23</u>
8.	<u>Συζήτηση</u>	<u>25</u>
9.	<u>Βιβλιογραφία</u>	<u>27</u>
10.	<u>Παράρτημα</u>	<u>30</u>

## 1. Πρόλογος

Οι σύγχρονες δυτικές κοινωνίες καλούνται δυναμικά να προσαρμοσθούν σε νέα δεδομένα τα οποία προσδιορίζονται σε μεγάλο βαθμό, από την ανάπτυξη των τεχνολογιών επικοινωνίας και τη διαμεσολάβηση του διαδικτύου σε ολοένα και περισσότερες μορφές διάδρασης (π.χ. ενημέρωση, αγορές, διαχείριση ελεύθερου χρόνου, εργασία, μάθηση, αποστολή κειμένων κλπ.). Η εμφάνιση των διαδικτυακών τεχνολογιών επικοινωνίας φέρνει στο προσκήνιο μία αναδιαπραγμάτευση του τρόπου με τον οποίο κατανοούμε και εννοιολογούμε παραδοσιακές έννοιες, όπως η επικοινωνία, οι κοινωνικές σχέσεις, η κοινωνική ταυτότητα, το άτομο, ο εαυτός, το σώμα κλπ. Η τροποποίηση στις έννοιες του χώρου και του χρόνου και η δυνατότητα υπέρβασης τους από τις διαδικτυακές τεχνολογίες, οδήγησε σε επαναπροσδιορισμό τις προηγούμενες έννοιες. Ενώ παραδοσιακά ο χώρος (εδώ) και ο χρόνος (τώρα) ήταν αυτά που προσδιόριζαν την κοινωνική ύπαρξη του «άλλου», πρωταρχικά σαν ένα βιολογικό, ζωντανό, έμφυλο σώμα, το οποίο εδώ και τώρα βρίσκεται μπροστά μου, η υπέρβαση του χωροχρόνου προκαλεί νέα ερωτήματα και ταυτόχρονα ανοίγει νέες ευκαιρίες και νέους τρόπους προσδιορισμού και λειτουργίας του κοινωνικού και των κοινωνικών σχέσεων (Αλεξιάς 2006: 310). Ως κοινωνικοί επιστήμονες έχουμε την υποχρέωση και ταυτόχρονα ευκαιρία, να μελετήσουμε τον τρόπο με τον οποίο εκδηλώνεται το κοινωνικό σε νέα, πρωτόγνωρα πλαίσια. Ταυτόχρονα προσφέρεται η δυνατότητα να μελετήσουμε τους τρόπους με τους οποίους αναπαράγεται, αλλοιώνεται, εξαφανίζεται(;) το φυσικό, βιολογικό σώμα στις διαδικτυακές σχέσεις. Το βιολογικό σώμα το οποίο διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στη συγκρότηση των άμεσων, προσωπικών σχέσεων, προβληματοποιείται στις διαδικτυακές σχέσεις, εφόσον λειτουργεί περισσότερο σαν αναπαράσταση είτε του φυσικού, είτε του φαντασιακού σώματος. Με τον τρόπο αυτό ανακύπτουν νέα ερωτήματα αναφορικά με τις εκφάνσεις τις οποίες εκλαμβάνει τελικά η σωματοποίηση στις δικτυακές σχέσεις. Είναι νέα μορφή σωματοποίησης, είναι μορφή εκ νέου σωματοποίησης όπου το υποκείμενο διαμορφώνει μία τελείως νέα σχέση με το σώμα του ή είναι μια μορφή αποσωματοποίησης, όπου το βιολογικό σώμα δεν διαδραματίζει κανένα ή έστω περιορισμένο ρόλο (Αλεξιάς 2008). Ο σκοπός της έρευνας είναι να κεντρίσει το ενδιαφέρον για αυτά τα ερωτήματα και να αναδείξει τη δυναμική τους. Για το λόγο αυτό αντικείμενο της έρευνας αποτελεί μία πρωτόλεια καταγραφή των βασικών χαρακτηριστικών των Ελληνόφωνων χρηστών του Second Life, μιας δυναμικής κοινότητας, όπως θα παρουσιασθεί στη συνέχεια. Η ολοένα και μεγαλύτερη χρήση και υιοθέτηση του διαδικτύου ως μέσου επικοινωνίας, επαφής, συγκρότησης ατομικών-κοινωνικών ταυτοτήτων και δόμησης κοινωνικών σχέσεων, αναδεικνύει το Second Life, εξαιτίας και της διάδοσης που

έχει γνωρίσει, ως ένα ιδιαίτερο επιστημονικό αντικείμενο μελέτης, των σύγχρονων διαδικτυακών σχέσεων και ταυτοτήτων (Scola 2009). Ανακεφαλαιώνοντας, το άρθρο επιχειρεί την καταγραφή και κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι Έλληνες χρήστες του συγκεκριμένου δικτυακού παιχνιδιού αναπαριστούν τους εαυτούς τους και συγκροτούν σχέσεις στον κυβερνοχώρο.

## 2. Οι δυνητικοί κόσμοι

Μέχρι την έλευση των νέων τεχνολογιών οι ορισμοί της κοινότητας μιλούσαν για στενά συνδεδεμένες ομάδες, σε μία φυσική τοποθεσία. Οι παράγοντες που καθόριζαν τη συμμετοχή ήταν φυσικοί, όπως η γέννηση ή η φυσική εγγύτητα. Η αλληλεπίδραση ήταν κυρίως η πρόσωπο με πρόσωπο επαφή και οι κοινωνικές σχέσεις ήταν σταθερές και περιλάμβαναν ένα περιορισμένο αριθμό συμμετεχόντων (De Souza, Preece 2004). Το διαδίκτυο προκάλεσε ριζική αλλαγή, και πρωτοπόροι στον τομέα, όπως ο H. Rheingold (1993) και η R. Hiltz (1984) χρησιμοποίησαν τον όρο *online* και *virtual community* για να περιγράψουν τα έντονα συναισθήματα συντροφικότητας, την υποστήριξη και ενσυναίσθηση που παρατηρούσαν ανάμεσα σε ανθρώπους που επικοινωνούσαν σε διαδικτυακούς χώρους (Clemmensen 2000). Παρατηρούμε λοιπόν πως και οι ομάδες που λειτουργούν κατά βάση σε διαδικτυακά περιβάλλοντα ενσωματώνουν τα στοιχεία εκείνα που μας οδηγούν να μιλήσουμε για ομάδες πραγματικής κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Η A. Markham (1998) αναγνώρισε ως διαδικτυακή ομάδα εκείνη που τα μέλη της θεωρούσαν τον κυβερνοχώρο ως μια τοποθεσία που μπορούσαν να πάνε, να συναντήσουν και να μιλήσουν με άλλους. Επιπλέον, ισχυρίζεται ότι παρόλο που τέτοιου είδους δυνητικοί κόσμοι δεν έχουν φυσική υπόσταση, οι συμμετέχοντες τα σκέφτονται ως μέρη με ουσιαστική σημασία όπου γεγονότα που συμβαίνουν εκεί αποκτούν πραγματικές συνέπειες. Οι συμμετέχοντες συχνά θεωρούν ότι τα δυνητικά περιβάλλοντα αποτελούν ένα είδος αντισταθμιστικής λειτουργίας ως προς τις ελλείψεις που νιώθουν στο φυσικό κόσμο, ενώ συμπληρωματικά δηλώνουν ότι η μοναξιά και η διάθεση φυγής είναι τα σημαντικότερα κίνητρα της συμμετοχής τους (Webb 2001). Δεδομένου ότι τα δυνητικά περιβάλλοντα βοηθούν στην κατασκευή της ταυτότητας, ο κάθε συμμετέχων εμφανίζει στους άλλους μια παρόμοια μορφή με αυτή που επικρατεί στη συγκεκριμένη κοινωνία στην οποία ανήκει στον πραγματικό κόσμο (Webb 2001).

Οι C. Twitter –Ross & D. L. Uzzell εξηγούν ότι η κυβερνητική ταυτότητα δεν μπορεί ποτέ να εξαντληθεί, μπορεί να ανασυνταχθεί, να αναπροσδιοριστεί και να ανακατασκευαστεί με διαφορετικά ονόματα και με διαφορετικούς λογαριασμούς χρήστη. Ο H. Fielding περιγράφει την κουλτούρα των δυνητικών κόσμων ως μια πιο χαλαρή μορφή των παραδοσιακών οργάνων της κοινωνικής συμμόρφωσης, άλλα διασφαλίζοντας τις πολιτικές και ιδεολογικές

αξίες του πραγματικού κόσμου (Donald 2007). Ο R. Bartle επίσης περιγράφει τους δυνητικούς κόσμους ως χώρους που το φανταστικό συναντά το πραγματικό (Donald 2007). Τα πρώτα δυνητικά περιβάλλοντα ήταν τα MUD (Multi-User Dungeon) και αργότερα τα TinyMUD και LambdaMOO που αναπτύχθηκαν το 1989 και 1990 (Turkle 1985, 1995). Τα MUDs είχαν μία πιο εμπλουτισμένη και περισσότερο δυναμική διάσταση διότι κάθε χρήστης μπορούσε να μορφοποιήσει και να δημιουργήσει χρησιμοποιώντας τη φαντασία του. Τα MUD καθώς και το Second Life μοιάζουν, εφόσον και στα δύο ο χρήστης καλείται να κατασκευάσει έναν εικονικό κόσμο με εικονικά σώματα, υλοποιώντας τη φαντασία του (Vasalou, Joinson, Pitt 2007). Το δυνητικό περιβάλλον είναι μια κατασκευή των χρηστών με γραφικά όσο και κείμενα που αναδεικνύουν ένα νέο επίπεδο εικονικού πλούτου (Mark 1997). Ο E. Castronova (2003a,b) ονομάζει αυτούς τους νέους γραφικούς δυνητικούς κόσμους ως τεχνικούς κόσμους, οι οποίοι ορίζονται ως επεκτάσιμα, παγκόσμια μεγάλων ομάδων, περιβάλλον(τα), κατασκευασμένα από ανθρώπους για ανθρώπους και τα οποία παραμένουν και καταγράφονται και παρέχονται από υπολογιστές.

Οι δυνητικοί κόσμοι που παράγονται από τη διαμεσολάβηση των τεχνολογιών πληροφορίας προσφέρουν τη δυνατότητα πλέον να παραχθεί μια παράλληλη στη φυσική, πραγματικότητα, στο πλαίσιο της οποίας έχουμε τη δυνατότητα να μορφοποιήσουμε νέες δυνητικές ταυτότητες και πραγματικότητες. Προσφέρεται με άλλα λόγια η δυνατότητα να κατασκευάσουμε, υλοποιώντας την επιθυμία μας, νέους τεχνητούς, δυνητικούς κόσμους, όπου οι σχέσεις καλούνται να λειτουργήσουν σε νέα πλαίσια και με νέους όρους. Οι κατασκευασμένοι αυτοί κόσμοι έχουν τη δυνατότητα, από ένα σημείο και μετά την κατασκευή τους, να αποκτήσουν τη δική τους δυναμική και να λειτουργούν αποκτώντας για κάποιους, αν όχι για τους περισσότερους χρήστες, μία ιδιαίτερη υπόσταση, σαν αληθινός (φυσικός). Η δυνητική πραγματικότητα η οποία δίνει γόνιμη, δυναμική παρουσία στη θέληση (Levy 1999), από ένα σημείο και μετά αναπαράγεται έχοντας αυτόνομη ύπαρξη (τουλάχιστον για κάποια από τα μέλη αυτών των δυνητικών κοινοτήτων). Ανεξάρτητα από τι συμβαίνει, για τους κοινωνικούς επιστήμονες η κατάσταση αυτή εμφανίζει ερευνητικό ενδιαφέρον επειδή προσφέρεται η δυνατότητα να κατανοήσουμε τους τρόπους και τις μορφές με τις οποίες εκδηλώνεται η κοινωνικότητα του ατόμου. Μετατρέπεται έτσι το διαδίκτυο σε ένα κοινωνικό «εργαστήριο» καταγραφής και κατανόησης του τρόπου με τον οποίο διαμορφώνονται, παράγονται και λειτουργούν οι ταυτότητες και η κοινωνική υπόσταση στις δικτυακές κοινωνικές σχέσεις (Featherstone, Burrows 1998). Σε αυτό το πλαίσιο, το Second Life (SL), ένας τρισδιάστατος ψηφιακός κόσμος που επινοήθηκε από την εταιρεία Linden Lab of San Francisco California, αποτελεί ένα κλασικό παράδειγμα έκφρασης δυνητικής κοινότητας και έκφρασης και συγκρότησης δομημένων και συχνά πολύ

ισχυρών, κοινωνικών διαδικτυακών σχέσεων. Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα μέσω του άβαταρ που έχουν κατασκευάσει, ως μορφή αναπαράστασης τους (εναλλακτική μορφή σωματοποίησης επειδή ταυτίζονται με το σώμα που έχουν κατασκευάσει και προσαρμόζουν εντέλει και τη συμπεριφορά τους στα χαρακτηριστικά της εικόνας που κατασκεύασαν και τις αναμονές των κοινωνικών άλλων, ανεξαρτήτου κατά πόσο αναπαράγει τα φυσικά τους χαρακτηριστικά. Π.χ. μπορεί ακόμα και το άβαταρ μιας γυναίκας να είναι άνδρας και αντιστρόφως με ποικίλες παραλλαγές και διαφοροποιήσεις από το φυσικό βιολογικό σώμα), να επικοινωνήσουν με άλλους χρήστες, να περιηγηθούν σε ποικίλες περιοχές ή κτίρια ή πλανήτες, να κατασκευάσουν αντικείμενα, να διοργανώσουν ή να συμμετέχουν σε δραστηριότητες ομάδων, να εργαστούν κλπ.. Οι κάτοικοι έχουν τη δυνατότητα να κάνουν σχεδόν τα πάντα που κάνουν στην πραγματικότητα. Ο συγκεκριμένος δηλαδή δυνητικός κόσμος προσφέρει τη δυνατότητα να αναπαραχθούν δυνητικά το σύνολο των ανθρωπίνων ενεργειών και δράσεων. Η ελευθερία και η δημιουργική διάθεση του χρήστη είναι αυτές που θέτουν όρια στην κοινωνική του δράση και όχι οι περιορισμοί του χώρου, του χρόνου και του βιολογικού σώματος με τις φυσικές ιδιότητες που κατείχε (υλικότητα, ύψος, βάρος, ομορφιά, ηλικία, ικανότητες, δυνατότητες κλπ.)

Συμπερασματικά στο άρθρο επιχειρείται η καταγραφή των βασικών στοιχείων και μέσων που επιλέγουν οι Ελληνόφωνοι για να κατασκευάσουν τη δυνητική υπόστασή τους στο Second Life. Σε ένα δεύτερο επίπεδο ερευνάται και η επιρροή την οποία ασκεί (αν υπάρχει αρχικά και σε ποιο βαθμό έπειτα) η συμμετοχή και διαδικτυακή διάδραση του χρήστη στο Second Life στην εκδήλωση της συμπεριφοράς του στην offline πραγματικότητα.

### **3. Δυνητική ταυτότητα - δυνητικά σώματα**

Η διαμόρφωση της κοινωνικής ταυτότητας αποτελεί μια δυναμική διαδικασία η οποία μετατρέπεται σε ιδιαίτερα πολύπλοκη όταν διαμεσολαβεί ο ηλεκτρονικός υπολογιστής. Η κοινωνική ταυτότητα αποτελεί τον τρόπο με τον οποίο τα μέλη μιας κοινωνίας αναγνωρίζουν κάποιο μέλος τους ή ακόμα και κάποιον ξένο, αποδίδοντάς του κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Η κοινωνική ταυτότητα δηλαδή είναι ο τρόπος με τον οποίο το κάθε άτομο προσλαμβάνεται και αντιμετωπίζεται από την κοινωνία. Ανεξάρτητα του πως βλέπει ο ίδιος την υπόστασή του, την ύπαρξή του, το ποιος είναι και τι μπορεί να κάνει, η κοινωνία τον αντιμετωπίζει με ένα συγκεκριμένο τρόπο και του αποδίδει και μία συγκεκριμένη θέση. Ενώ ο εαυτός είναι ο τρόπος με τον οποίο το άτομο αναγνωρίζει και αντιλαμβάνεται την ιδιαιτερότητα του, η κοινωνική ταυτότητα είναι ο τρόπος με τον οποίο η κοινωνία ή οι άλλοι τον αναγνωρίζουν (Macdonis 2007). Όπως γίνεται κατανοητό, ενδέχεται να υπάρχει μεγάλη διαφορά μεταξύ της κοινωνικής ταυτότητας και του τρόπου με τον οποίο

προσλαμβάνει ή την αντίληψη που έχει για την ύπαρξη του, το κάθε άτομο. Το σημαντικό είναι ότι η κοινωνική ταυτότητα είναι σχετικά σταθερή και προσαρμόζεται σε κοινωνικές σταθερές και δομές αντίληψης της συγκεκριμένης κάθε φορά κοινωνίας. Ο Goffman (1959, 1996) υποστηρίζει ότι η απόκτηση μιας θετικής κοινωνικής ταυτότητας κινητοποιεί τα ίδια τα άτομα στο να αποκτήσουν και να διατηρήσουν μια θετική αυτο-εκτίμηση, δηλαδή είναι κοινωνικά επιθυμητό προκειμένου κάποιος να πετύχει στην κοινωνία του. Η κοινωνική ταυτότητα προκύπτει στο πλαίσιο του «δραματουργικού μοντέλου» του Goffman, σαν η εκτέλεση ενός ρόλου, τον οποίο αναμένουν οι υπόλοιποι (η κοινωνία), να εκτελεστεί με ένα συγκεκριμένο τρόπο. Η προσωπική ταυτότητα εκλαμβάνεται ως συνάρτηση – προϊόν του συνόλου των ρόλων που κάθε άτομο αναλαμβάνει να υποδυθεί. Τα άτομα είναι ηθοποιοί όπου η κοινωνία αποδίδει ρόλους (κοινωνικές ταυτότητες) και πρέπει για να τους διατηρήσουν να τους «εκτελούν» όπως ακριβώς είναι κοινωνικά αναμενόμενο (Αλεξιάς 2006).

