

MEDIA AND VIRTUAL MEDIUM IN SECOND LIFE

Claudia TALASMAN CHIOREAN, Research Assistant, "Babeş-Bolyai" University of Cluj-Napoca

Abstract: New media includes dynamic field of Romanian internet sites, publications old and new, with a rich online content, updated in real-time web applications, servers, etc. Electronic publications are cheap and relatively easy to do. The most common areas of communication are the blogosphere or social networks: Facebook, Twitter, MySpace, LinkedIn, Hi5, Flickr, Youtube, Second Life.

It is believed that Second Life (SL) is an Internet game. On the official website, Second Life is described as "a virtual world imagined and created by its residents." Second Life is a varied world, which substitutes the immediate reality. In this context, the media in the virtual Second Life takes on a new personality.

Keywords: New media, Internet, Romanian sites, online content, web page, web applications, servers, electronic publications, areas of communication, blogosphere, social networks, Facebook, Twitter, My Space, LinkedIn, Hi5, Flickr, Youtube, Second Life, Internet game, website, virtual world, varied world, immediate reality, the media in Second Life.

New media - site-uri, pagini ale publicațiilor mai vechi sau mai noi, sporite calitativ și cantitativ prin investirea unor sume importante de bani pentru relansarea lor, pentru creșterea conținutului on-line, printr-o actualizare în timp real a paginii de Internet și prin infrastructura referitoare la aplicații pentru web, servere, blogurile, podcasturile, jocurile video, lumile virtuale, enciclopediile de tip wiki, televiziunile interactive, site-urile, emailul, rețelele sociale sau de socializare etc. - este domeniul cel mai dinamic al Internetului actual.

De exemplu, clasamentul din [Trafic.ro](http://www.trafic.ro)¹ la categoria știri/mass-media indică faptul că interesul consumatorilor de media este distribuit după următoarea scală: site-urile ziarelor românești, ale agențiilor, site-urile televiziunilor, radio-urilor.

Publicațiile electronice sunt mai ieftine și relativ ușor de făcut. Alimentarea lor cu un conținut interesant cere perseverență, conștiință profesională și susținere financiară din alte surse până când presa va aduce iar venituri.

Cele mai folosite spații de comunicare sunt blogosfera sau rețelele de socializare: *Facebook, Twitter, MySpace, LinkedIn, Flickr, Youtube, Second Life.*

Totalitatea blog-urilor și a autorilor de blog-uri, denumită „blogosferă”, se constituie în raport cu realitatea virtuală numită *blog*² (cuvânt provenit de la expresia engleză *web log* = jurnal pe Internet), care este o publicație web (un text scris) cu articole periodice, actualizate, cu caracter personal, accesibile publicului larg. Există mai multe platforme pentru blog-uri, de exemplu WordPress (cea mai cunoscută și folosită platformă de *blogging*), Blogger ș.a.

¹ <http://www.trafic.ro/vizitatori/top-siteuri-stiri-massmedia/saptamana> (Anexa 1)

² <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>

Scopul blog-urilor variaza de la jurnale personale, pana la „armele” publicitare ale companiilor politice, ale programelor media sau ale diverselor companii comerciale. Blogurile pot constitui și o sursă importantă de venituri pentru cei care le administrează.

Rețele de socializare vs. rețea socială

Între cele două sintagme analiștii media, fie ei sociologi sau psihologi, nu pun semnul de echivalență. Jurnaliștii folosesc ambii termeni pentru aceleași contexte.

Ambele sintagme se referă la grupuri de persoane care interacționează sub aspect comunicațional. Diferența dintre ele se înregistrează la nivelul efectelor asupra grupului constituint al rețelei.

În cazul rețelei de socializare efectul asupra membrilor rețelei este de coeziune socială, comuniune prin comunicare sau prin alte acțiuni/activități comune. Membrii rețelei sunt integrați în acea colectivitate.

