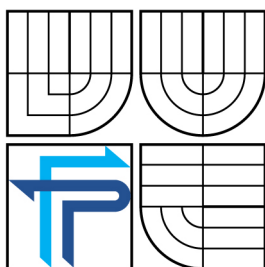


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV EKONOMIKY

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF ECONOMY

EKONOMIKA VE VIRTUÁLNÍM SVĚTĚ **MOŽNOST REALIZACE VÝUKY VE VIRTUÁLNÍM** **SVĚTĚ**

THE ECONOMY IN VIRTUAL WORLD
THE POSSIBILITY OF A REALIZATION OF EDUCATION IN VIRTUAL WORD

DIPLOMOVÁ PRÁCE
MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

Bc. MARTIN CABALA

VEDOUcí PRÁCE
SUPERVISOR

Ing. PETR DYDOWICZ, Ph.D.

BRNO 2009

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Cabala Martin, Bc.

Podnikové finance a obchod (6208T090)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává diplomovou práci s názvem:

**Ekonomika ve virtuálním světě
Možnost realizace výuky ve virtuálním světě**

v anglickém jazyce:

**The Economy in Virtual World
The Possibility of a Realization of Education in Virtual Word**

Pokyny pro vypracování:

Úvod
Vymezení problému a cíle práce
Teoretická východiska práce
Analýza problému a současné situace
Vlastní návrhy řešení
Ekonomické zhodnocení, přínos návrhů řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Abstrakt diplomové práce

Tato práce zkoumá virtuální svět Second Life, především pak jeho ekonomické prostředí. Popisuje a navrhuje možnosti podnikání ve virtuálním světě. Zkoumá a navrhuje také možnosti realizace výuky v tomto prostředí. Tyto návrhy obsahují také konkrétní výčet jednotlivých nákladů a jejich výši.

Klíčová slova: Virtuální svět, virtuální ekonomika, náklady na realizaci výuky.

Abstract of the Diploma thesis

The diploma thesis deals with the virtual world Second Life and in particular with its economic environment. The work describes and suggests business opportunities in the virtual world. It is concerned with education possibilities and proposes its realization. These suggestions also contain an actual enumeration of individual costs and their height.

Key words: Virtual world, virtual economy, education costs.

Bibliografická citace práce

CABALA, M. *Ekonomika ve virtuálním světě Možnost realizace výuky ve virtuálním světě*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2009. 100 s.
Vedoucí diplomové práce Ing. Petr Dydowicz, Ph.D.

Prohlašuji, že svou diplomovou práci na téma Ekonomika ve virtuálním světě, Možnost realizace výuky ve virtuálním světě jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou všechny citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce.

Jako autor uvedené diplomové práce prohlašuji, že v souvislosti s vytvořením této diplomové práce jsem vědomě neporušil autorská práva třetích osob, zejména jsem nezasáhl nedovoleným způsobem do cizích autorských práv obnostních a jsem si plně vědom následků porušení ustanovení § 11 a následujících autorského zákona č. 121/2000 Sb., včetně možných trestně právních důsledků vyplývajících z ustanovení § 152 trestního zákona č. 140/1961 Sb.

Děkuji Ing. Petru Dydowiczovi, Ph.D. za poskytnutí cenných rad a připomínek, které značně obohatily výsledek mé diplomové práce.

Obsah

Úvod.....	8
1. Vymezení problému a cíle práce	11
1.1. Možnosti virtuálního světa.....	11
2. Teoretická východiska	14
2.1. Svět Second Life	14
2.1.1 Technické řešení	15
3. Analýza problému současné situace	16
3.1. Ekonomika ve virtuálním světě	16
3.2. Uživatelské prostředí	21
3.3. Další využití.....	26
3.4. Vzdělání.....	28
3.4.1. Univerzity	29
3.4.2. Ostatní školy	31
3.4.3. Ostatní vzdělávací a vědecké instituce	33
4. Ekonomika virtuálního světa Second Life a její vývoj.....	36
4.1. Ekonomika v 1. Čtvrtletí 2009.....	38
4.2. Zkratky a poplatky	42
5. Vlastní návrhy řešení	50
5.1. Problematika DPH	52
5.2. Analýza prostředí.....	55

5.2.1. SWOT analýza	55
5.2.2. SLEPT Analýza	58
5.2.3. Analýza konkurence	59
5.3. Náklady využití.....	61
5.4. Analýza příležitostí a hrozeb pro firmy	64
5.4.1. Příležitosti	65
5.4.2. Hrozby	65
5.5. Návrh podnikání v Second Life	65
5.5.1. <i>Současné trendy a možnosti</i>	65
5.5.2. <i>Návrh</i>	68
6. Ekonomické zhodnocení, přínos návrhů řešení	70
6.1. Kalkulace nákladů.....	70
7. Návrh na možnosti realizace výuky	79
8. Vlastní zkušenosti v Second Life.....	83
Závěr	89
Seznam použitých zdrojů.....	91
Seznam použitých zkratk	95
Seznam příloh:	96

Úvod

V první dekádě 21. století je ekonomické prostředí vnímáno globálněji, než kdykoliv předtím. Makroekonomické potíže jakéhokoliv státu mohou mít velice nepříjemné důsledky pro ekonomiku země klidně až na druhé straně planety. Příčiny této skutečnosti můžeme hledat ve stále těsnějším propojení národních ekonomik, slučujících se do hospodářských uskupení, jako je například Evropská unie, nebo podpůrných programů pro obnovení a výstavbu, jak tomu bylo například v případě Jižní Koreje, podporované především Spojenými státy americkými.

V současné době probíhající světové ekonomické krize musíme zmínit, že propojenost jednotlivých ekonomik je zapříčiněna především orientací většiny států světa na tržní kapitalismus a to i těch, u kterých by dle svého oficiálního politického zaměření mělo být něco takového zcela vyloučeno, jak lze doložit na příkladu komunistické Číny.

V tomto prostředí propojenosti jednotlivých ekonomik je pro řadu firem relativně jednoduché přelévat svůj kapitál. Co se týče těch největších společností, označovaných jako nadnárodní koncerny, je jejich vliv patrný na většině již zmiňovaných trhů celého světa. V prostředí ostré tržní konkurence, tyto společnosti hledají další možnosti, jak na sebe lépe a výrazněji upozornit. Od věci není ani možnost proniknutí na nové, doposud ještě neobsazené trhy, na kterých by mohly uplatnit své produkty.

Pro další skupinu firem, které můžeme označit za střední, či malé, ať už vzhledem k jejich obratu, či počtu zaměstnanců, může být obsazování nových trhů na druhou stranu velice nákladné. Proto hledají další možnosti reklamy za co možná nejnižší náklady.

O nic jednodušší není situace z hlediska obsazování trhu ani pro vznikající podnikatelské projekty. Ty mnohdy potřebují ke svému zviditelnění výrazné investice do propagace.

1. Vymezení problému a cíle práce

1.1. Možnosti virtuálního světa

Absolutně ideální pro počátek, nebo rozvoj podnikání je vždy realizace podnikatelského projektu na novém trhu, na němž doposud nepůsobí nikdo z našich konkurentů (to ovšem vzhledem k současnému tržnímu rozvoji přichází v úvahu, jednali se o zcela inovativní podnikatelský záměr).

Zkusme se ale zajít ještě o něco dále a podívat na vnik celého nového světa. Jakkoliv může znít tato teze neskutečně, až fantaskně, vznik nových světů nám není na počátku 21. Století tolik vzdálen. Možnost pro objevování, či dokonce tvorbu nových světů nám dávají vysoce rozvinuté informační technologie využívající vysoké rychlosti datového spojení, respektive internetu.

Nové světy tak mohou vznikat (a také vznikají) takříkajíc „na síti“, tedy na internetu. Toto označení je v zásadě správné vzhledem k definicím internetu, které jej označují například jako globální počítačovou síť, která má několik set miliónů účastníků a která poskytuje různé služby, zejména pak přístup k hypertextovým dokumentům, elektronickou poštu, audiovizuální přenos, přenos datových souborů a programů. Je to volně organizovaná mezinárodní spolupráce autonomních sítí, která umožňuje komunikaci připojených počítačů díky dobrovolnému přijetí a dodržování standardních protokolů a procedur.¹

¹ NONDEK, L, ŘENČOVÁ, L. *Internet a jeho komerční využití*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2000. 120 s. ISBN 80-7169-933-0 .

Virtuálních světů je na internetu k nalezení hned několik. Již v roce 1995 vznikl první projekt virtuálního světa s názvem Active Worlds². Virtuální svět můžeme chápat jako určitý rámec, v němž uživatelé, až na základní parametry, ve své podstatě zcela svobodně ve vytváření svého vlastního prostředí, a to včetně možnosti fyzického chování v tomto prostředí. Uživatelé vždy vystupují pouze jako nájemníci daného prostředí.

Největším, co do počtu uživatelů, ale i obratu kapitálu a zároveň nejznámějším projektem v této oblasti je Second Life od společnosti Linden Lab, který vznikl v roce 2003.

Cílem této práce je zaměření právě na tento projekt a zhodnocení možností podnikání v tomto světě, nejen pro firmy, které byly zmíněny v úvodu práce, ale i pro jednotlivé uživatele. Zhodnocení bude také částečně vycházet z praktické zkušenosti mé osoby coby investora ve virtuálním světě, prostřednictvím reálných finančních prostředků, jejichž výše je logicky omezena finančními možnostmi mé soukromé osoby, coby studenta vysoké školy.

Kromě možností skýtajících pouze ekonomické využití, nabízí virtuální světy také významný vzdělávací prvek. Toto prostředí je například velice hojně využíváno těmi nejvýznamnějšími vzdělávacími institucemi, ať už jako výukové prostředí, zde stojí za zmínku prestižní Princeton, a New Yorkská univerzita nebo zatím pouze pro vlastní propagaci, jak již v minulosti učinily například Karlova a Masarykova univerzita. Právě vzhledem k těmto skutečnostem se bude tato práce ve svém závěru

² RYLICH, J. *Virtuální světy na internetu* [online]. c1998-2009 , 19.4.2007 [cit. 2009-01-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/virtualni-svety-na-internetu/>>. ISSN 1213-0702. /

věnovat i možnostem, které nabízí virtuální prostředí pro výuku, respektive vzdělávací instituce.³

Ve své podstatě bude mít tato práce tedy několik dílčích cílů, kterými jsou:

- Představení virtuálního světa Second Life a prozkoumání jeho ekonomiky
- Uvedení příkladů možného využití pro podnikatelské účely a konkrétní klasifikace nákladů, které by firma měla v souvislosti se vstupem do virtuálního světa Second Life
- Vyčíslení nákladů, které by měla konkrétní firma s daným podnikatelským záměrem při vstupu do virtuálního světa Second Life
- Představení možností využití virtuálního světa pro účely výuky a konkrétní návrh tohoto využití, kalkulace předpokládaných nákladů a další návrhy

³ RYMASZEWSKI, M., et al. Second Life: The Official Guide. 1st edition. [s.l.]: John Wiley & Sons, 2006. 342 s. ISBN 047009608X.

2. Teoretická východiska

2.1. Svět Second Life

Prostředí virtuálního světa Second Life (označovaného zkratkou SL) bylo spuštěno 23. Června 2003. Jedná se o určitý rámeček prostředí, jež si jeho návštěvníci upravují a vytváří si v něm svá vlastní prostředí. Tvůrcem tohoto konceptu byla americká společnost Linden Research, později přejmenovaná na Linden Labs⁴.

Ta byla založena v americkém San Francisku roku 1999 Philipem Rosedalem, který byl časopisem Time označen za jednoho ze 100 nejvlivnějších lidí naší planety. Největší pozornost upoutala aplikace Second Life až skrze reklamu médií v letech 2006 – 2007. Zdarma stáhnutelný klientský program Second Life Viewer, jak zní jeho oficiální název, umožňuje uživatelům, ve virtuálním prostředí nazývaných residenty, navzájem reagovat skrze pohyblivé avatary, tedy jakési uživatelem vytvořené postavy, jejichž chování závisí na naší vůli a rozkazům jim udělených prostřednictvím vstupních zařízení. Jde o funkce služeb sociálních sítí spojené s dalšími možnostmi, dalece přesahující významně omezující možnosti klasických sociálních sítí. Residenti neboli uživatelé virtuálního světa, se mohou stýkat s ostatními uživateli, sdružovat se do různých zájmových skupin, především však vytvářet, resp. vyrábět předměty, či položky, oficiálně nazývané virtuální vlastnictví, které lze následně v tomto světě i prodat ostatním v rámci obchodu virtuálního světa. Tyto možnosti se však týkají i rozmanitých služeb⁵

⁴ RYMASZEWSKI, M., et al. *Second Life: The Official Guide*. 1st edition. [s.l.]: John Wiley & Sons, 2006. 342 s. ISBN 047009608X.

⁵ DURANSKE, B. T. . *Virtual law : navigating the legal landscape of virtual worlds*. [s.l.] : American Bar Association, 2008. 461 s. ISBN 160442009X.

Inspirací pro vytváření projektů na této bázi byla tzv. cyberpunková literatura, zejména pak novelou Neala Stephensona *Snow Crash*. Základní tezí společnosti Linden Lab je tak vytvoření světa, jako Metaverse, popsaného právě Stephansonem, jako uživatelem definovatelném prostředí, ve kterém by se lidé mohli stýkat, hrát, podnikat a komunikovat.⁶

2.1.1 Technické řešení

Virtuální svět Second Life je rozdělen na oblasti o rozměrech 256 x 256 m, které se nazývají regiony, z nichž každý má svůj unikátní název. Pro užívání Second Life musí mít každý z jeho návštěvníků nainstalovanou obdobu internetového prohlížeče, nazývaného též klient. Ten je propojen se serverem, jež virtuální svět využívá jako úložiště na stejném principu, na němž funguje internet. Zmiňovaný klient je součástí oficiální distribuce provozovatele, tedy Linden Lab. Tato společnost usiluje o co možná nejvyšší využití takzvaných open source technologií, což je počítačový software s otevřeným zdrojovým kódem. Otevřenost zde znamená jak technickou dostupnost kódu, tak legální dostupnost - licenci software, která umožňuje, při dodržení jistých podmínek, uživatelům zdrojový kód využívat, například prohlížet a upravovat.⁷ Mimo oficiální prohlížeč je možno využívat také jiné, stejně, jak je tomu při prohlížení běžných stránek internetu, zmiňme se například o prohlížečích Nicholaz Edition a OnRez Viewer. Samozřejmostí je podpora nejpoužívanějších operačních systémů, jako jsou Microsoft Windows 2000 a novější, Mac OS X a většina distribucí Linuxu.⁸

⁶ STEPHENSON, N. *Snow crash*. 1st edition. [s.l.] : Bantam Books, 2000. 470 s. ISBN 0553380958.

⁷ WEBER, S. *The Success of Open Source*. [s.l.] : Harvard University Press, 2004. 312 s. ISBN 0674012925.

⁸ *Second Life : System Requirements* [online]. 2006 [cit. 2009-02-14]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/support/sysreqs.php>>.

3. Analýza problému současné situace

3.1. Ekonomika ve virtuálním světě

Second Life má také svou vlastní měnu, jejíž jednotkou je Linden Dollar a která je volně směnitelná za reálnou měnu a to buď prostřednictvím oficiální směnární společnosti Linden Lab, nazvané LindeX, nebo u nezávislých brokerů. Ačkoliv registrace soukromého účtu není jakkoliv zpoplatněna, pro používání některých placených služeb vzniká nutnost registrace potvrzené kreditní karty, přes níž lze do virtuálního světa a virtuální burzy převádět peníze buď prostřednictvím služeb třetích stran, jako je například Paypal.⁹

Některé společnosti však nabízejí možnost platit za své „virtuální služby“ i v amerických dolarech. Jde například o společnost Language life, která nabízí kurzy výuky jazyků, především pak španělštiny. Například konzultační společnosti Rivers Run Red a Electric Sheep vykázaly za rok 2008 tržby ve výši 6 miliónů amerických dolarů.¹⁰

Jak již bylo výše zmíněno, má virtuální svět Second Life své vlastní ekonomické prostředí a měnu, nazvanou Linden Dollar. Tato měna je volně směnitelná za americké dollary, ale také za švýcarský frank, britskou libru a euro. Kurz k jednotlivým měnám je volný a zcela závislý pouze na tržním vývoji obchodování. Tím se otevírá možnost rozsáhlým spekulacím na oslabení, nebo posílení měny. V posledních letech kolísá kurz

⁹ *LindeX™ Exchange* [online]. Linden Research, c2009 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <<https://secure-web16.secondlife.com/currency/index.php?lang=en>>.

¹⁰ *Reuters News Centre : Deficits, money supply and the Second Life business cycle* [online]. 2007 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.reuters.com/stories/2007/08/03/deficits-money-supply-and-the-second-life-business-cycle/>>.

Liden Dollaru kolem 260 – 280 za 1 USD. Roli centrální banky plní ve virtuálním světě Second Life přímo společnost Linden Lab, která svými zásahy, především ve formě nákupů, či prodeje Linden Dollaru, přímo ovlivňuje jeho relativně stabilní kurz vůči americkému dolaru. V ekonomických kruzích se Liden Dollar stal objektem zájmu především z hlediska zdanění. Legislativně není totiž v řadě zemí, včetně České republiky zcela jednoznačné, jak by se měly příjmy z Virtuálních světů zdaňovat, v případech, nejde-li o klasické příjmy za reklamu a podobně.¹¹

Kombinace garancí společnosti Linden Lab zaručující uživatelům autorská práva na obsah vytvořený ve virtuálním světě a vznik legální měny Linden Dollaru umožnila vznik společností, podnikajících v tomto prostředí, ať už se jedná o společnosti s předchozím působením na reálných trzích, nebo o firmy a organizace založené pouze ve virtuálním prostředí. Toto konstatování má však své omezení v podobě bank. Ty mohou v prostředí Second Life provozovat své pobočky pouze v případě, že mají řádnou registraci v některém ze států reálného světa. K datu 22. ledna 2008 byla s okamžitou platností ukončena činnost virtuálních finančních ústavů, které toto pravidlo nedodržovaly.¹²

Co se týče bank, provozujících svou činnost v České republice, expandovala do virtuálního světa například Reifeisenbank. Ta se spolu s eBankou stala v roce 2008 první retailovou bankou, která otevřela svou pobočku v českém městě Bohemia světa Second Life. Pobočka se nachází v historické části Bohemia City, tedy stejně jako v reálném světě, kde jsou pobočky banky na frekventovaných místech v historických centrech měst. Pobočka nyní bude působit především jako reprezentační místo

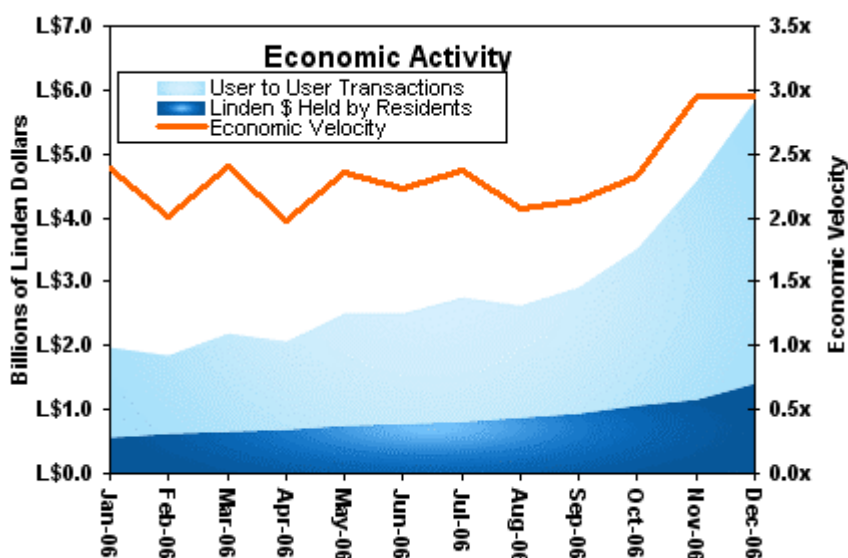
¹¹ ROBERT, Freedman. *Ow to Make Real Money in Second Life : Boost Your Business, Market Your Services, and Sell Your Products in the World's Hottest Virtual Community*. [s.l.] : McGraw Hill Professional, 2007. 288 s. ISBN 0071508252.