Σε αυτό το πλαίσιο ο J.P. McDonough χρησιμοποιώντας τη θεωρία της συμβολικής αλληλεπίδρασης στο πλαίσιο των σύγχρονων τεχνολογικά διαμεσολαβούμενων επικοινωνιών, ερμηνεύει την ταυτότητα «ως παράσταση» (1999). Στο χώρο του κυβερνοχώρου η προηγούμενη δυναμική διαδικασία απόδοσης και διατήρησης της επιθυμητής κοινωνικής ταυτότητας αλλάζει περιεχόμενο. Γίνεται περισσότερο ευέλικτη και λιγότερο σταθερή και προσδιορισμένη από τις κοινωνικές δομές. Η μελέτη των δυνητικών κοινωνικών ταυτοτήτων αναδεικνύει ότι η ταυτότητα είναι μια πολύ σύνθετη πτυχή της ανθρώπινης φύσης και ίσως μπορεί να γίνει περισσότερο κατανοητή, αν αναλύσουμε τον τρόπο που οι άνθρωποι διαχειρίζονται τον εαυτό τους στον παγκόσμιο ιστό, κάτω από συνθήκες ανωνυμίας. Η ταυτότητα ενός προσώπου, παύει να αντιμετωπίζεται στατικά και μονοδιάστατα και εμπεριέχει την πολλαπλότητα. Στη ζωή υπάρχουν πολυάριθμοι ρόλοι και ταυτότητες από τους οποίους επιλέγουμε και ανακατασκευάζουμε τον online εαυτό μας. Στις διαδικτυακές σχέσεις δίνεται η δυνατότητα απόκρυψης κρίσιμων χαρακτηριστικών σημείων της ταυτότητας σε συγκεκριμένες ομάδες ή περιβάλλοντα. Σύμφωνα με την Turkle (1985, 1995) ο υπολογιστής προσφέρει τη δυνατότητα να είσαι μόνος και να μην αισθάνεσαι μόνος. Δημιουργούνται συνθήκες που δεν θα μπορούσε να δημιουργήσει το άτομο στην πρόσωπο με πρόσωπο κοινωνία. Έτσι, προσφέρεται κατά κάποιο τρόπο η ευκαιρία στους χρήστες να αναπτύξουν μια ιδιαίτερη πτυχή για το ποιοι είναι (McDonough 1999).

Από τη συζήτηση που προηγήθηκε προκύπτει πως μπορούμε να χωρίσουμε την ταυτότητα και τον τρόπο συγκρότησης και λειτουργίας της σε δύο βασικές κατηγορίες, στην online και offline. Η ταυτότητα κάποιου συνεπώς είναι αυτή που παρουσιάζει στους άλλους και συνειδητά εμπεριέχεται στην καθημερινή του ζωή (offline ταυτότητα). Ενδέχεται όμως η



πραγματική του ταυτότητα να είναι αυτή που προβάλλει σε συνθήκες ουσιαστικά ανωνυμίας στον κυβερνοχώρο, όπου απαλλαγμένος από τα δεσμά της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής, μπορεί να εκφράσει και αναπαραστήσει τον αληθινό του εαυτό και έτσι να τον αποδεχθούν οι άλλοι αποδίδοντας του την κοινωνική ταυτότητα που αποζητά (online). Για τους λόγους αυτούς θεωρείται πως η μελέτη των διαδικτυακών σχέσεων ενδέχεται να μπορεί να μας βοηθήσει να κατανοήσουμε πληρέστερα τον τρόπο με τον οποίο συγκροτούνται και λειτουργούν οι κοινωνικές ταυτότητες. Προκειμένου να γίνει κατανοητή η κοινωνική διαδικασία απόδοσης της κοινωνικής ταυτότητας θα πρέπει να γίνει μια σύντομη αναφορά στο ρόλο που διαδραματίζει στο σώμα σε αυτή τη διαδικασία.

Παραδοσιακά το βιολογικό σώμα ήταν το πρωταγωνιστικό στοιχείο στην κοινωνική αναγνώριση του άλλου και στην απόδοση της κοινωνικής ταυτότητας (Αλεξιάς 2006). Στις διαδικτυακές σχέσεις όμως ο ρόλος του σώματος αλλάζει, τροποποιείται και προτείνονται μορφές αναπαράστασης του οι οποίες έχουν σημαντικές συνέπειες στην κατανόηση του ρόλου του και της χρήσης του για τη συγκρότηση των κοινωνικών σχέσεων. Το ανθρώπινο σώμα αποτελεί πρωταρχικά ένα βιολογικό αντικείμενο το οποίο γεννιέται, ασθενεί και πεθαίνει, όπως ακριβώς τα υπόλοιπα φυσικά φαινόμενα. Παράλληλα όμως, όπως έχει φανεί από την ανάπτυξη της κοινωνιολογίας του σώματος (Αλεξιάς 2006), το σώμα έχει μία έντονη κοινωνική διάσταση, εφόσον έχει ενεργητικό ρόλο στη συγκρότηση και λειτουργία των κοινωνικών σχέσεων. Ο άνθρωπος αποτελεί ένα σωματοποιημένο υποκείμενο το οποίο πράττει κοινωνικά, ασκεί δηλαδή κοινωνική δράση όχι απλώς σαν ένα σκεπτόμενο ορθολογικό ον, αλλά σαν ένα σωματοποιημένο υποκείμενο. Είμαστε δηλαδή ενσώματες κοινωνικές υπάρξεις, οι οποίες συμπεριφέρονται, όχι μόνο αποδίδοντας νόημα στις πράξεις τους και ερμηνεύοντας αντίστοιχα το κοινωνικό νόημα των άλλων δρώντων υποκειμένων (διάδραση), αλλά πρωτίστως λειτουργώντας σαν βιωμένα σώματα τα οποία όπως δυναμικά εξελίσσονται και αλλάζουν (έφηβος-γέρος, υγιής-ασθενής κλπ.), έτσι ακριβώς τροποποιείται και η κοινωνική μας δράση. Το συμπέρασμα δηλαδή της κοινωνιολογικής ανάλυσης είναι ότι θα πρέπει να κατανοήσουμε την κοινωνική δράση μέσω της σωματοποίησης σαν το αποτέλεσμα της ύπαρξης σωματοποιημένων σκεπτόμενων κοινωνικών υποκειμένων (Αλεξιάς 2006, Μακρυγιώτη 2001, Παπαγαρουφάλη, 2002: 38-44). Η σχέση του σώματος με τη δράση είναι τόσο σημαντική ώστε μπορούμε να μιλάμε για ταύτιση εαυτού και σώματος. Η ιδιαιτερότητα του καθενός προκύπτει όχι μόνο από αυτό που σκέπτεται και πράττει αλλά και από τη διαμόρφωση ενός ιδιαίτερου σώματος που αναδεικνύει στους άλλους και διακρίνει τη διαφορετικότητά του. Συνεπώς για να αναγνωρίσουμε τον άλλο και να κατανοήσουμε την ίδια την ύπαρξή του απαιτείται η διαμεσολάβηση και διαχείριση του ατομικού σώματος. Σε αυτό το πλαίσιο το σώμα, όπως αρχικά υποστηρίχθηκε από την

κοινωνική ανθρωπολογία και το M. Mauss, μεταφέρει κοινωνικά μηνύματα και νοήματα, με τον τρόπο που το βάζουμε, το χτενίζουμε, το ντύνουμε ή το γδύνουμε κλπ. Ο M. Mauss πρώτος εισήγαγε τον όρο «τεχνικές σώματος» στη σύγχρονη κοινωνική επιστημονική σκέψη (Αλεξιάς 2006), αναδεικνύοντας ότι παρότι το σώμα αποτελεί αρχικά βιολογική ύπαρξη, η κάθε κοινωνία το επενδύει με τις δικές της αξίες, νοήματα και μηνύματα και το μετατρέπει σε κοινωνικό (Grossley 1995). Π.χ. ο τρόπος που περπατάμε, παρότι αποτελεί βιολογική λειτουργία κίνησης μυών, διαφέρει από άτομο σε άτομο καθώς μπορούμε να αναγνωρίσουμε, όπως υποστήριξε ο M. Mauss κάποιον από τον τρόπο που βαδίζει. Οπότε η εκάστοτε ιστορική κοινωνία παίρνει τα βιολογικά σώματα τα επενδύει με τα μηνυμάτά της, τα εντάσσει σε εξουσιαστικές σχέσεις και εντέλει τα κατασκευάζει, αναπαράγοντας την ιδιαιτερότητα της απέναντι στις άλλες κοινωνίες ή ομάδες.

Επιπλέον το σώμα εντασσόμενο στην κοινωνία, σύμφωνα με τον M. Foucault, κατασκευάζεται ως αντικείμενο εξουσίας με σκοπό να ελέγχεται, να αναγνωρίζεται και να αναδημιουργείται (Foucault 1976). Η εξουσία πάνω στο σώμα μπορεί να διχοτομηθεί στις συσχετιζόμενες κατηγορίες: το πειθαρχημένο σώμα και οι κανόνες στον πληθυσμό (βιοεξουσία). Η πρώτη κατηγορία αναφέρεται στην ανατομία του σώματος και την πολιτική του διάσταση, ως κατασκευασμένο αντικείμενο από τον επιστημονικό ιατρικό λόγο προκειμένου στη συνέχεια να ελεγχθεί μέσω της επιτήρησης, ενώ η δεύτερη περικλείει τη βιοπολιτική των πληθυσμών (επιτήρησή τους μέσω τεχνικών εξουσίας, όπως οι πληθυσμιακές έρευνες, η διάκριση φυσιολογικό-παθολογικό, οι επιδημιολογικές μελέτες κλπ.) (Foucault 2005). Η θεωρία του M. Foucault προσφέρει την ανάλυση της σύνδεσης μεταξύ της πειθαρχίας του σώματος και των κανόνων των πληθυσμών, μέσω των οποίων η κοινωνία επιβάλλει κανόνες συμπεριφορές στα σώματα. Το σώμα προσεγγίζεται ως ένα αντικείμενο το οποίο πρέπει να αναλυθεί και να διαχωριστεί στα μέρη από τα όποια αποτελείται. Ο σκοπός της πειθαρχικής τεχνολογίας είναι να σφυρηλατήσει ένα υπάκουο σώμα το οποίο γίνεται αντικείμενο, χρησιμοποιείται, μετατρέπεται και βελτιώνεται (Αλεξιάς 2006: 210). Όπως γίνεται αντιληπτό από τη σύντομη ανάλυση που προηγήθηκε, η κοινωνία και το άτομο είναι αδύνατο να υπάρξουν και ακόμα περισσότερο να αναλυθούν και να κατανοηθούν δίχως να μελετήσουμε τα σώματα, τους τρόπους και τους μηχανισμούς μέσω των οποίων παράγονται, κατασκευάζονται, ελέγχονται και λειτουργούν. Η κοινωνική δράση και συμπεριφορά, ατομική ή συλλογική συνδέεται με την αναπαραγωγή, επιτήρηση και διαμόρφωση των σωμάτων. Η συμπεριφορά μας συνδέεται με τη διαχείριση ενός ιστορικού σώματος το οποίο μορφοποιούμε κατά βούληση, αναπαράγοντας αναπόφευκτα τις κυρίαρχες κοινωνικές επιταγές.

Τέλος η κοινωνική διάστασή του σώματος επισημάνθηκε και στις φεμινιστικές θεωρίες. Η διάκριση μεταξύ βιολογικού φύλου και γένους (κοινωνικού) εξηγεί τη διαμόρφωση της έμφυλης ταυτότητας. Η κοινωνία δηλαδή επενδύει τις βιολογικές διαφοροποιήσεις του φύλου (άνδρας-γυναίκα), με πολιτισμικό κοινωνικό νόημα κατασκευάζοντας εντέλει τους τρόπους συμπεριφοράς εμφάνισης και στάσης του έμφυλου σώματος (ανδροπρεπές-θηλυπρεπές) (O'Farrell, Ann 1999, Μιχαηλίδου, Χαλκιά 2005, Αλεξιάς 2006).

Το συμπέρασμα της προηγούμενης ανάλυσης είναι πως δεν μπορούμε να κατανοήσουμε την κοινωνική συμπεριφορά αν δεν συμπεριλάβουμε στην ανάλυση το ρόλο που διαδραματίζει το σώμα, ως ένα ενεργητικό στοιχείο της βιωμένης ανθρώπινης δράσης. Το ζητούμενο τώρα είναι ποιά είναι η κατάσταση στην περίπτωση διαμόρφωσης κοινωνικών επαφών και σχέσεων όπου δεν επικρατεί η πρόσωπο με πρόσωπο επαφή, αλλά διαμεσολαβεί η τεχνολογία, όπως οι διαδικτυακές σχέσεις. Το ερώτημα είναι αν το σώμα, ως βιολογική κατηγορία ή ως αναπαράσταση, διαδραματίζει ρόλο και ποιος είναι αυτός. Έννοιες όπως μετασώματα, δυνητικά σώματα, άβαταρ επιχειρούν ακριβώς να αναδείξουν αυτή την προβληματική υπέρβασης της απόλυτης βιολογικής βάσης του σώματος και την αντικατάσταση με κατασκευασμένες οντότητες οι οποίες αναπαριστούν και επιτελούν, στο πλαίσιο της διαδικτυακής επικοινωνίας, το ρόλο του βιολογικού σώματος στις πρόσωπο με πρόσωπο επαφές (Biocca 1997, Featherstone 1995, Featherstone, Burrows 1998, Αλεξιάς 2003, 2008, 2009, Halberstam, J. Livingston, I. 1995). Η κυρίαρχη μορφή την οποία εκλαμβάνει η σωματοποίηση ή καλύτερα η χρήση σώματος στο διαδίκτυο και ιδιαίτερα στην περίπτωση του Second Life, είναι τα άβαταρ.

#### 4. Άβαταρ

Ο όρος άβαταρ προέρχεται από τη λέξη avatara που αποδίδεται στην ιδέα ενός είδους μετουσίωσης, ενσάρκωσης της ζωής σε μια διαφορετική μορφή<sup>1</sup> (Tofts 2003, Donald 2007). Σήμερα όμως ο παραπάνω όρος αναφέρεται σε εικόνες, σχέδια ή icons<sup>2</sup> που οι χρήστες τα επιλέγουν για να αντιπροσωπεύσουν τον εαυτό τους στον παγκόσμιο ιστό. Ο online χαρακτήρας είναι συχνά η αντιπροσώπευση του offline εαυτού, μια εκδήλωση του εαυτού στην online επικοινωνία (Klang, 2004). Η ανάγκη της παρουσίας των άβαταρ προήλθε για να παράσχει τη φυσική αναπαράσταση του χρήστη στον κυβερνοχώρο. Όταν επισκεπτόμαστε τον εικονικό κόσμο, μεταχειριζόμαστε τα άβαταρ ως μια μηχανή του εαυτού, ένα αυτοκίνητο που οδηγείται από τον εγκέφαλο. Αισθανόμαστε ότι είμαστε «μέσα»

<sup>1</sup> Στον Ινδουισμό είναι η ενσάρκωση της θεότητας σε μία μορφή ανθρώπου ή ζώου (Klang, 2004).

<sup>2</sup> Τα icons που χρησιμοποιούνται για αντιπροσώπευση εαυτού ονομάζονται emoticons.

και κοιτάζουμε έξω από το παράθυρο με τα «εικονικά μας μάτια» (Castronova, 2003b). Μάλιστα, ο Χρ. Μπουράς (2004) υποστηρίζει ότι τα άβαταρ βελτιώνονται και εμφανίζονται πιο ρεαλιστικά, δηλαδή αποκρύπτουν ευκολότερα τα εργαλεία κατασκευής τους, χάρη στις βασικές τους λειτουργίες. Βασικά κριτήρια αυτών των εργαλείων τεχνικής προβάλλονται η αντίληψη, η ικανότητα να ενημερωθούμε για το ποιοι είναι γύρω από το συγκεκριμένο άβαταρ με μια ματιά, και η αναγνώριση μεταξύ των χρηστών. Παράλληλα καθοριστική κρίνεται και η ικανότητα του σημείου εστίασης της προσοχής των άλλων για τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των παρευρισκομένων. Επομένως πρέπει αρχικά να μπορούμε να εντοπίζουμε την ακριβή θέση των άλλων άβαταρ που προσανατολίζονται και έπειτα να παρακολουθούμε τις ενέργειες του χρήστη. Το άβαταρ πρέπει να είναι ευδιάκριτο όχι μόνο το ίδιο αλλά και οι κινήσεις που επιχειρεί να κάνει στο εικονικό περιβάλλον (Amorim 2006).