În timp ce „rețeaua socială este o rețea de persoane cu scopuri comune și mijloace similare de comunicație, cum ar fi Internet-ul sau Web-ul. O rețea (informațională) de utilizatori Internet, bazată pe anumite situri web la care utilizatorii se pot înscrie și interacționa cu alți utilizatori, deja înscriși. Aceste rețele sociale fac din ceea ce se cheama Web 2.0, adică o utilizare complexă a Webului.”³

Membrii unei rețele sociale sunt legați între ei în mod informal, fără obligații, dar de obicei contribuie activ la colectarea și răspândirea informațiilor pe întregul glob prin intermediul webului. Rețelele sociale ajută la crearea de comunități online în cadrul cărora persoanele care au interese comune se întâlnesc pentru a vorbi, pentru a socializa cu oameni prezenți acolo. Rețelele sociale nu au frontiere, singura condiție fiind o conexiune bună și permanentă la Internet. Există multe site-uri cu tema principală de discuții în următoarele domenii: fotografie, muzică, filme, video, jocuri online, facerea de noi cunoștințe, prieteni etc. și multe altele.

Rețelele sociale ajută la formarea rețelilor de socializare. Cele mai cunoscute rețele web sociale sunt: facebook- 1 miliard în septembrie 2011 în toată lumea, FeteBaieti.com - 1 mil. în România, Flickr- rețea mondială pentru informații de tip imagine și fotografie, LinkedIn - pentru managementul carierei și relații profesionale, Lokalisten- 2,8 mil. în Germania, myspace, schülerVZ + studiVZ+ meinVZ- peste 13,1 mil. elevi și studenți - în germană (VZ este o prescurtare de la *Verzeichnis* = catalog, index), StayFriends, twitter- pentru răspândirea rapidă, în mase, a unor știri textuale scurte, wer-kennt-wen (traducere: cine cunoaște pe cine), YouTube - pentru informații de tip clip video, Second Life – un joc devenit rețea de socializare.

Avantaje

Printre *avantajele* funcționării acestor rețele, la nivel comunicațional, ar fi de remarcat câteva aspecte: acces imediat, necostisitor, variat, extins, nelimitat, permite interacțiunea cu ceilalți (cunoscuți sau străini), participarea la viața unor comunități online, de aici sau de peste tot din lume. Divertismentul online în 3D este foarte apreciat. Modele promovate în rețelele sociale au un mare impact din punct de vedere psihologic, cultural și social. Rețelele

³ <http://ro.wikipedia.org/wiki/retele>

influențează judecata/modul de gândire, exersează memoria, cultivă creativitatea, crește abilitatea de alfabetizare vizuală.

Rețeaua socială, privită ca afacere, oferă posibilitatea tinerilor să-și găsească mai ușor un loc de muncă, iar angajatorilor le creează cadrul pentru a-și prezenta ofertele. Tot aici se pot face cadouri, se pot promova produse, se pot face cumpărăturile online, se poate comanda mâncare pe net și astfel se câștigă teren prin publicitate. Rețelele sociale de tipul Facebook ar putea ajuta în descoperirea infractorilor (Deutsche Welle), regăsirea persoanelor pierdute, salvarea de vieți.

În cadrul protestelor din Egipt rețelele de socializare au contribuit decisiv la demisia lui Hosni Mubarak, președintele statului. Au dus la răsturnarea președintelui Zine El Abidine Ben Ali prin revolta populară din Tunisia. Au influențat Alegerile din Serbia din 5 mai 2012, au contribuit semnificativ la dovedirea de plagiate, ca de exemplu, lucrarea de doctorat a fostului ministru al apărării din Germania, graful Karl-Theodor zu Guttenberg.

Convocarea publicului la diverse întruniri sau chiar demonstrații a fost ușurată, în mod evident. De exemplu, s-au înmulțit așa-numitele *facebook parties* (singular: *facebook party*). Protestele publice și mișcarea cetățenilor împotriva proiectului de cale ferată „Stuttgart 21” (Germania) pot constitui un bun exemplu la categoria efecte pozitive. Mai pot fi amintite: recente evenimente din Marea Britanie în care rețelele de socializare au fost folosite cu succes de tinerii ieșiți în stradă să protesteze față de un abuz polițienesc. Influența rețelelor YouTube, facebook și twitter a schimbat deja radical industria divertismentului (showbizul sau *entertainment industry*). Un exemplu tipic este artista americană Lady Gaga, care atrage milioane de fani și cumpărători pe baza acestor rețele.

Dezavantaje

Printre dezavantaje nu ar putea trece neobservate câteva aspecte: sursa informațiilor nedeclarată și neasumată. Efectele negative asupra formării și dezvoltării personalității umane pot fi analizate din mai multe puncte de vedere.

