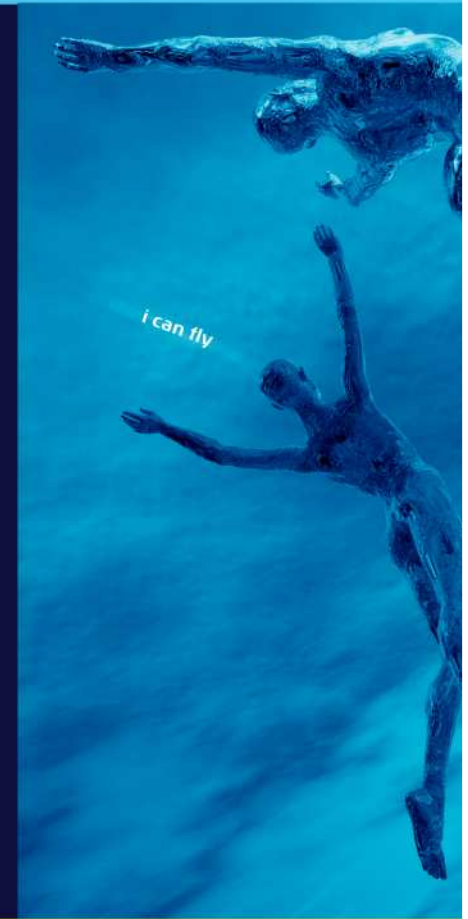


Virkeligheder i Second Life

Sisse Siggaard Jensen, Ph.D., associate professor
SL navn: Chenet Shan
SL øen: Research Island Denmark
Innovation og sense-making i virtuelle verdener
sisse@ruc.dk; worlds.ruc.dk
Roskilde University



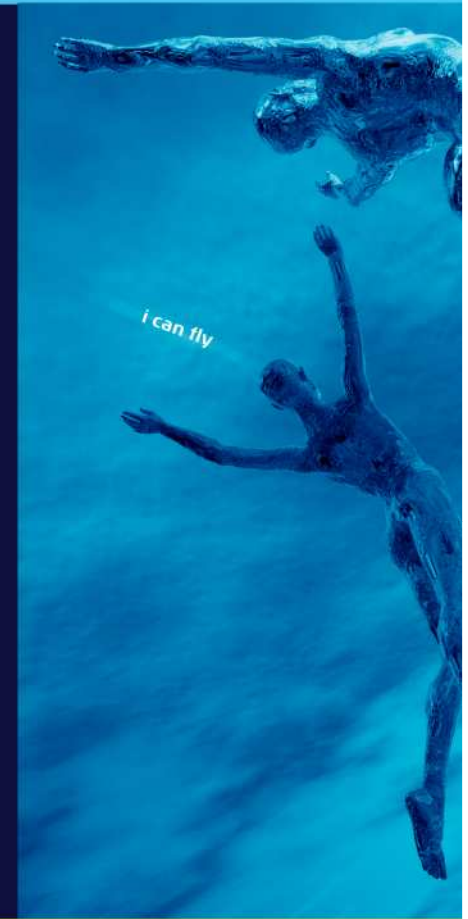
Deltagende observation

Form

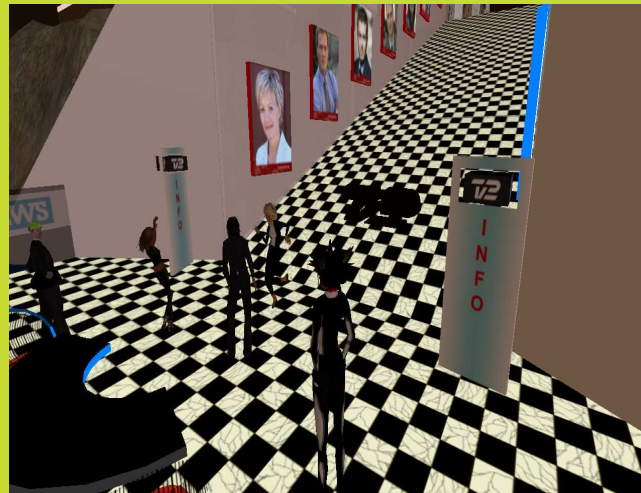
- Strukturerede/ ustrukturerede
- Laboratorie/ in situ

Rolle

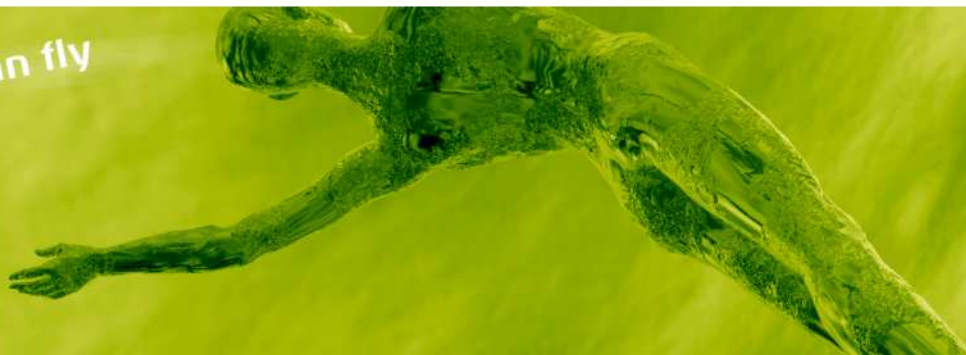
- Iagttagelse/ afstand
- Deltagelse/ involvering