Υποθέτουμε λοιπόν ότι οι χρήστες κατασκευάζουν τα άβαταρ εξαιτίας της αναγκαιότητας να συγκροτήσουν διαδικτυακές σχέσεις προσομοιάζοντας (όσο αυτό είναι εφικτό) τον πραγματικό κόσμο. Όπως είναι επομένως αναμενόμενο θεωρείται ότι η κατηγορία «σώμα» διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη συγκρότηση των διαδικτυακών σχέσεων. Αυτή η αναγκαιότητα οδήγησε στη δημιουργία των άβαταρ τα οποία μπορούμε να αντιμετωπίσουμε ως μορφές αναπαράστασης του φυσικού σώματος στον κυβερνοχώρο, διαμορφώνοντας νέες μορφές σωματοποίησης, εφόσον το σώμα (φυσικό ή τεχνητό, άσχετα αν το τεχνητό δεν αναπαράγει πιστά το φυσικό, αλλά αποτελεί ελεύθερη επιλογή του χρήστη, π.χ. άνδρας που κατασκευάζει γυναικείο άβαταρ ή επιλέγει κάποιο ζώο) διαδραματίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην εκδήλωση της κοινωνικής δράσης. Επιπρόσθετα τα άβαταρ καλύπτουν την ανθρώπινη ανάγκη για συναισθηματική εμπλοκή και κάλυψη από τις κοινωνικές σχέσεις. Το γεγονός ότι πολλοί χρήστες σπαταλούν αρκετό χρόνο στη δημιουργία των άβαταρ, ενώ κάλλιστα θα μπορούσαν να αγοράσουν κάποιο άβαταρ<sup>3</sup>, αναδεικνύει ακριβώς αυτή την πραγματικότητα. Ο χρήστης ενδιαφέρεται (στις περισσότερες περιπτώσεις και όπου του δίνεται η δυνατότητα, εφόσον υπάρχουν προγράμματα στα οποία μπορεί απλώς να επιλέξει από μια καθορισμένη λίστα το δικό του άβαταρ), όχι μόνο για το πώς θα είναι το άβαταρ του αλλά και για τα διάφορα αξεσουάρ που θα έχει: ρουχισμό, κούρεμα μαλλιών κλπ. Παράλληλα, όπως οποιαδήποτε μάσκα έτσι και τα άβαταρ αναδεικνύουν και ταυτόχρονα αποκρύπτουν την ίδια στιγμή. Οι χρήστες δηλαδή των άβαταρ μπορούν να αποκρύψουν και να επιλέξουν ποιες προσωπικές πληροφορίες θα κοινοποιήσουν (Ptacet 2003). Φορώντας τη μάσκα της ανωνυμίας πολύ συχνά αποκαλύπτουν προσωπικά στοιχεία, ενώ άλλες φορές από τον τρόπο που έχουν σχεδιαστεί αποκαλύπτουν προσωπικές

---

<sup>3</sup> Τίθεται ένα σημαντικό θέμα για το ποιοι είναι οι ιδιοκτήτες των άβαταρ, οι κατασκευαστές των προγραμμάτων ή οι χρήστες που τα δημιουργήσαν χρησιμοποιώντας το λογισμικό του προγράμματος καθώς και το πώς θα εκτιμηθούν τα διάφορα χαρακτηριστικά των άβαταρ: φύλο, ύψος ή δύναμη.

πληροφορίες, καθημερινές ενασχολήσεις ή γενικά πληροφορίες για τον τρόπο ζωής των χρηστών.

Μία καταγραφή του πόσο σημαντικά θεωρούν τα άβαταρ αποτελεί η περίπτωση της κλοπής ενός άβαταρ<sup>4</sup>. Συγκεκριμένα η J. Suler (1999) αναφέρει χαρακτηριστικά ότι σε μια προσωπική της είσοδο στο Palace<sup>5</sup> κάποιος αντέγραψε το άβαταρ της και ουσιαστικά ένωσε ότι κατοικήθηκε η ταυτότητα της. Η ευαισθησία που δείχνουν οι χρήστες πηγάζει στο ότι με τα άβαταρ καλλιεργούν το δικό τους προσωπικό τύπο που ταυτόχρονα αναγνωρίζεται και από τους άλλους χρήστες. Όσοι έχουν αρκετά άβαταρ είναι σαν να κατακερματίζουν την ταυτότητα τους, ίσως για αυτό οι συγκεκριμένοι συνηθίζουν να έχουν ένα κύριο άβαταρ, δηλαδή ένα άβαταρ που χρησιμοποιούν πιο συχνά. Η S. Turkle θεωρεί ότι ο χρήστης μπορεί να αντιπροσωπεύει τον εαυτό του ως διαφορετικό άτομο σε διαφορετικές online κοινότητες, κάτι που μπορεί να χαρακτηριστεί ως πολλαπλοί εαυτοί (1995). Για δεκαετίες η ανάπτυξη των τεχνολογιών είχαν επιτρέψει στον εαυτό να δράσει με διαφορετικούς τρόπους σε διαφορετικές κοινότητες, τώρα ο παγκόσμιος ιστός προσφέρει νέα δυναμική σε αυτή τη δυνατότητα. Αυτό που αλλάζει τώρα με τη χρήση του διαδικτύου είναι η ευκολία που έχει το άτομο να πολλαπλασιάζει τις εμφανίσεις του σε ποικίλους χώρους. Επομένως πολλαπλασιάζονται και οι αλληλεπιδράσεις που δέχεται από όλους τους φυσικούς χώρους.

Ουσιαστικά, το άβαταρ μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέσο προσδιορισμού, αναγνώρισης, και εκτίμησης από τους άλλους στον εικονικό κόσμο. Το άβαταρ είναι η ορατή αντιπροσώπευση του ατόμου σε μια διεπαφή όπου οι υπολογισμοί βασίζονται στη φυσική εμφάνιση. Η R. Stone (1991) ισχυρίζεται ότι το δυνητικό σώμα είναι μια εικονική προβολή στο πλαίσιο ενός «δικτύου ανταλλαγής πληροφοριών μέσω των οποίων ο εαυτός κινείται διαφορετικά από ότι στο φυσικό κόσμο. Η προβολή του εαυτού στο διαδίκτυο είναι μια έκφραση μέσα στο χώρο. Ενώ η Stone διαχωρίζει το σώμα με τον εαυτό, η D. J. Haraway (1991) υποστηρίζει ότι η έκφραση του εαυτού μέσα στο χώρο λειτουργεί ως ασυνάρτητο σώμα, ένα σώμα το οποίο είναι ο μεσολαβητής του χώρου όπου το γυμνό σώμα και το σώμα των pixels συναντιούνται για να δράσουν και να αντιπροσωπεύσουν στο χώρο την επικοινωνία που επιτρέπει τα δυνητικά περιβάλλοντα (Tofts, 2003: 55-56). Παράλληλα, οι Nowak και Rauth (2005) μέσω της κοινωνικής θεωρίας της αντίληψης υποστηρίζουν ότι μία από τις πιο βασικές λειτουργίες της κοινωνικής αντίληψης είναι να κατηγοριοποιεί το περιβάλλον βασισμένο στο επίπεδο του ανθρωπομορφισμού, αντί να διαφοροποιήσει μεταξύ των άψυχων αντικειμένων, των ζώων και των ανθρώπων, που μπορεί να αποτελέσει απειλή

---

<sup>4</sup> Χαρακτηριστικό παράδειγμα στο Second Life στις 22/4/09 όταν κάποιος «αγόρασε» το ίδιο κούρεμα μαλλιών, με κάποιον άλλο. Ευγενικά ένωσε ενοχλημένος ο χρήστης που αρχικά είχε επιλέξει το συγκεκριμένο κούρεμα.

<sup>5</sup> Πρόγραμμα λογισμικού που παρέχει στους χρήστες του δωμάτια συζητήσεων με ανεπτυγμένα γραφικά. Οι χρήστες μπορούν να συνομιλήσουν μόνο μέσω των άβαταρ τους.

ή μια ευκαιρία για συνεργασία (Kunda, 1999). Ενδεχομένως λοιπόν τα ανθρωπομορφικά άβαταρ να είναι πιο πιστευτά, και πιο συμπαθητικά από τα υπόλοιπα. Σημαντικότερο ρόλο όμως φαίνεται ότι διαδραματίζει το πόσο ρεαλιστικά είναι τα άβαταρ. Στα πιο ρεαλιστικά άβαταρ οι προσδοκίες είναι μεγαλύτερες. Επομένως φαίνεται ότι η επιρροή των εικόνων των άβαταρ μοιάζει περισσότερο με την επιρροή μιας φυσικής παρουσίας. Από τα προαναφερόμενα προκύπτει πως οι χρήστες προτιμούν να έχουν ανθρώπινα άβαταρ παρά αντικείμενα. Επίσης τονίζεται η διαφορά θηλυκών και αρρενωπών άβαταρ η οποία εξογκώνεται στα παιχνίδια. Παράλληλα πιο ελκυστικά άβαταρ εμφανίζονται τα πιο πιστευτά, τα πιο αναγνωρίσιμα καθώς και τα άβαταρ του ίδιου φύλου με τους ιδιοκτήτες τους. Με άλλα λόγια οι περισσότεροι χρήστες προτιμούν τα ανθρώπινα άβαταρ που ανήκουν στο ίδιο φύλο με τους ίδιους<sup>6</sup>, και συνήθως επιλέγουν άβαταρ που να συγκεντρώνουν αρκετά χαρακτηριστικά με τον εαυτό τους (Nowak και Rauth 2005). Επίσης η Donald παρατήρησε ότι τα άτομα κοινωνικής δικτύωσης μέσω υπολογιστών που συμπεριλαμβάνουν μια εικόνα τους, στο προφίλ τους, τείνουν να δημιουργήσουν άβαταρ που να μοιάζουν με την εξωτερική τους εμφάνιση. Συνεπώς φαίνεται οι χρήστες να τείνουν να επιλέγουν άβαταρ που μοιάζουν με την εξωτερική τους εμφάνιση. Σε αντίθεση με την ανώνυμη online ταυτότητα, τα άβαταρ φαίνεται σε κάποιο βαθμό να προβάλλουν προσωπικά στοιχεία των ιδιοκτητών τους ή του κοινωνικού τους περιβάλλοντος..

## 5. To Second Life (SL)

Το Second Life είναι ένα τρισδιάστατο παιχνίδι (δυναμικός κόσμος) που επινοήθηκε από την εταιρεία Linden Lab of San Francisco California και κατασκευάζεται από τους ίδιους τους χρήστες (κατοίκους) του<sup>7</sup>. Τα δικαιώματα των κατοίκων επιτρέπουν τη δημιουργία του άβαταρ τους, το σχεδιασμό κατοικιών ή αντικειμένων, το να σπαταλούν ελεύθερα το χρόνο τους καθώς και να συμμετάσχουν ή να ηγηθούν ομάδες. Το SL σχεδιάστηκε για να προάγει τη δημιουργικότητα, τη φαντασία διατηρώντας το ενδιαφέρον των μελών του. Η χρηστικότητα, η ευκολία και η πολλαπλή χρήση εργαλείων διευκολύνει τους χρήστες του να βιώσουν το αίσθημα της δημιουργίας σε πολύπλοκες/σύνθετες κατασκευές και παράλληλα τους αποθαρρύνει στην αναζήτηση άλλων δυναμικών περιβαλλόντων. Ο κόσμος του SL αποτελείται από περιφέρειες. Κάθε περιοχή είναι 256m × 256m τεμάχιο γης, το οποίο

---

<sup>6</sup> Η ίδια η έρευνα διαχωρίζει τους ιδιοκτήτες άβαταρ των παιχνιδιών, από όλους τους άλλους χώρους, όπου επιλέγονται πολύ συχνά γυναικεία άβαταρ παρόλο που η πλειοψηφία των παικτών είναι άνδρες. Αυτό σύμφωνα με τους Nowak και Rauh ενδέχεται να συμβαίνει γιατί αλλάζουν τα κριτήρια επιλογής και ως σημαντικότερο εμφανίζεται το τι τους αρέσει να είναι, ποια άβαταρ βρίσκουν πιο ελκυστικά (2005). Παράλληλα, όμως, όπως επισημάνθηκε και παραπάνω, σημαντικό ρόλο για αυτήν την απόκλιση είναι το κοινωνικό περιβάλλον, κοινωνικά πρότυπα.

<sup>7</sup> Το ότι το Second Life δημιουργήθηκε από τους κατοίκους προβάλλεται στην επίσημη ιστοσελίδα του Second Life καθώς και στους κανόνες του SL, θεωρώντας ότι δεν έχει ευθύνη η εταιρεία Linden

διαχειρίζεται ο διακομιστής (server) του SL και διατηρεί όλα τα άβαταρ και τα αντικείμενα στο πλαίσιο της περιοχής. Ο χρήστης δεν μπορεί να περπατήσει μεταξύ των περιφερειών αλλά μπορεί να χρησιμοποιήσει τη λειτουργία “teleport” για να μεταβεί από τη μία περιοχή στην άλλη. Κάθε περιοχή έχει το σημείο εισόδου (landing point), εφόσον έχει χρησιμοποιήσει την λειτουργία teleport, όπου εμφανίζονται εκεί τα άβαταρ. Όλες οι περιφέρειες έχουν τη λειτουργία αυτή. Τα άβαταρ έχουν επίσης τη δυνατότητα να περπατήσουν, να τρέξουν και να πετάξουν.

Πολλές φορές οι χρήστες το περιγράφουν ως παιχνίδι, όμως διαφέρει από τα multiplayer online παιχνίδια ρόλων (πχ MMORPGs) κυρίως για λόγους: δυνατότητας σχεδόν απεριόριστης ελευθερίας στους χρήστες και ιδιοκτησίας είτε εικονικής γης είτε αντικειμένων. Επιπλέον ο χρήστης του SL έχει τη δυνατότητα να ανακαλύπτει έναν επιταχυνόμενο αναπτυσσόμενο ψηφιακό κόσμο, εμπεριέχοντας χρήστες, διασκέδαση, εμπειρίες και αρκετές ευκαιρίες. Τέλος, οι χρήστες άβαταρ μπορούν να κερδίσουν εικονικά χρήματα, χωρίς οι ίδιοι να πληρώσουν σε αληθινά χρήματα. Για παράδειγμα, μια τέτοια δραστηριότητα είναι το καμπινγκ (camping). Τα άβαταρ απλά πληρώνονται από τους ιδιοκτήτες της περιφέρειας γιατί απλά κάθονται στην περιφέρεια τους και τυπικά αυξάνεται ο πληθυσμός της περιφέρειας. Οι χρήστες του μπορούν να εξερευνήσουν διάφορα τοπία, να ταξιδέψουν σε όλο τον κόσμο, να γνωρίσουν άλλα άτομα από όλο τον κόσμο, να συμμετέχουν σε ατομικές ή συλλογικές δραστηριότητες, να δημιουργήσουν και να εμπορευτούν εικονικά τεμάχια, σώματα ή υπηρεσίες (Jones 2007). Οι δραστηριότητες που αναπτύσσονται στο δυνητικό κόσμο του SL, κατά πλειοψηφία υπάρχουν και στην πραγματική ζωή. Έτσι οι οικονομικές σχέσεις που κυριαρχούν στον πραγματικό κόσμο διοχετεύουν την επιχειρηματική δραστηριότητα του SL. Τα άβαταρ «επεμβαίνουν» στις καταναλωτικές επιλογές του ιδιοκτήτη τους και διεκδικούν την αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών. Παράλληλα τα άβαταρ είναι ικανά από μόνα τους να έχουν επιχειρηματική δραστηριότητα, όπως εκείνα που είναι ιδιοκτήτες μαγαζιών. Σε αυτό το πλαίσιο πολλές πολυεθνικές εταιρείες εκμεταλλεύονται τη δυνατότητα που τους δίνει το SL και διαφημίζουν τα προϊόντα τους. Για παράδειγμα η εταιρεία McDonald’s δημιούργησε ένα ταχυφαγείο-κιόσκι στο SL, με υπαλλήλους-άβαταρ που σέρβιραν το φαγητό στους κατοίκους. Το φαγητό παρέχόταν δωρεάν και υπήρχε κατάλογος με τα φαγητά. Στα άβαταρ που «έτρωγαν» στα McDonald’s τους προσφερόταν βοήθεια βελτίωσης των ικανοτήτων τους. Το SL αποτελεί μια νέα αγορά που αυτό κινητοποίησε ιδιώτες ή εταιρείες να επεκταθούν, όπως η εταιρεία Nike, η οποία δημιούργησε και πουλάει εικονικά παπούτσια για τα άβαταρ, τα οποία έκανε να τρέχουν γρηγορότερα από όσα δεν τα φορούσαν. Τα άβαταρ αγοράζουν προϊόντα του πραγματικού κόσμου, τα οποία είναι διαθέσιμα και στο δυνητικό κόσμο, και

με τον τρόπο αυτό στη συνέχεια επηρεάζουν τις πωλήσεις του πραγματικού κόσμου. Στο SL μπορεί οποιαδήποτε στιγμή το άβαταρ να δοκιμάσει επώνυμα ρούχα σε ένα εμπορικό κέντρο μαζί με φίλους (Suler 2002). Οι χρήστες μέσω των άβαταρ τους φοράνε επωνυμίες ρούχων, που ενδεχομένως στον πραγματικό κόσμο δεν θα τολμούσαν να αγοράσουν είτε λόγω του κόστους είτε λόγω του ότι δεν ταιριάζει στις ενδυματολογικές τους επιλογές<sup>8</sup>. Στον επιχειρηματικό κόσμο, το SL δεν αποτελεί μόνο μια νέα αγορά αλλά και ένα πεδίο έρευνας της καταναλωτικής συμπεριφοράς των άβαταρ.