Aspectul cognitiv înregistrează imposibilitatea prelucrării suprainformațiilor, deficitul de atenție, limbajul redus, deficitar, crearea unui sistem de valori distorsionat, de cele mai multe ori care anihilează gândirea critică prin oferirea unor judecati de valoare comprehensibile și persuasive, direcționarea imaginației spre zona virtuală sau impunerea unui vocabularul abstract și destul de limitat.

Aspectul emoțional implică imposibilitatea de a simți empatie, lipsa reacțiilor emoționale firești, invidia, scăderea satisfacției de viață, narcisismul, necesitatea unui feedback continuu, scăderea stimei de sine, frică, violență, intoleranță. Sunt sentimente pe care, utilizarea în exces a rețelelor de socializare, le stimulează în mod frecvent.

La nivel *comportamental* apar dificultăți în interacționarea din punct de vedere social din cauza schimbării perspectivei asupra identității online și asupra relațiilor sociale, se înregistrează lipsa autocontrolului, limbajul corporal își reduce reacțiile, așa cum întreaga viteză de reacție este diminuată.

Acestea sunt câteva constatări generale asupra utilizatorilor excesivi ai rețelelor de socializare, înregistrate prin cercetări succesive. Dar cele mai îngrijorătoare efecte asupra personalității umane sunt: dezvoltarea unei personalități obsesive, anxioase, dependentă și violentă verbală/vizuală.

În era 2.0, dependența de internet este o chestie reală. Are chiar și un nume. Se numește „*Internet Addiction Disorder*” (IAD) și, din 2012, a fost recunoscută oficial ca boală mentală. Practic, cele mai mari temeri ale celor care suferă de această boală sunt lipsa unui încărcător, imposibilitatea de a-și verifica e-mailul, un ecran albastru și „No Internet Connection Found”.

Violența verbală sau vizuală este o realitate cu care se confruntă toți utilizatorii de rețele sociale.

Second Life

Se crede, în general, că Second Life (SL) ar fi un joc pe Internet. Nu este însă un joc organizat, cu reguli impuse și un scop imediat. Pe site-ul oficial, Second Life este descris ca fiind „o lume virtuală imaginată și creată de rezidenții ei”. Second Life este o lume diversificată, în care poți întâlni oameni din toate colțurile lumii reale. Este o lume, o societate virtuală, care tinde să substituie cât mai bine și convenabil realitatea imediată.

Lumea virtuală a Second Life-ului a fost lansată pe 23 Iunie 2003, fiind creată de compania americană Linden Lab. Aceștia pun la dispoziție pentru accesare aplicația cu același nume, Second Life, care se poate descărca din Internet de pe site-ul oficial în mod gratuit. Prima și cea mai importantă condiție de participare pusă de Linden Lab (LL) este cea a vârstei, care trebuie să fie de cel puțin 18 ani împliniți, având în vedere conținuturi mature. Pentru persoanele sub 18 ani, Linden Lab a creat versiunea Teen Second Life.

În august 2007 s-a introdus serviciul "Second Life voice" și posibilitatea de a-i auzi pe ceilalți. 2007 a fost anul de revoluție al Second Life-ului. Atunci a atins un maxim de creștere în popularitate, odată cu introducerea serviciilor "voice" și "sculpted prims", care au extins nelimitat posibilitățile de creație.⁴

Odată intrat în second life, opțiunile pentru a-ți crea universul visat sunt nelimitate. Primul pas este să-ți creezi cont și un avatar care să te reprezinte în lumea virtuală. Poți alege să fii om, animal, robot, vampir sau orice ti-a trecut vreodată prin cap ai putea fi. Iti creezi un profil convingător și un avatar competitiv și pornesti în aventura vieții tale. Trebuie ținut cont de un aspect. Ca și în viața reală primul impact este cel fizic. Utilizatorii plătesc zeci de dolari americani pentru ținute și atitudini cât mai sofisticate care te pot scoate din anonim. Debutul de succes în Second Life poate fi făcut printr-o prezență plăcută care atrage atenția și îți înlesnește posibilitatea de a-ți face prieteni numeroși și foarte interesanți. Aici chiar poți să găsești marea dragoste, pentru că te poți modela, echipa și dota la standardele impuse de societate. Există unii rezidenți care trăiesc în Second Life peste o jumătate de zi pentru că dintr-un motiv sau altul doar în acel mediu au reușit să-și pună în valoare calitățile.