Periode I: Overblik

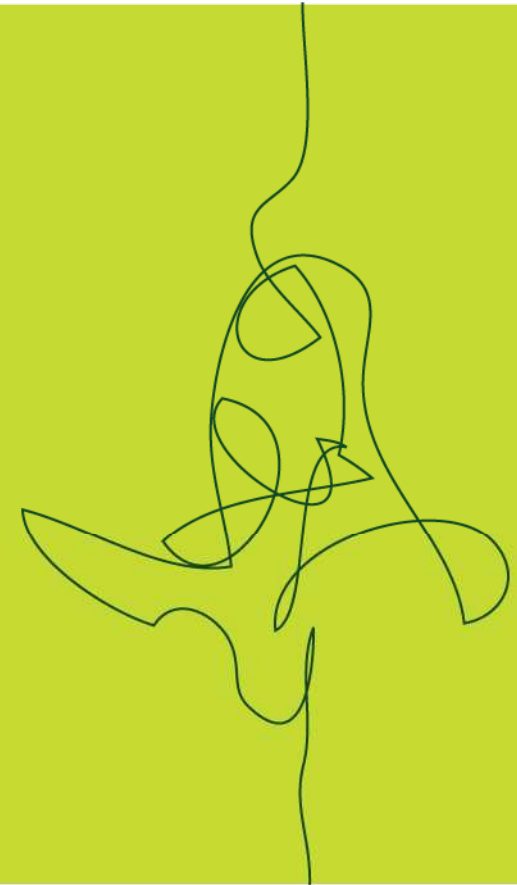


i can fly

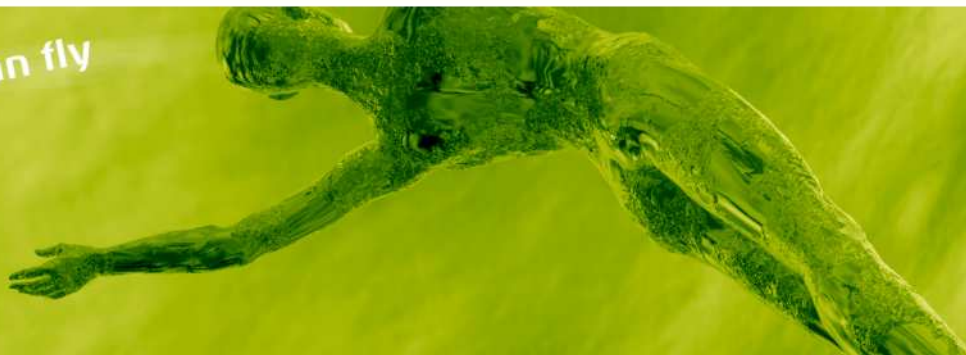


VIRTUAL
W
RESEARCH

Periode II: Flytter ind

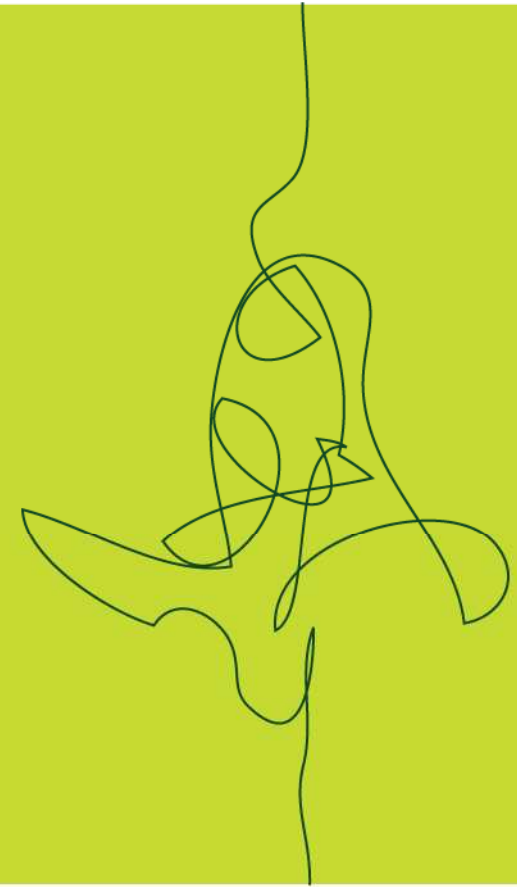


i can fly

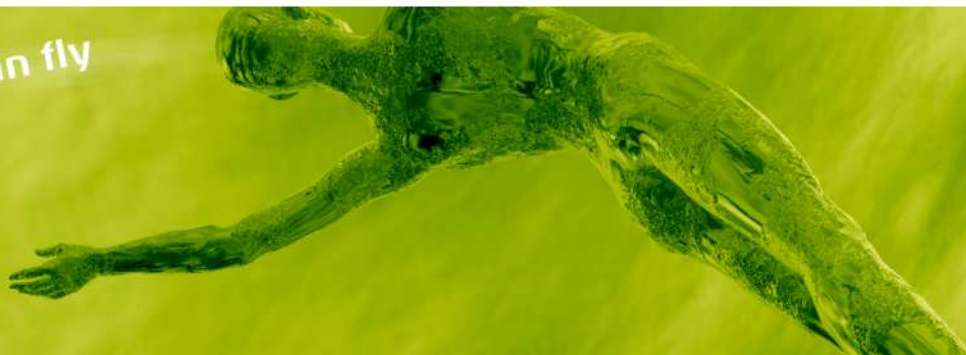


VIRTUAL
W
RESEARCH

Periode III: Dagligdag

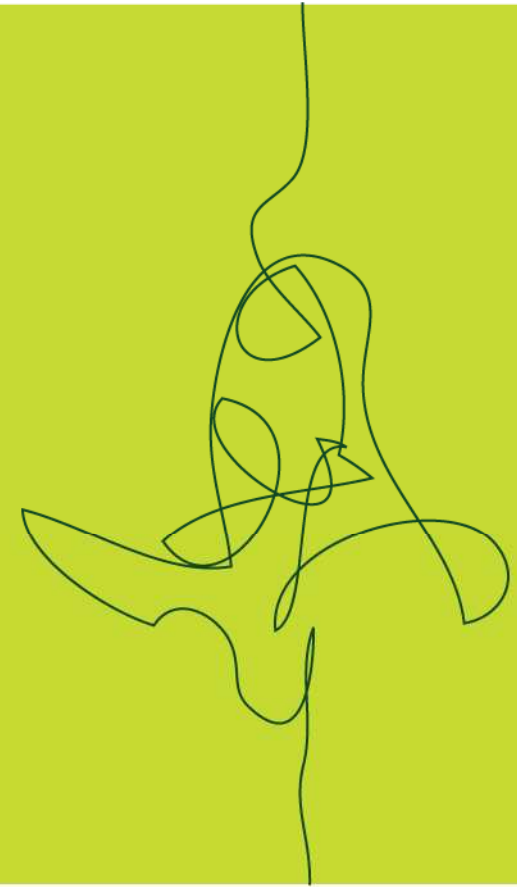


i can fly

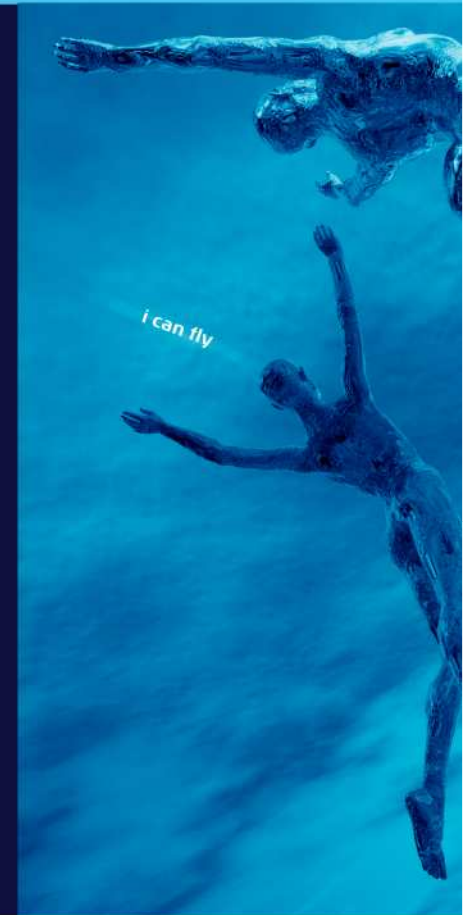


VIRTUAL
W
RESEARCH

Periode IV: Overblik, internationalt

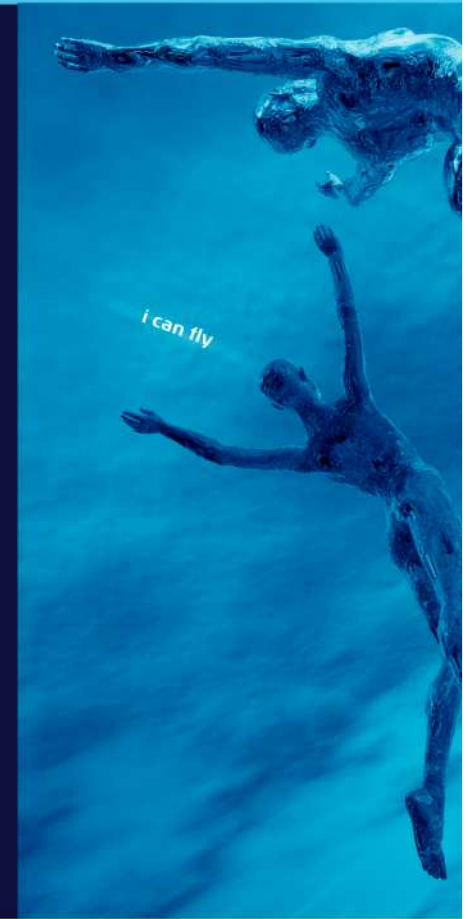


Video-interviews



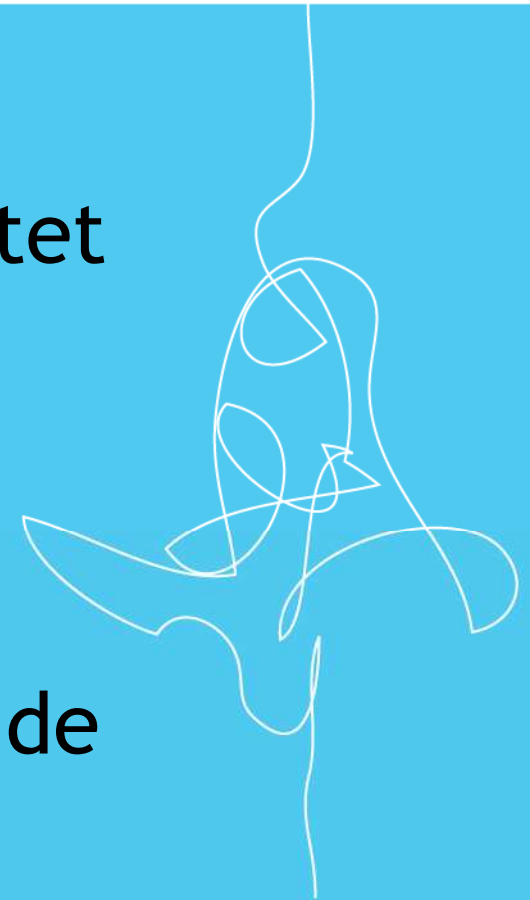
En verden af design

- Design hvor man kan gøre noget, foretage sig noget, de tiltrækker sig opmærksomhed
- Hvor det er til at overskue og genkende, hvad man kan foretage sig men gerne i fantasifulde redesign, der nyfortolker