Η επιρροή δυνητικού–πραγματικού κόσμου, επεκτείνεται πέρα των καταναλωτικών πρακτικών και η Σουηδία έχει ήδη αποκτήσει προξενείο στο Second Life. Επίσης το Ηνωμένο Βασίλειο σχεδιάζει ένα τρισδιάστατο «κέντρο καινοτομίας» στον κυβερνοχώρο με κόστος δημιουργίας 20.000 ευρώ και συντήρησης 13.000 ευρώ ετησίως. Το «κέντρο» δημιουργήθηκε στο SL, και όπως ισχυρίζονται οι ιδρυτές θα βοηθήσει μακροπρόθεσμα στη μείωση των δαπανών για συναντήσεις και παρουσιάσεις νέων προγραμμάτων, αφού οι ενδιαφερόμενοι θα έχουν την δυνατότητα να ενημερώνονται on-line. Με τον τρόπο αυτό βλέπουμε πως αναμειγνύεται το πραγματικό με το δυνητικό υπό το πρίσμα της οικονομικής-επιχειρηματικής όψης. Τα άβαταρ μπορούν να φέρουν χρήματα στους ιδιοκτήτες τους αλλά και το αντίθετο. Όπως γίνεται κατανοητό η σχέση μεταξύ πραγματικού και δυνητικού κόσμου είναι περισσότερο περίπλοκη από ένα παιχνίδι, εφόσον η εισαγωγή σε αυτόν τον κόσμο επηρεάζει τις συνήθειες του πραγματικού κόσμου.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να αναφερθούμε σε μια σειρά από έρευνες οι οποίες διεξήχθησαν στο SL και οι οποίες θέτουν το ερευνητικό πλαίσιο της δικής μας έρευνας. Αρχικά η έρευνα των Liang, Tay και Neo οι οποίοι ερεύνησαν τον πληθυσμό του SL ανά ώρα και συγκεκριμένα σε 3 δημοφιλής περιφέρειες, τις Isis, Freebies και The Pharm (2008). Παρατηρήθηκε ότι κατά τη διάρκεια των μεσημεριανών ωρών (12:00–18:00) ο πληθυσμός των χρηστών μειώνεται. Οι πτώσεις των πληθυσμών ενδεχομένως να οφείλονται στο ότι το SL έχει περιορισμένο αριθμό άβαταρ ανά περιοχή, οπότε όταν φεύγουν 1-2 άβαταρ δημιουργείται πτώση εφόσον δεν μπορεί να αναπληρωθούν άμεσα. Ενδιαφέρον έρευνα πραγματοποιήθηκε και από τους N. Yee, J. Bailenson et al. οι οποίοι διερεύνησαν αν οι κοινωνικοί κανόνες των δύο φύλλων, διαπροσωπικές αποστάσεις και τα βλέμματα των άβαταρ του SL μοιάζουν με εκείνους της πραγματικής ζωής. Οι παραπάνω ερευνητές χρησιμοποίησαν μια βοηθητική βάση δεδομένων (και συμβατή με την πλατφόρμα του SL) για να συλλέξουν στοιχεία από 16 άβαταρ. Στη βάση δεδομένων συλλέγουν τη θέση των άβαταρ με τις συντεταγμένες Καρτέσιου (x,y) και γύρω από τα άβαταρ σε ακτίνα 200 εικονικά μέτρα. Επίσης καταγράφονται και οι κινήσεις των άβαταρ (πχ αν έτρεχαν,

---

<sup>8</sup> Στο SL συχνά ντύνονται πιο προκλητικά από ότι στην πραγματική ζωή τους.



περπάταγαν, μίλαγαν<sup>9</sup>). Η συλλογή των δεδομένων γινόταν για 10 ώρες την εβδομάδα για 7 εβδομάδες. Συνέλεξαν δεδομένα από 115 από τις 688 ζώνες του SL και απέκλεισαν τη συλλογή δεδομένων από τα κέντρα χορού (dance clubs), κέντρα σεξουαλικής απασχόλησης (sex clubs), αίθουσες διδασκαλίας, χαρτοπαιχτικές λέσχες, αίθουσες παιχνιδιών και άλλοι χώροι που η φυσική αρχιτεκτονική εμποδίζει τη θέση και των προσανατολισμό των άβαταρ. Οι μετρήσεις βασίστηκαν στη δυαδικότητα δηλαδή στην περίπτωση 3 άβαταρ μετρήσαν 3 ζευγάρια<sup>10</sup>. Οι μετρήσεις ως προς το φύλλο δεν ήταν εύκολη όταν το άβαταρ ήταν μη ανθρωπομορφικό και αυτές οι περιπτώσεις δεν συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα. Το βλέμμα καταγραφόταν ως εξής: 0° μοίρες όταν τα δύο άβαταρ κοιτιόντουσαν κατάματα και 180° μοίρες όταν κοίταζαν από την αντίθετη πλευρά. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι υπάρχει διαφορά μεταξύ των δυάδων. Τα ζευγάρια που αποτελούνται από αρρενωπά άβαταρ έχουν την τάση να ανταλλάζουν λιγότερα βλέμματα (και ακόμα λιγότερο σε εσωτερικούς χώρους), να διατηρούν μεγαλύτερη απόσταση μεταξύ τους σε σύγκριση των δυάδων είτε δύο θηλυκών άβαταρ είτε μικτό (ένα θηλυκό ένα αρσενικό άβαταρ). Επίσης όσο πιο κοντά είναι δύο άβαταρ τόσο πιο δύσκολα κοιτάζονται μεταξύ τους. Ενώ όταν δύο άβαταρ μιλάν τόσο πιο πιθανό είναι να ανταλλάζουν βλέμματα μεταξύ τους. Επομένως επιβεβαιώθηκε η υπόθεση ότι οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις στα online δυνητικά περιβάλλοντα διέπονται από τους ίδιους κοινωνικούς κανόνες της offline πραγματικότητας.

Τέλος, ένα ερώτημα που μας απασχολεί επίσης στην έρευνα είναι κατά πόσο οι δραστηριότητες των άβαταρ στο SL μπορούν να επηρεάσουν τις δραστηριότητες των ιδιοκτητών τους στην πραγματική ζωή. Σύμφωνα με έρευνα του J. Bailenson, οι δραστηριότητες των χρηστών στο SL είναι ικανές να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των χρηστών στην πραγματική τους ζωή. Η 90-λεπτή συνομιλία στο SL επαρκεί για να επηρεάσει και τη συμπεριφορά του χρήστη στο φυσικό κόσμο. Για παράδειγμα, αν κάποιος αναφέρεται στο μυώδες σώμα του άβαταρ του ή πηγαίνει γυμναστήριο στο SL, είναι πιθανόν να επηρεαστεί από τη συνομιλία του και να ξεκινήσει το γυμναστήριο και στον πραγματικό κόσμο. (Templeton, Dell 2008). Επίσης ο J. Bailenson ισχυρίστηκε ότι οι χρήστες που βλέπουν πολλές ψηφιακές εικόνες στο SL ενδέχεται να επηρεασθούν σημαντικά. Πιο συγκεκριμένα, διεξήχθη έρευνα με εθελοντές που φορούσαν τον απαραίτητο εξοπλισμό εικονικής πραγματικότητας: κράνος εικονικής πραγματικότητας με αισθητήρες φωτός (light sensors). Υπήρχε μια κάμερα σε κάθε γωνία του δωματίου που ενεργοποιούνταν στις κινήσεις του φωτός προκαλώντας κίνηση στους συμμετέχοντες στον πραγματικό κόσμο όταν

<sup>9</sup> Όταν ένας χρήστης μιλάει, τότε το άβαταρ του πληκτρολογεί. Υπάρχει όμως και η περίπτωση να μην φαίνεται ότι μιλάει το άβαταρ όταν π.χ. ο χρήστης έχει μυστική συνομιλία με κάποιον. Η τελευταία περίπτωση δεν συμπεριλήφθηκε

<sup>10</sup> Αν υπήρχε ο Α, Β και ο Γ μελετήθηκαν τα εξής ζευγάρια: ο Α σε σχέση με τον Β, ο Β σε σχέση με το Γ και ο Γ σε σχέση με τον Α.

μετακινούνταν στο εικονικό περιβάλλον. Για παράδειγμα, μια ομάδα είδε τα άβαταρ της να στέκονται απλά στο χώρο που ήταν, μια δεύτερη ομάδα είδε τα άβαταρ τους να τρέχουν σε διάδρομο και η τρίτη ομάδα είδε ένα άλλο άβαταρ να τρέχει στο διάδρομο. Μπορούσαν να δουν το άβατάρ τους σε διάφορες καταστάσεις. Μετά από 24 ώρες ακολούθησαν ερωτήσεις, τα μέλη της ομάδας που είδαν τον εαυτό τους να καίνε θερμίδες ήταν πιο πρόθυμοι να γυμναστούν. Επίσης στην ίδια έρευνα καταγράφεται ότι τα ελκυστικά άβαταρ βοηθούν τους ιδιοκτήτες τους να νιώθουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση. Έτσι στην αναζήτηση ερωτικού συντρόφου γίνονται πιο τολμηροί και με πιο ελκυστικά άτομα που σε αντίθετη περίπτωση, δηλαδή πριν την εμπειρία τους στο SL, δεν θα επιχειρούσαν να πλησιάσουν. Αρκετές μαρτυρίες έχουν καταγραφεί αποδεικνύοντας ότι η «ζωή» των χρηστών στο SL συμπληρώνει ή αντικαθιστά την πραγματική ζωή μέσω των άβαταρ τους. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση του 53χρονου Ric Hoogestraat που ενώ είναι παντρεμένος στην πραγματική ζωή, παντρεύτηκε και στο SL (Alter 2007). Ο κύριος Hoogestraat σπαταλάει 6 ώρες την ημέρα και τις διπλάσιες ώρες το Σαββατοκύριακο είτε με την εικονική του σύντροφο, είτε ως επιχειρηματίας. Όπως γίνεται κατανοητό η συμμετοχή στο SL είναι κάτι παραπάνω από συμμετοχή σε ένα παιχνίδι εφόσον φαίνεται ότι επηρεάζει την εκδήλωση της συμπεριφοράς στον φυσικό κόσμο. Τέλος και οι Yee & Bailence (2007, 2008) υποστηρίζουν ότι η διάδραση και συμμετοχή στο SL είναι ικανή να επηρεάσει στη συνέχεια τη συμπεριφορά των χρηστών στην πραγματική τους ζωή.

## 6. Μεθοδολογία

Η μελέτη του SL απουσιάζει από την Ελληνική βιβλιογραφία. Σε αυτό το πλαίσιο κρίθηκε σκόπιμο η παρούσα έρευνα να ασχοληθεί με τη χαρτογράφηση των βασικών χαρακτηριστικών των χρηστών του SL και στη συνέχεια να προχωρήσει σε ερευνητικά ερωτήματα αναφορικά με τη σωματοποίηση και τη χρήση των άβαταρ. Τα βασικά ερωτήματα αναφέρονται: α) στην καταγραφή του προφίλ και των δημογραφικών χαρακτηριστικών του ελληνόφωνου χρήστη, β) στην ευκολία δημιουργίας των άβαταρ και την καταγραφή των δραστηριοτήτων που ασκούν, γ) στην καταγραφή του τύπου των διαδικτυακών σχέσεων που αναπτύσσονται και δ) στη συσχέτιση του πραγματικού κόσμου με το SL. Στην έρευνα παρατίθενται μόνο οι πίνακες που είναι στατιστικά σημαντικοί.

Προκειμένου να διεξαχθεί η έρευνα έγινε καταγραφή μέσω της παρατήρηση των ιστοσελίδων & των blogs των χρηστών του SL, βιβλιογραφική επισκόπηση των δημογραφικών τους χαρακτηριστικών, προσέγγιση των χρηστών μέσω των πλατφόρμων facebook & twitter και τέλος προσέγγιση των χρηστών μέσω της χρήσης του SL. Δυστυχώς ο επακριβής αριθμός των Ελληνόφωνων χρηστών δεν ήταν δυνατόν να προσδιοριστεί από

κάποια επίσημη πηγή, για αυτό και ως κριτήριο αποτέλεσε η υποκειμενική κρίση 3 Ελλήνων μεντόρων<sup>11</sup>. Αξίζει να αναφερθεί ότι προκειμένου να κινητοποιηθούν οι χρήστες να συμμετάσχουν στην έρευνα στάλθηκε ηλεκτρονικό μήνυμα στις κυριότερες ομάδες και σελίδες που έχουν αναπτυχθεί για το SL (κοινωνική δικτύωση)<sup>12</sup> και επιπλέον γνωστοποιήθηκε η έρευνα με ανάλογο post (κείμενο) στο χώρο των ανακοινώσεων/σχολίων (walls) των παραπάνω groups. Τέλος δημιουργήθηκε ομάδα στο facebook με τίτλο: «Έρευνα στο Second Life», η διεύθυνση της οποίας είναι: <http://www.facebook.com/home.php?#/group.php?gid=61633528753&ref=mf>. Οι παραπάνω τρόποι προσέγγισης δεν θα μπορούσαν να τελεσφορήσουν χωρίς την προσέγγιση των χρηστών μέσω του ίδιου του πεδίου, όπου δημιουργήθηκε άβαταρ με το όνομα Alternative και το επίθετο Tremor. Η προώθηση του ερωτηματολογίου μέσα στο κόσμο του SL έγινε με δύο τρόπους. Αρχικά προσεγγίστηκαν οι ιδιοκτήτες των ελληνικών μερών (sim) και με τη βοήθεια τους γνωστοποιήθηκε στο χώρο ιδιοκτησίας τους. Ο κάθε ιδιοκτήτης θέλησε να βοηθήσει με διαφορετικό τρόπο στην έρευνα, είτε φτιάχνοντας banner (βλ. εικόνα 1) στο χώρο ιδιοκτησίας τους, είτε ενημερώνοντας τις ομάδες στον χώρο ιδιοκτησίας τους με μηνύματα και παραπομπές σε συνδέσμους (links). Τέλος η συζήτηση μαζί τους για τον σκοπό της έρευνας και τα ερευνητικά ζητήματα που θέτει αποτέλεσε σημαντική στην αξιοποίηση των δεδομένων.

**Εικόνα 1: Το banner του ερωτηματολογίου στο SL**



<sup>11</sup> Με τον όρο μέντορας νοείται ο έμπειρος χρήστης του Second Life. Η επίσημη ιστοσελίδα του Second Life παραπέμπει τους νέους χρήστες να μιλήσουν με τους μέντορες για να τους βοηθήσουν.

<sup>12</sup> Second Life Greece, SL Greece Official, Greek World, Second Life Fan Club, Second Life Residents, Studying Second Life, Second Life for Researchers και οι σελίδες: Second Life Social Network και Second Life

Ο δεύτερος τρόπος προσέγγισης των Ελληνόφωνων χρηστών του Second Life ήταν από τις γνωριμίες σε αυτό. Σε αυτήν την περίπτωση δεν αναζητήθηκαν συγκεκριμένα άτομα, όπως έγινε με τους ιδιοκτήτες των ελληνικών sim, αλλά με την αναζήτηση ατόμων στην κάθε ελληνική περιοχή. Στο Second Life υπάρχει μηχανή αναζήτησης και χάρτης. Στη μηχανή αναζήτησης αναζητήθηκαν οι ελληνικές περιοχές ενώ ο χάρτης στιγματίζε με κουκίδες τα μέρη που υπήρχαν άτομα. Διαπιστώθηκε όμως ότι ο τελευταίος δεν ήταν πάντα αξιόπιστος διότι υπήρχαν τεχνάσματα (bot) έτσι ώστε να φαίνονται πολυσύχναστα κάποια μέρη ενώ δεν ήταν<sup>13</sup>.

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για τη συγκέντρωση των δεδομένων ήταν δομημένα ερωτηματολόγια κλειστού τύπου. Η σύνταξη του ερωτηματολογίου έγινε χρησιμοποιώντας ερωτηματολόγια από παρόμοιες έρευνες που έχουν διεξαχθεί στο SL (A. Ortiz & P. E. Noble 2007, G. Wadley 2008 & και E. Driver & S. Driver 2008, Yee & Bailence 2007, 2008).