Descoperi apoi că Second Life are o economie proprie și chiar monedă proprie – linden dollar (L\$), care la rândul ei are valoare în viața reală – 1 USD înseamnă aproximativ 250 L\$. Se pot converti bani reali în bani virtuali sau invers, linden dolari în bani reali. Aceasta deoarece în Second Life tranzacțiile sunt la fel de rapide și numeroase ca și în Real Life.

Există persoane care s-au îmbogățit din Second Life. Cel mai des întâlnit exemplu este al avatarului Anshe Chung, care a dezvoltat o afacere cu terenuri în lumea virtuală, ajungând

⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=DhrgbRugmTA&NR=1&feature=endscreen>, 6 noiembrie 2013.

primul milionar al Second Life-ului⁵. Afacerile înseamnă, pe lângă imobiliare, în principal creativitate. Se cumpără mult, în special pantofi, haine, accesorii pentru avatare. Toate acestea sunt create de persoane talentate, care devin autorități în materie, la fel cum se întâmplă în Real life.

Ca și în viața reală, pentru a ajunge la performanțe în Second Life trebuie multă muncă, multă dedicare și, bineînțeles, o strategie de marketing bună. Avatarele care fac bani reali în Second Life lucrează la fel de mult (poate chiar mai mult) decât o persoană din Real Life.

La nivelul informației, al comunicării și al afilierei la rețele sociale, Second Life-ul este conectat foarte bine și eficient și la tot ce există în viața reală: Facebook, motoare de căutare, site-uri de știri, mailuri, chat-uri, etc. Dacă un rezident simte că drepturile i-au fost încălcate, acesta poate reclama la Linden Lab, iar agresorul ar putea fi exclus. VIP-urile sunt “efemere”. Bruce Willis și-a întâlnit fanii în Second Life, iar Joan Osborne a susținut un concert. Au fost construite chiar și biserici romano-catolice, temple budiste și moschee în Second Life.

Mass media din virtual

Mass media se simte bine în virtual. „New Media Center for the Study of Journalism and Mass Communication” este unul dintre cele 268 de centre media pe care le are în 2013 din Second Life. Centrul de New Media este creat în campusul universitar al regiunii Dotoorak din Second Life. A fost conceput să funcționeze ca o școală de media, unde noile tehnologii de comunicare sunt mult mai ușor, mai performant și mai eficient de folosite. În acest centru termenul de obiectivitate începe să prindă contur. La cursuri pot participa cei ce vor să devină jurnaliști, să lucreze în relațiile publice sau publicitate, în educație, în afaceri, în cercetare, în comunicare, în domeniul rețelelor sociale. New Media din virtual nu exclude folosirea vechilor mijloace de informare și de comunicare: cărți, ziare, magazine, radio, televiziune. Studenții facultăților se întâlnesc, lucrează și studiază în Centru de Media Virtual de oriunde s-ar găsi în lumea reală.

The New Media Center oferă cursuri de: utilizare Twitter, Real Life “news feeds and tickers”, link-uri social media, player media, utilizare echipamente media, instrumente specifice reporterului, asigură spații pentru desfășurarea conferințelor, pun la dispoziție computere cu legătură Internet, ecrane TV pentru fluxurile de programe care intră în Second Life, în alte tipuri de media, ultimele tehnologii în materie de prezentare, un chat audio de calitate superioară, documentare cu valoare informativă, texte jurnalistice, ale comunicării de masă și din new media, demonstrează o mare flexibilitate în dotarea sălilor necesare diferitelor activități și pun la dispoziție gratuit modalități de procurare a hainelor cu stil și a altor necesități pentru existența din Second Life. La nivel comunicațional, în lumea virtuală poți întâlni și agenții de presă.

Reuters din viața reală este tot Reuters în Second Life. Șeful agenției din virtual este avatarul Adam Reuters. El se numește în viața reală Adam Pasick și este un jurnalist foarte apreciat, un bun specialist în IT. Alt reporter virtual este Eric Reuters pe numele real Eric

⁵Articol din *Gandul* (Anexa 2)

Krangel. Adam și Eric trăiesc și fac adevărate afaceri în Second Life. Au chiar un program cu publicul în Second Life.

Sky News din Second Life a recreat studiourile din lumea reală ca o replică exactă a lumii reale, folosind chiar arhitectura originală. Rezidenții din Second Life pot vizita și explora studiourile virtuale. *New York Times* garantează prezentarea tuturor știrilor din Second Life.