¹² ROBERT, Freedman. *Ow to Make Real Money in Second Life : Boost Your Business, Market Your Services, and Sell Your Products in the World's Hottest Virtual Community*. [s.l.] : McGraw Hill Professional, 2007. 288 s. ISBN 0071508252

Raiffeisenbank a eBanky. „V této chvíli zkoumáme možnosti, jakým způsobem nabízet finanční služby v tomto virtuálním světě, které by Avatarům umožnily řešit veškeré své finanční potřeby podobně jako v reálném světě. I z tohoto důvodu je virtuální pobočka členěna podobně jako skutečné pobočky banky – tedy informační prostor, clientský prostor, pokladna apod.“ uvedl vedoucí marketingové komunikace Raiffeisenbank Marek Kontriš. Avataři tak ve virtuální pobočce mohou prozatím získat informace o reálných produktech banky.¹³

Ilustraci ekonomického rozvoje dokládají níže uvedené grafy:

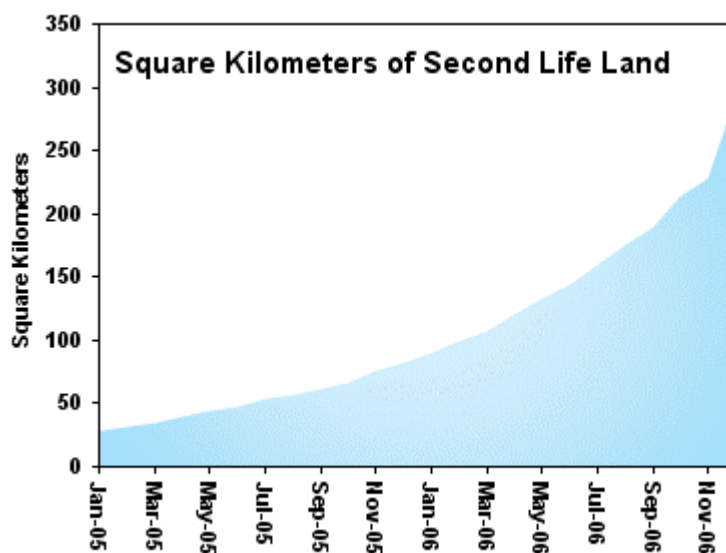
Graf č. 1: Vývoj ekonomické aktivity Second Life v jednotlivých měsících roku 2006.



Zdroj: *Second Life : Economic Statistics (Raw Data Files)* [online]. 2008 [cit. 2009-02-24]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/statistics/economy-data.php>>.

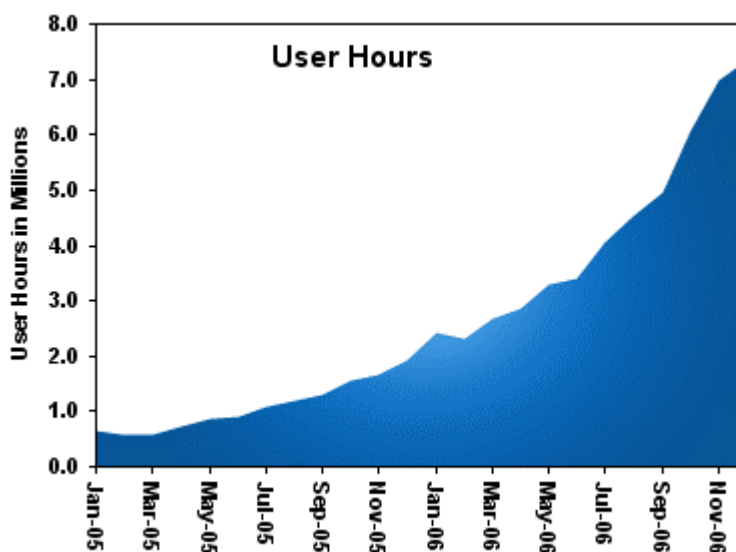
¹³ *Tisková zpráva : RAIFFEISENBANK JE PRVNÍ BANKOU S POBOČKOU V SECOND LIFE* [online]. 19.3.2008 [cit. 2009-01-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.rb.cz/attachements/pdf/informacni-servis/media/tiskove-zpravy/tiskove-zpravy-2008/raiffeisenbank-je-prvni-bankou-s-pobockou-v-second-life.doc>>.

Graf č. 2: Vývoj prodeje pozemků ve virtuálním prostředí Second Life v období leden 2005 až prosinec 2006:



Zdroj: *Second Life : Economic Statistics (Raw Data Files)* [online]. 2008 [cit. 2009-02-24]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/statistics/economy-data.php>>.

Graf č. 3: Počet hodin strávených uživateli v Second Life, v milionech hodin v období od ledna 2005 do ledna 2006.



Zdroj: *Second Life : Economic Statistics (Raw Data Files)* [online]. 2008 [cit. 2009-02-24]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/statistics/economy-data.php>>.

Ačkoliv je Second Life často některými označováno za virtuální hru, není toto označení zcela přesné. Neexistují zde žádné body, výherci, či poražení, dovedností úrovně, strategie, ani jiné charakteristické rysy většiny počítačových her. Nicméně v tomto prostředí lze hry přímo vytvářet, což přináší velký potenciál do budoucna.

V polovině roku 2008 bylo v Second Life registrováno 13 miliónů účtů, ačkoliv většina z nich byla neaktivních, jelikož si někteří residenti zakládali i několik účtů najednou. Z tohoto důvodu v podstatě neexistují přesná čísla o počtu aktuálních uživatelů. Z výzkumu prováděného v lednu 2008 vyplynulo, že residenti strávili v tomto měsíci 28 274 505 hodin ve světě Second Life, z čehož bylo vypočítáno, že průměrně v jakoukoliv chvíli bylo připojených cca. 38 000 residentů. Význam tohoto údaje podtrhuje i skutečnost, že Second Life není jediným virtuálním světem a mezi jeho

konkurenty můžeme počítat obdobné projekty, jako například IMVU, There, Active Worlds, nebo například Kaneva.¹⁴

3.2. Uživatelské prostředí

Jak již bylo dříve zmíněno, uživatelé virtuálního světa Second Life jsou v tomto prostředí nazýváni Residenty. Každý z nich si v průběhu registrace vybere svého avatara, což je postava, za níž se v Second Life vydává. Každý má na výběr z několika vzhledů člověka všech ras a obojího pohlaví, přičemž si lze přizpůsobovat fyzické vlastnosti dle svého uvážení. Lze si tedy vybrat, jestli chceme, aby náš avatar charakterizoval naši osobnost, nebo zda využijeme anonymity internetu a budeme se vydávat za někoho jiného, což je velice častým jevem. Mnoho uživatelů si také zpravidla registruje více účtů, což bylo do května 2006 zatíženo menším poplatkem. Nicméně od tohoto data již neexistuje žádné kvantitativní omezení, co se týče počtu registrovaných účtů na jednu fyzickou osobu.¹⁵

Zatímco vzhled avatara je možno díky zmíněným možnostem v Second Life změnit tak, aby byl absolutně odlišný od jeho uživatele, anonymita uživatelů je však v zásadě mnohem méně zaručena, než je tomu v jiných obdobných aplikacích. Některé ze služeb poskytovaných prostřednictvím Second Life v reálném světě přímo vyžadují od svých zákazníků sdělení jejich skutečných jmen, či jiných osobních dat a to i pro účely třetích stran. Uživatelé však mají vždy právo toto odmítnout, nebo využít služeb konkurence, která nic takového nepožaduje. V případě, že některý uživatel vytvoří ve

¹⁴ *SecondLife : The Marketplace* [online]. 2008 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/whatis/marketplace.php>>.

¹⁵ *Second Life : Create an Avatar* [online]. 2008 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/whatis/avatar.php>>.

virtuálním světě nějaký objekt, je tento výtvar chráněn autorským právem. U každého výtvaru lze v několika jednoduchých krocích zjistit, kdo za ním stojí.¹⁶

Z hlediska funkčnosti je důležitým pojmem group, neboli skupina. Jde o skupiny uživatelů, kteří se sdružují z různých důvodů. Buď z pocitu sounáležitosti, například národnostní, nebo z čistě praktických důvodů. Tím mohou být například místa, na něž se dostane uživatel právě, pouze pokud náleží do příslušné skupiny. Toto je využíváno například v rámci placených výukových programů. Vytvořit novou skupinu může každý, což je však zpoplatněno. Přístup do jednotlivých skupin může být také zatížen úhradou poplatku, jehož výše závisí na uvážení zakladatele této skupiny.¹⁷

Od počátku existence projektu Second Life fungoval jako hlavní zdroj komunikace takzvaný textový chat. Chat je krátká komunikace nebo rozhovor dvou nebo více lidí prostřednictvím komunikační sítě. Uskutečňuje se vždy v reálném čase. V užším smyslu se při chatu komunikuje formou psaného textu. V SL existují dva hlavní druhy chatu. Prvním je tzv. lokální chat. Jde o možnost komunikace mezi dvěma a více avatary. Tato konverzace je „textově slyšitelná“ pouze v dosahu 20 metrů od komunikující skupiny. Pro možnost komunikace je tedy nutné být v blízkosti komunikujících osob. Jde tedy o obdobu chatovacích místností. Druhým z těchto dvou základních způsobů komunikace je chat tzv. globální chat, také nazývaný Instant messaging, pro nějž se užívá zkratka IM. Jde o chatovou komunikaci mezi osobami, které jsou zaregistrovány do různých skupin. Nezáleží tedy na vzdálenosti mezi komunikujícími osobami, ale na tom, v jaké je který uživatel zaregistrován skupině. Komunikace na této bázi probíhá na několika komunikačních kanálech. Tím základním

¹⁶ *Second Life : Membership, Land and Pricing* [online]. 2009 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/whatis/pricing.php>>.

¹⁷ RYMASZEWSKI, M., et al. *Second Life: The Official Guide*. 1st edition. [s.l.]: John Wiley & Sons, 2006. 342 s. ISBN 047009608X.

je otevřený kanál, označený jako kanál 0. Pro možnost soukromé komunikace je však možno využít několika miliard kanálů, což známe například z využití krátkovlnných vysílaček. Od verze aplikace Second Life označené 1.18.1.2. je komunikace mezi uživateli rozšířena o možnost využití zvuků, respektive hlasu. Za pomoci vstupního zařízení, tedy mikrofonu, je možno komunikovat s ostatními uživateli v podstatě, jako bychom s nimi byli v jedné místnosti, nebo na jednom místě. I hlasová komunikace existuje ve dvou základních variantách, stejně, jak je tomu u chatu, tedy buď v rámci jednoho místa, přičemž slyšitelnost je omezena vzdáleností 20 m, nebo v rámci skupiny, kdy na vzdálenosti mezi komunikujícími nezáleží. V této souvislosti je však nutno zmínit, že si komunikující dávají větší pozor, před kým a s čím se svému okolí svěřují. Ačkoliv je hlasová komunikace mnohem rychlejší a pohodlnější, přece jen při psaném projevu si autor nejdříve rozmyslí, co a jak chce napsat, zváží možná rizika a jiné aspekty, které by jej mohli nějak poškodit. Možnost komunikace se však neomezuje pouze na avatary. Vydávat zvuky, či jinak komunikovat mohou i předměty, vytvořené v tomto prostředí. Ty jsou slyšitelné až do vzdálenosti 100 metrů.¹⁸

Avataři se ve virtuálním prostředí Second Life pohybují především prostřednictvím chůze. Možný je i běh, na delší vzdálenost je však nejvyužívanějším druhem pohybu let. Ten je možné vykonávat bez jakýchkoliv dalších speciálních pomůcek či doplňků. Rychlost letu je cca. 34 km/h. Dalším způsobem, jak se v rámci virtuálního světa pohybovat je pomocí dopravních prostředků, ať už přímo řízených uživatelem, jako jsou automobily, letadla, lodě, atd., nebo pomocí dopravních prostředků, řízených skripty, resp. programem, které můžeme přirovnat k naší veřejné hromadné dopravě. Pro cestování mezi jednotlivými regiony, rozumějme ostrovy, je nutností využívání takzvaného teleportu. Jedná se o obdobu vědecko-fantastického přenosu celé osoby z místa na místo. V prostředí Second Life však postačí najít na mapě buď pomocí vyhledávače, nebo prostřednictvím konkrétní souřadnice uložené

¹⁸ *Category: LSL Chat : Second Life Wiki* [online]. 2007 , 24.10.2008 [cit. 2009-01-13]. Dostupný z WWW: <http://wiki.secondlife.com/wiki/Category:LSL_Chat>.

uživatel, takzvané Landmark konkrétní místo a příkazem k teleportu se na dané místo přenést. Landmark lze uložit, resp. vytvořit na jakémkoliv místě, pro pozdější návrat, jak je tomu například u záložek v internetových prohlížečích.¹⁹

Vstupní metody pro pohyb a manipulaci v Second Life používají stejné základní principy jako většina počítačových her a vývojového 3D software. Vstupní metoda pohybu se dělí do dvou skupin. Z perspektiv třetí osoby je pohyb ovládán klávesami šipek: šipka nahoru vede avatara kupředu, šipka dolů zpět, šipka doleva jej vede vlevo a ukazatel doprava nechá avatara zahrnout v příslušném směru. Pohled je ovládán myší. Avatar zaměří svůj pohled a směr chůze podle toho, kam směřuje kurzor myši. Při tomto vedení avatara je možno použít alternativní klávesy směru pohybu, W směrem vpřed, A zpět a klávesy S a D vedou avatara doleva, resp. doprava. Tyto principy ovládání jsou dodrženy i při letu, přičemž let se aktivuje klávesou Page Up (PgUp), resp. Page Down (PgDn) k přistání, nebo tlačítkem nazvaném flying button, které je na ploše klientského rozhraní. Nejnovější klientské aplikace Second Life dovolují ovládat avatara pomocí joysticku.²⁰

Ačkoliv je základní registrace a vytvoření avatara zcela zdarma, je potřeba zmínit i takzvanou Premium registraci. Ta umožňuje svým uživatelům si pronajímat nebo dokonce vlastnit pozemky. Tato skutečnost nabízí možnost staveb na tomto vlastním území. Pronájem určitého pozemku se pohybuje v ceně od 5 do 195 USD za měsíc, přičemž závisí na jeho velikosti. Jinými slovy se jedná vždy pouze o pronájem určitého území, uživatelé daný pozemek nekupují a nemají možnost jej pak případně dále prodat.

¹⁹ RYMASZEWSKI, M., et al. *Second Life: The Official Guide*. 1st edition. [s.l.]: John Wiley & Sons, 2006. 342 s. ISBN 047009608X.

²⁰ *Category: LSL Movement : Second Life Wiki* [online]. 2008 , 24.10.2008 [cit. 2009-01-13]. Dostupný z WWW: <http://wiki.secondlife.com/wiki/Category:LSL_Movement>.

Vedle výše popsané možnosti, jak získat vlastní území existuje i cesta koupě pozemku, označované jako Private Estate, tedy soukromý majetek. Jde o nákup pozemků přímo od provozovatele virtuálního světa. Tyto pozemky podléhají zcela jiným pravidlům a cenovým podmínkám. Jejich prodej je přípustný pouze jedné konkrétní osobě, respektive uživateli, na rozdíl od výše popsané možnosti pronájmu pozemků, na které se mohou podílet i skupiny jednotlivců. Konkrétní majitel má právo na svých pozemcích stanovit správce, majetkové nebo územní členy, kteří, na rozdíl od pronájmu, nemusí mít aktivován prémiový účet. Takto nakoupené pozemky mohou být spojeny do větších územních celků, nazývaných regiony. Takto nakoupené pozemky zůstávají zcela v majetku kupce a původní prodejce a provozovatel Second Life, společnost Linden Lab nezasahuje do případných sporů, které mohou vzniknout mezi majiteli těchto pozemků a ostatními residenty. Například v případě, že majitel tohoto pozemku prodá některou z jeho částí, nebo rovnou celý, za což dostane od kupce řádně zaplacen. Původní prodávající si však prodej rozmyslí, přičemž z celého prodeje sejde a obdržené peníze původnímu zájemci vrátí. V tomto případě neexistuje ze strany Linden Lab žádný právní postih vůči původnímu prodejci. Jak již bylo zmíněno, může majitel regionu nabízet ostatním residentům pozemky a sám rozhodne o tom, zda zdarma, nebo za poplatek, respektive nájem. Cena za nákup regionu, tedy pozemku o velikosti 65536m² je 1000 USD. Majitel regionu musí počítat i s poplatkem za takzvanou údržbu, který je 295 USD a je účtován za každý následující měsíc. Jakmile si resident koupí pozemek, smí jej volně dále prodávat, a využívat jej pro jakékoliv účely, které však nejsou v rozporu s podmínkami poskytování služeb Second Life, známé také pod zkratkou TOS.²¹

²¹ ROBERT, Freedman. *Ow to Make Real Money in Second Life : Boost Your Business, Market Your Services, and Sell Your Products in the World's Hottest Virtual Community*. [s.l.]: McGraw Hill Professional, 2007. 288 s. ISBN 0071508252

Další možností, kterou mají zájemci o koupi vlastního pozemku, jsou aukce, které se konají nepravidelně a na různých místech, dle uvážení a domluvy prodejců, respektive realitních makléřů, kteří ve virtuálním světě také existují.²²

3.3. Další využití

Jedním z hlavních charakteristických rysů Second Life je skutečnost, že většinu tohoto virtuálního světa nevytváří jeho provozovatel, tedy společnost Linden Lab, ale sami uživatelé. Každý z nich si může pomocí 3D modelovacího nástroje, který je součástí klientské aplikace, vytvořit virtuální objekty, jako například budovy, dopravní prostředky, nábytek, či ostatní věci určené k prodeji, nebo obchodu. Právě toto je primární zdrojem aktivity virtuální ekonomiky. Samozřejmostí je také využití externích grafických a animačních nástrojů, jejichž výtvořiny lze do virtuálního světa importovat. Second Life obsahuje i skriptovací jazyk, nazývaný Linden Scripting Language, pro nějž se využívá zkratka LSL a je používán programování autonomního chování objektů, jako jsou dveře, které se po otevření samy zavřou a podobně. Residenti si mohou skriptovat i své výtvořiny. Jakkoliv je prostředí virtuálního světa svobodné v ohledu na vytváření nových objektů, ze strany Second Life je vytvářeno veliké úsilí k dodržování principu exkluzivity vytvořené obsahu. Jakmile resident vytvoří některý objekt, nabývá k němu autorských práv, jak je známe. Autor jej může jednoduchým nastavením chránit proti kopírování, přepsání, proti provádění jakýchkoliv změn, nebo dokonce proti dalšímu prodeji. Každý objekt je digitálně popsán informací o tom, kdo a kdy jej vytvořil a zda jej lze volně kopírovat či dále šířit, případně kolik je jeho cena v případě zájmu o koupi.²³

²² ERIC, Reuters. *Reuters Second Life : Linden plans resident-to-resident land auctions* [online]. 17.9.2007 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.reuters.com/stories/2007/09/14/linden-plans-resident-to-resident-land-auctions/>>.

²³ RYMASZEWSKI, M., et al. *Second Life: The Official Guide*. 1st edition. [s.l.]: John Wiley & Sons, 2006. 342 s. ISBN 047009608X.

Ve virtuálním světě je samozřejmostí i realizace rozličných uměleckých děl. Jejich prezentace, respektive zveřejňování probíhá především prostřednictvím různých iniciativ. Modelovací nástroje umožňují umělcům vytvářet zcela nový druh umění, který by byl v reálném světě naprosto nemožný vzhledem k fyzikálním zákonitostem a finančním možnostem. Virtuální díla je možno shlédnout ve více než 2000 muzeích, rozestých po celém virtuálním světě. Hlavními předměty uměleckého zájmu jsou samozřejmě různé sochy, případně obrazy či fotografie. Velice oblíbené jsou však i hudební prezentace, přičemž vznikly i první „virtuální hudební skupiny“, jako například britská skupina Redzone, která měla své první virtuální turné v únoru 2007. Samozřejmostí je i rozhlasové vysílání, kterého se účastní i stanice Českého rozhlasu Leonardo.²⁴ Z kulturního dění není vyloučeno ani živé divadlo. Například skupina, nazývaná The SL Shakespeare Company představila své provedení hry Wiliama Shakespeara Hamlet koncem roku 2008, přičemž první scéna byla veřejnosti představena jako upoutávka na toto představení již v únoru 2008.²⁵

Vedle soukromých firem, které využívají virtuální prostředí ke své vlastní propagaci, potažmo přímé reklamě, rozhodly se tento potenciál využít i některé státy. Prvním z nich, který si otevřel v Second Life ambasádu, byly Maledivy. Učinily tak na ostrově, příznačně nazvaném „Diplomacy Island“, na němž se nachází také muzeum diplomacie. Návštěvníci tohoto ostrova se mohou například tváří v tvář setkat s počítačovou simulací ambasadora, který odpoví na všechny jejich dotazy ohledně problematiky víz, zahraničního obchodu a další. Tento ostrov byl založen DiploFoundation, která je součástí projektu Virtual Diplomacy Project. V květnu 2007 Švédsko, jako druhá země založila rovněž ambasádu, jejíž provoz zajišťuje Švédský institut. V tomto případě jde v první řadě o projekt, který má za cíl především

²⁴ Český rozhlas vstupuje do Second Life [online]. 22.10.2007 [cit. 2009-01-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.secondlife.cz/cesky-rozhlas-vstupuje-do-second-life>>.