 - der er næsten altid liv i shoppingscentre - især hvis der er tilbud eller gratis ting og sager
 - i sandkasser kan man eksperimentere med design
 - ved debatmøder, foredrag, musik- og teaterforestillinger og interviews
- Hvor der er gode rammer for social kontakt og for at mødes med virtuelle venner
 - steder der er hyggelige
 - hvor man føler sig hjemme
 - hvor der er liv på stedet



En verden af design

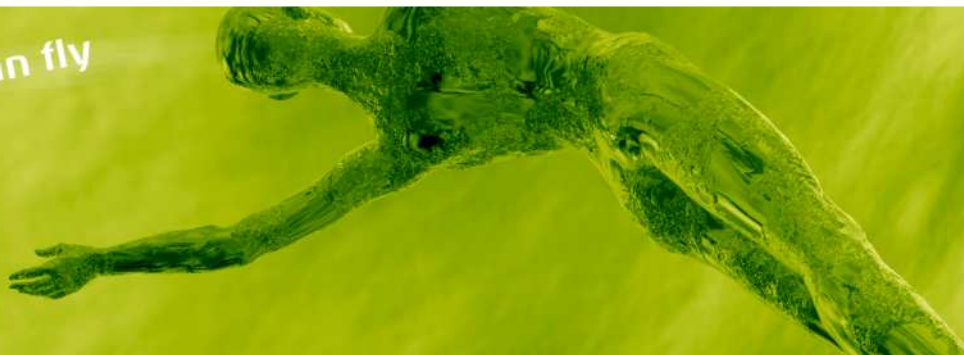
- | | |
|-----------------|-------------------|
| • Planlagt | Spontant |
| • Formålsrettet | Oplevelsesmættet |
| • Reguleret | Åbent |
| • Realistisk | Fabulerende |
| • Genkendeligt | Udfordrende |
| • Informerende | Selvorganiserende |