CNN a creat I-Report din Second Life pentru știri, foto și video din realitatea virtuală. CNN propune să ne jucăm de-a reporterii în lumea virtuală. Proiectul coagulează o echipă de rezidenți/jurnaliști amatori, echipați pentru a transmite știrile în timp real. Vizitatorii află noutățile prin intermediul chioșcurilor amplasate în diverse locații din Second Life. Rețeaua de reporteri amatori funcționează ca o școală de jurnalism unde se organizează întâlniri săptămânale conduse de reprezentanți ai CNN și unde jurnaliști de top, cum ar fi Larry King, țin sesiuni de training pentru reporterii cu potențial.

Alte Media create în spațiul Second Life: de ex. *Wired Magazine - Big Media Gets a Second Life* sau *Google - virtual journalism second life*, *Google - newspapers in second life*, *Google - news media in second life*.

București-ul virtual din Second Life

Prezența românească în Second Life s-a manifestat prin crearea *București-ului virtual* la sfârșitul lui noiembrie 2008, de către Aura Tatu, adică *LaraCroft Akula* în Second Life. *Bucureștiul Virtual* din Second Life este replica virtuală a centrului *Bucureștiului* real și ocupă poziția a șasea în secțiunea Arts & Culture și a douăzeci și opta global, în lista celor mai bune locații din Second Life. Este un proiect colaborativ al cărui scop urmărește promovarea României și a brandurilor locale prin intermediul uneltelor web 3D și crearea unui spațiu familiar ca peisaj și dinamizat prin evenimente virtuale, dedicat comunității de români din Second Life. Utilizatorii pot face plimbări virtuale pe langa Ateneu, pot participa la evenimente și pot face shopping în mall.

În Second Life, *Bucureștiul* este o insula de 65.000 metri pătrați în care sunt reprezentate câteva clădiri importante din zona *Piata Revoluției*, *Muzeul National de Artă* în care a fost recreată o colecție de picturi românești până la Ateneu. *Bucureștiul "plutitor"* din Second Life, spune Aura Tatu, e gândit ca un spațiu pentru socializare, pentru distracție, fiindcă numai dacă se întâmplă mereu ceva poate fi crescut numărul de vizitatori. Actualmente se lucrează la proiectul *România Virtuală*.

Virtual Bucharest a devenit și o piață de deschidere pentru companii. Având un trafic mediu de 35.000 de utilizatori pe zi, firmele românești se "luptă" să aibă loc în orașul virtual. La doar patru luni de la lansare, aproximativ 20% din utilizatorii care intră în *Virtual Bucharest* sunt străini veniți la cumpărături, atât în magazinele unor branduri fictive, dar și a unora adevărate.

Second Life a fost lansat în 2003, dar a devenit popular la nivel mondial în 2006. În prezent, platforma are 15 milioane de utilizatori înregistrați, iar valoarea totală a tranzacțiilor se ridică la 1,5 milioane de dolari americani.

Pe cine poți întâlni în Second Life? Dar în Bucureștiul Virtual? IBM, Cisco, Microsoft, CNN, Reuters, Wired, Playboy, Peugeot, Mercedes, Vodafone, Orange, ABN, ING, Coca Cola, L'Oreal, Philips, UNCP (New Media Center for the Study of Journalism and Mass Communication) sunt doar câteva dintre brandurile mari, internaționale, pe care le poți vedea sau utiliza. Electrolux, BCR, Farmacii, Gândul – primul ziar românesc din SL (2008-2009) sunt deja în București-ul virtual.

O privire comparativă între Gândul și I-Report (CNN) în Second Life⁶ Gândul



Pagina ziarului din Second Life se deschide într-un stil narativ, specific românilor: “Începând de astăzi, suntem și acolo. Sediul nostru este deschis permanent în New City, coordonatele 229.159.22., un oraș modern și elegant, construit de Clement Rosher (Nicolaescu) și destinat afacerilor, comerțului și evenimentelor de toate felurile. Dacă-l survolați, orientați-vă după fascicolul roșu care țâșnește chiar din clădirea închiriată de noi pe malul oceanului. Nu fiți timizi și intrați. S-ar putea să găsiți un redactor așezat la biroul din colț, gata să facă puțină conversație (ar sta el la taclale, dar are de lucru și în RL) ori să-i ajute pe nou-veniți să se descurce prin A doua viață. Dacă nu e nimeni, tot nu vă veți plictisi.