²⁵ The SL Shakespeare Company : About Us [online]. 2007 [cit. 2009-01-14]. Dostupný z WWW: <<http://slshakespeare.com/pages/about>>.

představení Švédské kultury a přírody, nežli zajišťování jakýchkoliv skutečných, nebo virtuálních služeb. V září 2007 byla oznámena realizace ostrova Srbska, jako součást realizace projektu Serbia Under Construction. Tento projekt je formálně zaštiťován Srbskou vládou. Součástí ostrova by mělo být muzeum Nikolase Tesly a samozřejmostí je i otevření informačního terminálu samotné srbské vlády. Projekt vznikl, podobně jako je tomu v případě Švédska, na oficiální podporu prezentace země, ale také za účelem pořádání virtuálních kulturních akcí. 4. prosince 2007 bylo Estonsko třetím státem, který otevřel svou oficiální ambasádu. Ještě v průběhu roku 2007 se připojila i Kolumbie a v roce 2008 otevřely své pobočky na ostrově Diplomacy Island, Makedonie, Filipíny a Albánie. V lednu 2008 se veřejnosti Second Life představil i židovský stát Izrael, nicméně tato akce byla bez jakéhokoliv spojení s oficiálními Izraelskými diplomatickými kanály.²⁶

3.4. Vzdělání

V roce 2006 vznikl trend spojování konsorcií, která společně nakupovala celé regiony se zaměřením na vzdělávání. Nakoupené regiony byly pak dále děleny na menší části, a pronajímány univerzitám a jiným subjektům provozujícím vzdělávací projekty. Typickým příkladem je na příklad region zvaný Info Island, a New Media Consortium Campus, pro nějž se užívá zkratky NMC. Tento konsorciální model, jak je nazýván, zpřístupnil možnost realizace výuky stovkám institucí.²⁷

²⁶ *Virtual Diplomacy* [online]. 2007 [cit. 2009-01-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.diplomacy.edu/VD/SL/default.asp>>.

²⁷ *Virtual Environments Enable New Models of Learning* [online]. 2008 [cit. 2009-01-16]. Dostupný z WWW: <<http://secondlifegrid.net/slfe/education-use-virtual-world>>.

3.4.1. Univerzity

Jak již bylo v úvodu práce naznačeno, je virtuální prostředí Second Life velice často využíváno vysokými a středními školami. Existuje přes 100 regionů, užívaných ke vzdělávacím účelům zahrnující rozmanité obory. Dle průzkumu společnosti Eduserv 80 % vysokých škole Velké Británie využívá virtuální prostředí Second Life pro účely výuky. Toto prostředí využívá více než 300 univerzit z celého světa, mezi nimiž můžeme jmenovat The university of Queensland, The University of Florida, The Hong Kong Polytechnic University of Louisville, Princeton, Rice University, Babson College, Coventry University, University of Derby, Vassar College, University College Dublin, Harvard, Saint Joseph's University, University of North Carolina at Chapel Hill, Bowling Green State University, Ohio University, New York City College of Technology, New York University, Ithaca College, University of Houston, University of Colorado, Central Michigan University, Michigan Technological University, Case Western Reserve University, Stanford, Delf University of Technology.²⁸

Jak je z předchozího odstavce zřejmé, většina vysokých škol, užívající pro výuku virtuálního prostředí především univerzity ze Spojených států Amerických a Velké Británie. Stranou však nezůstávají ani České vysoké školy. Jak již bylo v úvodu zmíněno, například Masarykova univerzita a Západočeská univerzita v Plzni využili tohoto prostředí v roce 2008 pro svou prezentaci formou dne otevřených dveří. Úplně první fakultou, která se v Second Life představila, byla Národohospodářská fakulta vysoké školy ekonomické v Praze a stalo se tak 18. Ledna 2008. První půlhodinu prezentovali zástupci školy možnosti a výhody studia na VŠE a druhá půlhodina setkání byla věnována dotazům. Anonymní prostředí virtuálního světa utlumilo ostych publika a některé dotazy velmi dobře prověřovali připravenost přednášejících.²⁹

²⁸ *Eduserv Research : Snapshots of Second Life use in UK HE and FE* [online]. 2007 [cit. 2009-01-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.eduserv.org.uk/research/studies/slsnapshots>>.

²⁹ *Co se dělo v Second Life – leden 2008* [online]. 2008 [cit. 2009-01-16]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/co-se-delo-v-second-life-leden-2008>>.

Ačkoliv není již prostředí virtuálního světa českým vysokým školám zcela neznámé, nejdále v jeho využití v rámci výuky zašla prozatím pouze Univerzita Palackého v Olomouci, respektive její Filozofická fakulta. Nejdříve byla uspořádána 17. února 2008 beseda o možnostech reálného studia na této instituci. Besedu vedla proděkanka pro studium PhDr. Jaroslava Honová, reprezentovaná avatarkou Vlastou Ansar. Na této besedě byly především podány informace k přijímacímu řízení, připomenuty důležité termíny, objasněn charakter přijímacích zkoušek, a poskytnuty konzultace k výběru studijních oborů, přičemž byly zodpovězeny dotazy přítomných. Na základ úspěchu této propagační akce bylo rozhodnuto o otevření první virtuální vysokoškolské budovy v rámci světa Second Life této fakulty, která stojí v nové části českého města Bohemia, v blízkosti virtuální kopie vily Tugendhat. Na programu otevřicího ceremoniálu bylo samozřejmě krátké představení Filozofické fakulty a univerzity v Olomouci, následované cca 20ti minutovou besedou s účastníky setkání. Cíle filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci jsou podobné cílům výše zmiňovaných zahraničních univerzit. Virtuální budova neslouží pouze jako prezentace FF UP, ale postupně do ní bude přesouvána výuka vybraných kurzů. Sídlo FF UP bude rovněž významným kanálem mezinárodní vědecké spolupráce. Předpokládá se také organizování mezinárodních konferencí, prezentace studentských prací a mnoho dalších aktivit dle zaměření a chuti akademiků i studentů FF UP. V lednu roku 2009 proběhlo školení pracovníků FF UP v Second Life a do Bohemie poté postupně začnou přicházet první studenti. Pro letní semestr 2009 byl vypsán výběrový výzkumný seminář Virtual Work, jehož sylabus je možno najít na internetových stránkách www.kae.upol.cz. Předmětem tohoto semináře bylo zkoumání možností řízení virtuálních týmů v prostředí virtuálního světa Second Life. Účastníci tohoto kurzu byli vybíráni podle osobnostních charakteristik a míry orientace v SL. Předpokladem je vysoká zodpovědnost a samostatnost účastníků a samozřejmě znalost angličtiny na komunikační úrovni je také nedílnou podmínkou.³⁰

³⁰ *Vzdělávání míří do Second Life* [online]. 16.12.2008 [cit. 2009-01-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.secondlife.cz/vzdelavani-miri-do-second-life>>.

Významným subjektem na poli distančního vzdělávání v Second Life je britský projekt Open University, nabízející širokou škálu oborů na bázi vysokoškolského a postgraduálního vzdělání. Pro získání diplomu je nutno zúčastnit se jednotlivých kurzů s určitým počtem kreditů. Každý kurz je samozřejmě zpoplatněn, rámcově se jedná o částky od 3 000,- do 30 000,- Kč, v závislosti na vývoji kurzu, neboť ceny jsou uvedeny v anglických librách. Studovat lze rozmanité obory počínaje uměním, jazyky, informační technologie, management, ekonomii, ale také například právo, matematiku a psychologii. Tento projekt využívá virtuálního prostředí jako možnost pro setkání studentů z různých koutů světa, kteří by díky velkým vzdálenostem neměli možnost setkání v pravidelných intervalech výuky, čímž alespoň částečně a velmi relativně odpadá anonymita při této podobě studia, v zahraničí velmi oblíbené. Second Life je ale využíváno i pro vizualizaci v souvislosti s výukou.³¹

3.4.2. Ostatní školy

Krom institucí nabízející výše zmíněné vzdělání, je velice rozšířena struktura jazykových kurzů. Nejčastěji se jedná samozřejmě o výuku angličtiny. V této souvislosti je nutno zmínit se o projektu English Village (EVP). Zakladatelem EVP je Paul Preibish, který vystudoval počítačovou vědu na Simon Fraser University a nyní se věnuje průzkumu a aplikaci vzdělávacích technologií ve virtuální realitě. EVP, který vznikl v lednu 2007 je experimentální virtuální jazyková škola demonstrující vzdělávací možnosti prostředí Second Life. Učitelé a studenti se zde setkávají v reálném čase prostřednictvím avatarů s využitím tabulí, hlasového SW, 3D objektů a autentických prostředí za účelem procvičování situačního jazyka (Holoteaching™). Design budovy této školy odporuje gravitačním zákonitostem a hlavní hala je propojena s třinácti prosklenými učebnami. Tento prostor využívají učitelé pro speciální výukové aktivity. Holoteaching™ je speciální termín v oblasti jazykové výuky ve virtuální realitě, kdy

³¹ *The Open University : Use of the Virtual 3D Immersive Social World known as Second Life to investigate the use of eLearning techniques using virtual student tutorials* [online]. 2008 [cit. 2009-02-10]. Dostupný z WWW:

<<http://www.open.ac.uk/colmsct/activities/details/detail.php?itemId=473d812ff0f54&themeld=48a9748015077>>.

učitelé mají k dispozici autentické prostředí za účelem procvičování situačního jazyka (např. v restauraci, v obchodě, na vlakovém nádraží). Holo-teaching dovoluje učitelům přizpůsobit učebnu svým potřebám. Učebna se tak může změnit na kabinet pro konzultační hodiny se studenty nebo na zasedací místnost pro pracovní setkání. Virtuální škola disponuje také knihovnou, v podobě internetových odkazů, z oblasti vzdělávacích technologií. EVP využívá interaktivní tabule, kam učitelé mohou v podobě power point prezentací nahrát reálné výukové materiály. Interaktivní tabule disponují jednoduchým navigačním nástrojem pro listování prezentací.³²

Druhým nejrozšířenějším jazykem, který je ve virtuálním prostředí vyučován je španělština. Zde patří mezi jedny z největších poskytovatelů těchto kurzů společnost Language Life. Kurz zahrnuje jednu lekci týdně s rodilým mluvčím ve virtuálním Španělském městě v Second Life a jedno nepovinné praktické cvičení. Procvičuje se zde mluva, poslech, čtení a psaní s důrazem na běžnou španělštinu. Studenti se v jednotlivých lekcích učí, jak se chovat v jednotlivých situacích, jak získávat informace, jak se chovat v případě obtížného dorozumívání s rodilými mluvčími. V jednotlivých lekcích cestují studenti virtuálním městem Ciudad Bonita, v němž si sami musejí objednávat jídlo, rezervovat hotelový pokoj, dotázat se na cestu na pláž, na níž se posléze musejí dostavit a jinak spolupracovat s virtuálními herci, speciálně naprogramovaných pro výuku. Výhodou tohoto projektu je skutečnost, že je určen pro úplné začátečníky.³³

Zapomenout bychom neměli na další zajímavý projekt, který oproti zmiňovaným kurzům má jeden výrazný rozdíl. Krom toho, že je zajišťován českou komunitou města Bohemia, je také naprosto pro všechny zájemce, respektive

³² *Vzdělávání v Second Life III. - výuka angličtiny* [online]. 2007 [cit. 2008-01-16]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/vzdelavani-v-second-life-iii-vyuka-anglictiny>>.

³³ *Language Life : Learn Spanish in a Virtual world* [online]. 2008 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW: <http://shop.languagelifespainish.com/epages/es116572.sf/en_US/?ObjectPath=/Shops/es116572_shop/Categories/Feb>.

potencionální studenty zcela zdarma. Výuka angličtiny v Second Life pro residenty registrovaných ve skupině české komunity začala v podobě série kurzů z již v únoru roku 2008. Lektorem byla specialistka na Second Life virtuální kurzy Štěpánka Jůnová. Zájemci o výuku byli rozřazeni do dvou skupin a bezplatná výuka probíhala jednou týdně po dobu jednoho měsíce ve večerních hodinách, první skupina 18:00 – 19:30, druhá skupina 19:30 – 21 hod. Místem výuky bylo střídavě město Bohemia a prostory jazykové agentury Language Lab. V zájmu zachování vysoké kvality výuky byl počet účastníků kurzu omezen na 12.³⁴

Hlavním společným rysem institucí využívajících virtuálního světa Second Life je snaha nabídnout svým uživatelům co možná nejzajímavější formu výuky, doplněnou o interaktivní využití, a to co možná nejširšímu publiku, s co možná nejnižšími náklady. Právě z těchto důvodů je Second Life pro výuku více než vhodné.

3.4.3. Ostatní vzdělávací a vědecké instituce

Mezi další vzdělávací instituce, které využívají virtuálního světa, jsou knihovny. Jejich fungování se v zásadě neliší od běžných kamenných poboček s tím rozdílem, že pokud chce kdokoliv navštívit například některou ze zahraničních knihoven, není nucen nikam cestovat.

Nejznámějším regionem je v této oblasti ostrov Info Island. Knihovny, na něm sídlící obsluhují skuteční pracovníci jednotlivých provozů, kteří jsou k plně k dispozici návštěvníkům, mající zájem o informace, nebo výpůjčky. Je samozřejmé, že případné výpůjčky probíhají také na bázi virtuální služby, zákazník tedy dostane buď odkaz, z něž může po standardní dobu čerpat, respektive číst.

³⁴ *Výuka angličtiny v Bohemii exkluzivně zdarma* [online]. 28.1.2008 [cit. 2009-02-17]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/vyuka-anglictiny-v-bohemii-exkluzivne-zdarma>>.

Jako důkaz vyspělosti české komunity ve virtuálním světě můžeme považovat její podíl i na činnosti v této oblasti. Jako první česká knihovna, se uživatelům představila Regionální knihovna Karviná. Stalo se tak 1. Července, kdy ve městě české komunity Bohemia slavnostně otevřela vlastní budovu. Regionální knihovna Karviná chce využít tohoto média k rozšíření svých služeb. Jejím prostřednictvím mají uživatelé možnost navštívit Informační portál karvinských firem - Infoservis, elektronický obchod Antikvariát, Rešerše, Meziknihovní výpůjční systém (MVS), webové stránky RKK, ale také začíst se do časopisu SOVA, který knihovna vydává. V budoucnu se knihovna chystá poskytovat i další služby, které budou plně využívat přednosti tohoto prostředí jako jsou on-line informace, besedy, výstavy malířů a další podobné akce, které knihovna pořádá v reálném světě. Za svoji činnost byla knihovna již několikrát oceněna jak v rámci českých a slovenských produktů, tak i v rámci Evropy.³⁵

V roce 2007 vznikl projekt s názvem SciLands věnující se vzdělání zaměřeného na vědu a technologie. Organizace, které jsou členy tohoto projektu, společně sdílejí své regiony za účelem vytvoření celého vědeckého kontinentu. Cílem je možnost širší diskuze, respektive komunikace a šíření myšlenek, k čemuž by nedošlo v případě, kdyby tyto regiony byly rozděleny. Dalším cílem je usnadnění přístupu uživatelů virtuálního světa k informacím citovaných oborů. Členy projektu jsou následující významné a známé organizace:

NOAA- Národní úřad pro oceán a atmosféru

National Physical Laboratory – Národní fyzikální laboratoř, USA

NASA - Národní úřad pro letectví a kosmonautiku, USA

³⁵ *Regionální knihovna Karviná : Aktuality* [online]. 2008 [cit. 2009-02-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.rkka.cz/2004/cz.php>>.

Exploratorium - praktické muzeum vědy, umění, a lidské vnímání v San Franciscu, USA.

Elon University - soukromý vzdělávací institut North Carolina, USA

University of Denver - Soukromá univerzita v Rocky Mountain, USA

The Tech Museum - Technické muzeum inovací, USA

Imperial College London – Velká Británie

US National Library of Medicine (NIH) Národní knihovna medicíny, USA

National Space Society – Národní vesmírná společnost, USA

Space Studies Institute – Institut vesmírných studií

Loughborough University, USA

Space Frontier Foundation – organizace pro odstranění hranic vesmíru

Future Focus – Organizace, jejímž cílem je přiblížení vědy vysokým školám a komerčnímu využití, Velká Británie

Texas Wesleyan University – USA

Northern Michigan University - USA

International Spaceflight Museum – Mezinárodní virtuální muzeum kosmických letů³⁶

³⁶ *SciLands Virtual Continent : SciLands Virtual Continent* [online]. 2009 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.scilands.org/about/>>.

4. *Ekonomika virtuálního světa Second Life a její vývoj*

Jedním z důležitých cílů této práce je i prozkoumání ekonomiky virtuálního světa Second Life. K tomu budou využity nejaktuálnější oficiální zprávy společnosti Linden Lab o celkovém stavu ekonomiky, vydané 9. dubna 2009 a zpráva o podrobném vývoji ekonomiky v meziročním porovnání prvního kvartálu roku 2008 a 2009, vydaná 16. dubna 2009.³⁷

V roce 2008 byly v Second Life uskutečněny takzvané user-to-user, tedy mezi uživatelské transakce, v celkovém obratu 350 000 000 USD. Pro rok 2009 je očekáván nárůst tohoto obratu o 100 000 000 USD.

Nejvýdělečnější skupinou obyvatel jsou pronajímatelé virtuálních pozemků, následováni tvůrci virtuálního obsahu neboli programátory a konzultanty.

Navzdory stagnaci reálné ekonomiky jsou klíčové ukazatele virtuální ekonomiky dobré, vykazující zdravý růst. Roste aktivní uživatelská základna, zvyšuje se počet pravidelně se přihlašujících uživatelů, s čímž roste i počet hodin, strávených ve virtuálním světě. Stejně tak je rostoucí tendence v případě obchodování s pozemky a to jak primární (prodej společnosti Linden Lab), tak i sekundární (mezi jednotlivými uživateli).

V březnu letošního roku byl společností Linden Lab proveden v rámci virtuálního světa výzkum mezi firmami, podnikajícími v tomto prostředí, jehož se

³⁷ *The Second Life Economy - First Quarter 2009 in Detail* [online]. 2009 [cit. 2009-04-19]. Dostupný z WWW: <<https://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2009/04/16/the-second-life-economy--first-quarter-2009-in-detail>>.

zúčastnilo 2 645 těchto subjektů, z nichž 767 přes podnikatelskou aktivitu nevlastní žádné virtuální pozemky, přičemž 48% respondentů nepochází přímo ze Spojených států Amerických.

V případě otázky, týkající se vyhlídek, na další vývoj zisků, plynoucích ze Second Life odpovědělo 61 % respondentů, že věří v růst těchto zisků, kdežto 39 % jich je v dané otázce pesimistických.

Další otázka se týkala investic, které firmy plánují pro následující období. 15% respondentů plánuje výrazně zvýšit své současné investice, 16 % pak bude investice zvyšovat pouze mírně oproti posledním šesti měsícům a 37 % respondentů uvažuje o zachování stejné výše investic jako v roce 2008. Na druhou stranu 16% firem v následujících šesti měsících nepočítá s vůbec žádnými výdaji pro následující období, 13 % pak bude investice snižovat. Asi 3% firem uvažuje o odchodu z virtuálního světa.

64 % firem uvedlo, že byla jejich podnikatelská činnost v uplynulém roce zisková, přičemž u 52% z nich činil zisk z virtuálního světa Second Life maximálně 20% jejich celkových zisků. 5 % firem generovalo ve virtuálním světě zisk, odpovídající 20-40 % jejich celkového zisku, 2% společností pak 40- 60 % celkového zisku a pouze 5 % vykazalo „virtuální“ zisk odpovídající 80-100% jejich celkových zisků. Na druhou stranu, 36 % respondentů uvedlo, že jejich podnikatelská činnost buďto nebyla zisková, nebo dokonce skončila ve ztrátě.