Μετά τη μετάφραση (από αγγλικά στα ελληνικά και από ελληνικά στα αγγλικά για επαλήθευση, των ερωτημάτων που χρησιμοποιήθηκαν) η περαιτέρω τροποποίηση και συμπλήρωση του ερωτηματολογίου (πilotική διανομή) προήλθε από 7 χρήστες του Second Life καθώς και από 3 online συνεντεύξεις. Στη συνέχεια το ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε στο ιστολόγιο [www.searchingsl.wordpress.com](http://www.searchingsl.wordpress.com) και φιλοξενήθηκε στην online υπηρεσία [surveymonkey](http://surveymonkey.com)<sup>14</sup> όπου παρέμεινε ανοιχτό για 3 μήνες (27/3/09 – 25/6/09). Το συνολικό δείγμα ήταν 115 άτομα, η ανάλυση των δεδομένων έγινε με χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS 17.0.

## 7. Αποτελέσματα<sup>15</sup>

### 7.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Ο τυπικός Ελληνόφωνος χρήστης του SL ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία των 19-25 (39,1%), είναι άγαμος (62,6%), κάτοικος Αθήνας (40%), τελειόφοιτος ΑΕΙ (24,3%) και εργάζεται στον ιδιωτικό τομέα (47%) (ελεύθερος επαγγελματίας 23,5% & ιδιωτικός υπάλληλος 23,%). Σχεδόν ένας στους δύο χρήστες είναι άντρας (50,4%) ενώ οι περισσότεροι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο τουλάχιστον 7 χρόνια (47,8%) και διαθέτουν περίπου 1-3 ώρες

<sup>13</sup> Αυτό γινόταν για να φαίνεται αυξημένος αριθμός των ατόμων στις συγκεκριμένες περιοχές. Οι μηχανές αναζήτησης επηρεάζονται από τα πολυσύχναστα μέρη, όσο πιο δημοφιλές είναι ένα μέρος τόσο πιο ανεπτυγμένη επιχειρηματική δραστηριότητα υπάρχει.

<sup>14</sup> Πρόκειται για μια υπηρεσία η οποία –επί πληρωμή– παρέχει webbased εργαλεία για να κατασκευάσεις, ρυθμίσεις και ανεβάσεις το ερωτηματολόγιο σου on-line. Στη συνέχεια αφού το ενεργοποιήσεις σου παρέχει ένα link όπου είτε μπορείς χρησιμοποιώντας το να καλέσεις συμμετέχοντες μέσω e-mail, είτε οι ίδιοι να εντοπίζουν στην πλοήγησή τους το link αυτό. Οι απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο αποθηκεύονται στους servers της υπηρεσίας και μόλις η έρευνα λήξει σου στέλνουν το αρχείο με τα δεδομένα τα οποία μπορούν από κει και πέρα να επεξεργασθούν με excel, spss κτλ.

<sup>15</sup> Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων στηρίζεται σε μια πρώτη καταγραφή των δεδομένων και λόγο πίεσης χρόνου αναπαράγει τις βασικές αναλύσεις. Σε επόμενη προσπάθεια θα υπάρξει και εκτενέστερη στατιστική ανάλυση των δεδομένων.

την εβδομάδα για διαδικτυακές υπηρεσίες, όπως κοινωνικά δίκτυα (38,3%), ηλεκτρονική αλληλογραφία messengers (33%), youtube (49,6%), ενώ δεν χρησιμοποιούν twitter (69,7%), delicious (74,8%), blogs (36,5%) ή άλλα ψηφιακά παιχνίδια (67,8%). Ο τυπικός χρήστης διαθέτει περισσότερο από 12 ώρες την εβδομάδα στο SL (29,6%) ενώ πριν γίνει χρήστης του έβλεπε κυρίως τηλεόραση (64,3%). Επίσης παρατηρούμε ότι η εκπαίδευση των περισσότερων γυναικών είναι ΑΕΙ (29,8%  $\alpha=0,04$ ) ενώ των αντρών, δευτεροβάθμια (24,1%  $\alpha=0,04$ ).

## 7.2 Χρήση άβαταρ

Σε αυτήν την ενότητα καταγράφεται ο βαθμός δυσκολίας χρήσης των άβαταρ στο SL αλλά και ο βαθμός δυσκολίας της ίδιας της υπηρεσίας. Οι περισσότεροι χρήστες περιορίζονται σε ένα μοναδικό άβαταρ (58,3 %) και επιλέγουν το φύλο του άβαταρ τους σύμφωνα με το δικό τους φύλο (96,5% γυναίκες προτιμούν το γυναικείο άβαταρ και 89,7% άντρες αρρενωπό άβαταρ,  $\alpha=0,00$ ), αναπαράγοντας τον πραγματικό κόσμο. Οι περισσότεροι χρήστες είναι νέα μέλη 0-3 μήνες (31,3%) και ακολουθούν αυτοί που είναι χρήστες 1-2,5 χρόνια (29,6%). Επίσης ενδιαφέρον αποτελεί το γεγονός ότι ο δημοφιλέστερος τρόπος διάδοσης του SL στην Ελλάδα αποτέλεσαν οι offline παρέες (26,1%). Διαδόθηκε με τη μέθοδο της χιονοστιβάδας από φίλιες που έχουν σχηματιστεί στην πραγματική ζωή. Αυτό αποτέλεσε έκπληξη εξαιτίας κυρίως προηγούμενων μαρτυριών χρηστών ότι στο SL μπορούν να πραγματοποιήσουν σκέψεις και ιδέες που δεν θα τολμούσαν στην πραγματική ζωή, και κυρίως διότι παρατηρήθηκε ότι αποκρύβουν αυτήν την ενασχόληση τους από το κοντινό τους περιβάλλον. Παράλληλα βλέπουμε ότι οι χρήστες του SL τείνουν να θεωρούν εύκολες ή πολύ εύκολες<sup>16</sup> τις βασικές λειτουργίες του SL: όπως τη δημιουργία λογαριασμού (84,4%), τη συνάντηση (73,9%) και επικοινωνία με άλλα άβαταρ (78,3%), την πλοήγηση (55,3%) και τη χρήση πολυμέσων (46,9%). Τέλος θεωρείται ούτε δύσκολη<sup>17</sup> ούτε εύκολη η δημιουργία και τροποποίηση των άβαταρ (36,5%). Η μόνη δραστηριότητα που θεωρήθηκε δύσκολη είναι η δημιουργία αντικειμένων (58,3%). Τέλος βλέπουμε ότι οι χρήστες δεν επιλέγουν κατά κύριο λόγο άβαταρ που να μοιάζουν εξωτερικά με τους ίδιους<sup>18</sup> (πέραν του φύλου), αλλά δεν χρησιμοποιούν την εικόνα του άβαταρ τους σε άλλες δραστηριότητες στο διαδίκτυο (60,9%). Η μορφή σωματοποίησης επομένως φαίνεται να είναι διαφορετική από την αντίστοιχη στον πραγματικό κόσμο, άρα μιλάμε ουσιαστικά για εκ νέου σωματοποίηση.

<sup>16</sup> Τα ποσοστά που ακολουθούν είναι το άθροισμα των απαντήσεων εύκολο και πολύ εύκολο.

<sup>17</sup> Φυσικά η εξοικείωση των περισσότερων χρηστών με το διαδίκτυο θα μπορούσε να επηρεάσει την κρίση τους για το βαθμό δυσκολίας της χρήσης των άβαταρ και γενικότερα της χρήσης στο SL.

<sup>18</sup> Οι απαντήσεις των ερωτηθέντων είναι οι εξής: μου μοιάζει 100% το άβατάρ μου (5,2%), μου μοιάζει 75% το άβατάρ μου (21,7%), μου μοιάζει 50% το άβαταρ μου (27%), μου μοιάζει 25% το άβαταρ μου (24,3%) και μου μοιάζει 0% το άβαταρ μου (21,7%)

### 7.3 Δραστηριότητες

Οι πιο δημοφιλείς δραστηριότητες, που καταγράφονται από τους χρήστες είναι: «να περιφέρομαι τυχαία/να εξερευνώ νέα τοπία» (75,7%) και «να συναντώ νέους ανθρώπους» (75,7%). Η πρώτη δραστηριότητα αφορά κυρίως τον ψηφιακό κόσμο και την ποιότητα των υπηρεσιών του. Ενδεχομένως αν το SL δεν χρησιμοποιούσε state-of-the-art web τεχνολογίες πιθανόν να «έχανε» κάποιους κατοίκους του. Ο δεύτερος λόγος παραπέμπει στη χρήση του SL ως ένα επικοινωνιακό κανάλι που παρέχει μια μόνιμη κοινότητα χρηστών ανά πάσα στιγμή σε όλο τον κόσμο.

Μια ενδιαφέρουσα διάσταση του SL είναι η επιχειρηματική δραστηριότητα που αναπτύσσεται. Η δημιουργία νομίσματος έχει ήδη κατασκευάσει μια διαφορετική οικονομία η οποία όμως αντιγράφει τους κανόνες της οικονομίας της πραγματικής ζωής. Βλέπουμε ότι οι Ελληνόφωνες χρήστες μόνο σε ποσοστό 28,7% δραστηριοποιούνται επαγγελματικά. Ίσως θα ήταν ενδιαφέρον σε επόμενη έρευνα να διευκρινιστεί το ποσοστό των Ελληνόφωνων που δραστηριοποιούνται επαγγελματικά μόνο στο SL. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες θεωρούν ότι θα πρέπει να υπάρχει επαγγελματική δραστηριότητα στο SL (60,8%)<sup>19</sup> και ότι αυτή θα διατηρήσει τη συνέχεια του στο μέλλον (30,8%). Επίσης οι περισσότεροι συμμετέχοντες θεωρούν ότι θα πρέπει να ενισχυθούν τα Ελληνικά Μέρη: 62,6% υποστήριξαν ότι χρειάζονται επιπλέον νησιά, 58,3 % Αρχαιολογικοί χώροι, 54,7% μουσεία και 47% τουριστικά ενδιαφέροντα ενώ μόνο το 13 % θεωρεί ότι υπάρχουν ήδη πολλά.

Οι περισσότεροι ερωτηθέντες θεωρούν ότι θα πρέπει να διαμορφωθεί κανονιστικό πλαίσιο και κανόνες συμπεριφοράς και λειτουργίας (νομοθεσία)<sup>20</sup> στο SL (43,5%), παρότι μέχρι και σήμερα δεν υπάρχει. Οι χρήστες καλούνται να υπακούσουν μόνο στους αρχικούς κανόνες του SL που έχει δημιουργήσει η εταιρεία Linden. Εφόσον το SL επιτρέπει την αναπαραγωγή και προσομοίωση οποιασδήποτε δραστηριότητας που αντικατοπτρίζει τις δραστηριότητες στην πραγματική ζωή, θα πρέπει να δημιουργηθεί και ο κατάλληλος τρόπος για την οργάνωση, διατήρηση και έλεγχου αυτού του δυνητικού κόσμου. Αυτό όμως παράλληλα αποτελεί ένα πολύπλοκο και σύνθετο ζήτημα εφόσον συνυπάρχουν διαφορετικοί πολιτισμοί, κουλτούρες, οικονομικές συνήθειες, ήθη, έθιμα και συμπεριφορές μεταξύ των κατοίκων του SL, οπότε είναι ζητούμενο κατά πόσο μπορεί να γίνει αποδεκτό ένα ενιαίο και κοινό σύστημα κανόνων.

Επίσης στην ερώτηση αν αποτελεί προσωπικό δικαίωμα η προστασία των προσωπικών δικαιωμάτων, η συντριπτική πλειοψηφία απαντά θετικά (92,2%) και υποστηρίζει ότι δεν

<sup>19</sup> Αυτό το ποσοστό αναφέρεται μόνο στα άτομα που δεν δραστηριοποιούνται στο Second Life

<sup>20</sup> Επιπλέον η Government Team αποτελείται από άτομα που ερευνούν και προστατεύουν τους κανόνες, τις υπηρεσίες του SL. Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να προστατευτούν από το πρόγραμμα αναφέροντας τις περιπτώσεις βιασμών ή ανάρμοστης συμπεριφορά. Επιπλέον έχουν τη δυνατότητα να απομακρύνουν ή να αποδυναμώσουν την απειλή. <http://www.youtube.com/watch?v=TyY9cxAcHA4>

πρέπει να χρησιμοποιούνται χωρίς την έγκριση των ίδιων των χρηστών. Παράλληλα αρκετοί ερωτηθέντες (75,7%) θεωρούν ότι η ασφάλεια των προσωπικών δικαιωμάτων αποτελεί κρατικό μέλημα και λιγότεροι (43,5%) καταλογίζουν ευθύνη και στις εταιρείες παροχής διαδικτύου. Τέλος η πλειοψηφία των αποκριθέντων (30,4%) ούτε συμφωνεί/ ούτε διαφωνεί με την άποψη «θεωρώ ότι τα προσωπικά μου δεδομένα προστατεύονται στο διαδίκτυο».

#### 7.4 Σχέσεις offline – online & συσχέτιση SL - RL

Οι περισσότεροι συμμετέχοντες (43,5%) θεωρούν λιγότερο σημαντικές τις σχέσεις που δημιουργούν στο SL, συγκριτικά με αυτές που έχουν δημιουργήσει στην πραγματική τους ζωή, ενώ επιπλέον οι περισσότεροι<sup>21</sup> αποφεύγουν τις συναντήσεις των «κατοίκων» του SL στην πραγματική ζωή. Προφανώς δεν θέλουν να εμπλακεί η δραστηριότητα που έχουν στο SL με αυτές που έχουν στην πραγματική ζωή. Όμως οι περισσότεροι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν πιο εύκολο να εκδηλώσουν τα προσωπικά τους στοιχεία και τα προσωπικά τους συναισθήματα στο SL από ότι στην πραγματική ζωή. Οι χρήστες νιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια στο δυνητικό κόσμο από ότι στην πραγματική ζωή. Στις δυνητικές κοινότητες αναδομούνται συνεπώς νέες κοινωνικές σχέσεις με διαφορετικές προοπτικές. Γενικότερα στο διαδίκτυο δίνεται η δυνατότητα να βιώνονται νέες εμπειρίες με τους online φίλους, δίχως αυτό να σηματοδοτεί μια νέα γνωριμία που πιθανόν να συνεχιστεί και στην πραγματική ζωή. Νέες σχέσεις αναπτύσσονται και δημιουργούν διαφορετικούς κανόνες και συμπεριφορές.

Τέλος, βλέπουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (67%) δεν έχει συνάψει ερωτική σχέση με κάποιον στο SL και διχοτομούνται οι απόψεις τους για τις προθέσεις που έχουν για απόκτηση συντρόφου στο μέλλον μέσω SL<sup>22</sup>. Από την άλλη, το μεγαλύτερο ποσοστό (83,3%) των χρηστών που γνώρισαν το σύντροφό τους στο SL, ξεκίνησαν ως ζευγάρι μόνο στο SL και μετά έγιναν ζευγάρι και στην πραγματική ζωή. Εν ολίγοις υπάρχουν άτομα που είναι πρόθυμα να αναμείξουν το SL με την πραγματική ζωή.

Ενδιαφέρον αποτελούν τα ερωτήματα, που προκύπτουν από τον παραπάνω προβληματισμό: τα κριτήρια επιλογής συντρόφου στο SL είναι τα ίδια με αυτά της πραγματικής ζωής; τι μπορεί να αυξήσει την ελκυστικότητα ενός άβαταρ; Και τέλος η εξωτερική εμφάνιση του άβαταρ διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην επιλογή του συντρόφου - άβαταρ. Στην πραγματική ζωή το σώμα και η εμφάνιση ενός ατόμου έχουν σημαντικό ρόλο στην προσέγγιση του ερωτικού συντρόφου. Σε έναν δυνητικό κόσμο όμως υπάρχει η δυνατότητα επιλογής και κατασκευής του φαντασιακού επιθυμητού σώματος. Κάθε άβαταρ θεωρητικά μπορεί να γίνει ανά πάσα στιγμή ελκυστικό. Η διαφοροποίηση μεταξύ των άβαταρ υπάγεται

<sup>21</sup> (46,1% δεν έχουν συναντήσει κανέναν και 40,9% έχουν συναντήσει λίγους)

<sup>22</sup> 50,6% από τους αποκριθέντες που μέχρι τώρα δεν έχουν αποκτήσει σύντροφο από το SL, θεωρούν πιθανό να συνάψουν σχέση με άλλον χρήστη στο SL ενώ 49,4% δεν το θεωρούν πιθανό.