Încercați canapeaua animată, vedeți cât de confortabil e locul ziaristului – cu touch luați și pix, dați drumul la muzică – radio românesc cu știri din țărișoară sau citiți ziarul Gândul cu un click pe panoul de pe perete. Cutia rotitoare din stânga e pentru mesaje. Click pe ea, apoi apăsați Yes în fereastra albastră și scrieți în chat ce aveți de spus. Ajunge urgent la adresa noastră email.

În fine, dacă sunteți sătui de SL hoinareală și vreți să vă odihniți undeva, creați-vă aici un LM. Pentru începători: mergeți la World în susul ecranului și selectați Create landmark here. În felul acesta, nu pierdeți locația și vă puteți oricând teleporta. Vă așteptăm și vă promitem SL surprize.” (Adela Tripsa)

Publicat în 14.06.2007 în Second Life.

⁶ <https://my.secondlife.com/>, 11 octombrie 2012. (Anexele 3, 4)

IReport

Prezentarea la IReport este total diferita: SL iReporters, Members: 474, Founder: Rhonda Ireport, Open Enrollment.

‘This group is for resident reporters who want to contribute to CNN SL iReport. Join us for special events and occasional announcements about CNN iReport in Second Life. CNN, iReport, news, journalism, citizen, reporter.’ View Full Profile in Second Life View Full Profile, More Sharing ServicesShare| Share on facebook Share on twitterShare on email, Link to this page: <http://world.secondlife.com/group/3cab6cad-9b29-689c-7716-66991a547597>, This page was last generated at 2012-10-16T03:10:35-00:00

Diferențele sunt evidente. În timp ce Gândul invită în stilul specific românesc la colaborare, varianta on-line a ziarului I-Report notează doar informațiile strict necesare pentru a-i putea contacta. Ziarul românesc publică subiectele din varianta on-line, în timp ce I-Report dezvoltă subiecte din spațiul Second Life. Jurnaliștii pot fi aici avatarurile din virtual, în timp ce ziarul Gândul are aceleași semnături ca în varianta on-line sau print (variantă din anul 2007).

Pentru a face totul mai atractiv, jurnaliști din Real Life (de ex. Larry King) susțin cursuri de jurnalism în Second Life pentru rezidenții spațiului virtual.

Second Life și importanța lui pentru presă

Second Life a fost identificat drept locul ideal pentru existența unei presei obiective (ideale).

Soluția utilizării unei presei noi, idealizate și obiective, într-o altă formă de viață, într-o altă existență, a fost îmbrățișată cu succes de multe instituții de presă din mediul real. Second Life ar putea fi soluția găsită pentru a substitui realitatea anostă, pe alocuri imposibil de suportat și de surmontat. Ceea ce inițial a fost conceput drept un joc, s-a transformat treptat într-o rețea de socializare de anvergură planetară, care a captat și captează tot mai mulți utilizatori.

Cei ce rezistă financiar pot chiar să dezvolte redacții. Publicațiile electronice sunt ieftine și relativ ușor de făcut, însă alimentarea lor cu conținut cere rezistență nervoasă, conștiință profesională și asimilarea faptului că, în acest timp, trebuie să faci altceva, să supraviețuiești financiar, până când presa îți va aduce veniturile scontate.

Ar exista totuși un risc: lumea virtuală a Second Life-ului ar putea reconstitui până la identificare lumea reală, pe care o reneaga. În acest spațiu - imaginat ca fiind ideal- tarele realității imediate ar putea pătrunde subversiv și ar distruge iluzia perfecțiunii locului.

Conceputa și susținuta de aceeași oameni, cu obiceiuri, tabieturi, formații și informații din viața reală, media virtuală a Second Life-ului ar putea esua în tentativa de a se autoinventă. Experiența atâtor generații de oameni care au încercat schimbări radicale pentru a atinge absolutul și au sfârșit prin a accepta dezamăgiți sau nu contingentul, ne face să credem că Second Life rămâne doar o variantă a existenței care tinde spre perfecțiune, ideal, absolut, fără a avea pretenția că l-ar atinge.