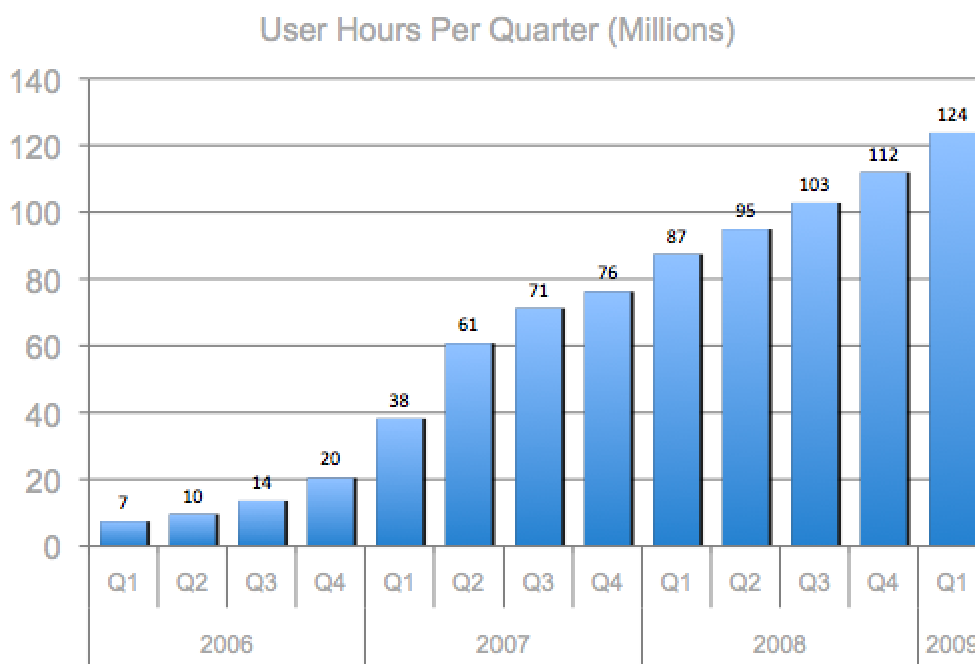
Posledním zkoumaným tématem byla otázka počtu zaměstnanců, které jednotlivé firmy zaměstnávají ve virtuálním světě (nezávisle na reálném světě). Zajímavým zjištěním tak je, že 81 % firem, působících v tomto prostředí nezaměstnává ani jednoho „virtuálního zaměstnance“. 15 % pak zaměstnává 1-5 osob, a 4% šest a více, z toho 2% více než šestnáct zaměstnanců.

Z uvedeného průzkumu vyplývá, že je většina oslovených firem optimistická ve věci dalšího ekonomického vývoje tohoto virtuálního světa, stejně tak většina firem uvedla, že jejich virtuální podnikatelská činnost byla zisková a očekávají další růst, jak investic, tak i příjmů. Z uvedeného také vyplývá, že v by virtuální světy mohly být pro mnohé společnosti, v době současné světové finanční a hospodářské krize, vítanou možností, jak rozšířit paletu své působnosti.

4.1. Ekonomika v 1. Čtvrtletí 2009

Prvním zkoumaným ukazatelem byl čas, strávený přímo ve virtuálním světě jednotlivými uživateli. Ten dosáhl 142 miliónu hodin, což představuje nárůst 42 % oproti stejnému období minulého roku a 11 % nárůst oproti poslednímu čtvrtletí roku 2008, jak ukazuje následující graf:

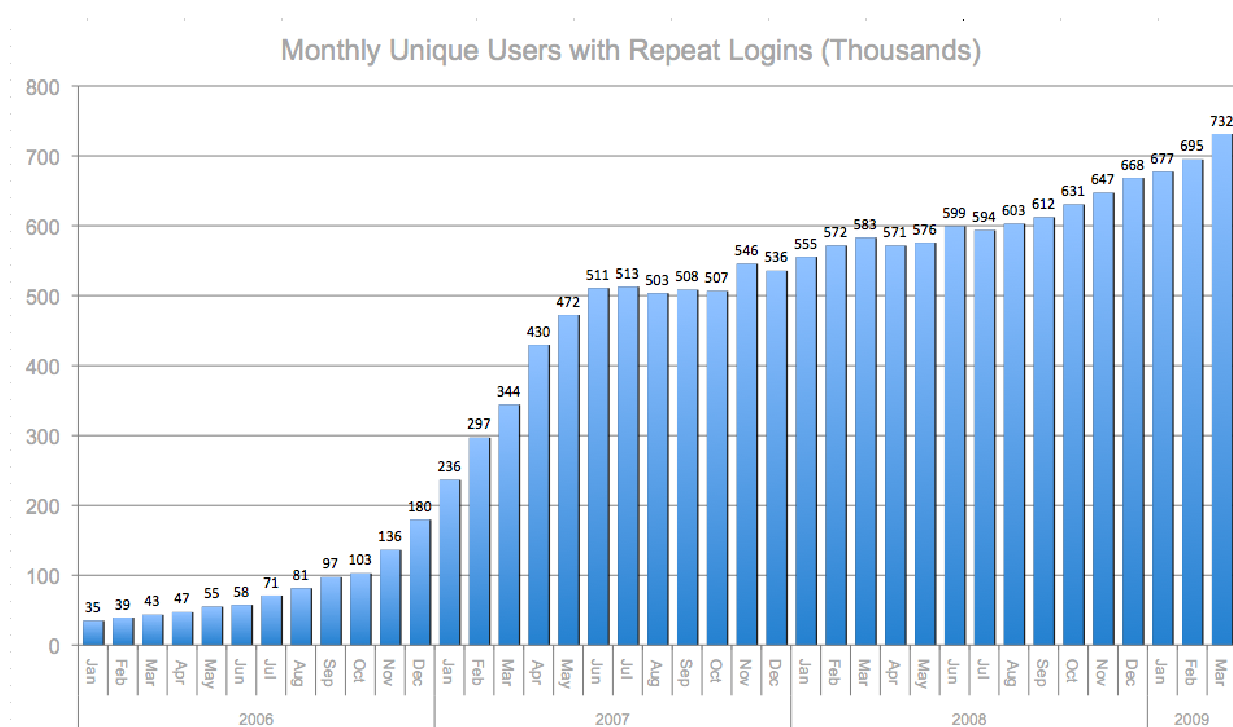
Graf č. 5: Počet uživatelů Second Life v období 2006- 2009



Zdroj: <https://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2009/04/16/the-second-life-economy--first-quarter-2009-in-detail>

V případě měsíčních, unikátních a opakovaných přístupů do virtuálního světa byl v březnu letošního roku zaznamenán počet 732 526 těchto přístupů, což je nárůst o 25 % oproti březnu minulého roku a 9 % nárůst oproti poslednímu měsíci téhož období.

Graf č. 6: Unikátní přístupy uživatelů Second Life v období 2006 - 2009

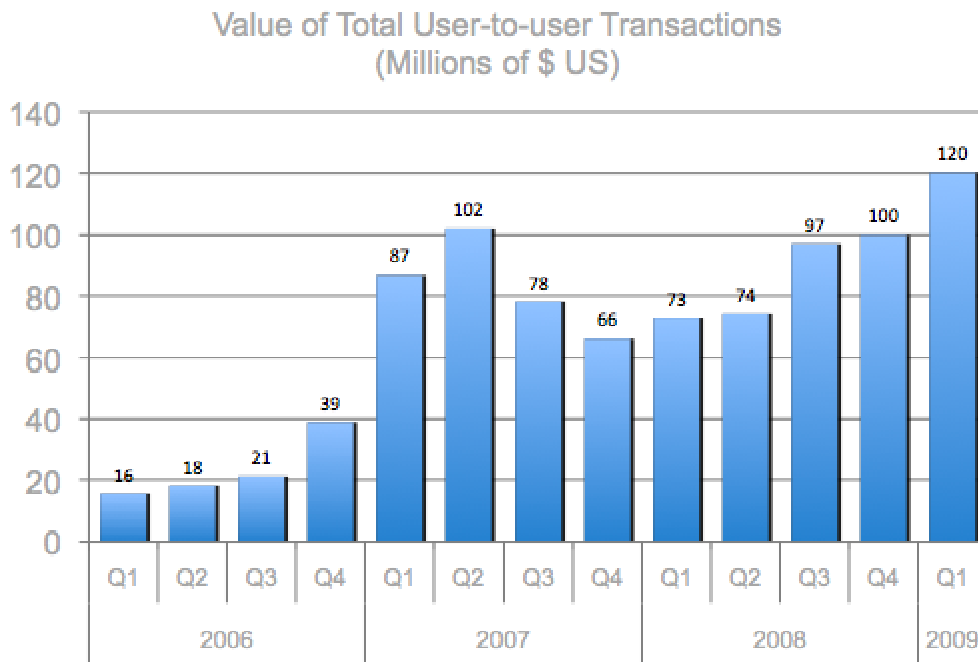


Zdroj: <https://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2009/04/16/the-second-life-economy--first-quarter-2009-in-detail>

Uživatelé virtuálního světa utratili v prvním čtvrtletí roku 2009 120 000 000,- USD za zboží a služby, nabízené v Second Life, což je o 65 % více, než tomu bylo v prvním čtvrtletí minulého roku a o 18% oproti druhému čtvrtletí roku 2007, což bylo

doposud historicky nejlepší období z tohoto úhlu pohledu. Tato skutečnost je vzhledem k průběhu světové finanční a hospodářské krize jistě zajímavá.

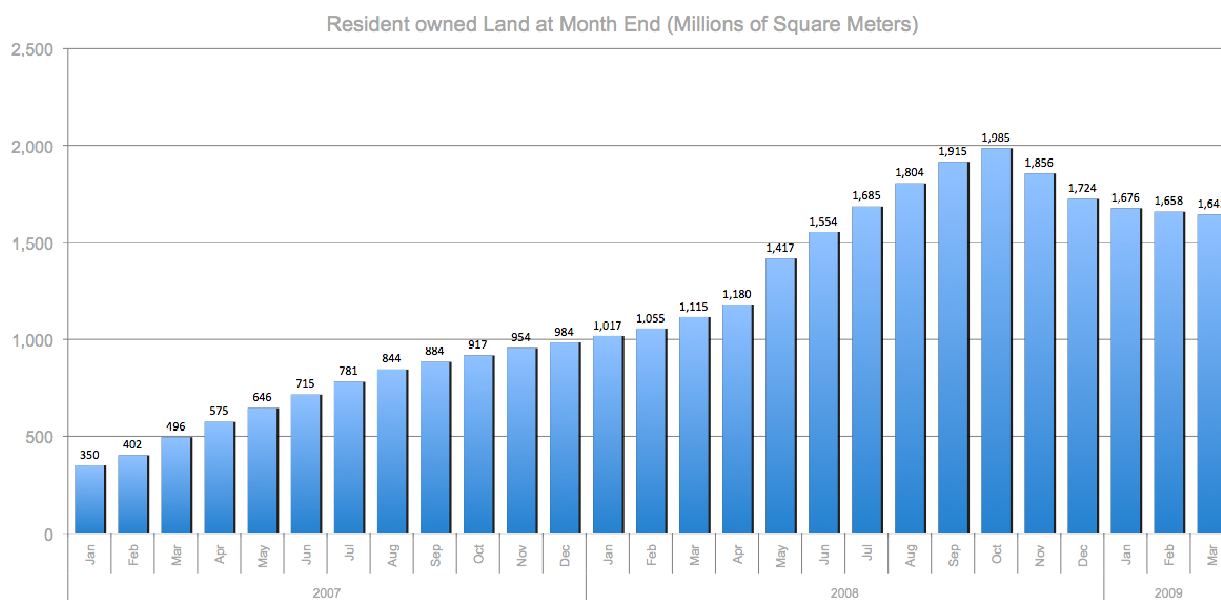
Graf č. 7: Hodnota transakcí mezi uživateli Second Life v období 2006- 2009



Zdroj: <https://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2009/04/16/the-second-life-economy--first-quarter-2009-in-detail>

V přehledu vlastnictví pozemků můžeme vidět zhruba 5% pokles, oproti prosinci roku 2008, zapříčiněný zvýšením cen, které vyvolala společnost Linden Lab. Uživatelé byli v řadě případů přehodnotit své záměry ohledně vlastnictví pozemků. Vývoj od roku 2007 je nastíněn v níže uvedeném grafu.

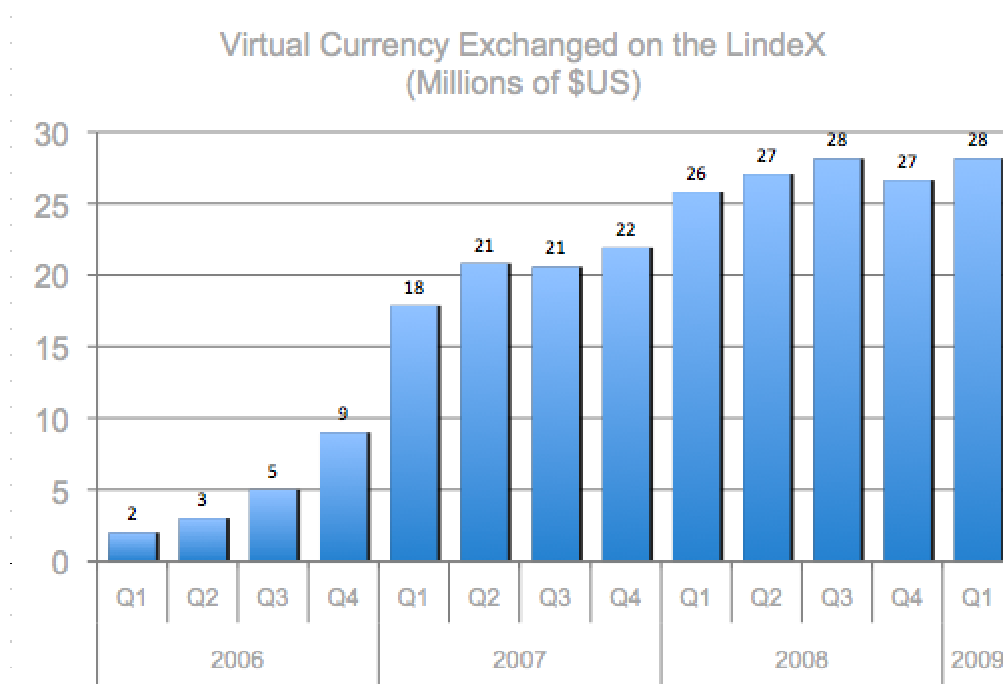
Graf č. 8: Vývoj vlastnictví pozemků uživatelů ASecond Life v období 2007- 2009



Zdroj: <https://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2009/04/16/the-second-life-economy--first-quarter-2009-in-detail>

Další sledovaným trendem je vývoj obratu oficiální směnárný LindeX, kde je možno směnit reálnou měnu za virtuální. Tato obchodní aktivita v prvním čtvrtletí 2009 vzrostla o 6%, oproti stejnému období minulého roku a LindeX zaznamenala obrat 28 000 000 USD. Vývoj od roku 2006 znázorňuje níže uvedený graf.

Graf č. 9: Vývoj obratu směnárny LindeX v období 2006-2009



Zdroj: <https://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2009/04/16/the-second-life-economy--first-quarter-2009-in-detail>

4.2. Zkratky a poplatky

Vzhledem ke své specifičnosti virtuálního světa Second Life je nutno definovat také zkratky a termíny v něm běžně používané.

Adfarm – parcela, obsahující úmyslně ošklivé reklamní poutače, jejichž účelem je snížení cen okolních parcel. Po několika protestech residentů bylo toto počínání označeno jako porušování standardních podmínek, pro něž se užívá zkratka TOS.

Alt – Označení pro alternativní účet, respektive alternativního avatara, vytvořeného jedním uživatelem.

Anim – Zkratka pro animaci neboli skript, který dovoluje avatarovi zaujímat jednotlivé pózy, nebo vykonávat složitější pohyby, jako jsou tanec a různá gesta.

AR – neboli Abuse Report, což označuje hlášení, zasílané uživateli administrátorům virtuálního světa při porušování standardních podmínek, známých pod zkratkou TOS. Jde o obdobu hlášení, známého například při problémech s operačním systémem.

AV, AVI, AVIE, nebo AVA – všemi těmito zkratkami je označována postava uživatele v Second Life, tedy avatara.

FIC – Feted Inner Core, je označení pro skupinu úspěšných uživatelů, u kterých se má za to, že jsou podporováni přímo společností Linden Lab, majiteli pozemků, nebo jinými vlivnými společnostmi působící ve virtuálním světě.

FL – neboli first life, což je zkratka pro označení reálného života uživatelů

Griever- označení pro residenta, napadající ostatní uživatele hrubým způsobem, zanechávajícím velké množství předmětů na cizím území (označované jako smetí), nebo jinak rušícím ostatní residenty.

Group – neboli skupina, do níž se sdružují jednotliví uživatelé za různými účely.

HIP- neboli Help Island Public, je jedním ze dvou oblastí, v němž si mohou nově registrovaní uživatelé vyzkoušet možnosti virtuálního světa Second Life. Tuto oblast nemusí povinně navštívit každý nově registrovaný uživatel (na rozdíl od Orientation Island).

IM- zkratka pro globální komunikaci, buď textovou, formou chatu, nebo hlasovou, obojí však v rámci registrovaných skupin.

L\$ - Zkratka měny virtuálního světa Second Life, jehož název je Linden Dollar.

LL- Zkratka společnosti Linden Lab, provozovatele Second Life

LM – Zkratka pro Landmark, neboli označení souřadnic konkrétního místa v Second Life, které si je možno uložit.

Log - Zkratka pro přihlášení se do aplikace

LSL – neboli Linden Scripting Language je programovací jazyk využívaný pro programování v prostředí Second Life

MDC – zkratka Metaverse Development Company, což je označení firem, využívajících služeb virtuálního světa pro účely podnikání v reálném světě, jedná se především o reklamu a podobné PR aktivity.

Mentor – Uživatel Second Life, který spolupracuje se společností Linden Lab, odpovídající na dotazy ostatních uživatelů, týkajících se tohoto prostředí. Mentor je ostatními uživateli aktivně vyhledáván.

OI – Orientation Island, neboli orientační ostrov je výukové prostředí, v němž začínají všichni nově registrovaní uživatelé. Na rozdíl od HIP (zmíněné výše) je formálně řízen.

PM – Private Message – Obdoba IM s tím rozdílem, že komunikace probíhá v rámci jiného kanálu, než kanálu 0.

Prim- označení pro primitivní objekty, tedy základní bloky, jako krychle, kvádr, koule apod.

Rezday – označení pro den, kdy konkrétní resident vytvořil svého prvního avatara (obdoba narozenin).

RL – Real Life, neboli reálný život, obdoba FL

Sim- neboli Second Life Simulator, nazývaného také jako region. Jedná se v podstatě o konkrétní oblast (ostrov), se svými vlastními charakteristikami, pravidly a tématy

SL - Zkratka pro Second Life

SLT – je zkratka pro Second Life Time, což je časová zóna, procházející celým virtuálním světem Second Life, která se ovšem řídí podle Kalifornským časovým pásmem. V tomto státě má společnost Linden Lab své sídlo.

Tag- je označení pro příslušnost k určité skupině, která je vždy uvedena nad Tatarovým jménem, například Mentori (viz. Výše) mají nad svým jménem uvedeno „Second Life Mentor“.

TOS/CS – jsou zkratky pro Terms of Service a Community Standarts, neboli podmínky poskytování služeb a standarty komunity. Oba tyto dokumenty tvoří soupis základních zákonů virtuálního světa Second Life. Jejich vydavatelem je společnost Linden Lab.

TP- je zkratka pro Teleport. Jde o jednu z možností pohybu se v rámci světa Second Life a v podstatě o jedinou možnost pohybu mezi vzdálenými regiony.

WA- je zkratka pro oblast nazvanou Welcome Area, neboli uvítací oblast, kam jsou teleportováni všichni nově příchozí, resp. Registrovaní uživatelé.

Hlavním příjmem společnosti Linden Lab je inkaso poplatků z použití virtuálního světa. Tabulky níže uvedené zobrazují jejich stručný popis a výši.

Tabulka č. 1: Poplatky za směnu hotovosti

Nákup Linden Dollaru	0,30 USD za celou transakci
Prodej Liden Dollaru	3,5 % z obrátu prodeje

Zdroj: <http://static-secondlife->

com.s3.amazonaws.com/corporate/Second_Life_Pricing_List_20081208.pdf

Tabulka č. 2: Cena registrace účtu

Základní účet	zdarma
Prémiový účet- měsíční registrace	9,95 USD/ měs.
Prémiový účet- čtvrtletní registrace	7,50 USD/ měs.
Prémiový účet- roční registrace	6,00 USD/ měs.