στις ποικίλες ενδυματολογικές επιλογές του κάθε ένα ή σε αγορές προϊόντων, όπως θηλυκό περπάτημα<sup>23</sup>. Το σύνολο των προϊόντων που φοράει<sup>24</sup> ένα άβαταρ αντανακλά την online ιδιαιτερότητα του χρήστη και αυτή διαμορφώνει την ελκυστικότητα<sup>25</sup> του, τη δεδομένη χρονική στιγμή. Όποτε η εμφάνιση του αβαταρ σηματοδοτεί την απόρριψή ή μη στο αντίθετο φύλλο. Το πλεονέκτημα που έχει ο χρήστης σε ένα δυνητικό κόσμο είναι να αλλάξει εμφάνιση, όταν για παράδειγμα παρατηρεί την αποδοκιμασία ή δυσαρέσκεια των συνομιλητών-άβαταρ του. Έχει τη δυνατότητα να πειραματιστεί σε διάφορα σώματα με οποιαδήποτε ενδυματολογική επιλογή, ακόμα και να ξαναδημιουργήσει ένα νέο άβαταρ – μια νέα ταυτότητα. Στην offline πραγματικότητα η εμφάνιση του κάθε ανθρώπου έχει βιολογικούς περιορισμούς (για παράδειγμα ένας μελαμψός δεν μπορεί να αποκτήσει λευκή επιδερμίδα). Δεν δίνεται η ευκαιρία της σωματοποίησης εκ νέου.

Το γεγονός ότι οι περισσότεροι χρήστες (47%) θέλουν να πραγματοποιήσουν δραστηριότητες που κάνει το αβατάρ τους και στον πραγματικό κόσμο, αναδεικνύει ότι ενδεχομένως καταγράφεται η δυνατότητα επιρροής της πραγματικής ζωής και η επιθυμία αλλαγής του πραγματικού κόσμου. Άλλωστε ως δημοφιλέστερο κίνητρο των ερωτηθέντων για συμμετοχή είναι η γνωριμία με άλλα άτομα από όλο τον κόσμο (60,9%), δηλαδή αναδεικνύεται πως το SL χρησιμοποιείται ως μια επιπλέον πλατφόρμα του διαδικτύου για διεύρυνση του κοινωνικού κύκλου γνωριμιών. Ως δεύτερο κριτήριο δήλωσαν ότι το θεωρούν διασκεδαστικό και συναρπαστικό (53,9%). Η απάντηση των αποκριθέντων δεν ενέχει σε καμία περίπτωση φυσικά την συνειδητή παραδοχή της επιθυμίας τους για εναλλακτικό κόσμο.

Επίσης αρκετοί ερωτηθέντες δήλωσαν ότι χρησιμοποιείται ειδική ορολογία στο SL (34,4%), αναγνωρίζοντας ότι υπάρχει ένας κοινός κώδικας μεταξύ των χρηστών του SL. Μάλιστα διαχωρίζεται η ορολογία που χρησιμοποιείται στο SL από αυτήν που πιθανόν να χρησιμοποιείται στις διάφορες πλατφόρμες που παρέχει το διαδίκτυο. Οι περισσότεροι χρήστες (66%) θεωρούν ότι είναι εύκολο να μάθουν. Τέλος βλέπουμε ότι οι ενδυματολογικές επιλογές των ερωτηθέντων με αυτών των άβαταρ τους τείνουν να μοιάζουν αρκετά (47,8%). Παρόλο που στο Second Life υπάρχει η δυνατότητα επιλογής

---

<sup>23</sup> Ένδειξη για το παραπάνω συμπέρασμα αποτελεί η εξής προσωπική εμπειρία των ερευνητών: κατά τη διάρκεια γνωριμιών και διάδοσης του ερωτηματολογίου μέσα στο SL, εμφανίστηκαν άβαταρ με το μισό ύψος από το συνηθισμένο. Οι ομιλητές μου αντέδρασαν με τα εξής λόγια «ωχ μας την πέσαν», «τι έγινε και γεμίσαμε κοντούς», «επιδημία είναι». Όταν μάλιστα κόντυνα το άβαταρ μου μετά από λίγα λεπτά 2 από τους 3 συνομιλητές μου, μου είπαν ότι δεν μπορούν να συνομιλήσουν και ότι έπρεπε να «ψηλώσω».

<sup>24</sup> Ένα άβαταρ μπορεί να φορέσει ρούχα, αξεσουάρ, κινήσεις (όπως χορός περπάτημα), μηνύματα (που φαίνονται με την μορφή «ταμπέλας» πάνω από το άβαταρ και το ακολουθεί όπου και να πάει)

<sup>25</sup> Τα περισσότερα αρρενωπά άβαταρ ήταν ψηλοί άντρες με γυμνασμένους μυς ενώ τα περισσότερα γυναικεία άβαταρ ήταν ψηλές γυναίκες με άρτιες αναλογίες και προκλητικά ντυμένες. Μάλιστα τα άτομα που με «βोधθησαν» να ψωνίσω τα δωρεάν προϊόντα με παρότρυναν και έμενα να ντυθώ προκλητικά θεωρώντας ότι μόνο έτσι θα μου ανταποκρίνονταν στην έρευνα.



περισσότερων ρούχων με λιγότερο χρηματικό κόστος<sup>26</sup> από ότι στο πραγματικό κόσμο παρόλα αυτά ο ρουχισμός στην πραγματική ζωή φαίνεται έχει διαμορφώσει την εμφάνιση και των άβαταρ.

Ενδιαφέρον αποτελεί ότι η πλειοψηφία (53%) των αποκριθέντων αναγνωρίζει μια διακριτή ομοιότητα μεταξύ SL και πραγματικής ζωής. Θεωρεί ότι το SL μοιάζει με τον πραγματικό κόσμο. Στις ελληνικές περιοχές του SL μπορούμε να δούμε ελληνικά νησιά όπως την Σαντορίνη, την Ακρόπολη το μουσείο του Λούβρου, εμπορικά καταστήματα επώνυμων εταιρειών. Η πλειοψηφία έμμεσα μαρτυρεί ότι έχει οικειοποιηθεί το περιβάλλον του SL. Τα περισσότερα τοπία και οι περισσότερες εικόνες είναι τόσο αληθοφανή όπου οι χρήστες νιώθουν ότι βιώνουν τις εμπειρίες τους.

## 8. Συζήτηση

Ανακεφαλαιώνοντας, οι έρευνες των Yee & Bailence (2007, 2008), υποστηρίζουν ότι οι χρήστες στο SL μπορούν να τροποποιήσουν και να ανακατασκευάσουν την εικόνα τους, αναπαράγοντας ταυτόχρονα τους ίδιους κοινωνικούς κανόνες και τις ίδιες διαπροσωπικές αποστάσεις με αυτές που έχουν αναπτύξει στην πραγματική ζωή. Η χαρτογράφηση των Ελληνόφωνων χρηστών αναδεικνύει την τάση των τελευταίων να διατηρούν σταθερά κάποια στοιχεία του χαρακτήρα τους ή της εμφάνισης τους. Έτσι: α) παρατηρείται ότι το φύλο του άβαταρ τείνει να εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το φύλο του χρήστη-ιδιοκτήτη του, β) επίσης το μεγαλύτερο ποσοστό τείνει να επιλέγει παρόμοιες ενδυματολογικές εμφανίσεις στο SL με αυτές στον πραγματικό κόσμο και τέλος γ) οι Ελληνόφωνοι χρήστες θεωρούν ότι το SL μοιάζει αρκετά με τον πραγματικό κόσμο.

Παράλληλα οι Yee & Bailence (2007, 2008), σε άμεση συμφωνία με τις υπόλοιπες έρευνες που καταγράφηκαν στο θεωρητικό τμήμα, διερεύνησαν και τις δραστηριότητες των χρηστών στο SL και συμπέραναν ότι είναι ικανές να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των χρηστών στην πραγματική τους ζωή. Στην έρευνα των Ελληνόφωνων χρηστών παρατηρείται ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν πιο εύκολο να εκδηλώσουν προσωπικά τους στοιχεία και τα προσωπικά τους συναισθήματα στο SL από ότι στην πραγματική ζωή.

Από τα προηγούμενα προκύπτει πως το διαδίκτυο και ιδιαίτερα οι κατασκευασμένοι χώροι όπως το SL (όπως προτρέπει και υποδηλώνει και το όνομά του), μας δίνουν τη δυνατότητα να «βιώσουμε» μια δεύτερη ζωή, ενδεχομένως αρκετά διαφορετική από την πραγματική ζωή, υλοποιώντας ελεύθερα τη φαντασία μας. Προσφέρεται η δυνατότητα της ανακατασκευής είτε προσωπικής (αν ένα άτομο θελήσει να αλλάξει μπορεί απλά να φτιάξει

---

<sup>26</sup> Προσφέρονται αρκετά δωρεάν προϊόντα.

είτε το άβαταρ του διαφορετικό ή άλλο άβαταρ) είτε συνολικής (κατασκευή άλλου δυνατικού κόσμου). Παρόλα αυτά φαίνεται πως και στο SL αναπαράγονται οι δομές της πραγματικής ζωής, τόσο αναφορικά με τον τρόπο λειτουργίας (οικονομικές) όσο και με τη μορφή αντιπροσώπευσης των ατόμων. Οι περισσότεροι χρήστες αποφασίζουν να κατασκευάσουν άβαταρ τα οποία σε γενικές γραμμές συνολικά αναπαριστούν τη φυσική τους υπόσταση. Η μορφή σωματοποίησης βεβαίως, με εξαίρεση το φύλο, καταγράφεται διαφορετική από την αντίστοιχη στον πραγματικό κόσμο, άρα μιλάμε ουσιαστικά για εκ νέου σωματοποίηση. Το σημαντικότερο συμπέρασμα είναι ότι και οι διαδικτυακές σχέσεις στηρίζονται και λειτουργούν πάνω στην έννοια του σώματος η οποία αποτελεί τον πυρήνα συγκρότησης των σχέσεων στον πραγματικό κόσμο. Παρόμοιοι τρόποι και μηχανισμοί δηλαδή συγκρότησης κοινωνικών σχέσεων, με το φυσικό κόσμο, εμφανίζονται και στους δυνατικούς κόσμους. Το σώμα, είτε το θέλουμε είτε όχι, καλείται να διαδραματίσει πρωταγωνιστικό ρόλο και στις διαδικτυακές σχέσεις. Έχοντας αυτό το εύρημα σαν πυρήνα, σε συνδυασμό βέβαια με την πρώτη καταγραφή των δημογραφικών χαρακτηριστικών των Ελληνόφωνων χρηστών του SL, επόμενες έρευνες χρησιμοποιώντας ποιοτικές μεθόδους πρωτίστως, μπορούν να αναδείξουν τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνεται η σωματοποιημένη διαδικτυακή δράση και συμπεριφορά.

## 9. Βιβλιογραφία

- Αλεξιάς, Γ. 2003 *Το ανθρώπινο σώμα: από τη βιολογία στη δυνητικοποίηση* ΕΚΚΕ, Β-Γ 2003, τ. 111-112, σελ. 327-357.
- Αλεξιάς Γ. 2006, *Κοινωνιολογία του Σώματος Από τον «άνθρωπο του Νεαταρνταλ» στον «Εξολοθρευτή»*, Ελληνικά Γράμματα.
- Αλεξιάς Γ. 2008, *Κυβερνο-Οργανισμοί (Cyborgs), Δυνητικά Σώματα (Virtual Bodies), Μετά-Σώματα: Επιστημονική Φαντασία ή Εναλλακτικές Μορφές Σωματοποίησης, στο Πουρκός, Μ. Ενσώματος νους, πλαισιοθετημένη γνώση και εκπαίδευση: Προσεγγίζοντας την ποιητική και τον πολιτισμό του σκεπτόμενου σώματος: Διεπιστημονικές προσεγγίσεις*, Gutenberg.
- Αλεξιάς, Γ. 2009 *Ο δυνητικός Άλλος, το δυνητικό σώμα*, στο Κοσκινάς, Κ. Αρσένης Σ. *Δυνητικές κοινότητες και διαδίκτυο: Κοινωνιοψυχολογικές προσεγγίσεις και τεχνικές εφαρμογές*, Κλειδάριθμος, σελ. 91-115.
- Alter A. [http://online.wsj.com/article/SB118670164592393622.html?mod=pj\\_main\\_hs\\_coll](http://online.wsj.com/article/SB118670164592393622.html?mod=pj_main_hs_coll)
- Amorim M.A., *What is my avatar seeing?: The coordination of “out-of-body” and “embodied” perspectives for scene recognition across views*, Psychology Press Ltd, 10 (2) pp 157-199 <http://www.tandf.co.uk/journals/pp/13506285.html> accessed 4-2-2006
- Biocca F. 1997 *The Cyborg's Dilemma: Progressive Embodiment in Virtual Environments*, [www.ascusc.org/jcmc/vol13/issue2/biocca2.html](http://www.ascusc.org/jcmc/vol13/issue2/biocca2.html)
- Butler, J. 1993 *Bodies that matter: on the Discursive limits of sex*, Routledge.
- Caoiti E., 2008 *Report: Avatar Interactions Effect On Real Lif*, Worlds in Motion.Biz, Linden, [http://www.worldsinmotion.biz/2008/05/report\\_avatar\\_interactions\\_eff.php](http://www.worldsinmotion.biz/2008/05/report_avatar_interactions_eff.php) (9/2/09)
- Castronova E, 2003, *The Price Of 'Man' And 'Woman': A Hedonic Pricing Model Of Avatar Attributes in a Synthetic World*, CESifo Working Paper No 957, Usa  
<http://attrition.org/eq/castronova-2003a -avatars.pdf>, 17/2/2006
- Castronova E.,2003b, *Theory of the Avatar*, CESifo Working Paper No 863, Usa,  
<http://CESifo.de> ,17/2/2006
- Clemmensen T. 2000, *The Psychology Of Online Sociability: Theory And Examples*, Department of Informatics, Copenhagen Business School
- Crossley, N. 1995 *Body Techniques, Agency and intercorporeality: The significance of Goffman*, *Sociology*, 29 (1): 133-149.
- De Souza, C., S., Preece, J., 2004, *A framework for analyzing and understanding online communities. Interacting with Computers*, The Interdisciplinary Journal of Human-Computer Interaction,16,3,579-610 Διαθέσιμο στις 12-07-2007 στη διεύθυνση:  
[http://www.sciencedirect.com/science?\\_ob=ArticleURL&\\_udi=B6V0D-4BVRYN5-1&\\_user=10&\\_coverDate=06%2F30%2F2004&\\_rdoc=1&\\_fmt=&\\_orig=search&\\_sort=d&\\_view=c&\\_acct=C000050221&\\_version=1&\\_urlVersion=0&\\_userid=10&md5=e134c6f1a7a469dff8ccfb99c7bae9e1](http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6V0D-4BVRYN5-1&_user=10&_coverDate=06%2F30%2F2004&_rdoc=1&_fmt=&_orig=search&_sort=d&_view=c&_acct=C000050221&_version=1&_urlVersion=0&_userid=10&md5=e134c6f1a7a469dff8ccfb99c7bae9e1)
- Dell K. 2008, *How Second Life Affects Real Life*, Time Cnn, <http://www.time.com/time/health/article/0,8599,1739601,00.html?cnn=yes> (9/2/09)
- Donald J. 2007, *Queered Virtuality: The Claiming and Making of Queer Spaces and Bodies in the User-Constructed Synthetic World of Second Life* *Constructed Synthetic World of Second Life* Date: 6-Nov-2007, [ttp://dSPACE.wrlc.org/bitstream/1961/4293/1/etd\\_jonesd3.pdf](http://dSPACE.wrlc.org/bitstream/1961/4293/1/etd_jonesd3.pdf) accessed 5/2/09
- Driver E, Driver S, 2008, *Second Life Survey says: “Try it for work - you’ll like it”*, *Think Balm Immersive Internet insight and expertise*,

<http://www.thinkbalm.com/2008/10/10/second-life-survey-says-%E2%80%9Ctry-it-for-work-%E2%80%94-you%E2%80%99ll-like-it%E2%80%9D/> (5/3/09)

Featherstone M. 1995 *Post-Bodies, Ageing and Virtual Reality*, στο M. Featherstone and A. Wernick *Images of Ageing*, Routledge

Featherstone M. Burrows R. 1998 *Cyber Space, Cyber Bodies, Cyber Punk: Cultures of Technological Embodiment*, Sage

Foucault, M. 1976 *Επιτήρηση και Τιμωρία*, Ράππα.

Foucault, M. 2005 *Η Γέννηση της Κλινικής*, Νήσος.

Goffman E, 1959 *The presentation of Self in Everyday Life*. New York, Doubleday.

Goffman E, Συναντήσεις: Δύο μελέτες στην κοινωνιολογία της αλληλεπίδρασης, Μακρυγιάννη Δ, Αθήνα 1996, Αλεξάνδρεια

Halberstam, J. Livingston, I. 1995 *Posthuman Bodies*, Indiana University Press.

Haraway, D. J. 1991 *Simians, Cyborgs and Women*, London, Free Association Press.

Hiltz Starr R., 1984 *Online communities*, Ablex Publishing Corp., Norwood, NJ.

Huiguang Liang, Ian Tay, Ming Feng Neo 2008 *Avatar Mobility in Networked Virtual Environments: Measurements, Analysis, and Implications*, Dept. of Electrical and Computer Engineering, National University of Singapore, 15/7/08  
[http://arxiv.org/PS\\_cache/arxiv/pdf/0807/0807.2328v1.pdf](http://arxiv.org/PS_cache/arxiv/pdf/0807/0807.2328v1.pdf) 10/2/09

Jones, D., Queered Virtuality: The Claiming and Making of Queer Spaces and Bodies in the User-Constructed Synthetic World of Second Life, Issue Date: 6-Nov-2007,  
[http://dspace.wrlc.org/bitstream/1961/4293/1/etd\\_jonesd3.pdf](http://dspace.wrlc.org/bitstream/1961/4293/1/etd_jonesd3.pdf) 5/2/09

Klang M., Avatar2004 : *From Deity to corporate Property: a philosophical inquiry into digital property in on line games*, Taylor and Francis Ltd, vol. 7 no., pp 389-402  
<http://www.tandf.co.uk/journals> (4/2/2006)

Kunda Z. 1999 *Social cognition: Making sense of people*, Cambridge Mass MIT press

Levy P. 1999 *Δυνητική Πραγματικότητα*, Κριτική.