Det eksperimentelle og uformelle

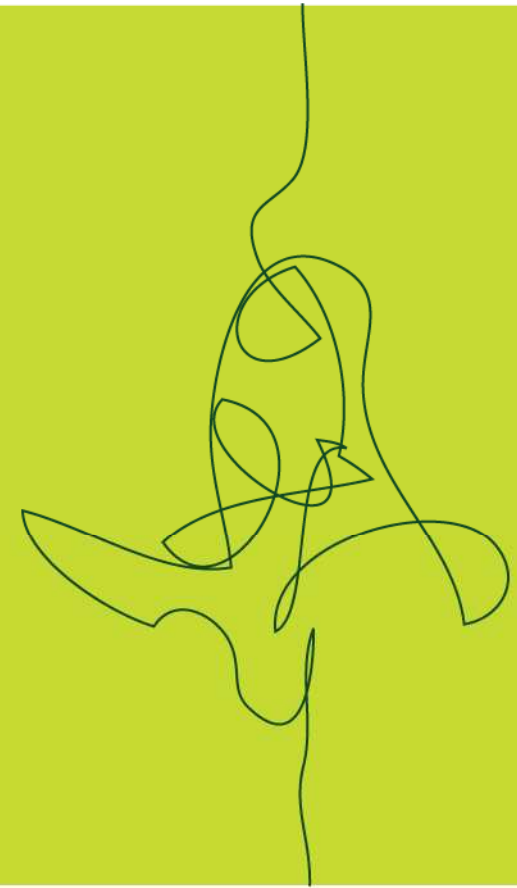


i can fly

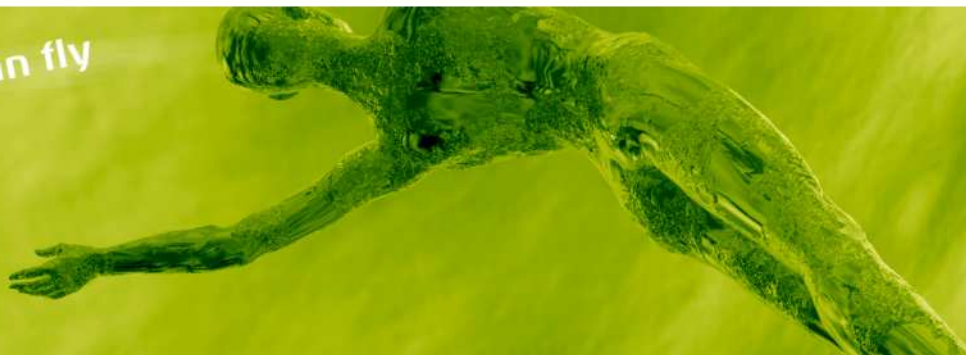


VIRTUAL
W
RESEARCH

Det eksperimentelle og formelle

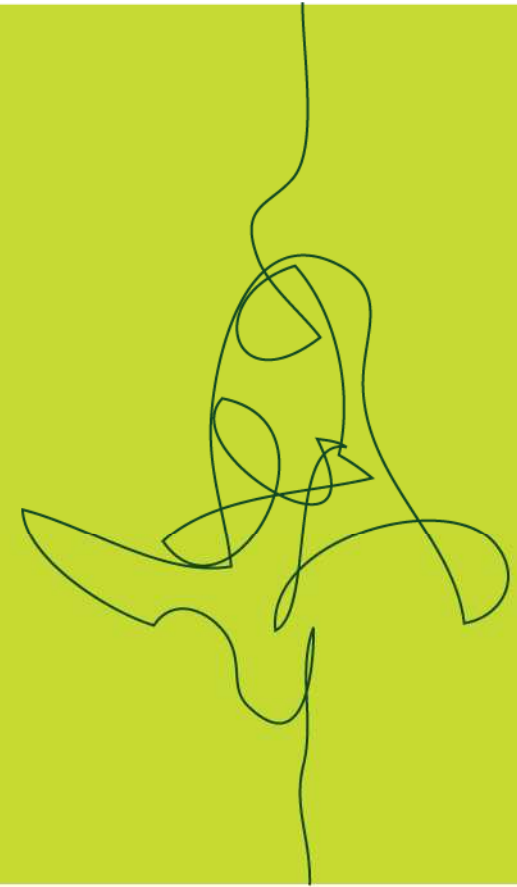


i can fly

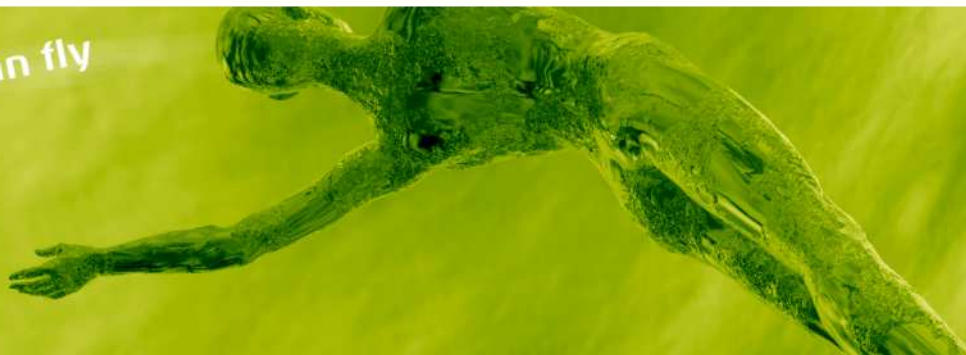