Zdroj: <http://static-secondlife->

com.s3.amazonaws.com/corporate/Second_Life_Pricing_List_20081208.pdf

Tabulka č. 3: Ostatní poplatky

Prodej regionu	1 000 USD za každý region
Přemístění regionu v rámci Second Life	150 USD
Přejmenování regionu	50 USD
Udržovací poplatek	250 USD / měs.

Zdroj: <http://static-secondlife->

com.s3.amazonaws.com/corporate/Second_Life_Pricing_List_20081208.pdf

Tabulka č. 4: Ceny pronájmu pozemku

Velikost pozemku	Velikost v m ²	Měsíční poplatek
1 /128 regionu	512	5 USD
1 /064 regionu	1024	8 USD
1/ 32 regionu	2048	15 USD
1/ 16 regionu	4096	25 USD
1/ 8 regionu	8192	40 USD
1/ 4 regionu	16384	75 USD
1/ 2 regionu	32768	125 USD
Celý region/ Ostrov	65536	195 USD

Zdroj: http://static-secondlife-com.s3.amazonaws.com/corporate/Second_Life_Pricing_List_20081208.pdf

5. *Vlastní návrhy řešení*

Čas od času se v masových, ale i odborných médiích objevují informace o tom, že některá z reálných firem vstoupila do virtuálního světa. Mimo již v zmíněné společnosti si vlastní virtuální pobočku vytvořili také Microsoft, Sun Microsystems, investiční společnost J & T, Telefonica O2 nebo česká webhostingová firma Ignum

Z pohledu této práce je zásadní otázkou, zda je možno virtuálního světa využít pro podporu firmy, či podnikání, případně jakým způsobem. Úspěšnost a vhodnost každého média se posuzuje pomocí velikosti vybrané cílové skupiny, kterou chceme oslovit. V případě Second Life jeho tvůrci uvádějí zhruba 13 milionů registrovaných obyvatel a celkový čas, strávený uživateli v tomto prostředí 350 milionů hodin. Tato čísla a postupně rostoucí zájem uživatelů přilákal pozornost pracovníků z oblasti marketingu, kteří zřejmě v tomto světě viděli nebo stále vidí potenciál pro oslovení spotřebitelů. Výzkum společnosti Mather Communications z října roku 2007 uvádí, že z moderních forem prezentace produktů firmy nejčastěji využívají product placement ve filmech, hudebních klipech, počítačových hrách anebo virtuálních světech. Druhou nejčastější formou jsou mobilní reklamy (14 %) nebo sociální sítě jako blogy a další komunitní portály (jen 10 % respondentů). Na druhou stranu je nutno konstatovat, že byl v poslední době zaznamenán i opačný trend, tedy odchod některých firem z virtuálního světa. V roce 2007 jej například opustila americká společnost AOL, jejímž cílem bylo prosadit vlastní komunikaci mezi avatary, a Coca-Cola, která se přesunula ke konkurenci. V dubnu pak následovala společnost Paramount Digital Entertainment, která v tomto světě postavila virtuální půjčovnu filmů. Firmy si sice uvědomují důležitost své přítomnosti v místech, kde se vyskytují lidé, nehledě na to, že jde o virtuální návštěvníky, ale zároveň tento krok dobře zvažují.³⁸

³⁸ HASALÍK, R.. *Second Life: příležitost pro byznys nebo vyhozené peníze?* [online]. 2008 [cit. 2009-04-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.itbiz.cz/second-life>>.

I přes tyto úvahy analytická skupina Gartner zveřejnila odhad, že celkem 80 procent aktivních internetových uživatelů a firem z žebříčku Fortune 500 bude v roce 2011 přítomno v nějakém z digitálních světů. Firmy, které se do virtuálního světa zapojili již v této době mají tak velice významný náskok a pokud se splní předpoklad uvedený analytiky Gartneru, budou online světy hrát v internetovém marketingu důležitou roli.³⁹

Jak již bylo několikrát uvedeno, v současné době je virtuální prostředí Second life hojně využíváno velkým počtem firem. Uvedme ty společnosti, které se podílejí na výstavbě a chodu českého města Bohemia. Seznam partnerů a jejich aktivity jsou uvedeny v následujícím přehledu, jak je tomu také na oficiálním serveru komunity tohoto města www.secondlife.cz :

Telefonica O2 je hlavním partnerem města Bohemia. Na Novém náměstí je budova inspirovaná reálným sídlem společnosti. Ve virtuální budově jsou organizovány přednášky a výstavy. Brněnské centrum strategických služeb IBM má svou virtuální pobočku v nové části města. Kromě prezentace služeb IBM a odkazů na ostatní virtuální pobočky IBM v Second Life slouží česká pobočka IBM především pro komunikaci s potenciálními zaměstnanci IBM a k realizaci náborových aktivit. Policie ČR v Bohemii pomáhá a chrání. Kromě toho je na Novém náměstí nová policejní služebna, která znázorňuje, jak budou do několika málo let vypadat všechny služebny Policie ČR. V horním patře služebny je možné navštívit i celu předběžného zadržení. Jedná se tedy především o propagační účely. Česká republika se stala, díky CzechTourismu, čtvrtou zemí světa, která využívá virtuální svět k propagaci návštěvy reálné země. V domě CzechTourismu na náměstí v Bohemii je možné se seznámit s Českou republikou i s historií virtuálního města Bohemia. V Českém městě Bohemia vysílá Český rozhlas prostřednictvím svého rádia Wave. Každý pátek ve 13:20 je i přímý vstup rádia Wave

³⁹ PETTEY, C.. *Gartner Says 80 Percent of Active Internet Users Will Have A "Second Life" in the Virtual World by the End of 2011*[online]. 2007 [cit. 2009-04-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=503861>>.

přímo z centra dění v Bohemii. Český rozhlas provozuje v Bohemii také stan, ze kterého bylo možné zaslechnout historicky první vysílání. Ve stanu je jak studio rádia Leonardo, tak i sekce s obrazovým napojením do pražské ZOO, které je provozováno pod názvem Odhalení.

Jak již bylo v této práci zmíněno, v českém virtuálním městě má svou pobočku i Raiffeisenbank a to na Starém náměstí. Krom základních prezentačních materiálů je možné využít terminál k odeslání dotazu kompetentním pracovníkům banky. Absolutní novinkou je nabídka možnosti směny české koruny za virtuální Linden Dollary. Vvýzkumná agentura Millward Brown Czech Republic využívá svou virtuální kancelář provádění placených průzkumů mezi avatary. Za vyplněný dotazník náleží respondentovi odměna 200 lindenských dolarů. J&T Banka vlastní virtuální ostrov JTFinanceGroup, na kterém kromě firemního sídla s aktuálním přenosem denních finančních komentářů provozuje i stadion fotbalového klubu AC Sparta Praha. Na Starém náměstí je umístěna i virtuální kuchyň Výzkumného ústavu pivovarského a sladařského, kde je možné uskutečnit ojedinělý experiment - každý návštěvník si může uvařit své virtuální pivo stejně tak, jak je možné jej "uvařit" i v reálném světě. Internetový prodejce zájezdů Net Travel.cz je partnerem seznamovací kanceláře. Dalšími partnery českého města jsou pak již zmiňovaná Univerzita Palackého v Olomouci a Regionální knihovna Karviná.⁴⁰

5.1. Problematika DPH

Významným prvkem, který v poslední době velice významným způsobem ovlivnil možnosti podnikání ve virtuálním světě, bylo zavedení DPH pro země států

⁴⁰ *Partneři města Bohemia* [online]. 2008 [cit. 2009-04-01]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/partneri-mesta-bohemia>>.

Evropské unie. Důvodem, proč byla společnost Linden Lab nucena zavést daň z přidané hodnoty je fakt, že se de facto jedná o obchod s elektronickým zbožím.

Největší nevoli vzbudil, u převážně evropské skupiny uživatelů virtuálního světa, fakt, že tomu tak je pouze pro uživatele z Evropské unie. Níže je uveden výčet jednotlivých sazeb DPH pro konkrétní státy, aktuální k 28. 2. 2009.

Tabulka č. 5: Přehled výše DPH pro jednotlivé státy

Country	VAT Rate
Austria	20.0%
Belgium	21.0%
Bulgaria	20.0%
Cyprus	15.0%
Czech Republic	19.0%
Denmark	25.0%
Estonia	18.0%
Finland	22.0%
France	19.6%
Germany	19.0%
Greece	19.0%
Hungary	20.0%
Ireland	21.0%
Italy	20.0%
Latvia	18.0%
Lithuania	18.0%
Luxembourg	15.0%

Malta	18.0%
Netherlands	19.0%
Poland	22.0%
Portugal	20.0%
Romania	19.0%
Slovakia	19.0%
Slovenia	20.0%
Spain	16.0%
Sweden	25.0%
United Kingdom	15%

Zdroj:http://static-secondlife-com.s3.amazonaws.com/corporate/Second_Life_Pricing_List_20081208.pdf

Jak je z tohoto přehledu patrné, jedná se o vyšší sazbu DPH.

Konkrétně se zavedená sazba DPH týká prakticky veškerých poplatků, což zahrnuje i například:

- Registrace Premium účtu
- Nákupy pozemků
- Měsíční poplatky za pozemek (tiers)
- Měsíční poplatky za soukromé regiony
- Aukce pozemků

Z plnění DPH jsou však vyjmuty transakce L\$ mezi jednotlivými obyvateli. Pro firmy, ale i fyzické osoby, které jsou plátcí DPH, existuje možnost uvedení daňového identifikačního čísla do detailů svého účtu.

5.2. Analýza prostředí

Pro úspěch jakéhokoliv projektu, ať už se jedná o libovolný obor, je důležité zanalyzovat prostředí, v němž bude projekt realizován. Pro účely této práce byly vybrány dvě základní analýzy prostředí a to SWOT a SLEPT.

5.2.1. SWOT analýza

Silné stránky virtuálního světa Second Life:

- Nový trh, nové možnosti: tato silná stránka byla již několikrát v této práci zmíněna. Fakt, že se jedná o nový trh, otevírá různé možnosti realizace a to nejen pro firmy, ale i jednotlivce.
- Interaktivnost prostředí: To, že je prostředí virtuálního světa interaktivní, přináší uživatelům nové možnosti ve využití tohoto prostoru.
- Snížení vzdáleností: S interaktivností musíme virtuálnímu světu přiznat i snížení vzdáleností, kdy prakticky nezáleží, jestli člověk, se kterým spolupracujeme na projektu v tomto prostředí, je v místnosti vedle nás, nebo na opačné straně planety.

- Relativně nízké náklady: S porovnáním s reálným světem, je pro firmy a zájemce o podnikání ve virtuálním světě podstatně nižší náklady pro realizaci podnikatelského záměru, ať už se jedná o klasické podnikání, či například obchodování s cennými papíry na virtuální burze.

Slabé stránky:

- Neprozkoumaný trh: Ačkoliv fakt, že je virtuální prostředí doposud relativně neprozkoumané, můžeme na jedné straně vnímat pozitivně, na straně druhé je nutno upozornit, že tuto skutečnost můžeme vnímat jako výraznou slabinu.
- Částečná anonymita: Ačkoliv je virtuální prostředí výrazným způsobem méně anonymní, než například komunikace skrze elektronickou poštu. Ačkoliv je virtuální prostředí výrazným způsobem méně anonymní, než například komunikace skrze elektronickou poštu, nebo například jiné aplikace určené ke komunikaci prostřednictvím internetu, stále mezi uživateli převládá určitý prvek anonymity, kdy není vždy zcela jednoznačné, že dotyčný je skutečně onou osobou, za kterou se vydává.
- DPH pro státy EU: Zavedení DPH pro státy Evropské unie bylo mnohými označováno za negativní. Ačkoliv se z legislativního hlediska jedná o správný krok, pro běžného uživatele, který není plátcem DPH to mělo za následek zvýšení cen.

- Závislost na rychlém internetovém připojení: To, jakým způsobem se bude zobrazovat virtuální prostředí a jak kvalitně se v něm budeme moci pohybovat, významným způsobem rozhoduje rychlost připojení k internetové síti.

Příležitosti virtuálního světa Second Life:

- Relativně malá konkurence: Ačkoliv je ve virtuálním světě již množství firem, které jej využívají k účelům podnikání, dosud je zde velký potenciál k zaplnění mezer na trhu.
- Vysoký potenciál růstu: To, že bude přibývat uživatelů virtuálního prostředí, bude postupně zákonitě přinášet i další možnosti nabídky služeb jednotlivých firem.
- Perspektivy: Virtuální prostředí nabízí krom ekonomického také ostatní využití, jako například vzdělávací a komunikační. Významné konzultační společnosti jej totiž využívají ke komunikaci se svými zákazníky, která je údajně mnohem otevřenější, než při osobním kontaktu. Známý jsou i příklady vědecké spolupráce.

Hrozby:

- **Legislativa:** V podstatě hlavním legislativním předpisem, který je z pohledu Sekond Life závazný pro všechny uživatele tohoto prostředí je Terms of Service, tedy podmínky využití služeb.
- **Internetové pirátství:** V době každodenního využití internetu jsme často svědky rozmanitých útoků na uživatele, jejich osobní informace, ale i například bankovní konta. Tyto útoky, označované jako internetové pirátství však hrozí i ve virtuálních světech. I zde totiž uživatelé ukládají své osobní informace a disponují, sice virtuálními, ale nikoliv však zcela nereálnými penězi.
- **Mature content:** Označení Mature content, neboli určeno dospělým, označuje obsah, který je nevhodný pro děti a mládež, mladší 18 let. Do jaké míry však lze toto uhlídat není zcela jednoznačné. Svůj věk totiž označují sami uživatelé a to pouze při registraci, není-li tedy někdo při této činnosti upřímný, neexistuje v podstatě možnost zpětné kontroly. S tím souvisí i značná hrozba využití tohoto prostředí osobami s pochybnými zájmy ohledně nezletilých dětí, jak tomu již v minulosti několikrát bylo i v případě internetu.

5.2.2. SLEPT Analýza

S: - Ze sociálního pohledu je virtuální prostředí vhodné pro všechny osoby různých věkových kategorií, kteří zvládnou základní ovládání počítače. Skutečnost, že je možno v Second Life využívat registrace, která není zpoplatněna, není teoreticky ani vyloučena žádná sociální skupina (za předpokladu vlastnictví počítače a připojení k internetu).

L:- Z legislativního hlediska je hlavním legislativním předpisem, který je z pohledu Second Life závazný pro všechny uživatele Terms of Service, tedy podmínky využití služeb.

E:- Z ekonomického hlediska musíme konstatovat, že se ve virtuálním světě skrývá obrovský potenciál využití.

P: - Co se politického hlediska týče, můžeme v případě virtuálního světa Second Life pozorovat snahu jednotlivých států o vstup do tohoto prostředí, ať už z důvodu vlastní prezentace, nebo různých informačních kampaní.

T:- Pro možnost realizace vstupu do každého virtuálního světa je samozřejmou nutností splnění několika technických, či technologických podmínek. Tou nejzákladnější je přístup k internetovému připojení. Další podmínkou je splnění minimálních nároků počítačové konfigurace.

5.2.3. Analýza konkurence

Jak již bylo výše zmíněno, Second Life není jediným virtuálním světem na internetu. Existují i další, více či méně se lišící v jednotlivých parametrech a hlavně možnostech pohybu. Pro účely této práce byly analyzovány nejznámější podobné aplikace, které se svým zaměřením nejvíce přibližují Second Life.

- Active Worlds: Tento virtuální svět vzniknul již v roce 1995 a vzhledem k podobnosti konceptu jej můžeme považovat za přímého předchůdce Second Life. Nicméně není projekt Active Worlds ani zdaleka tak úspěšný, jako jeho o osm let mladší konkurent. Celková návštěvnost je ve srovnání se Second Life naprosto mizivá – jedná se řádově o desítky až stovky návštěvníků. Principiálně však vychází z podobného konceptu, jeho vývojáři zamýšleli vybudovat virtuální svět, v němž bude možno krom pouhého setkávání se s dalšími virtuálními návštěvníky možno podnikat a využívat tohoto prostředí ke vzdělávání. V současné době je však Active Worlds vnímáno jako technicky zastaralé a překonané prostředí, které by jeho provozovatelé měli výrazným způsobem zmodernizovat.

- Kaneva: Dalším přímým konkurentem Second Life je virtuální svět Kaneva, který byl založen v roce 2006 a vychází také z totožného konceptu. Jeho slabou stránkou je však doposud minimální zájem médií a veřejnosti obecně.

- There: Projekt There, který vznikl v roce 2005 je na rozdíl od výše jmenované konkurence poněkud odlišný. Jeho tvůrci jej pojali spíše jako místo, kde se mohou lidé setkávat prostřednictvím svých virtuálních postav, vzájemně komunikovat a hrát si. To je ale vše. Tento projekt snese spíše srovnání s online počítačovou hrou, jelikož to je jeho primární účel.

- Lively: Svůj virtuální svět založila i jedna z nejznámějších firem na světě, společnost Google. Tento projekt byl veřejnosti zpřístupněn 8. Července 2008 a firma Google zdůrazňovala, že jde o experimentální spuštění. V tomto virtuálním prostředí se mělo propojovat využití jednotlivých služeb Googlu, jako například prohlížeč obrázků Picasa, nebo přehrávač videí Youtube. Ačkoliv vytvořili uživatelé, dle oficiálního vyjádření Googlu, tisíce účtů, byl tento

projekt ke dni 31. Prosince 2008 ukončen z důvodu nedostatečného zájmu veřejnosti.

- Utherverso Social centre: Společnost Utherverso je dalším provozovatelem virtuálního světa na internetu. V tomto případě se však jedná o poněkud jinou koncepci, kdy tato firma provozuje hned tři virtuální světy, z nichž dva, konkrétně Red Light Center a Rude Virtual, jsou zaměřeny pouze na osoby starší 18 let, čemuž je přizpůsoben i jejich obsah, respektive tematika. Třetí virtuální svět tohoto provozovatele se jmenuje Virtual Vancouver a jeho název již napovídá, co je jeho hlavním tématem. Lidé mají ve všech těchto virtuálních prostředích možnost spolu interaktivně komunikovat, možnost ekonomického využití je zde existuje rovněž, jak je tomu u Second Life, paleta ekonomického využití není ale tak pestrá.
- Cybertown: Projekt Cybertown není z komplexního pohledu přímou konkurencí Second Life. Jedná se totiž o obdobu chatovacích místností v trojrozměrném provedení. Uživatelé zde pouze komunikují, využívají různé doplňků, jako jsou například emotikony a podobně. Další, podobnou internetovou aplikací je Odyssey, fungující na stejném principu a nabízející podobné možnosti, nebo IMVU.

5.3. Náklady využití

Stejně jako v reálném světě, i v tom virtuálním sebou vstup na trh přináší pro každou firmu určité náklady. Jejich výše závisí je však zcela individuální a vždy závisí na potřebách a plánech zakladatelů. Ačkoliv je otázka nákladů jednou ze silných stránek virtuálního světa, musíme s nimi přece jen počítat.

Hlavním klíčem k úspěchu jakéhokoliv projektu v rámci virtuálního světa je schopnost oslovit jeho obyvatele. To však může být velmi obtížné, neboť uživatelé tohoto prostředí se neshromažďují na jednom místě, nedívají se na několik málo televizních kanálů, nepoužívají žádný jednotný rozcestník míst a podobně.

Snad nejefektivnějším řešením je využití lokálních skupin a zájmových komunit.

Ve státech, v nichž je využití internetu na vyšší úrovni z pohledu jeho rozšíření mezi uživateli, je Second Life využíváno nejen k marketingovým účelům a prezentaci nových služeb a produktů, ale také k provádění průzkumů, získávání zpětné vazby od zákazníků a zaměstnanců, ke komunikaci, vzdělávání a školení, k náboru nových zaměstnanců a také například setkávání s obchodními partnery. Hlavní efekt vstupu firmy do Second Life spočívá v budování image inovativní společnosti, která je jako jedna z prvních ochotna hledat využití nových technologií ve svých obchodních procesech.

Při výčtu parametrů, které mají vliv na náklady vstupu virtuálního světa, budeme vycházet z předpokladu současného trendu příznivé publicity Second Life v médiích, která firmám, uvažujícím o vstupu do tohoto prostředí, svým způsobem prokazuje obrovskou službu. Například co se českých firem týče, česká virtuální komunita je téměř okamžitě informována o jakýchkoliv nově přichozích společnostech, předmětu jejich podnikání, nabídce služeb a ostatních relevantních informacích. Děje se tak skrze oficiální internetové stránky této komunity, www.secondlife.cz. Téměř okamžitým efektem, který můžeme v případě nově přichozích firem sledovat, je tedy image inovativní společnosti, pozitivní zájem médií a tím i propagace v rámci české komunity Second Life.⁴¹

⁴¹ *Příležitosti pro reálné firmy* [online]. 2007 [cit. 2009-04-01]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/prilezitosti-pro-realne-firmy>>.