Bibliografie

<http://www.trafic.ro/vizitatori/top-siteuri-stiri-massmedia/saptamana>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>

<http://ro.wikipedia.org/wiki/retele>

<http://www.youtube.com/watch?v=DhrgbRugmTA&NR=1&feature=endscreen>, 6 noiembrie 2013.

<https://my.secondlife.com/>, 11 octombrie 2012.

Anexa 1

Top siteuri stiri/massmedia

<u>Net Index</u> <u>Stiri/Massmedi</u> <u>a: 2.372,65 (-</u> <u>0,65%)</u> <u>11.11.2013 –</u> <u>17.11.2013</u>	<u>Website</u>	<u>Vizitatori</u> <u>unici</u>	<u>Vizite</u>	<u>Afisari</u>
	www.realitatea.net	?	?	?
	www.rol.ro	?	?	?
	www.libertatea.ro	?	?	?
	www.adevarul.ro Adevarul.ro - Faptele asa cum sunt!	1.229.080	2.098.926	4.670.324
	Locul 5 In Clasamentul General www.adevarul.ro	-13.347 22,28%	-21.898	-177.359 -
	www.gandul.info	?	?	?
	www.ziare.com Stirile de ultima ora, 24 de ore din 24, orice stire importanta in cel mult 10 minute. Toate ziarel...	751.244	1.306.308	4.526.793
	Locul 15 In Clasamentul General www.ziare.com	21.276 13,62%	37.338	187.508 -
	www.bzi.ro Buna Ziua Iasi - afla ultimele informatii despre: evenimente, investigatii, anchete, video, nationa...	722.703	1.328.328	3.660.411
	Locul 17 In Clasamentul General www.bzi.ro	-13.641 13,10%	-23.326	-76.612 -
	evz.ro Evenimentul Zilei. Cel mai bun portal de știri din România. Informații fierbinți, exclusivă...	687.897	1.409.362	4.049.214
	Locul 19 In Clasamentul General evz.ro	-69.365 12,47%	-115.111	-735.861 -
	www.antena3.ro Stiri din toate domeniile, imediat ce evenimentele se produc. Si altceva decat vezi la televizor.	671.857	1.406.877	4.698.848
	Locul 21 In Clasamentul General www.antena3.ro	51.752 12,18%	105.303	358.866 -
	www.click.ro Click.ro - Cele mai tari exclusivitati si evenimente. Vedete, sport, divertisment la doar un Click!...	596.917	1.219.861	4.567.631
	Locul 26 In Clasamentul General www.click.ro	22.490 10,82%	51.568	192.147 -

Anexa 2.**8. Galerie foto - Cum să faci bani în Second Life. Baron**

<http://www.gandul.info/magazin/cum-sa-faci-bani-in-second-life-baronii-6586117/galerie?p=1#galerie>

**În timp ce UE scufundă insulele europenilor, milionarii din terenuri cresc peste oceane**

Neinițiatorilor, pământul din Second Life li se poate părea la fel de lipsit de valoare ca și cel de pe Lună. Lucrurile nu stau deloc așa. El se tranzacționează pe bani adevărați și aduce zeci de milioane de dolari companiei Linden Lab (LL), proprietara jocului, și rezidenților care-l cumpără de la aceasta, pentru a-l închiria și revinde altora, care își așază acolo magazinele, orașele, casele, întemeind comunități. Terenurile nu s-au ieftinit încă, deși economia SL a intrat în a treia lună de scădere, iar Linden Lab îl dă cel mai scump. O regiune (sim) performantă cumpărată de la LL costă 1.000 de dolari americani, în care intră și taxa (fees sau tier) pentru prima lună. Aceasta se ridică la 295 USD, se plătește obligatoriu și la dată fixă, iar dacă proprietarul nu are suma în contul său din SL, compania îl execută, luându-i banii de pe cardul de credit. Cine nu câștigă destul din chirii sau alte afaceri ca să-și acopere dările are două opțiuni: fie își vinde sim-ul pe piață la un preț ce poate coborî și la 150-200 de dolari, în funcție de cerere și de cât de aproape este scadența, fie îl abandonează, el revenind în posesia Guvernatorului Linden, stăpânul a două continente, demiurgul care scoate insule din nesfârșitul ocean de pixeli. Pare o afacere riscantă, dar pentru unii este exact contrariul.