VIRTUAL
W
RESEARCH

Det uformelle og konceptuelle

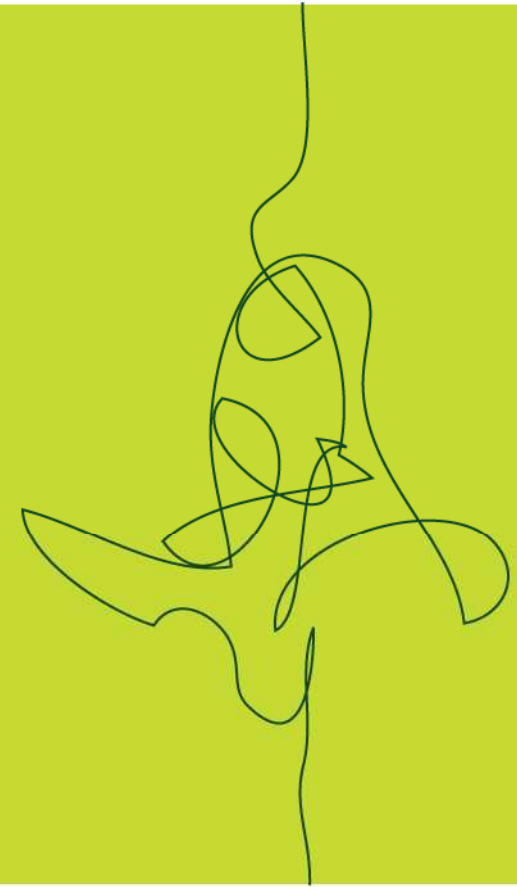


i can fly

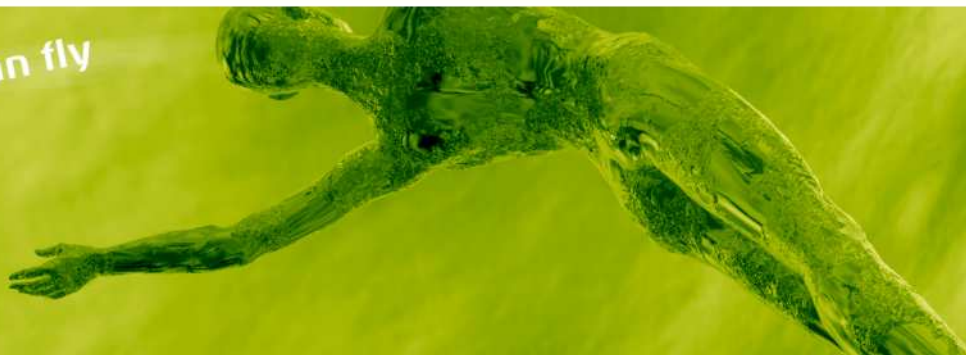


VIRTUAL
W
RESEARCH

Det formelle og konceptuelle

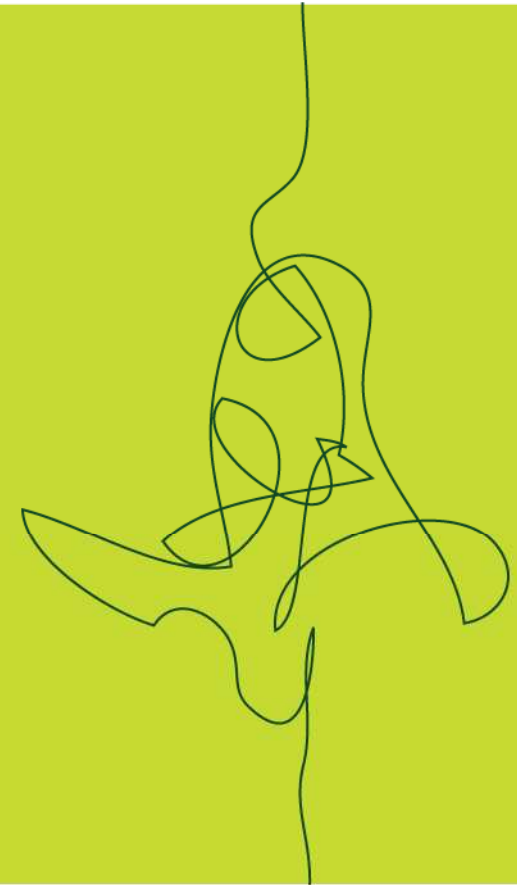
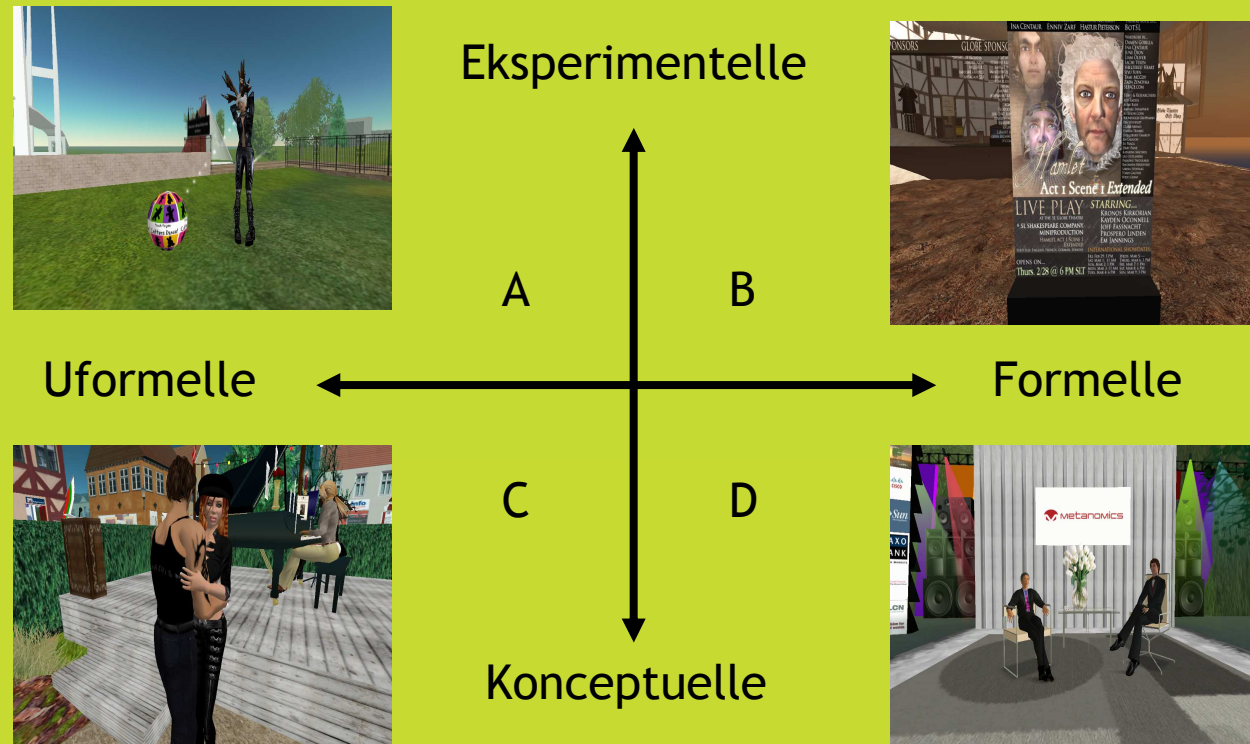