Na základě analýzy, provedené pro účely této práce přímo uvnitř virtuálního světa Second Life, byl stanoven následující výčet nákladů, které bezprostředně souvisí se vstupem firmy do tohoto prostředí:

- Registrace prémiového účtu: Registrace, respektive založení prémiového účtu je nezbytné vzhledem k výše uvedeným podmínkám vlastnictví pozemků a možnosti stavění budov na těchto zakoupených, či pronajatých pozemcích. Tyto náklady však lze eliminovat tak, že si firma jednoduše žádné pozemky kupovat, ani pronajímat nebude, přičemž bude mít své sídlo v některém z již vybudovaných objektů, patřící jiné společnosti. Je však na zvážení každé firmy, je-li právě tento přístup vzhledem k propagaci právě nejlepším řešením v souvislosti s oslovením potenciálních zákazníků.
- Pronájem prostor, resp. pozemků, stavba vlastního sídla: S těmito náklady firma musí počítat v případě vybudování svého sídla a to ať už se jedná o pronájem kanceláří v některé z budov, k tomuto účelu postavených, ale také v případě pronájmu, respektive nákupu pozemku, na němž si firma nechá postavit své sídlo.
- Náklady na propagaci: Jedním z nejdůležitějších a nejučinnějších nástrojů, kterými firmy oslovují své potenciální zákazníky, je propagace svých výrobků nebo služeb. Nejinak je tomu samozřejmě ve virtuálním světě.
- Náklady na průzkum trhu: Průzkum trhu neméně důležitý. Na jeho základě firmy zvažují, jestli vůbec do virtuálního světa vstoupit, či nikoliv, případně s jakou nabídkou produktů (služeb).

- Vytvoření pracovních míst: Se vstupem do virtuálního světa musí každá firma počítat s vytvořením pracovních míst pro zaměstnance, kteří se budou starat o zákazníky přecházející z tohoto prostředí. U firem, vzniklých pouze ve virtuálním světě platí tato skutečnost dvojnásob.
- Zajištění technického zázemí: Náklady technického zázemí jdou ruku v ruce s náklady na vytvoření pracovních míst, ale nejsou zcela jednoznačně totožné. Pod pojmem technické zázemí nemáme na mysli pouze zajištění výpočetní techniky a příslušného softwarového vybavení. Virtuální prostředí nabízí prostřednictvím programovatelných aplikací možnost nahrazení činností, které nahrazují práci člověka.
- Náklady na transfer peněžních prostředků: Pod těmito náklady si můžeme představit především poplatky spojené s převodem reálných měn na virtuální, ale i poplatky za registraci podpůrných účtů, respektive provize za převod mezi jednotlivými účty, ať už jde o službu paypal, nebo jí podobné.
- Ostatní náklady: V této kategorii jsou ostatní náklady, jejichž výše nemá tak výrazný vliv na rozhodování firem.

5.4. Analýza příležitostí a hrozeb pro firmy

Každá firma před vstupem na jakýkoliv trh musí zásadním způsobem zvážit všechny příležitosti, které daný trh nabízí, ale také hrozby, které jí na tomto trhu bezprostředně hrozí. Ačkoliv je výše již zpracována SWOT analýza prostředí Second Life, je potřeba se v této části práce zaměřit na analýzu výskytu příležitostí a hrozeb právě z pohledu potencionální firmy, mající v úmyslu vstoupit na tento trh:

5.4.1. Příležitosti

- Hlavní příležitost skýtá skutečnost, že se jedná v podstatě o stále nový trh s obrovským potenciálem. Stále zde existuje řada tržních mezer, které čekají na to, až je některá společnost zaplní.
- Dalším plusem, které jsou se vstupem bezprostředně spjaty je vytvoření image inovativní společnosti, která se nebojí využít nových prostředků k oslovení zákazníků, či rozšíření svých služeb.

5.4.2. Hrozby

- Mezi hlavní hrozby patří především podcenění propagace, která je nezbytná pro úspěch jakéhokoliv projektu v tomto prostředí
- Další hrozbou, se kterou se musejí firmy vypořádat skutečnost nepodcenění ekonomického potenciálu, který v sobě virtuální svět Second Life skýtá. Firmy tak nemusí zbytečně přicházet o zisky, které by jim plynuly z plného využití tohoto potenciálu.

5.5. Návrh podnikání v Second Life

5.5.1. Současné trendy a možnosti

Jak již bylo několikrát zmíněno, je virtuální prostředí Second Life hojně využíváno pro podnikání. Ať už firmami, které vznikly primárně za účelem podnikání v tomto světě, nebo které virtuální prostředí využívají jako doplněk pro své aktivity z reálného světa či z čistě marketingových účelů. Skutečnost, že lze Second Life

využívat k realizaci rentabilních podnikatelských záměrů potvrzuje také například žebříček deseti lidí s nejvyšším příjmem, časopisu BusinessWeek.com.⁴² Odvětvím, s nejvyšší výnosností od založení Second Life je realitní činnost. Největším realitní magnátkou je Ailin Graef, která se stala první dolarovou milionářkou již v listopadu roku 2006. Výnosným oborem je také poskytování informací reálným společnostem, které vstupují do Second Life. V Second Life je také rapidně rostoucí odvětví návrhu oblečení, příslušenství, animací pro avatary, „virtuálního stavebnictví“, ale také nabídek interaktivního vzdělávání v oblasti výuky jazyků. Tato metoda výuky je označována jako Live Online Teaching a na rozdíl od statického elearningu probíhá na internetu v reálném čase, ve virtuálních, interaktivních třídách, ve kterých je možné promítat obrázky, prezentace, kreslit na virtuální tabuli, pouštět video soubory atd. Tento způsob výuky je v ČR novinkou a jednou z prvních českých firem, která přišla s podobnou nabídkou služeb je Firma WebSchool s.r.o., která se označuje za mladou ambiciózní firmu, která se na český trh snaží zavést nový přístup ke vzdělávání. Tato výuka je vzhledem k možnosti verbální komunikace prostřednictvím vstupních zařízení a možnosti výuky v reálném čase, v podstatě obdobou klasické školní výuky, přičemž nezáleží na reálné vzdálenosti jednotlivých účastníků.

V poslední době se velice významně rozrůstá využití virtuálního prostředí v rámci tzv. teambuldingu. Ten spočívá v posílení týmové spolupráce. Potenciálem virtuálních aktivit pro posílení týmové spolupráce se zabývají vědecká pracoviště i firmy. Dle výzkumu univerzity Panne Sate z roku 2008, v němž měly týmy studentů za úkol vyřešit problém, zachycený na videu, s užitím různých způsobů vnitřní komunikace, vyšlo najevo, že Second Life je prostředí velmi vhodné a perspektivní pro spolupráci ve virtuálních týmech. Práce členů týmu byla však zpočátku pomalá, protože se nejprve museli naučit ovládat toto prostředí. Z výzkumu také vyplynula řada dalších

⁴² MACMILLAN, D.. *Virtual World Rich List* [online]. 2007 [cit. 2009-04-01]. Dostupný z WWW: <http://images.businessweek.com/ss/07/04/0416_richlist/index_01.htm>.

oblastí, které je nutno dále zkoumat, například jak užívání Second Life budou zvládat různé demografické skupiny pracovníků a podobně.⁴³

Podle jiného výzkumu prováděného Univerzitou v Queenslandu může přítomnost jedince v Second Life vést ke zlepšení jeho sociálních schopností. Toto zjištění je významné proto, že donedávna přetrvávalo přesvědčení, že vzhledem k tomu, že osobní kontakty virtuálních pracovníků jsou omezené, jsou schopnost komunikace a osobnostní charakteristiky členů týmu méně důležité než v případě členů tradičních týmů. Podle některých doporučení měli zaměstnavatelé při výběru virtuálních pracovníků posuzovat zejména jejich odborné znalosti a schopnosti pracovat s technologiemi, a také jejich vzdělávání, orientovat na rozšiřování těchto znalostí a schopností. Rovnováha odborných a interpersonálních dovedností členů týmu se ukazuje jako významný prvek úspěšného fungování týmu. Při výběru pracovníků je nutno pečlivě posuzovat jejich předpokládanou pracovní morálku a schopnost spolupráce, zatímco trénink lze více soustředit na rozvoj odborných schopností.^{44,45}

Jiným pracovištěm, které zkoumá využití Second Life pro virtuální týmy je University of Nebraska. Je zde rozvíjena progresivní a inovativní oblast managementu, tzv. virtual world project management (VWPM). VWPM zahrnuje procesy řízení, koordinace a komunikace probíhající ve virtuálním prostředí. Technologické možnosti prostředí Second Life umožňují vzrůst flexibility pracovního chování virtuálních týmů a

⁴³ *Virtual world offers new locale for problem solving* [online]. 2008 [cit. 2009-04-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.physorg.com/news141910130.html>>.

⁴⁴ Haywood, M. *Managing virtual teams. Practical techniques for high-technology managers*. 1vyd. Boston: Artech House, 1998. 199 s.

⁴⁵ KUBÁTOVÁ, J.. *Rozvoj virtuální spolupráce ve virtuálním světě* [online]. 2009 [cit. 2009-04-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.ekonomikaamanagement.cz/getFile.php?fileKey=CEJVB0NUCAvCEZIU1VHB0MIUUMEBADVDFVWQ1VUBAVGQ1VCXgQFBERIREJKZg==&=cz>>.

jejich jednotlivých členů. Ve virtuálním světě se výrazně zvyšují možnosti koordinace projektových činností virtuálních týmů zejména díky:

- virtuální eliminaci geografické vzdálenosti reálných členů týmu
- možnosti budovat vzájemnou důvěru mezi členy týmu
- vidět se navzájem (své avatary) jako v reálném světě
- možnosti získávat okamžitou zpětnou vazbu členů týmu

Ve výzkumech na University of Nebraska bylo mimo jiné zjištěno, že reální účastníci získávali pocit důvěry ke svým kolegům na základě společných aktivit v Second Life. Jiným zajímavým výsledkem bylo zjištění, že reální členové týmu jsou ovlivněni vzhledem avatarů svých kolegů, a zároveň je pro ně důležité, jak vypadá jejich avatar (vzhled vytváří vlastník). Vysvětlením je, že vzhled je artefaktem, součástí sebevyjádření a neverbální komunikace.⁴⁶

5.5.2. Návrh

Na základě výše uvedených současných trendů ve využívání virtuálního prostředí Second Life můžeme konečně navrhnout možné příležitosti k jeho využití pro reálné firmy. Krom marketingového využití lze totiž toto prostředí využít i k vytvoření podnikatelského záměru. Tento návrh vychází z uvedených informací ohledně

⁴⁶ Suchan, J. - Hayzak, G. (2001): *The communication characteristics of virtual teams: A case study*. IEEE Transactions on Professional Communication, 44(3), s. 174-186.

předpokládané struktury nákladů, současných trendů a celkové situace na virtuálním trhu. Ve své podstatě kopíruje tento návrh předchozí podkapitolu o využití virtuálního prostředí pro teambuldingové řešení, respektive realizaci výuky jazyků.

Pro konkrétní doporučení, který z těchto dvou návrhů se jeví jako vhodnější je nutno uvést dva argumenty. Prvním argumentem je skutečnost, že nabízení služeb teambuldingu je vhodné pouze pro podnikatelské, případně státní subjekty. Asi těžko si dokážeme představit možnost nabídky této služby jedinci, soukromé osobě. Na druhou stranu, v případě nabídky vzdělávacích jazykových kurzů můžeme předpokládat zájem právnických i fyzických osob, případně jiných institucí. Širší záběr tohoto modelu tedy sebou logicky přináší předpoklad vyšších tržeb, což může být ovšem pouze relativní. Druhým argumentem je nákladnost tohoto projektu, kdy příprava prostředí, nutná pro výuku cizích jazyků bude podstatně méně nákladná, než realizace výstavby teambuldingového areálu. Tím jsou myšleny pouze náklady ve vztahu k virtuálnímu prostředí, jak jsou popsány výše. Navíc můžeme předpokládat silného využití současných virtuálních měst, založených různými národnostními skupinami.

Z výše uvedeného odstavce tedy jasně vyplývá, že navrhovaným řešením bude výuka jazyků ve virtuálním prostředí, čemuž bude odpovídat i kalkulace předpokládaných nákladů.

6. Ekonomické zhodnocení, přínos návrhů řešení

6.1. Kalkulace nákladů

Na základě výše uvedeného rozčlenění jednotlivých nákladů, souvisejících se vstupem do Second Life, a konkrétním návrhem podnikatelského záměru, můžeme nyní stanovit jejich konkrétní výši. Ještě předtím je však nutno zdůraznit několik faktorů, které budou mít na tyto náklady výrazný vliv. Je to například i velikost firmy, především pak její ochota investovat reálné prostředky do virtuálního světa. Pro zjednodušení tohoto problému proto budeme vycházet z toho, jaké firmy se v tomto světě v současné době již pohybují. Jako dalším upřesňující informaci stanovme, že se budeme vycházet z informací, které poskytly o svých nákladech, souvisejících s provozem virtuálních poboček firmy, působící v rámci Českého města Bohemia, které již byly v této práci dříve zmíněny. Další důležitou poznámkou je to že se jedná pouze o náklady související se vstupem do virtuálního světa Second Life a nejsou do nich započítány náklady související s další činností v reálném světě, jako administrativní, mzdové, provozní a jiné relevantní náklady. Následující přehled nákladů je uveden bez příslušné sazby daně z přidané hodnoty.

- Registrace účtu:

Nezávisle na velikosti firmy je jistě žádoucí, aby si zaregistrovala prémiový účet, jelikož tím získává i vyšší úroveň uživatelské podpory ze strany společnosti Linden Lab. Zcela jednoznačně je vhodné uvažovat o roční registraci, která vychází na 6 USD měsíčně, což je v přepočtu měnového kurzu ČNB za první čtvrtletí 2009⁴⁷ asi 128,- Kč měsíčně, tedy **1 536,- Kč** za rok.

⁴⁷ ČNB : Kurzy devizového trhu – měsíční průměry [online]. 2009 [cit. 2009-04-20]. Dostupný z WWW: <http://www.cnb.cz/cs/financni_trhy/devizovy_trh/kurzy_devizoveho_trhu/prumerne_rok.jsp?rok=2009>.

- Pronájem pozemků/ prostor a stavba vlastního sídla:

Co se těchto nákladů týče, jejich výše je dle zjištěných informací výrazně odlišná. Uvedme si proto příklad virtuální služebny České policie, která se v rámci modernizace svých služeb rozhodla jednu z nich postavit i ve virtuálním světě. V tomto případě byla služebna financována provozovatelem města Bohemia, společností beVirtual, s.r.o., která uvádí, že ji tato výstavba vyšla na částku, nepřesahující **40 000,- Kč**.⁴⁸

Budova policie ČR



Zdroj: Vlastní, vytvořený v Second Life

⁴⁸ HASALÍK, R.. *České firmy objevují virtuální svět Second Life* [online]. 2008 [cit. 2009-03-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/ceske-firmy-objevuji-virtualni-svet-second-life/>>.

Výrazně je vidět v rámci ostrova Bohemia telekomunikační operátor Telefónica O2. Společnost investovala do pořízení velké budovy, učebny, v níž probíhají školení, telefonních budek na náměstí, firemních automobilů a dalších drobností. Dva běžní uživatelé se navíc jednou za čas přihlašují jako pánové 11 a 88, známí z televizní reklamy. Jedná se o netradiční zviditelnění informační linky 1188 a úkolem těchto lidí je poskytovat ostatním rady. Logo O2 lze také vidět na informačních panelech. Cena za tento typ prezentace byla podobná jako vytvoření středně velkého marketingového webu. Podle Roberta Hasse z internetové agentury Symbio, by se tyto náklady mohly pohybovat kolem 400 000,- Kč.

Budova O2



Zdroj: Vlastní, vytvořený v Second Life

Po podrobnějším prozkoumání policejní služebny však můžeme konstatovat, že prostory o podobné výměře jsou naprosto dostačující i pro firmu, poskytující jazykové vzdělání, která by zde mohla mít jak svou kancelář pro styk se zákazníky, tak i konferenční místnost.

Krom budovy samotné je nutno započítat také pronájem pozemku pod ní. Pro uvedenou budovu je vhodné využít pozemek o minimální výměře 1024 m², jehož cena je 8 USD za měsíc, což odpovídá cca. 170 Kč za měsíc, tedy **2040** Kč za rok.

- Propagace:

Ve virtuálním světě je propagace stejně důležitá jako v tom reálném. Potíž je v tom, že uživatelé Second Life nevyužívají žádného centrálního rozcestníku, který by je informoval o službách konkrétních firem. Je však možno konstatovat, že samotný vstup do virtuálního světa zajistí jakékoliv firmě okamžitou reakci médií, zabývající se touto tematikou, jak tomu bylo prozatím doposud. Vybudování vlastního sídla také nezůstává bez povšimnutí, je možno navíc využít nabídky Českého virtuálního města Bohemia, jehož provozovatelé nabízejí firmám, které své sídlo umístí na území tohoto města, zdarma propagaci v rámci českého internetového portálu i v samotném městě. Náklady na propagaci formou rozdávání drobných předmětů návštěvníkům virtuálního světa, jako jsou například trička, je odhadován na 1000 Kč měsíčně, tedy **12 000,-** Kč ročně.

Dalším důležitým nástrojem vlastní propagace je vytvoření vlastní webové prezentace. Tu je možno zřídit již od **10 000,-** Kč.

- Průzkum trhu:

Co se týče průzkumu trhu ve virtuálním světě, může nám k výpočtu jeho nákladů přispět činnost firmy Millard Brown, která provádí v Second Life marketingové průzkumy formou dotazníků. Každý respondent za vyplněný a odevzdaný dotazník obdrží 200 Linden Dollarů, což odpovídá zhruba 24,- Kč. Při možnosti oslovení zhruba 230 uživatelů, což je v průměru počet respondentů, reagujících na vypsané anketní otázky, by tak tento náklad činil jednorázově cca. **5 520,- Kč**.

- Náklady na vytvoření pracovních míst:

Při určování výše těchto nákladů můžeme opět vycházet z informací, které poskytla společnost Telefonica O2, která vyplácí již zmíněným dobrovolníkům 2000,- Kč měsíčně za to, že poskytují podporu uživatelům virtuálního města Bohemia. Jedná se o dvě osoby, jejichž pracovní doba je omezena každý den od 17:00 do 19:00. V případě, kdy bychom uvažovali o využití pracovní síly po dobu alespoň 4 hodin v rámci zákaznické podpory, šest dní v týdnu, přičemž je nutno vzít v úvahu, že největší špička, co se počtu přístupů do českého virtuálního města týče, nastává každý den od 17:00. Z uvedeného vychází po jednoduché kalkulaci ($2000/2 = 1000$, $1000/2 = 500$) hodinová sazba 500,- Kč, přičemž za uvedený počet hodin musíme počítat sumu ve výši 2 500,- Kč denně, tedy 10 000,- Kč týdně, což činí v průměru cca. **500 000,- Kč** za rok. Otázkou zůstává, jak která firma považuje za nutné poskytovat podporu návštěvníkům virtuálního světa, za účelem prodeje svých produktů, či služeb. V této souvislosti je nutné zmínit, že například Regionální knihovna Karviná uvádí přítomnost obsluhy virtuální knihovny v souladu s otevírací dobou své kamenné pobočky. Informace o nákladech na tuto obsluhu však nebyly zveřejněny.

- Technické náklady:

K tomu, aby mohla firma do virtuálního světa vůbec vstoupit, potřebuje k tomu po technické stránce patřičné vybavení a to jak softwarové, tak i hardwarové. Pro Second Life jsou předepsány minimální nároky na konfiguraci, bez jejichž splnění nelze spustit klientskou aplikaci. Počítač s předepsanou minimální konfigurací je možno, díky výraznému poklesu cen výpočetní techniky, pořídit již od **7 000,- Kč**. Co se softwarového vybavení týče, je samotná klientská aplikace Second Life k dispozici zcela zdarma a lze ji plnohodnotně provozovat například na distribucích takzvaných svobodných operačních systémů, konkrétně na Linuxu. Proto se z teoretického hlediska v této položce obejdeme zcela bez nákladů.