Macionis J. 2007 *Sociology*, Prentice Hall.

Μακρυγιάννη, Δ. 2004 *Τα όρια του Σώματος*, Νήσος.

Mark, G. 1997 *Flying Through Walls and Virtual Drunkenness: Disembodiment in Cyberspace?* [duplox.wz-berlin.de/docs/panel/gloria.htm](http://duplox.wz-berlin.de/docs/panel/gloria.htm)

Markham N. A., 1998 *Life Online researching real experience in virtual space*, Altamira Press, 6,

McDonough J.P., 1999, *Designer Selves: Construction of Technologically Mediated Identity within Graphical, Multiuser, Virtual Environments*, journal of American society for information science, 50 (10):855-869,

Μιχαηλίδου, Μ. Χαλκιά, Α. 2005 *Η παραγωγή του κοινωνικού σώματος*, Κατάρτι και Δίνη Μπουράς Χρ., 2004, *Τηλεματική και νέες υπηρεσίες*, πανεπιστημιακές σημειώσεις, Πάτρα  
<http://ru6.cti.gr/bouras/> (9/2/2006)

Noble P.E & Ortiz A, 2007 SL survey: Resident Profile, gambling & engagement,  
<http://slsurvey.wordpress.com/survey-result/>

Nowak, K. L., & Rauth, 2005, *The influence of the avatar on the online perceptions of Anthropomorphism, androgyny, credibility, homophily, and attraction*, Journal of Computer Mediated Communication, vol.11, issue 1, article 8, <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue1/nowak.html> 17/2/2006

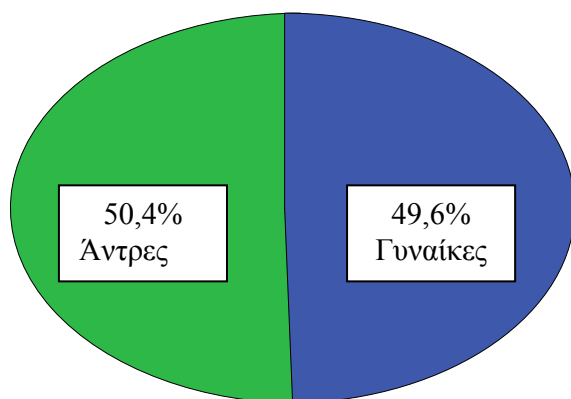
O'Farrell, Mary Ann 1999 *Virtual Gender: Fantasies of Subjectivity and Embodiment*, University of Michigan Press.

Παπαγαρουφάλη, Ε. 2002 *Δώρα Ζωής μετά Θάνατον*, Ελληνικά Γράμματα.

- Parrack D. 2009 *Wannabe prostitute lives life vicariously through Second Life*, Teck.Blorge <http://tech.blorge.com/Structure:%20/2009/01/12/wannabe-prostitute-lives-life-vicariously-through-second-life/>
- Ptacet K., 2003, *Avatar Body Collision: enactments in distributed performances practices, Artificial Stage*, London, vol. 14 no.3 pp.180-182
- Rheingold, H. 1993. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. New York: Addison-Wesley
- Scola N. *Avatar Politics: The Social Applications Of Second Life* <http://www.ipdi.org/UploadedFiles/Avatar%20Politics.pdf> 5/2/2009
- Stone, A. 1991 *Will the Real Body Pleas Stand Up?* στο Benedikt, M. 1991 *Cyberspace: First Steps*, Cambridge, MIT Press.
- Suler J, 1999, *the Psychology of Avatars and Graphical Space in Multimedia Chat Communities: a study of the Palce*, April <http://www.rider.edu/~suler/psy cyber/psyav.html> (30/1/2006)
- Suler, J.R. 2002. *Identity Management in Cyberspace*, *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 4, 455-460, [www.rider.edu/suler/psy cyber/psy cyber.html](http://www.rider.edu/suler/psy cyber/psy cyber.html) (30/1/2006)
- Templeton A. 2008 *Virtual Avatars may effect real life decisions*, Daily Nebraskan, <http://www.dailynebraskan.com/news/virtual-avatars-may-affect-real-life-decisions-1.278692> (04/2/09)
- Tofts D., 2003, *Avatars of the tortoise: life, longevity and simulation*, Swets & Zeitlinger, vol.14 no. pp. 54-63,
- Torley, 2008, *How to report abuse – Second Life Video Tutorial*, YouTube broadcast yourself, <http://www.youtube.com/watch?v=TvY9cxAcHA4>
- Turkle, Sh., 1985 “ *The second Self, computer and the human spirit*”, New York
- Turkle, Sh 1995, *Life on the screen: Identity of the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster
- Twitter – Ross C., Uzzell L. D., 1996, *Place and identity processes*, *Journal of environmental Psychology*, 16 205- 220
- Vasalou A. Joinson A.N. & Pitt J. 2007. *Constructing my online self: avatars that increase self-focused attention. In proceedings of ACM CHI 2007 Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 445-448). ACM Press 3/5/2007 <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1240624.1240696> 11/2/09
- Wadley G. 2008, *Avatar Survey: “Mains” and “Alts”*, Park Blog <http://blogs.parc.com/blog/2008/07/avatar-survey-mains-and-alts/> 14/3/09
- Webb St., *Avatar Culture: Narrative, power and identity in virtual world environments*, Taylor & Francins Ltd, 4:4 2001, pp560-594 <http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a713768565~db=all> 11/2/09.
- Yee, N., Bailenson, J. N., Urbanek, M., Chang, F., & Merget, D. 2007. *The unbearable likeness of being digital: The persistence of nonverbal social norms in online virtual environments*. *Journal of CyberPsychology and Behavior*, 10, 115-121. <http://www.nickyee.com/pubs/Yee.%20Bailenson,%20Urbanek,%20Chang%20&%20Merge%20-%20SL%20NonVerbal.pdf>
- Yee, N., Bailenson, J.N. 2008. *A method for longitudinal behavioral data collection in Second Life*. *PRESENCE: Teleoperators and Virtual Environments*. 17(6), 594-596.

## 10. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

**Εικόνα 1: Αναλογία Ανδρών- Γυναικών**



**Πίνακας 1: Ηλικιακές κατηγορίες**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό Ποσοστό %
Valid	13-18	6	5,2	5,2
	19-25	45	39,1	44,3
	26-35	35	30,4	74,8
	36-50	25	21,7	96,5
	50+	3	2,6	99,1
	ΔΑ	1	0,9	100,0
	Σύνολο	115	100,0	

**Πίνακας 2: Οικογενειακή κατάσταση**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό Ποσοστό %
Valid	Άγαμος/η	72	62,6	62,6
	Έγγαμος/η	21	18,3	80,9
	Διαζευγμένο/η	16	13,9	94,8
	Χήρος/α	1	,9	95,7
	ΔΑ	5	4,3	100,0
	Σύνολο	115	100,0	

**Πίνακας 3: Τόπος κατοικίας**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό Ποσοστό %
Valid	Αθήνα >500.000 κάτοικοι	46	40,0	40,0
	Θεσσαλονίκη >500.000 κάτοικοι	14	12,2	52,2
	Μεγάλη πόλη 50.000-500.000	15	13,0	65,2
	Πόλη 10.000-50.000	24	20,9	86,1
	Κωμόπολη/Χωριό <10.000 κάτοικοι	9	7,8	93,9
	Εξωτερικό	7	6,1	100,0
	Σύνολο	115	100,0	

**Πίνακας 4: Εκπαίδευση**

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό Ποσοστό %
Valid	Γυμνάσιο	4	3,5
	Λύκειο	28	24,3
	Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση	20	17,4
	ΤΕΙ	12	10,4
	ΑΕΙ	28	24,3
	Μεταπτυχιακό	17	14,8
	Διδακτορικό	4	3,5
	Δεν απαντώ	2	1,7
	Σύνολο	115	100,0

**Πίνακας 5: Απασχόληση**

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Μαθητής/Σπουδαστής/Φοιτητής	34	29,6
	Μερική Απασχόληση	2	1,7
	Ιδιωτικός Υπάλληλος	27	23,5
	Δημόσιος Υπάλληλος	11	9,6
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	27	23,5
	Άνεργος	7	6,1
	Οικιακά	3	2,6
	ΔΑ	4	3,5
	Σύνολο	115	100,0

**Πίνακας 6: Πόσο καιρό χρησιμοποιείται το internet;**



	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό Ποσοστό %
1 χρόνο	14	12,2	12,2
2 χρόνια	8	7,0	19,1
3 χρόνια	10	8,7	27,8
4 χρόνια	9	7,8	35,7
5 χρόνια	8	7,0	42,6
6 χρόνια	7	6,1	48,7
7 χρόνια	4	3,5	52,2
Πάνω από 7 χρόνια	55	47,8	100,0
Σύνολο	115	100,0	

**Πίνακας 7 : Πόσο συχνά επισκέπτεστε τις παρακάτω τεχνολογίες την εβδομάδα**

	<1 ώρες	1-3 ώρες	4-6 ώρες	7-9 ώρες	10- 12 ώρες	Ανω των 12 ωρών
Κοινωνικά δίκτυα όπως Facebook MySpace κτλ	26 (22,6%)	44 (38,3%)	13 (11,3%)	3 (2,6%)	4 (3,5%)	16 (13,9%)
Email ή Messengers όπως MSN, yahoo messenger κα	15 (13%)	38 (33%)	23 (20%)	4 (3,5%)	6 (5,2%)	23 (20%)
YouTube	17 (14,8%)	57 (49,6%)	17 (14,8%)	8 (7%)	5 (4,3%)	6 (5,2%)
Site	17 (14,8%)	39 (33,9%)	17 (14,8%)	11 (9,6%)	6 (5,2%)	14 (12,2%)
Blogs	42 (36,5%)	28 (24,3%)	8 (7%)	6 (5,2%)	4 (3,5%)	7 (6,1%)
Second Life	6 (5,2%)	26 (22,6%)	22 (19,1%)	11 (9,6%)	8 (7%)	34 (29,6%)
Delicious	86 (74,8%)	6 (5,2%)	4 (3,5%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (0,9%)
Twitter	79 (69,7%)	14 (12,2%)	1 (0,9%)	0 (0%)	2 (1,7%)	2 (1,7%)
Ψηφιακά παιχνίδια εκτός SL όπως World of WarCraft	78 (67,8%)	9 (7,8%)	2 (1,7%)	8 (7%)	1 (0,9%)	5 (4,3%)

**Πίνακας 8: Φύλο - Εκπαίδευση Crosstabulation**

			Εκπαίδευση							Σύνολο	
			Γυμνάσιο	Λύκειο (Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση)	Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση	ΤΕΙ	ΑΕΙ	Μεταπτυχιακό	Διδακτορικό		ΔΑ
Φύλο	Συχνότητα		1	14	15	4	17	5	1	0	5
	% Φύλο		1,8%	24,6%	26,3%	7,0%	29,8%	8,8%	1,8%	,0%	100,0%
	% Εκπαίδευση		25,0%	50,0%	75,0%	33,3%	60,7%	29,4%	25,0%	,0%	49,0%
	% Σύνολο		,9%	12,2%	13,0%	3,5%	14,8%	4,3%	,9%	,0%	49,0%
Άρρεν	Συχνότητα		3	14	5	8	11	12	3	2	5
	% Φύλο		5,2%	24,1%	8,6%	13,8%	19,0%	20,7%	5,2%	3,4%	100,0%
	% Εκπαίδευση		75,0%	50,0%	25,0%	66,7%	39,3%	70,6%	75,0%	100,0%	50,0%
	% Σύνολο		2,6%	12,2%	4,3%	7,0%	9,6%	10,4%	2,6%	1,7%	50,0%
Total	Συχνότητα		4	28	20	12	28	17	4	2	11
	% Φύλο		3,5%	24,3%	17,4%	10,4%	24,3%	14,8%	3,5%	1,7%	100,0%
	% Εκπαίδευση		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% Σύνολο		3,5%	24,3%	17,4%	10,4%	24,3%	14,8%	3,5%	1,7%	100,0%

**Πίνακας 9: Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,494 <sup>a</sup>	7	,043
Likelihood Ratio	15,714	7	,028
Linear-by-Linear Association	2,029	1	,154
McNemar-Bowker Test	.	.	. <sup>b</sup>
N of Valid Cases	115		

a. 6 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,99.

b. Computed only for a PxP table, where P must be greater than 1.

<b>Πίνακα 10: Τον χρόνο που διαθέτετε πλέον στο Second Life ποιες δραστηριότητες σας αντικατέστησε;</b>		
	<b>Ποσοστό % Απαντήσε ων</b>	<b>Συχνότητα Απαντήσε ων</b>
Να βλέπω τηλεόραση	<b>64,3%</b>	74
Διάβασμα (περιλαμβάνετε όλοι οι λόγοι πχ φοιτητής ή ανάγνωση εφημερίδας)	19,1%	22
Γυμναστική	9,6%	11
Σερφάρισμα στο διαδίκτυο (δεν συμπεριλαμβάνετε ο χρόνος στο SL)	37,4%	43
Είχα ελεύθερο χρόνο	16,5%	19
Καλλιτεχνικές δραστηριότητες	8,7%	10
Ύπνος	28,7%	33
Msn chat	31,3%	36
Αγορά προϊόντων	3,5%	4
Ψυχαγωγία (πχ θέατρο, σινεμά, είτε εξόδους με σκοπό την διασκέδαση)	14,8%	17
Online παιχνίδια	24,3%	28
Οικιακές ασχολίες	16,5%	19
Καμία – γιατί μπορώ να διαθέσω χρόνο στην εργασία μου	6,1%	7
Άλλο		1
<b>Σύνολο</b>		<b>115</b>

**Πίνακας 11: Φύλο - Η πλειοψηφία των άβαταρ σας είναι Crosstabulation**

			Η πλειοψηφία των άβαταρ σας είναι			Total
			Θήλυ	Άρρεν	Μη αναγνωρίσιμο	
Φύλο	Θήλυ	Count	55	1	1	57
		% within Φύλο	96,5%	1,8%	1,8%	100,0%
		% of Total	47,8%	,9%	,9%	49,6%
Φύλο	Άρρεν	Count	3	52	3	58
		% within Φύλο	5,2%	89,7%	5,2%	100,0%
		% of Total	2,6%	45,2%	2,6%	50,4%
Total		Count	58	53	4	115
		% within Φύλο	50,4%	46,1%	3,5%	100,0%
		% of Total	50,4%	46,1%	3,5%	100,0%

**Πίνακας 12: Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	96,695 <sup>a</sup>	2	,000
Likelihood Ratio	121,382	2	,000
Linear-by-Linear Association	80,270	1	,000
N of Valid Cases	115		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,98.