i can fly



VIRTUAL
W
RESEARCH

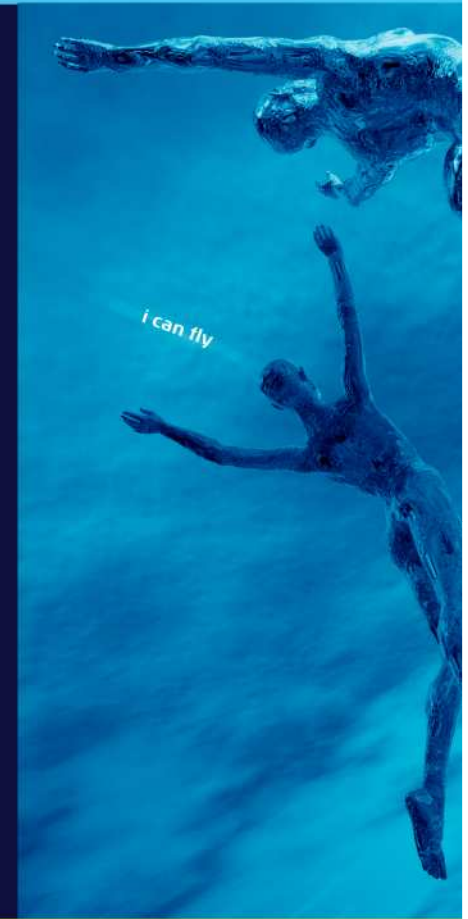
En verden af design



VIRTUAL
W
RESEARCH

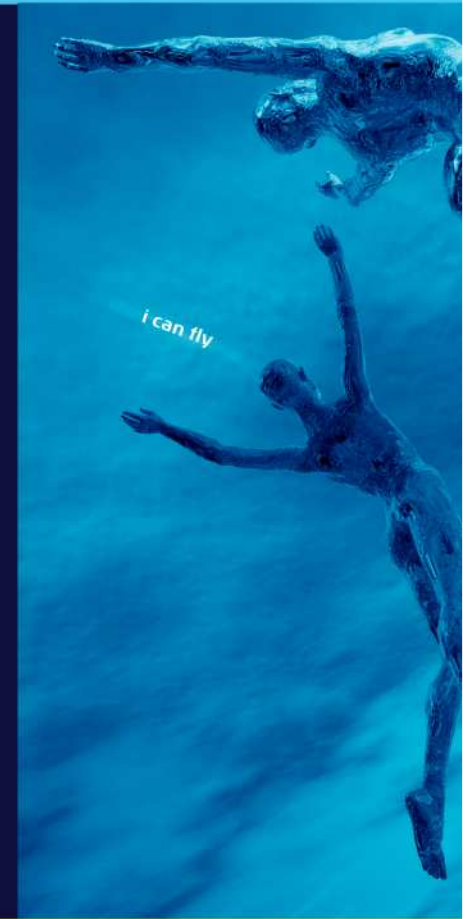
Den designede avatar

- Avataren er et nyt personligt medie for kommunikation
- Individuationsproces og leg med selvopfattelse
- Få indflydelse på hvordan man fremtræder for andre
- Legitim anledning til kontakt - det er i orden at spørge til fremtræden og udseende, tøj og ting
- Status er tæt forbundet med avatarens design
- Den er et statussymbol
- Avatardesign har stor betydning for erhvervsdrivende, der skal overbevise og leve op til gældende standard på måder, der svarer til virksomhedens krav
- Men der tegner sig alligevel nogle typer og roller i det personlige design



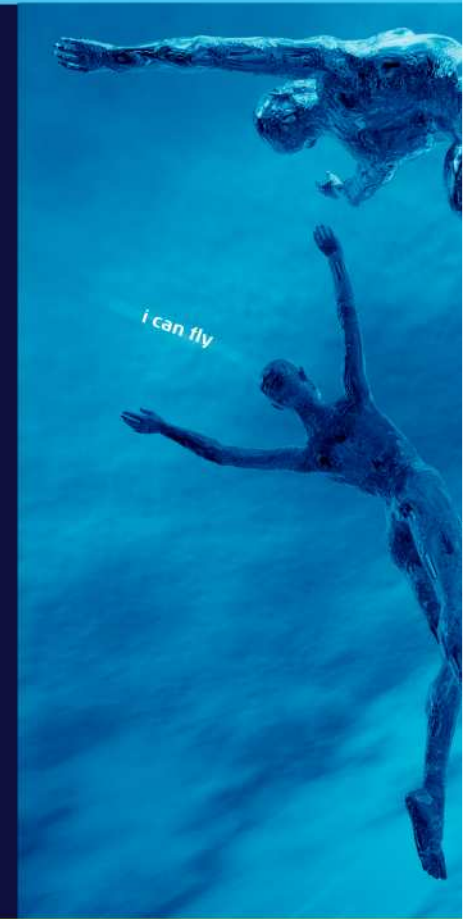
Den designede avatar

- Konstruktøren
 - som tilrettelægger og realiserer øer og miljøer, er optaget af selve det at konstruere - af at beregne, måle, finde veje og løsninger
- Designeren
 - som kreerer smykker, møbler, interiør, tøj, øjne, solbriller og afsætter det for sjov eller business
- Manageren
 - som driver forretning, skal vække tillid i det virtuelle og fremtræde seriøs og vidende
- Arrangøren
 - der leder møder, tilrettelægger interviews og forskellige former for optræden
- Scripteren
 - der kan sin kode og elsker at jonglere med den, vise sin kunnen og originalitet



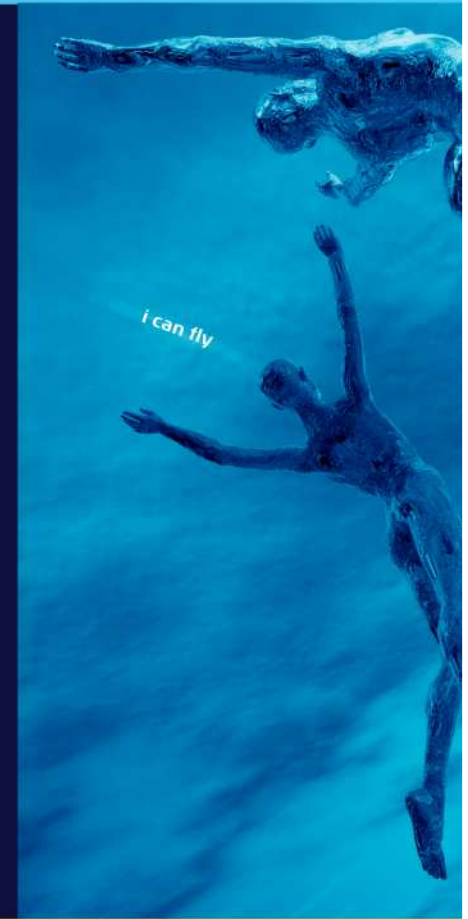
Den designede avatar

- Kommunikatøren
 - der snakker med mange på sin vej, er direkte i sin form og hurtig til at tage kontakt og finde frem til netværk, god til at skabe og opretholde dem, så længe der er en fælles interesse
- Gøgleren
 - der underholder, elsker at optræde med sjove og fantasifulde design gerne som en omrejsende, der finder avatarer, hvor de så end er
- Romantikeren
 - der iscenesætter det romantiske møde
- "Sexisten"
 - der iscenesætter det seksuelt orienterede møde
- Nybegynderen
- Den erfarne
- Mesteren

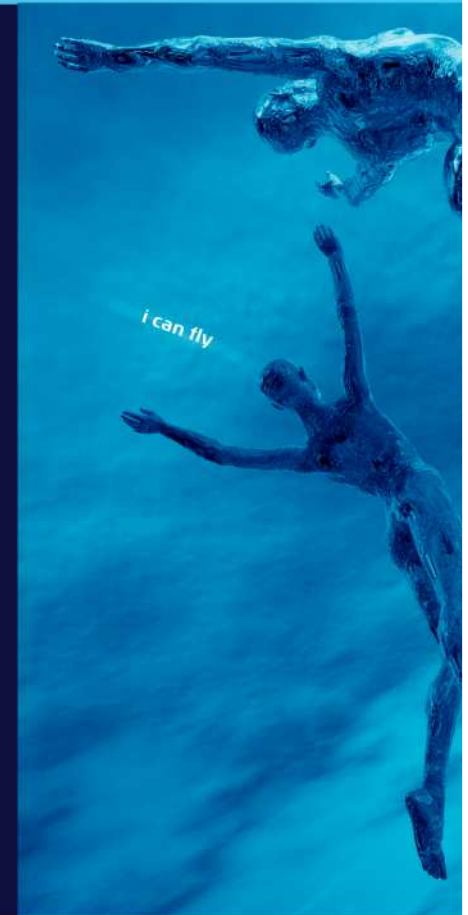


Samvær, samarbejde, konkurrence

- Kontakter og samvær
 - der kan være forpligtende og forretningsmæssige, uforpligtende og legende, følelsesmæssige og kontaktskabende
- Eksisterende normer
 - som er genkendelige fra den øvrige livsverden, der regulerer forholdet mellem deltagere i grupperne og de mange små samfund
- Normer som brydes
 - indleder og afslutter kontakt, eller de, der byder os at forblive i en forsamling, selvom vi keder os og ikke synes, at det, der foregår, er interessant
- Nye normer
 - udseende og fremtræden er legitime anledninger til kontakt, sådan som det er omtalt ovenfor. I det fysiske samvær er det næsten tabubelagt. Vi kommenterer ikke hinanden eller går hen til en forbipasserende på gaden for at spørge om frisuren, hvor en klædedragt er købt, eller hvad skoene har kostet