- Náklady na transfer peněžních prostředků:

Při převodu z reálných měn na virtuální a naopak, je potřeba počítat s poplatky za tyto převody. Primárně se peníze převádějí z bankovního účtu a to buď prostřednictvím služby paypal, nebo jí podobné, na níž z bankovního účtu převedeme peníze, které pak dále zasíláme do virtuálních směnárén a naopak, nebo přímo z kreditní karty, což může být vzhledem k nutnosti při převodu poskytnout citlivé údaje značně riskantní. Při samotné směně za virtuální měnu je nutno počítat s provizí směnárén. Kalkulace konkrétních částek těchto nákladů tak bude vycházet z objemu převáděných peněz, přičemž můžeme vycházet z výše uvedeného členění nákladů a jejich výše.

Při zakládání bankovního účtu je možno využít služeb bank, které za své základní služby buďto nepožadují žádné, nebo jen velice nízké poplatky, jak je tomu například u mBank. Ta si neúčtuje žádné poplatky za vedení účtu, bankovní převody, internetové bankovníctví ani vystavení kreditní karty Visa. Tyto náklady můžeme tedy z teoretického hlediska zcela opominout. Zdarma je také založení, již zmíněného účtu paypal, který slouží k zabezpečenému převodu peněžních prostředků mezi bankovním účtem a účtem v Second Life. Poplatek je účtován pouze v případě výběru z tohoto účtu

hotovosti nižší než 3000,- Kč, přičemž výše poplatku je v tomto případě 30,- Kč. Další poplatek je účtován v případě přijetí hotovosti na účet z účtu třetí strany, přičemž toto přijetí musí být potvrzeno majitelem příslušného paypal účtu. V tom případě je výše poplatku kalkulována na základě níže uvedené tabulky:

Tabulka č. 6: Poplatky za transakci Paypal

Měsíční příjem hotovosti	Poplatek za transakci
0.00 CZK - 70,000.00 CZK	3.4% + 10.00 CZK
70,000.01 CZK - 280,000.00 CZK	2.9% + 10.00 CZK
280,000.01 CZK - 1,500,000.00 CZK	2.7% + 10.00 CZK
1,500,000.01 CZK - 3,000,000.00 CZK	2.4% + 10.00 CZK
> 3,000,000.00 CZK	1.9% + 10.00 CZK

Zdroj:https://www.paypal.com/cz/cgi-bin/webscr?cmd=_display-receiving-fees-outside&countries=

Tento náklad tudíž přímo souvisí s tržbami, kterých firma ve virtuálním světě dosáhne. Při pohledu na tuto tabulku se pro účely výpočtu pravděpodobných nákladů v prvním roce působení společnosti ve virtuálním světě, jeví jako nejpravděpodobnější měsíční příjem do 70 000,- Kč. Náklad za příjem hotovosti na účet je tak max. 2 390,- Kč měsíčně tedy **28 680,- Kč** ročně.

Samotné poplatky za směnu reálných peněz na virtuální, dle oficiální směnárny Second Life, Xstreet SL, jsou omezeny pouze na 0,3 USD za transakci. V souvislosti s převodem jednotlivých měn je nutno zohlednit bezpečnostní hledisko, které povoluje výběr z účtu Second Life, vklad na tento účet, nebo proměnu Amerických Dolarů na Linden Dolary v omezené výši 10 000 USD v průběhu 30 po sobě následujících dní,

tedy zhruba 205 000,- Kč.⁴⁹ Pro výše uvedené náklady, reps. příjmy, bude však tento hotovostní limit zcela dostačující. Pro kalkulaci nákladů předpokládejme, že firma bude alespoň jednou měsíčně měnit svou reálnou měnu na virtuální, nebo naopak. V tom případě ročně za poplatky, související se směnou peněz firma zaplatí cca. **750,- Kč**.

- Ostatní náklady:

Mezi tyto náklady patří například obstarání tematických výukových předmětů, jako názorných ukázek. Ve virtuálním světě však existuje řada drobných předmětů, které jsou všem uživatelům dány k dispozici zcela zdarma s tím, že jsou neprodejné, což je také uvedeno v kartě jejich vlastností. Tyto náklady jsou tedy pouze relativní a při konečném výpočtu je nebudeme brát do úvahy.

Zmínit však musíme náklady, které si společnost Linden Lab účtuje za registraci skupiny, tedy takzvané Group, jejíž význam byl uveden dříve. Tato registrace se hraří formou jednorázového poplatku a jeho výše je stanovena na 100 Linden Dollarů, což je zhruba **12,- Kč**

Po součtu zmíněných sum získáme konečnou výši nákladů vstupu firmy do Second Life a jejího ročního provozu, která je cca. **607 538,- Kč**.

Po uvedení nákladů, musíme na druhou stranu také uvést výnosy, z této činnosti plynoucí. Při kalkulaci výnosů budeme vycházet především z ideálního stavu, za který můžeme označit naplnění kapacit, určených pro výuku, alespoň z poloviny. Při kalkulaci budeme vycházet především z ceny, za kterou nabízí obdobné kurzy

⁴⁹ *LindeX™ Exchange : Billing and Trading Limits* [online]. 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<https://secure-web22.secondlife.com/currency/describe-limits.php>>.

potencionální konkurence. Jedna z nejznámějších společností, která byla zmíněna již dříve, konkrétně firma Language Life, nabízí deseti týdenní kurzy španělštiny, vedené rodilými mluvčími, které se konají každou sobotu, dopoledne a trvají dvě hodiny. Cena tohoto kurzu je 269 USD za osobu, což je přibližně 5 400,- Kč. Kapacita jednoho kurzu je dle zjištěných informací deset až patnáct míst.⁵⁰

Z důvodu předpokládané konkurenční výhody by tedy optimální cenou byla cena konkurence, snížená o 20%, čímž se dostaneme na cenu 4 300,- Kč/ osoba. Tato cena je konkurence schopná i ve vztahu k jazykovým kurzům klasického typu. Při alespoň poloviční zaplněnosti jednoho kurzu, s kapacitou 15 osob, vychází částka 32 250,- Kč za jeden desetitýdenní kurz, při průměrném počtu 52 týdnů do roka, pak 167 700,- Kč. To je však výnos, který plyne z jednoho kurzu, jehož výuku předpokládáme jednou týdně. Aby však měla realizace tohoto projektu smysl, museli bychom uvažovat o realizaci výuky alespoň třikrát týdně, minimálně po dvou kurzech denně. Při této situaci by byl výnos **1 006 200,-Kč**.

Rozdíl příjmů a výdajů, souvisejících se vstupem společnosti do virtuálního světa Second Life pak je + **398 662,- Kč**. K tomuto výsledku je nutno uvést, že se jedná o náklady, související jak se vstupem firmy do virtuálního světa, tak i jejím provozem. V roce následujícím by do nákladů již nevstupovaly položky jako registrace účtu, stavba budovy, webová prezentace a dal by se snížit náklad na výzkum trhu, který by sice nemusel být prováděn v navrhovaném měřítku, ale určitá zpětná reakce o náladách a trendech virtuálního světa by měla být zachována. Při tomto stavu a pesimistickém předpokladu nízkého nárůstu počtu klientů, zhruba ve výši 10 % vzhledem k novosti projektu, můžeme v druhém roce činnosti firmy předpokládat zisk ve výši **561 814,- Kč**. Další důležitou poznámkou je již jednou zdůrazněná skutečnost, že se při výpočtu nákladů se jedná pouze o náklady, přím související s virtuálním světem, nikoliv však již se světem skutečným.

⁵⁰ *Learn Spanish from home* [online]. 2008 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <http://shop.languagelifespanish.com/epages/es116572.sf/en_US/?ObjectPath=/Shops/es116572_shop>.

7. Návrh na možnosti realizace výuky

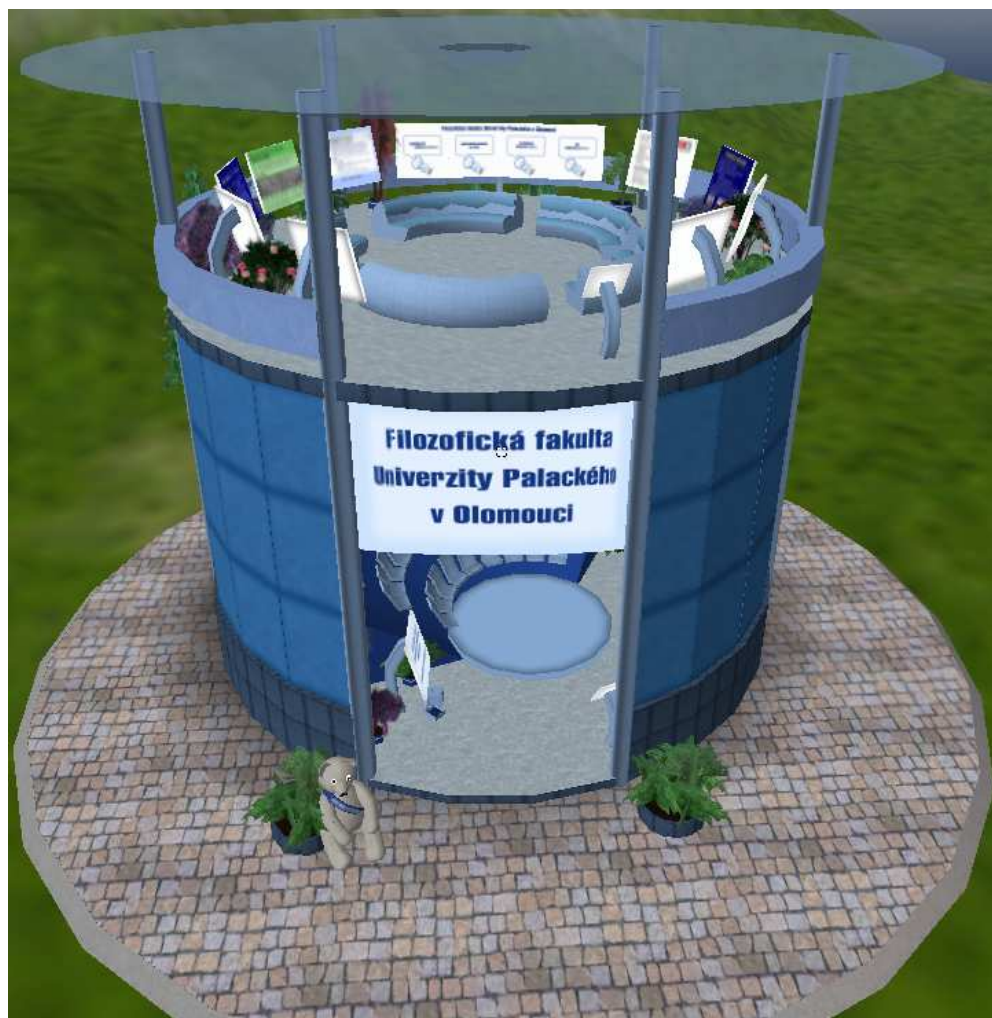
Dalším dílčím cílem práce je shrnutí možnosti realizace výuky ve virtuálním světě. Toto shrnutí v podstatě vychází z již uvedených informací ohledně již provozované výuky. Jak již bylo několikrát zmíněno, do virtuálního světa vstupují univerzity celého světa a ani Česká republika není výjimkou. Nejdále tak doposud zašla Univerzita Palackého v Olomouci, která v Českém městě Bohemia otevřela vlastní budovu, jejíž součástí je i přednášková místnost. Tomuto kroku předcházela prezentace školy ve formě virtuálního dne otevřených dveří.

Od letního semestru 2009 mohou posluchači UP absolvovat dva semináře, které jsou vedené přímo ve virtuálním prostředí. První volitelný seminář je zaměřen na výzkum virtuální spolupráce v Second Life. Hlavním partnerem Univerzity Palackého je v tomto směru University of Nebraska, která má zkušenosti s řízením virtuálních týmů. Zároveň byl vypsán také volitelný seminář, Live in Second Life, který je zaměřen na základy práce ve virtuálním světě. Prostřednictvím Ing. Jaroslavy Kubátové, PhD., jejíž specializací je řízení virtuálních týmů, se na projektu podílí Katedra aplikované ekonomie, která zkoumá využití virtuálního prostředí k řešení společných projektů i přes geografickou rozptýlenost jednotlivých účastníků. Katedra aplikované ekonomie pokryla také náklady na stavbu reprezentační virtuální budovy v Second Life.⁵¹

Základním kamenem pro využití virtuálního prostředí i pro výuku je výstavba vlastního reprezentačního sídla, které nemusí sloužit pouze k samotné výuce, ale také k pořádání různých konferencí a hlavně propagačním akcím. V tom případě je nutná také registrace vlastního prémiového účtu a následný nákup, nebo pronájem pozemku, na němž bude budova stát. Samozřejmostí je i nutnost zajištění technického zázemí.

⁵¹ HRONOVÁ, M. Filozofická fakulta UP získá jako první v ČR reálné zkušenosti. *Žurnál Univerzity Palackého v Olomouci*. 30.1.2009, roč. 18, č. 14, s. 3. Dostupný z WWW: <<http://www.upol.cz/fileadmin/zuparchiv/XVIII/cislo14.pdf>>.

Reprezentační budova UP



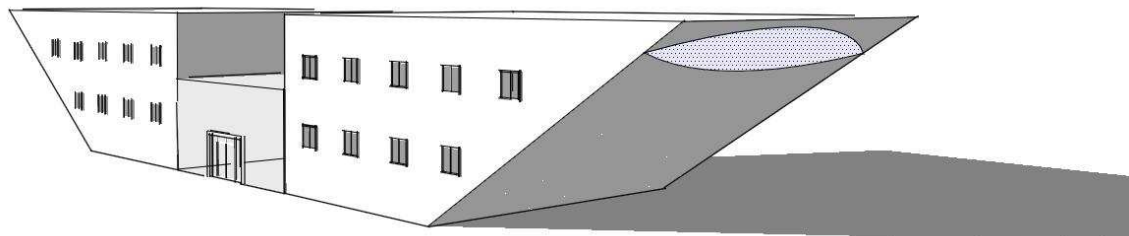
Zdroj: Vlastní, pořízený ve virtuálním světě Second Life.

Na základě dříve uvedeného členění nákladů, související se vstupem do virtuálního světa, můžeme odhadnout i náklady na realizaci výuky:

- Registrace prémiového účtu, která umožňuje vlastnit pozemky: **1536,- Kč**

Stavba/ pronájem vlastní budovy: V případě této položky by bylo vhodnější uvažovat o stavbě vlastní budovy, která bude školu dostatečně reprezentovat. Níže je znázorněn jeden z možných návrhů virtuální budovy pro Podnikatelskou fakultu, vytvořený přímo mou osobou. Tento koncept vychází z předpokladu využití dvou výukových, či přednáškových místností a menší vstupní haly, kde by případní zájemci o studium dostávali potřebné informace. Budovu je možno využívat pro konání společenských akcí, virtuálních konferencí a podobně. Náklady na takovou stavbu odhaduji, po srovnání obdobných staveb ve virtuálním světě, jak je uvedeno v předešlých kapitolách, na **130 000,- Kč**.

Náčrt konceptu



Zdroj: Vlastní, vytvořený v programu Google SketchUp

Koncept budovy



Zdroj: Vlastní, vytvořený v programu Google SketchUp

- Pronájem pozemku: v souvislosti s navrženou budovou je nutno počítat s pronájmem odpovídající plochy pozemku. Budova samotná má půdorys cca. 1400 m². Pozemek, bude tedy mít minimální výměru 2048 m², jak je patrné z výše uvedených tabulek, jehož cena je 15 USD měsíčně, tedy 180 USD ročně, což odpovídá cca. **3 620,- Kč**.
- Náklady na propagaci ve formě drobných reklamních předmětů: **12 000,- Kč**.
- Ostatní náklady: registrace skupiny, cca. **12,- Kč**

Celkové předpokládané náklady na výstavbu vlastního sídla a jeho provoz v prvním roce působení ve virtuálním světě vycházejí na cca. **147 168,- Kč**

8. *Vlastní zkušenosti v Second Life*

Vzhledem k tomu, aby bylo možné vytvářet návrhy v souvislosti s virtuálním světem Second Life, bylo také nutné osvojit si toto prostředí a krom prozkoumání z hlediska výzkumu a teoretické stránky jej prozkoumat také prakticky. V této věci jsem se však rozhodl zajít ještě dále a pokusit se do virtuálního světa vstoupit také se záměrem využít toto prostředí k získání zkušeností z hlediska možnosti případného získání výtěžku. Záměrně neuvádím termín podnikatelského plánu, jelikož to není vzhledem k mým časovým, ale především finančním možnostem, odpovídajícím studentu vysoké školy v žádném případě možné.

Základním předpokladem pro to, aby bylo možné se ve virtuálním světě cokoliv realizovat, je registrace vlastního účtu a vytvoření své vlastní virtuální postavy, takzvaného Avatara. Vzhledem k nutnosti provádění výzkumu přímo ve virtuálním světě, které si mnohdy žádaly osobní konzultace, buď se zástupci firem, nebo jiných institucí (například zahraniční univerzity, knihovny atd.), zvolil jsem postavu, která by důstojným způsobem reprezentovala účel této práce, ale i Vysoké učení technické v Brně, jehož jsem studentem. Prvním problémem byla volba jména, neboť, krom Avataři mají krom libovolně volitelného křestního jména i příjmení, která jsou ovšem předem daná a jejichž počet k výběru je omezen. Svého avatara jsem proto nazval VUT Svoboda.

Postava avatara VUT Svoboda před jednou z budov komplexu Princeton University



Zdroj: Vlastní, vytvořený v Second Life

Vzhled byl záměrně přizpůsoben mužské osobě středních let, která je svým způsobem pro virtuální svět atypická, jelikož zde většina uživatelů chce vypadat mladě, nicméně právě tento faktor dodal avatarovi potřebnou serióznost.

Dalšími nutnými procesy pro realizaci převodu peněžních prostředků do světa Second Life, bylo založení bankovního účtu u mBank, která za převod peněz, ani využívání internetového bankovníctví neúčtuje žádné poplatky a samozřejmě založení potřebného účtu u společnosti Paypal, rovněž zdarma. Peníze lze zasílat také přímo prostřednictvím platební karty, ale tato varianta je vzhledem k rozšiřujícímu se internetovému pirátství značně riskantní.

Jako nejvhodnější se pro podnikání s minimem peněžních prostředků jeví investování na virtuální akciové burze, kde neexistují, omezení ohledně nejmenší možné investované částky. Těchto burz existuje několik, z důvodu eliminace rizika byly vybrány tři největší, konkrétně pak Ancapistan Exchange, International Stock Exchange a SL Capital Exchange. Pro všechny platí stejná pravidla, kdy tyto burzy musí deklarovat schopnost zajištění svěřených finančních hotovostí a splňovat další bezpečnostní kritéria. Každá burza stanoví pravidla, podle nichž je možno přihlásit firmu na konkrétní burzu přihlásit. Mezi ně například patří povinnost pravidelného informování investorů o ekonomickém stavu společnosti a to minimálně jednou za měsíc. Další podmínky, například ohledně výše minimálního garantovaného kapitálu, jsou upravovány individuálně na základě osobního setkání se zástupci burzy.

Každá ze společností zapsaná na burze má svůj profil, kde je uveden záměr společnosti, finanční data (vlastněný pozemek a jeho hodnota), statistiky pohybu akcií, hodnoty poptávky a nabídky, novinky společnosti, termíny schůzí investorů, vyplácení dividend a podobně.

Pro registraci investorského účtu není potřeba žádných poplatků. Burzy si však účtují provizi z každého prodeje akcií investorem, ve výši od 1,5 % do 3 % z celkového objemu prodeje. Virtuální hotovost lze pak na individuální účty virtuálních burz posílat buďto prostřednictvím virtuálních bankomatů a to zdarma, nebo přímo z účtu paypal, zde je však nutnost peníze směnit z USD na Linden dollary, za což je účtován další poplatek ve výši 1 % z obrátu.

Obchodování s akcemi jsem se, především z časových důvodů, účastnil v posledním čtvrtletí roku 2008. Vzhledem k tomu, že se obchodování neřídí takzvanými SPAD pravidly, je při požadavku k prodeji nutno vyčkat, než někdo jiný prodávané akcie koupí za udanou cenu, což činí tento druh obchodování velice časově náročným. Počátkem roku 2009 se navíc stále výrazněji začala projevovat světová

finanční krize, což většinu investorů, včetně mě, donutilo k opatrnosti, jejímž následkem bylo nejprve snížení objemu transakcí a poté i výrazný pád některých kurzů. I přes tyto skutečnosti můžu své dosavadní působení v oblasti virtuální poměrně úspěšné, až na některé výjimky, kdy nebylo možné již nakoupené akcie, jejichž kurzy začaly padat, prodat i pod nákupní cenou. Tyto akcie jsem se tudíž rozhodnul držet i nadále a spekulovat tak na jejich případný další růst v následujícím období. Níže je uveden přehled realizovaných nákupů a prodejů podle jednotlivých burz, společně s vyjádřením ztráty nebo zisku. Údaje jsou uvedeny v Linden Dollarech.