**Πίνακας 13: Πόσο εύκολο ή δύσκολο είναι η δημιουργία λογαριασμού στο Second Life**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό Ποσοστό %
Valid	Πολύ εύκολο	66	57,4	58,4
	Εύκολο	31	27,0	85,8
	Ούτε εύκολο, ούτε δύσκολο	12	10,4	96,5
	Δύσκολο	3	2,6	99,1
	Πολύ δύσκολο	1	,9	100,0
	Total	113	98,3	
Missing	System	2	1,7	
Σύνολο		115	100,0	

**Πίνακας 14: Πόσο εύκολη ή δύσκολη είναι η συνάντηση άλλων άβαταρ**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Πολύ εύκολο	44	38,3	39,6
	Εύκολο	38	33,0	73,9
	Ούτε εύκολο, ούτε δύσκολο	20	17,4	91,9
	Δύσκολο	5	4,3	96,4
	Πολύ δύσκολο	4	3,5	100,0
Σύνολο		115	100,0	

**Πίνακας 15: Πόσο εύκολη ή δύσκολη είναι η επικοινωνία στο Second Life**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό Ποσοστό %
Valid	Πολύ εύκολο	41	35,7	36,3
	Εύκολο	49	42,6	79,6
	Ούτε εύκολο, ούτε δύσκολο	16	13,9	93,8
	Δύσκολο	6	5,2	99,1
	Πολύ δύσκολο	1	,9	100,0
Σύνολο		115	100,0	

**Πίνακας 16: Πόσο εύκολη ή δύσκολη είναι η πλοήγηση στο Second Life**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστικό Ποσοστό %
	Πολύ εύκολο	17	14,9	14,9
	Εύκολο	46	40,4	55,3
	Ούτε εύκολο, ούτε δύσκολο	36	31,6	86,8
	Δύσκολο	12	10,5	97,4
	Πολύ δύσκολο	3	2,6	100,0
Σύνολο		115		

**Πίνακας 17: Πόσο εύκολη ή δύσκολη είναι η χρήση πολυμέσων**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Πολύ εύκολο	16	13,9	14,5
	Εύκολο	38	33,0	49,1
	Ούτε εύκολο, ούτε δύσκολο	24	20,9	70,9
	Δύσκολο	19	16,5	88,2
	Πολύ δύσκολο	13	11,3	100,0
Σύνολο		115	100,0	



**Πίνακας 18: Πόσο εύκολη ή δύσκολη είναι η δημιουργία και η τροποποίηση του άβαταρ σου**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Πολύ εύκολο	8	7,0	7,1
	Εύκολο	34	29,6	37,2
	Ούτε εύκολο, ούτε δύσκολο	42	36,5	74,3
	Δύσκολο	24	20,9	95,6
	Πολύ δύσκολο	5	4,3	100,0
Σύνολο		115	100,0	

**Πίνακας 19: Πόσο εύκολη ή δύσκολη είναι η δημιουργία αντικειμένων**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Πολύ εύκολο	5	4,3	4,4
	Εύκολο	12	10,4	15,0
	Ούτε εύκολο, ούτε δύσκολο	29	25,2	40,7
	Δύσκολο	44	38,3	79,6
	Πολύ δύσκολο	23	20,0	100,0
Σύνολο		115	100,0	

**Πίνακας 20: Σας μοιάζει το άβαταρ σας**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Valid Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Μου μοιάζει 100%	6	5,2	5,2	5,2
	Μου μοιάζει 75%	25	21,7	21,7	27,0
	Μου μοιάζει 50%	31	27,0	27,0	53,9

Μου μοιάζει 25%	28	24,3	24,3	78,3
Μου μοιάζει 0%	25	21,7	21,7	100,0
Σύνολο	115	100,0	100,0	

**Πίνακας 21: Χρησιμοποιείτε την εικόνα του άβαταρ σας  
σε άλλες δραστηριότητες στο διαδίκτυο**

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Vali d Πάντα	10	8,7	8,7
Αρκετά συχνά	10	8,7	17,4
Κάποιες φορές	10	8,7	26,1
Λίγες φορές	15	13,0	39,1
Καθόλου	70	60,9	100,0
Σύνολο	115	100,0	

**Πίνακας 22: Σας μοιάζει το άβαταρ σας - Χρησιμοποιείτε την εικόνα του άβαταρ σας σε άλλες δραστηριότητες στο διαδίκτυο Crosstabulation**

			Χρησιμοποιείτε την εικόνα του άβαταρ σας σε άλλες δραστηριότητες στο διαδίκτυο					Total
			Πάντα	Αρκετά συχνά	Κάποιες φορές	Λίγες φορές	Καθόλου	
Σας μοιάζει το άβαταρ σας	Mou μοιάζει 100%	Count % within Σας μοιάζει το άβαταρ σας % of Total	1 16,7% ,9%	1 16,7% ,9%	2 33,3% 1,7%	1 16,7% ,9%	1 16,7% ,9%	6 100,0% 5,2%
	Mou μοιάζει 75%	Count % within Σας μοιάζει το άβαταρ σας % of Total	3 12,0% 2,6%	3 12,0% 2,6%	4 16,0% 3,5%	2 8,0% 1,7%	13 52,0% 11,3%	25 100,0% 21,7%
	Mou μοιάζει 50%	Count % within Σας μοιάζει το άβαταρ σας % of Total	1 3,2% ,9%	5 16,1% 4,3%	2 6,5% 1,7%	8 25,8% 7,0%	15 48,4% 13,0%	31 100,0% 27,0%
	Mou μοιάζει 25%	Count % within Σας μοιάζει το άβαταρ σας % of Total	3 10,7% 2,6%	0 ,0% ,0%	0 ,0% ,0%	2 7,1% 1,7%	23 82,1% 20,0%	28 100,0% 24,3%
	Mou μοιάζει 0%	Count % within Σας μοιάζει το άβαταρ σας	2 8,0%	1 4,0%	2 8,0%	2 8,0%	18 72,0%	25 100,0%

	% of Total	1,7%	,9%	1,7%	1,7%	15,7%	21,7%
Total	Count	10	10	10	15	70	115
	% within Σας μοιάζει το άβαταρ σας	8,7%	8,7%	8,7%	13,0%	60,9%	100,0%
	% of Total	8,7%	8,7%	8,7%	13,0%	60,9%	100,0%

**Πίνακας 23: Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,393 <sup>a</sup>	16	,037
Likelihood Ratio	30,104	16	,017
Linear-by-Linear Association	6,628	1	,010
N of Valid Cases	115		

a. 21 cells (84,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,52.

**Πίνακας 24: Ποιες δραστηριότητες από τις παρακάτω συνήθως κάνετε; (Επιτρέπονται οι πολλαπλές απαντήσεις)**

	Response Ποσοστό %	Response Συχνότητα
Περιφέρομαι τυχαία / Εξερευνώ νέα τοπία	<b>75,7%</b>	87
Συναντώ/Γνωρίζω νέα άτομα	<b>75,7%</b>	87
Ακούω παρουσιάσεις ή ομιλίες άλλων	28,7%	33
Συμμετέχω σε διάφορες συναντήσεις	39,1%	45
Κατασκευάζω πράγματα	36,5%	42
Ψωνίζω	58,3%	67
Παρακολουθώ μουσικές συναυλίες ή άλλα γεγονότα	32,2%	37

Χορεύω	48,7%	56
Κατασκευάζω/Χτίζω στον δικό μου χώρο	34,8%	40
Διδάσκω/ μαθαίνω	38,3%	44
Πουλάω Πράγματα που έχω φτιάξει	21,7%	25
Άλλο (παρακαλώ διευκρινίστε)		3
<b>Σύνολο</b>		<b>115</b>

**Πίνακας 25: Έχετε επιχειρηματική δραστηριότητα στο Second Life**

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Ναι	33	28,7
	Όχι	82	71,3
Total		115	100,0

**Πίνακας 26: Πιστεύετε ότι θα πρέπει να υπάρχει επιχειρηματική δραστηριότητα**

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Valid Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Ναι	64	55,7	67,4
	Όχι	31	27,0	32,6
	Total	95	82,6	100,0
Missing	System	20	17,4	
Total		115	100,0	

**Πίνακας 27: Έχετε επιχειρηματική δραστηριότητα στο Second Life \* Πιστεύετε ότι θα πρέπει να υπάρχει επιχειρηματική δραστηριότητα Crosstabulation**

		Πιστεύετε ότι θα πρέπει να υπάρχει επιχειρηματική δραστηριότητα		Total
		Ναι	Όχι	
Έχετε επιχειρηματική δραστηριότητα στο Second Life	Ναι	16	0	16
		100,0%	,0%	100,0%
	% Έχετε επιχειρηματική δραστηριότητα στο Second Life			
	% Σύνολο	16,8%	,0%	16,8%
	Όχι	48	31	79
		60,8%	39,2%	100,0%
	% Έχετε επιχειρηματική δραστηριότητα στο Second Life			

	% Σύνολο	50,5%	32,6%	83,2%
Total	Συχνότητα	64	31	95
	% Έχετε επιχειρηματική δραστηριότητα στο Second Life	67,4%	32,6%	100,0%
	% Σύνολο	67,4%	32,6%	100,0%

**Πίνακας 28: Ποια είναι η πρόβλεψή σας για το Second Life?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid d Θα βελτιωθεί άλλα δεν θα προκαλέσει μεγάλη εισροή μελών	28	24,3	24,3	24,3
Είναι το μέλλον του web	35	30,4	30,4	54,8
Σε λίγα χρόνια δεν θα υπάρχει.	8	7,0	7,0	61,7
Λόγω των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων θα συνεχιστεί να υπάρχει αρκετό καιρό	44	38,3	38,3	100,0
Total	115	100,0	100,0	

**Πίνακας 29 :** Τι από τα παρακάτω θεωρείται ότι πρέπει να προστεθεί; (Επιτρέπονται οι πολλαπλές απαντήσεις)

	Response Ποσοστό %	Response Συχνότητα
Μουσεία	54,8%	63
Νησιά- τοπία	62,6%	72
Αρχαιολογικοί χώροι	58,3%	67
Τουριστικά ενδιαφέροντα (πχ εστιατόρια ξενοδοχεία κτλ)	47%	54
Όχι υπάρχουν ήδη πολλές	13%	15
Άλλο (παρακαλώ διευκρινίστε)		7
<b>Σύνολο</b>		<b>115</b>

**Πίνακας 30: Θα θέλατε να υπάρχει μία συγκεκριμένη νομοθεσία**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Ναι	50	43,5	43,5
	Όχι	42	36,5	80,0
	ΔΓ/ΔΑ	23	20,0	100,0
	Σύνολο	115	100,0	

**Πίνακας 31: Παρακαλώ να συμπληρώσετε το βαθμό που συμφωνείτε ή διαφωνείτε;**

	Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ	Ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ	Διαφωνώ	Διαφωνώ απόλυτα	Συχνότητα Απαντήσεων
Τα προσωπικά δεδομένα είναι προσωπικό δικαίωμα και δεν θα πρέπει να χρησιμοποιούνται χωρίς την έγκρισή μου	106 <b>(92,2%)</b>	7 (6,1%)	1 (0,9%)	1 (0,9%)	0	115
Η κυβέρνηση θα πρέπει να διαφυλάσσει τα προσωπικά δεδομένα των πολιτών της και στο διαδίκτυο	87 <b>(75,7%)</b>	11 (9,6%)	11 (9,6%)	3 (2,6%)	2 (1,7%)	121
Οι εταιρείες που παρέχουν ιντερνέτ πρέπει να περιορίζουν τους διαφημιστές	50 <b>(43,5%)</b>	21 (18,3%)	31 (27%)	6 (5,2%)	5 (4,3%)	108
Θεωρώ ότι προστατεύονται τα προσωπικά μου δεδομένα στο διαδίκτυο	10 (10,7%)	10 (10,7%)	35 <b>(30,4%)</b>	27 (23,5%)	22 (19,1%)	104



**Πίνακας 32: Οι γνωριμίες μου στο SL σε σχέση με τις γνωριμίες μου στο RL είναι**

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid Σημαντικότερες οι σχέσεις μου στο SL από ότι στο RL	3	2,6	2,6
Το ίδιο σημαντικές SL & RL	39	33,9	36,5
λίγο λιγότερο σημαντικές στο SL από ότι στο RL	23	20,0	56,5
λιγότερο σημαντικές στο SL από ότι στο RL	50	43,5	100,0
Σύνολο	115	100,0	

**Πίνακας 33: Συναντάται του φίλους σας και offline**

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid Ναι όλους τους έχω συναντήσει	5	4,3	4,3
Ναι τους περισσότερους έχω συναντήσει	5	4,3	8,7
Τους μισούς περίπου έχω συναντήσει	5	4,3	13,0
Λίγους έχω συναντήσει RL	47	40,9	53,9
Κανέναν δεν έχω συναντήσει	53	46,1	100,0
Σύνολο	115	100,0	

**Πίνακας 34: Έχετε αποκτήσει σύντροφο από γνωριμία στο SL**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Ναι	30	26,1	26,1
	Όχι	77	67,0	93,0
	ΔΑ	8	7,0	100,0
	Σύνολο	115	100,0	

**Πίνακας 35: Ήσασταν ζευγάρι αρχικά στο SL**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	25	21,7	34,2	34,2
	Όχι	48	41,7	65,8	100,0
	Total	73	63,5	100,0	
Missing	System	42	36,5		
Total		115	100,0		

**Πίνακας 36: Θεωρείτε πιθανό να συνάψετε σχέση με κάποιον που γνωρίσατε στο SL**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Valid Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Ναι	58	50,4	56,3	56,3
	Όχι	45	39,1	43,7	100,0
	Σύνολο	103	89,6	100,0	
Missing	System	12	10,4		
Σύνολο		115	100,0		

**Πίνακας 37: Θα ήθελα τις δραστηριότητες που κάνει το αβατάρ μου στο SL**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Valid Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Να τις πραγματοποιησώ όλες	25	21,7	21,9	21,9

Να πραγματοποιήσω μερικές	54	47,0	47,4	69,3
Να πραγματοποιήσω ελάχιστες	25	21,7	21,9	91,2
Να μην πραγματοποιήσω καμία	10	8,7	8,8	100,0
Total	114	99,1	100,0	
ΔΑ	1	,9		
Σύνολο	115	100,0		

**Πίνακας 38: Χρησιμοποιείτε ειδική ορολογία στο Second life**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι, υπάρχει ειδική ορολογία	17	14,8	14,8	14,8
	Ναι, υπάρχουν αρκετοί όροι που αναφέρονται μόνο στο SL	40	34,8	34,8	49,6
	Ούτε ναι / ούτε όχι	24	20,9	20,9	70,4
	Οχι πολύ σπάνιες οι εξαιρέσεις όρων που αναφέρονται μόνο στο SL	17	14,8	14,8	85,2
	Οχι δεν υπάρχει ειδική ορολογία	17	14,8	14,8	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

**Πίνακας 39: Είναι δύσκολο να την μάθει κάποιος**

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Valid Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Πολύ εύκολο	16	13,9	16,5	16,5
	2	21	18,3	21,6	38,1
	3	27	23,5	27,8	66,0
	4	20	17,4	20,6	86,6
	5	6	5,2	6,2	92,8
	6	2	1,7	2,1	94,8
	Πολύ δύσκολο	5	4,3	5,2	100,0
	Total	97	84,3	100,0	
Missing	System	18	15,7		
	Σύνολο	115	100,0		

**Πίνακας 40: Τι σας παρακίνησε και συμμετέχετε στο SL**

	<b>ΠΟΣΟΣΤΟ %</b>	<b>ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ</b>
Διότι είναι διασκεδαστικό ή είναι συναρπαστικό	53.9%	62
Διότι είχα βαρεθεί	22.6%	26
Διότι με χαλαρώνει	34.8%	40
Διότι είναι ένας καλός τρόπος να γνωρίσω διαφορετικούς ανθρώπους από όλο τον κόσμο	60.9%	70
Για την ενδεχόμενη εύρεση φίλων	18.3%	21
Για την ενδεχόμενη εύρεση συντρόφου	5.2%	6
Διότι μπορώ να πω και να κάνω πράγματα που δεν μπορώ στην πραγματική ζωή	40.9%	47
Διότι είναι μια μόνιμη εικονική κοινότητα και μπορώ να πηγαίνω εκεί όταν θέλω	43.5%	50
Διότι μ' αρέσει η ανωνυμία	13.9%	16
Διότι είναι ένας κόσμος στον οποίο μπορώ να δημιουργήσω και να χτίσω	35.7%	41
Διότι μπορώ να δραστηριοποιηθώ επαγγελματικά	19.1%	22
Διότι μπορώ να δραστηριοποιηθώ χωρίς χωρο-χρονικούς περιορισμούς	22.6%	26
Διότι δραστηριοποιούμε σε πράγματα που δεν θα τολμούσα στην offline ζωή μου	27.8%	32
Για εκπαιδευτικούς λόγους (πχ συμμετοχή σε συνέδρια/ ημερίδες, ενημέρωση πολιτικών/ κοινωνικών θεμάτων)	18.3%	21
Άλλο (παρακαλώ διευκρινίστε)		3
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>115</b>

**Πίνακας 41: Το άβαταρ σας στο Second Life φοράει τα ίδια ρούχα με την offline ενδυμασία σας**

	Συχνότητα	Valid Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid Μοιάζει απόλυτα	3	2,6	2,6
Μοιάζει αρκετά	29	25,2	27,8
Μοιάζει με κάποιον τρόπο	23	20,0	47,8
Ούτε μοιάζει / ούτε διαφέρει	15	13,0	60,9
Διαφέρει με κάποιον τρόπο	13	11,3	72,2
Διαφέρει αρκετά	15	13,0	85,2
Διαφέρει απόλυτα	17	14,8	100,0

**Πίνακας 41: Το άβαταρ σας στο Second Life φοράει τα ίδια ρούχα με την offline ενδυμασία σας**

	Συχνότητα	Valid Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid Μοιάζει απόλυτα	3	2,6	2,6
Μοιάζει αρκετά	29	25,2	27,8
Μοιάζει με κάποιον τρόπο	23	20,0	47,8
Ούτε μοιάζει / ούτε διαφέρει	15	13,0	60,9
Διαφέρει με κάποιον τρόπο	13	11,3	72,2
Διαφέρει αρκετά	15	13,0	85,2
Διαφέρει απόλυτα	17	14,8	100,0
Σύνολο	115	100,0	

**Πίνακας 42: Όταν χρησιμοποιείτε το Second Life θεωρείτε ότι μοιάζει με τον offline κόσμο**

		Συχνότητα	Valid Ποσοστό %	Cumulative Ποσοστό %
Valid	Μοιάζει απόλυτα	5	4,3	4,3
	Μοιάζει αρκετά	24	20,9	25,2
	Μοιάζει με κάποιον τρόπο	32	27,8	53,0
	Ούτε μοιάζει ούτε διαφέρει	13	11,3	64,3
	Διαφέρει με κάποιον τρόπο	6	5,2	69,6
	Διαφέρει αρκετά	21	18,3	87,8
	Διαφέρει απόλυτα	14	12,2	100,0
Σύνολο		115	100,0	