Den designede avatar





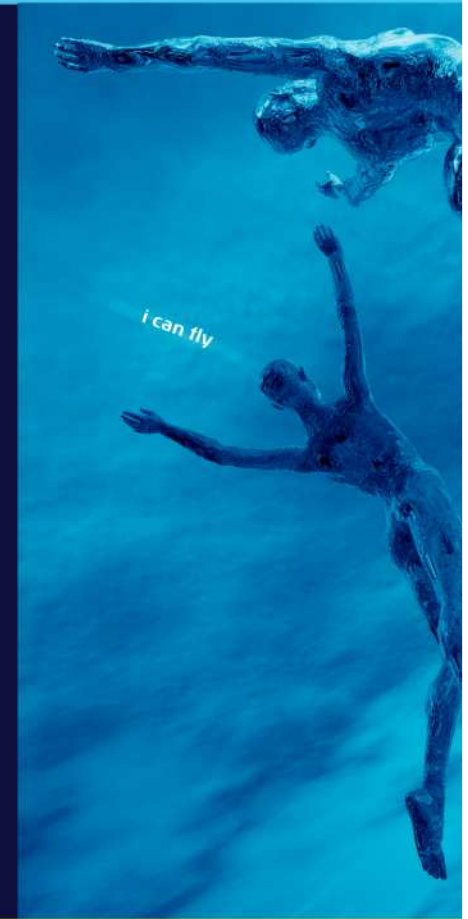
Samvær, samarbejde, konkurrence

- Forpligtende
 - Business
 - Formelle
 - Flygtige
 - Konkurrerende
 - Faglige
- Uforpligtende
 - Legende
 - Følelsesmæssige
 - Engagerede
 - Netværk'ende
 - Underholdende



Samvær, samarbejde, konkurrence

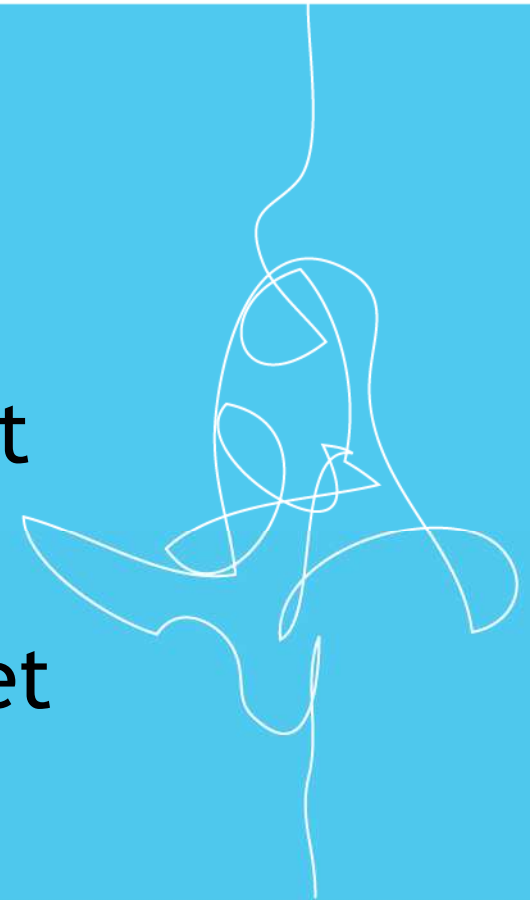
- De virtuelle verdener er komplekse. Det kan tage tid at lære de nødvendige færdigheder og opbygge den viden og erfaring, som skal til
- Det er en viden, som varierer alt efter formål. Men det gælder også om at få nye og måske skøre idéer, om at ville eksperimentere med kendte normer og eksisterende traditioner
- Om at finde nye veje i forretningsstrategier og tilegne sig den viden, der skal til for at kunne realisere idéer og udnytte kreative muligheder for at drive en virksomhed
- En viden, som kræver, at man gør sig mange erfaringer, sætter sig ind i mange nye ting, lærer håndværket, både når det gælder at designe, scripte og kommunikere
- Det er en lang og intens læreproces, når man vil forfølge projekter eller forretningsmæssige formål
- Det kræver en kombination af vilje til at gå nye veje og stædighed til at sætte sig ind i nyt og overvinde mange barrierer



Samvær, samarbejde, konkurrence

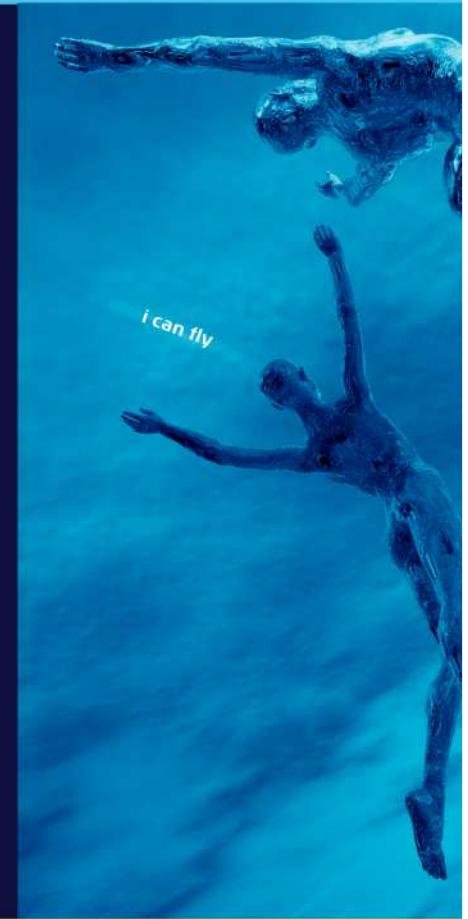
Læreprocesser:

- Systemrelateret Selvorganiseret
- Formelt Eksperimentelt
- Abstrakt Erfaringsbaseret
- Formålsrettet Kreativt
- Eksempelbaseret Forskriftsbaseret
- Konkurrerende Samarbejdende