Tabulka č. 7: Ancapistan Exchange

Datum pořízení	Zkratka akcie	Cena /ks	Množství	Cena nákupu	Datum prodeje	Cena/ks	Množství	Cena prodeje	Zisk/ztráta	Vyjádření v %
12.10.2008	ACE	0,59	7	4,13	11.7.2008	0,9	7	6,3	1,98	52,54%
13.10.2008	BNT	0,2	1000	200	2.2.2009	0,22	1000	220	13,40	10,00%
13.10.2008	SLIB	0,24	24	5,76	-	-	-	-	-	-
22.10.2008	BDVR	1,14	1000	1140	24.10.2008	1,34	1000	1340	159,80	17,54%
28.10.2008	MAI	0,15	5000	750	02.11.2008	0,18	5000	900	123,00	20,00%
11.11.2008	MAI	0,15	900	135	-	-	-	-	-	-
25.12.2008	BDVR	0,14	5000	700	11.1.2009	0,17	5000	850	124,50	21,43%

Celková bilance: 121,51 %

Zdroj: Vlastní výpočet

Tabulka č. 8: Internationla Stock Exchange

Datum pořízení	Zkratka akcie	Cena/ks	Množství	Cena nákupu	Datum prodeje	Cena/ks	Množství	Cena prodeje	Zisk/ztráta	Vyjádření v %
13.10.2008	BCXS	0,22	500	110	16.10.2008	0,23	500	115	3,28	4,55%
13.10.2008	LIF	1,12	80	89,6	17.10.2008	1,1	80	88	-1,6	-9,09%
18.10.2008	VLADA	0,32	297	95,04	29.11.2008	0,36	297	106,92	10,28	12,50%
23.10.2008	BCXS	0,19	474	90,06	-	-	-	-	-	-
26.10.2008	GIFF	5	78	390	9.11.2008	6,5	80	520	122,20	33,33%

Celková bilance: 41,29 %

Zdroj: Vlastní výpočet

Tabulka č. 9: SL Capital Exchange

Datum pořízení	Zkratka akcie	Cena/ks	Množství	Cena nákupu	Datum prodeje	Cena /ks	Množství	Cena prodeje	Zisk/ztráta	Vyjádření v %
21.10.2008	SLCX	0,32	3	0,96	-	-	-	-	-	-
23.10.2008	HBK	0,34	29	9,86	24.10.2008	0,45	29	13,05	2,86	32,35%
26.10.2008	SLR	0,51	392	199,92	31.10.2008	0,56	392	219,52	14,11	9,80%
26.10.2008	SLW	0,15	1400	210	1.11.2008	0,17	1400	238	22,05	13,33%
1.11.2008	SLCX	0,28	96	26,88	4.4.2009	1,4	10	14	-13,23	-47,92%
2.11.2008	KDC	0,8	240	192	11.12.2008	0,87	240	208,8	11,58	8,75%
3.11.2008	MLS	1,06	37	39,22	6.11.2008	1,14	37	42,18	1,91	7,55%
4.11.2008	HOT	0,95	200	190	10.11.2008	1,3	200	260	63,50	36,84%
25.12.2008	HOT	1,04	900	936	28.12.2008	1,2	900	1080	117,00	15,38%

Celková bilance: 76,08 %

Zdroj: Vlastní výpočet

Uvedené tabulky potvrzují zhodnocení vložených investic ve výši **238,88 %**.
Ačkoliv se jedná o relativně malé částky, účelem této praktické části práce nebylo

dosažení maximálního příjmu z virtuálního světa, nýbrž dokázat, že realizace převodu kapitálu mezi reálným a virtuálním světem skutečně funguje a že lze ve virtuálním světě Second Life úspěšně zhodnotit vložené investice.

Závěr

Tato práce se zabývá tématem, které je svým zaměřením nové a dosud ne příliš prozkoumané. Na druhou stranu řeší klasický manažerský problém, kterým je využití nového potencionálního trhu k vytvoření zisku. K tomu je vždy potřeba daný trh důkladně prozkoumat a poznat. Na základě tohoto poznání je pak možné na trh vstoupit s vlastním podnikatelským záměrem.

Práce má několik dílčích cílů. Prvním z nich je prozkoumání virtuálního světa Second Life z teoretického hlediska, čemuž se věnuje první část práce. Stejně tak byla představena i ekonomika a její základní aktuální ukazatelé. Při uvedení možného využití virtuálního světa pro podnikatelské záměry byly představeny firmy, které trhu virtuálního světa již využívají. Dalším cílem bylo představení konkrétního oboru, v němž je možno ve virtuálním světě podnikat a vyčíslení nákladů, které by firma měla se vstupem do virtuálního světa. Tímto oborem byla výuka jazyků. O vhodnosti této volby svědčí skutečnost, že v průběhu vypracovávání této práce, vstoupila do virtuálního českého města Bohemia firma, která se zabývá právě nabídkou těchto služeb. Práce se také zabývá návrhem možného využití virtuálního prostředí pro výuku, obsahující náklady, relevantní vstupu do virtuálního prostředí a návrhy tohoto využití.

Ačkoliv se jedná o netradiční téma, je jistě právě tato netradičnost zárukou zajímavosti této práce. Virtuální prostředí totiž nemůžeme vnímat jako hru, ale i jako potencionální trh, ve kterém je možno buďto realizovat své podnikatelské záměry, nebo alespoň prezentovat svou firmu coby moderní společnost, využívající moderních přístupů ke svým zákazníkům. Pravdivost těchto slov je možno ověřit po letném pohledu jak na společnosti, které virtuálního prostředí již využívají, tak na ekonomické ukazatele virtuálního trhu. To však platí i o využití virtuální výuky. Té se věnují i významné univerzity, v České republice ji však naplno prozatím využívá Univerzita Palackého v Olomouci, která v jejím rámci otevřela i některé předměty.

Hlavní přínos práce tkví v tom, že poukazuje na nový potenciál, který v sobě virtuální světy skýtají, a představuje některé z možností jejich využití.

Nezanedbatelná je také část práce, věnující se vlastním zkušenostem coby investora na virtuálních akciových burzách. Toto působení je možno označit, i přes jeho krátké trvání, způsobené omezenými časovými a především pak finančními možnostmi za velice úspěšné.

Seznam použitých zdrojů

- [1] *Category: LSL Chat : Second Life Wiki* [online]. 2007 , 24.10.2008 [cit. 2009-01-13]. Dostupný z WWW: <http://wiki.secondlife.com/wiki/Category:LSL_Chat>.
- [2] *Co se dělo v Second Life – leden 2008* [online]. 2008 [cit. 2009-01-16]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/co-se-delo-v-second-life-leden-2008>>.
- [3] *Český rozhlas vstupuje do Second Life* [online]. 22.10.2007 [cit. 2009-01-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.secondlife.cz/cesky-rozhlas-vstupuje-do-second-life>>.
- [4] *ČNB : Kurzy devizového trhu – měsíční průměry* [online]. 2009 [cit. 2009-04-20]. Dostupný z WWW: <http://www.cnb.cz/cs/financni_trhy/devizovy_trh/kurzy_devizoveho_trhu/prumerne_rok.jsp?rok=2009>.
- [5] DURANSKE, B. T. . *Virtual law : navigating the legal landscape of virtual worlds*. [s.l.] : American Bar Association, 2008. 461 s. ISBN 160442009X.
- [6] *Eduserv Research : Snapshots of Second Life use in UK HE and FE* [online]. 2007 [cit. 2009-01-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.eduserv.org.uk/research/studies/slsnapshots>>.
- [7] ERIC, R. *Reuters Second Life : Linden plans resident-to-resident land auctions* [online]. 17.9.2007 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <http://secondlife.reuters.com/stories/2007/09/14/linden-plans-resident-to-resident-land-auctions/>.
- [8] HASALÍK, R.. *České firmy objevují virtuální svět Second Life* [online]. 2008 [cit. 2009-03-10]. Dostupný z WWW: <http://www.lupa.cz/clanky/ceske-firmy-objevuji-virtualni-svet-second-life/>.
- [9] HASALÍK, R.. *Second Life: příležitost pro byznys nebo vyhozené peníze?* [online]. 2008 [cit. 2009-04-01]. Dostupný z WWW: <http://www.itbiz.cz/second-life>.
- [10] HAYWOOD, M. *Managing virtual teams. Practical techniques for high-technology managers*. 1 vyd. Boston: Artech House, 1998. 199 s.
- [11] HRONOVÁ, M. Filozofická fakulta UP získá jako první v ČR reálné zkušenosti. *Žurnál Univerzity Palackého v Olomouci*. 30.1.2009, roč. 18, č. 14, s. 3. Dostupný z WWW: <<http://www.upol.cz/fileadmin/zuparchiv/XVIII/cislo14.pdf>>.
- [12] KUBÁTOVÁ, J.. *Rozvoj virtuální spolupráce ve virtuálním světě* [online]. 2009 [cit. 2009-04-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.ekonomikaamanagement.cz/getFile.php?fileKey=CEJVB0NUCAAdvCEZIU1VHB0MIUUMEBAVDVFVWQ1VUBAVGQ1VCXgQFBERIREJKZg==&=cz>>.

- [13] *Language Life : Learn Spanish in a Virtual world* [online]. 2008 [cit. 2009-02-15]. Dostupný z WWW:
<http://shop.languagelifespainish.com/epages/es116572.sf/en_US/?ObjectPath=/Shops/es116572_shop/Categories/Feb>.
- [14] *Learn Spanish from home* [online]. 2008 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW:
<http://shop.languagelifespainish.com/epages/es116572.sf/en_US/?ObjectPath=/Shops/es116572_shop>.
- [15] *LindeX™ Exchange : Billing and Trading Limits* [online]. 2009 [cit. 2009-04-10]. Dostupný z WWW: <<https://secure-web22.secondlife.com/currency/describe-limits.php>>.
- [16] *LindeX™ Exchange* [online]. Linden Research, c2009 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <<https://secure-web16.secondlife.com/currency/index.php?lang=en>>.
- [17] MACMILLAN, D.. *Virtual World Rich List* [online]. 2007 [cit. 2009-04-01]. Dostupný z WWW: <http://images.businessweek.com/ss/07/04/0416_richlist/index_01.htm>.
- [18] NONDEK, L, ŘENČOVÁ, L. *Internet a jeho komerční využití*. 1. vyd. Praha : Grada Publishing, 2000. 120 s. ISBN 80-7169-933-0 .
- [19] *Partneři města Bohemia* [online]. 2008 [cit. 2009-04-01]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/partneri-mesta-bohemia>>.
- [20] PETTEY, C.. *Gartner Says 80 Percent of Active Internet Users Will Have A "Second Life" in the Virtual World by the End of 2011* [online]. 2007 [cit. 2009-04-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=503861>>.
- [21] *Příležitosti pro reálné firmy* [online]. 2007 [cit. 2009-04-01]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/prilezitosti-pro-realne-firmy>>.
- [22] *Regionální knihovna Karviná : Aktuální* [online]. 2008 [cit. 2009-02-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.rkka.cz/2004/cz.php>>.
- [23] *Reuters News Centre : Deficits, money supply and the Second Life business cycle* [online]. 2007 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.reuters.com/stories/2007/08/03/deficits-money-supply-and-the-second-life-business-cycle/>>.
- [24] ROBERT, F. *How to Make Real Money in Second Life : Boost Your Business, Market Your Services, and Sell Your Products in the World's Hottest Virtual Community*. [s.l.] : McGraw Hill Professional, 2007. 288 s. ISBN 0071508252.
- [25] RYLICH, J. *Virtuální světy na internetu* [online]. c1998-2009 , 19.4.2007 [cit. 2009-01-19]. Dostupný z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky/virtualni-svety-na-internetu/>>. ISSN 1213-0702. /
- [26] RYMASZEWSKI, M., et al. *Second Life: The Official Guide*. 1st edition. [s.l.]: John Wiley & Sons, 2006. 342 s. ISBN 047009608X.

- [27] *SciLands Virtual Continent : SciLands Virtual Continent* [online]. 2009 [cit. 2009-02-20]. Dostupný z WWW: <<http://www.sciland.org/about/>>.
- [28] *Second Life : Create an Avatar* [online]. 2008 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/whatis/avatar.php>>.
- [29] *Second Life : Membership, Land and Pricing* [online]. 2009 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/whatis/pricing.php>>.
- [30] *Second Life : System Requirements* [online]. 2006 [cit. 2009-02-14]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/support/sysreqs.php>>.
- [31] *SecondLife : The Marketplace* [online]. 2008 [cit. 2009-01-12]. Dostupný z WWW: <http://secondlife.com/whatis/marketplace.php>.
- [32] STEPHENSON, N. *Snow crash*. 1st edition. [s.l.]: Bantam Books, 2000. 470 s. ISBN 0553380958
- [33] *The Open University : Use of the Virtual 3D Immersive Social World known as Second Life to investigate the use of eLearning techniques using virtual student tutorials* [online]. 2008 [cit. 2009-02-10]. Dostupný z WWW: <http://www.open.ac.uk/colmsct/activities/details/detail.php?itemId=473d812ff0f54&themeld=48a9748015077>.
- [34] *The Second Life Economy - First Quarter 2009 in Detail* [online]. 2009 [cit. 2009-04-19]. Dostupný z WWW: <<https://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2009/04/16/the-second-life-economy--first-quarter-2009-in-detail>>.
- [35] *The SL Shakespeare Company : About Us* [online]. 2007 [cit. 2009-01-14]. Dostupný z WWW: <<http://slshakespeare.com/pages/about>>.
- [36] *Tisková zpráva : RAIFFEISENBANK JE PRVNÍ BANKOU S POBOČKOU V SECOND LIFE* [online]. 19.3.2008 [cit. 2009-01-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.rb.cz/attachements/pdf/informacni-servis/media/tiskove-zpravy/tiskove-zpravy-2008/raiffeisenbank-je-prvni-bankou-s-pobockou-v-second-life.doc>>.
- [37] *Virtual Diplomacy* [online]. 2007 [cit. 2009-01-15]. Dostupný z WWW: <<http://www.diplomacy.edu/VD/SL/default.asp>>.
- [38] *Virtual Environments Enable New Models of Learning* [online]. 2008 [cit. 2009-01-16]. Dostupný z WWW: <<http://secondlifegrid.net/slfe/education-use-virtual-world>>.
- [39] *Virtual world offers new locale for problem solving* [online]. 2008 [cit. 2009-04-04]. Dostupný z WWW: <<http://www.physorg.com/news141910130.html>>.
- [40] *Výuka angličtiny v Bohemii exkluzivně zdarma* [online]. 28.1.2008 [cit. 2009-02-17]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/vyuka-anglictiny-v-bohemii-exkluzivne-zdarma>>.

- [41] *Vzdělávání míří do Second Life* [online]. 16.12.2008 [cit. 2009-01-16]. Dostupný z WWW: <<http://www.secondlife.cz/vzdelavani-miri-do-second-life>>.
- [42] *Vzdělávání v Second Life III. - výuka angličtiny* [online]. 2007 [cit. 2008-01-16]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/vzdelavani-v-second-life-iii-vyuka-anglictiny>>.
- [43] WEBER, S. *The Success of Open Source*. [s.l.]: Harvard University Press, 2004. 312 s. ISBN 0674012925.

Seznam použitých zkratek

3D	trojrozměrný
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
cca.	přibližně
č.	číslo
ČR	Česká republika
DPH	daň z přidané hodnoty
Kč	korun českých
r.	rok
resp.	respektive
s.	strana
Sb.	Sbírka
SL	Second Life
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
tis.	tisíc
tj.	to je
USD	americký dollar
vyd.	vydání

Seznam příloh:

Příloha č. 1. Vývoj registrací prémiových účtů Second Life

Příloha č. 2. Žebříček zemí dle aktivních uživatelů, virtuálního světa Second Life v období leden 2008 (prvních deset zemí)

Příloha č. 3. Rozdělení uživatelů Second Life dle věku v období leden 2008

Příloha č. 4. Podíl žen a mužů na celkovém počtu registrovaných účtů v období leden

Příloha č. 1. Vývoj registrací prémiových účtů Second Life

Year	Měsíc	Prémiové účty
2005	Leden	5 273
2005	Únor	5 710
2005	Březen	6 287
2005	Duben	6 669
2005	Květen	7 039
2005	Červen	7 548
2005	Červenec	8 231
2005	Srpen	8 953
2005	Září	9 826
2005	Říjen	10 772
2005	Listopad	11 633
2005	Prosinec	12 433
2006	Leden	13 403
2006	Únor	14 178
2006	Březen	15 162
2006	Duben	16 535
2006	Květen	18 320
2006	Červen	19 685
2006	Červenec	21 441
2006	Srpen	24 702
2006	Září	28 253
2006	Říjen	32 526
2006	Listopad	42 430
2006	Prosinec	49 776
2007	Leden	57 661
2007	Únor	66 838
2007	Březen	75 714
2007	Duben	83 063
2007	Květen	89 845
2007	Červen	94 607
2007	Červenec	88 797
2008	Srpen	90 600
2007	Září	91 054
2007	Říjen	91 613
2007	Listopad	92 595
2007	Prosinec	93 219
2008	Leden	92 096

Zdroj: <http://spreadsheets.google.com/pub?key=pxbDc4B2FH96NzYTkcNb-SA&gid=6>

Příloha č. 2. Žebříček zemí dle aktivních uživatelů, virtuálního světa Second Life v období leden 2008

Země	Počet aktivních uživatelů	Počet hodin
Spojené státy americké	190018	10 606 965
Německo	44806	2 795 30
Spojené království	41182	1 808 61
Japonsko	30694	2 043 19
Brazílie	30282	923 23
Francie	27971	1 596 62
Itálie	23844	1 146 91
Nizozemí	17316	1 153 012
Kanada	17307	992 136
Španělsko	15865	886 941
Rakousko	10885	552 034
Belgie	5451	272 876
Čína	5158	253 559
Polsko	5105	135 134
Portugalsko	4363	188 740
Švýcarsko	4133	234 526
Mexiko	4120	136 500
Argentina	3712	137 885
Jižní Korea	3520	59 503
Švédsko	3401	159 384
Dánsko	3332	184 397

Zdroj: <http://spreadsheets.google.com/pub?key=pxbDc4B2FH96NzYTkCnb-SA&gid=7>

Příloha č. 3. Rozdělení uživatelů Second Life dle věku v období leden 2008

Věk	Počet uživatelů	% celkového počtu uživatelů	Počet aktivních hodin	% celkových aktivních hodin
13-17	5 193	0,96%	129 992,02	0,46%
18-24	133 166	24,50%	4 559 714,15	16,20%
25-34	192 597	35,43%	9 735 769,83	34,59%
35-44	126 926	23,35%	7 915 295,92	28,12%
45 plus	82 917	15,25%	5 676 036,23	20,17%
Neznámý	2 775	0,51%	126 910,58	0,45%

Zdroj: <http://spreadsheets.google.com/pub?key=pxbDc4B2FH96NzYTkCnb-SA&gid=9>

Příloha č. 4. Podíl žen a mužů na celkovém počtu registrovaných účtů v období leden**2006 - leden 2008**

Rok	Měsíc	Ženy	Muži
2008	Leden	40,98%	59,02%
2007	Prosinec	40,68%	59,32%
2007	Listopad	41,63%	58,37%
2007	Říjen	42,21%	57,79%
2007	Září	42,25%	57,75%
2007	Srpen	42,09%	57,92%
2007	Červenec	42,13%	57,87%
2007	Červen	42,77%	57,23%
2007	Květen	42,85%	57,15%
2007	Duben	43,03%	56,97%
2007	Březen	42,06%	57,94%
2007	Únor	41,07%	58,93%
2007	Leden	41,11%	58,89%
2006	Prosinec	41,42%	58,58%
2006	Listopad	42,14%	57,86%
2006	Říjen	42,65%	57,35%
2006	Září	43,76%	56,24%
2006	Srpen	42,98%	57,02%
2006	Červenec	42,99%	57,01%
2006	Červen	43,51%	56,49%
2006	Květen	43,16%	56,84%
2006	Duben	43,79%	56,21%
2006	Březen	44,43%	55,57%
2006	Únor	43,96%	56,04%
2006	Leden	44,50%	55,50%

Zdroj: <http://spreadsheets.google.com/pub?key=pxbDc4B2FH96NzYTkCnb-SA&gid=10>