Anshe Chung, privilegiată de Linden Lab

Avatarul Anshe Chung (Ailin Graef în viața reală) a devenit deja faimoasă în 2006, fiind prima persoană care a făcut un milion de dolari în SL. De-atunci, Anshe, care trăiește în China, s-a întrecut pe sine, ajungând răsfățata Linden Lab, care-i vinde en gros sim-uri, nu numai cu preț, ci și cu taxa lunară redusă. Acest lucru i-a revoltat pe alți proprietari de terenuri - nevoiți să plătească taxele integral și să închirieze altora la prețuri mai mari decât Anshe - care au acuzat LL de politici anticoncurențiale. Pe chaturile grupurilor specializate în

imobiliare se spune că ar fi cumpărat recent, de la Linden, 450 de HS sim-uri (regiuni light, cu destinație exclusiv rezidențială), special ieftinite, ceea ce a ridicat un val de antipatie peste "the beach". Hotărât lucru, Anshe n-a reușit, de la incidentul din 2006, să devină și populară. Atunci, în timp ce dădea un interviu pentru un post tv real, a fost atacată în SL, de un grup de "grieverii", cu imense penisuri zburătoare, care au blocat-o la declarații 15 minute, după care au postat filmulețul pe Youtube. Soțul baronesei s-a simțit ofensat și a cerut interzicerea lui. Anshe nu este singura latifundiară. Kande Herrey (Ariel Gonzales) explica pentru CNN cum, de la un sim, a adunat sute, soțul ei părăsindu-și slujba de la Merryll Linch ca să se dedice exclusiv imobiliarilor din SL. "Și ne merge destul de bine", concluziona ea. Socotelile sunt simple: profitul mediu pe sim este în jur de 100 USD. Înmulțiți-l cu două-trei sute sau câteva mii (câte ar avea Anshe) și veți vedea ce înseamnă "destul de bine" pentru baroni.

Sfaturi pentru europeni

1. Asociați-vă cu un rezident de încredere dintr-o țară care nu plătește TVA (VAT) pe pământul din SL (SUA, Australia, China etc). Altfel, la taxa de 295 USD se adaugă TVA-ul țării de origine (56 de dolari pentru români, până la 1 iulie), pământul devine prea scump, nu vă aduce profit și riscați să-l pierdeți. Europeanii au abandonat competiția imobiliară începând cu 2007, când CE a hotărât să-i taxeze pentru terenurile din SL, scufundându-le practic insulele și scoțându-i din joc. Astfel, în timp ce guvernele altor state preferă să impoziteze venituri de milioane, bătrâna birocrată se bucură la mărunțiș.
2. Cumpărați sim-uri direct de la rezidenți, fiindcă sunt la jumătate de preț față de cele de la Linden Lab.
3. Faceți-le peisaje frumoase, evocatoare, cu atmosferă, pentru a fi superiori concurenței de peste oceane, care închiriază la prețuri mici.
4. Faceți sim-uri tematice: gotice, victoriene, medievale etc, multe [persoane](#) preferând să trăiască în SL ca în vremurile demult apuse, dar sunt puține regiuni pentru ele.
5. Puneți accentul pe calitatea regiunii și a serviciilor, stabiliți reguli de conduită puține și clare, faceți discount pentru închirierile pe termen lung, nu vă băgați nasul în treburile locatarilor. Dacă asociatul de peste mări și țări nu dispăre într-o zi, lăsându-vă fără nimic, s-ar putea să vă văd la televiziunea națională.

Anexa 3.



Anexa 4.**Exemplu de pagina din SL¹****Your Account: CASINUCA**

There is a problem with your account

Account Summary**Your current plan:**

Basic

Membership[Upgrade to Premium today!](#)**Your billing rate:**

FREE*

Your current status:

Active

Next bill date:

—

Country of Residence:romania [Change](#)

Avatarul Casinuca

Subject to VAT:

Yes

Linden Dollar Summary**Linden Dollar balance:**

L\$ 0

US Dollar balance:

USD 0.00

Land Holdings**Allowed holdings:**0.00 square meters [Upgrade to Premium to get land!](#)**Current holdings:**

0.00 square meters

Available for purchase:

0.00 square meters

Peak square meter usage:

0.00 square meters

Total monthly cost:

USD 0.00*

*

Includes [Value Added Tax \(VAT\)](#). If you wish to provide a VAT Registration Number, you may enter it on [this page](#).

¹ <https://my.secondlife.com/>, 14 octombrie 2012.