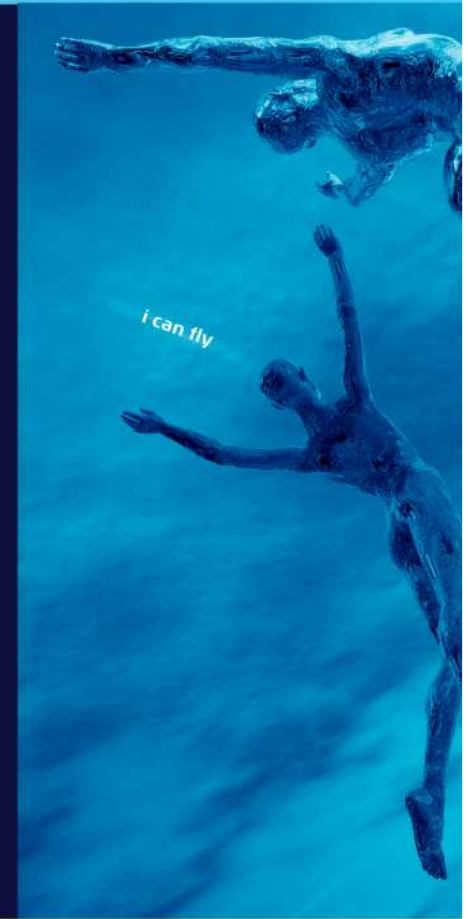
Selvopfattelse og motivering

- Salgstaler - et helt nyt felt
- Realisme i lange seje træk
- Forretningsstrategier og tillid
- Troværdighed og overtalelse
- Vilje til at overvinde barrierer



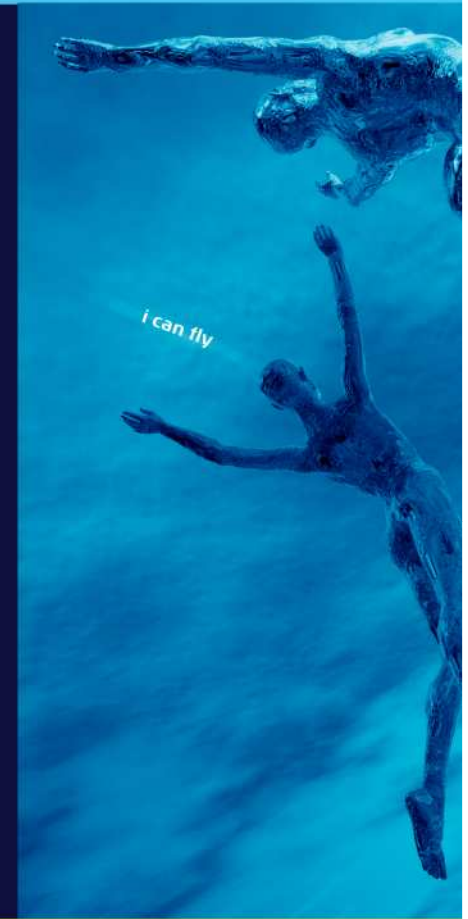
Selvopfattelse og motivering

- Musik og skøre idéer
- Altid en udvej
- At dele ud af idéer
- Den der naturlige proces
- Det er jo personen bag



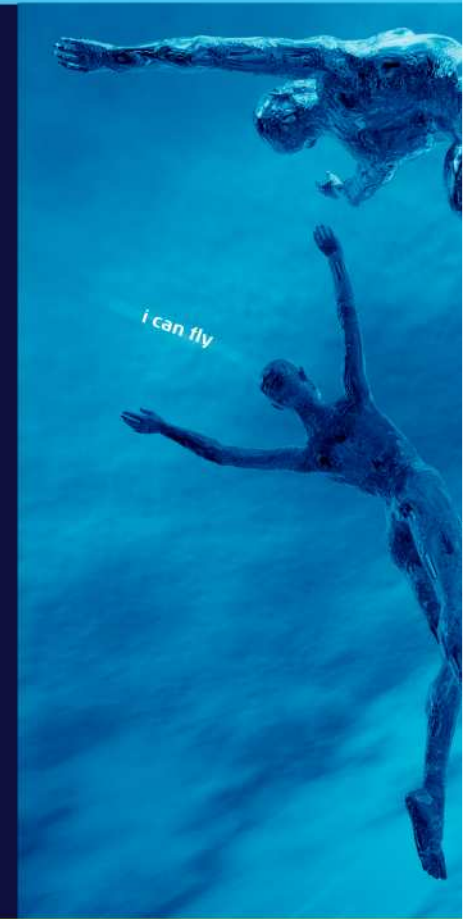
Selvopfattelse og motivering

- At gå nye veje
- Barnlig glæde
- Nybyggerstemning
- Ud-af-kroppenagtig
- Psykedelisk totaloplevelse
- Spacy og fantasifuldt



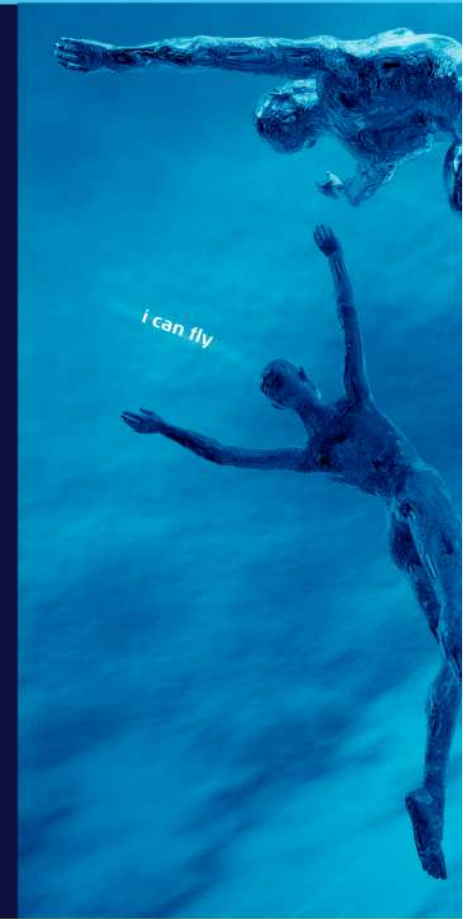
Arbejdsliv i et second life

- Legebarn og kollegaer
- Offentlig institution
- It-afdelingen
- Research
- Ugentligt møde
- Indspist
- Resurser



Arbejdsliv i et second life

- Nysgerrighed og virtuel afdeling
- Mininørd
- Ny afdeling
- Bogholderi
- Skat
- Tonen
- Kunder
- Egen virksomhed



Arbejdsliv i et second life

- Pressemeddelelse og fast arbejde
- Udlejning
- Markedsføring
- Prisniveauer
- Viden
- Sælgererfaring

