

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Silva Šebenik
Mentorica: doc. dr. Sandra Bašić Hrvatinić

VIRTUALNA SKUPNOST
USTREZNOST TERMINA IN RAZLOGI ZA ČLANSTVO
NA PRIMERU FOTOCOMMUNITY

Diplomsko delo

Ljubljana, 2003

ZAHVALA

...doc. dr. Sandri Bašić Hrvatinić za strokovno pomoč
in vsem članom Fotocommunity, ki so sodelovali v anketi.

KAZALO

UVOD	6
1. KJE SE NAHAJA VIRTUALNA SKUPNOST?	8
1. 1 KIBERNETIČNI PROSTOR.....	9
1. 2 VIRTUALNA REALNOST.....	10
1. 3 VIRTUALNA SKUPNOST.....	12
1. 3. 1 Izhodiščna definicija.....	12
1. 3. 2 Vrste virtualnih skupnosti.....	15
1. 3. 3 Termin virtualno.....	18
2. PREDSTAVITEV FC	19
2. 1 DOMAČA STRAN.....	20
2. 2 KOMENTIRANJE FOTOGRAFIJ.....	21
2. 3 PREDSTAVITVENA STRAN.....	22
2. 4 SEZNAM KOLEGOV.....	24
2. 5 E-RAZGLEDNICE.....	25
2. 6 HITRA SPOROČILA.....	26
2. 7 FORUM.....	27
2. 8 SREČANJA UPORABNIKOV.....	28
3. KARAKTERISTIKE VIRTUALNE SKUPNOSTI	29
3. 1 PROSTOR IN ČAS.....	30
3. 2 KOMUNIKACIJA.....	32
3. 2. 1 Jezik.....	39
3. 3 IDENTITETA.....	41
3. 4 RECIPROČNOST.....	47
3. 5 HIERARHIJA IN NADZOR.....	49
3. 6 ALI JE VIRTUALNA SKUPNOST RES SKUPNOST?.....	52
4. ŠTUDIJA FC	59
4. 1 ALI JE FC VIRTUALNA SKUPNOST?.....	60
4. 2 RAZLOGI ZA ČLANSTVO.....	61
4. 3 PREDNOSTI RPK KOT RAZLOG ZA ČLANSTVO.....	65
SKLEP	69
LITERATURA	71

UVOD

Leto in pol sem članica virtualne skupnosti amaterskih in profesionalnih fotografov, ki na spletni strani <http://www.fotocommunity.de> objavljajo svoja dela z namenom, da bi jih vzajemno komentirali. Poleg te osrednje funkcije obstajajo še mnoge druge: od foruma, kjer se išče informacije in pomoč, do zasebnega dopisovanja med posameznimi člani in organizacije srečanj. Kar me je tako pritegnilo, da sem se odločila o tem napisati diplomsko nalogo, so ljudje za vsemi objavljenimi sporočili. Posebno to, da se kopica ljudi vsak dan, nekateri celo večkrat na dan, vračajo na to stran, gledajo, berejo, pišejo komentarje, pišejo zasebna sporočila drug drugemu, klepetajo. Mnogo teh ljudi se je le redko ali nikoli videlo. In vendar si vzamejo čas, da vsak dan vsaj pokukajo, kaj je novega v Fotocommunity (FC), mogoče tudi, da pogledajo, ali je na strani kdo, s katerim bi radi poklepetali...

Opazila sem, da člani FC uporabljajo na zelo različne načine. Nekateri so na strani zelo redko, drugi zelo pogosto. Nekateri večinoma le objavljajo svoje fotografije in ne komentirajo dosti, drugi se poglobijo v vsak komentar, ki ga napišejo, in v njem obdelajo čim več elementov fotografije, komentarji tretjih se dostikrat sploh ne nanašajo na fotografijo, temveč na izkušnje vsakdanjega življenja, s katerimi avtorji sporočil povežejo fotografijo. Nekateri se udeležujejo srečanj in poznajo nekaj svojih sočanov, tretji se držijo bolj ob strani.

Zato sem se odločila, da bom raziskala, kateri so **glavni razlogi za članstvo v FC**. Predvidevam, da so to (po pomembnosti): 1. splošno učenje o fotografiji, 2. objava svojih fotografij in njihovo komentiranje s strani drugih in 3. pripadnost skupini z istimi interesi.

Zanima me tudi, ali ima **računalniško posredovana komunikacija (RPK) v primerjavi s »face-to-face« komunikacijo za člane katere prednosti** in ali so ti morda **eden od razlogov za članstvo**. Zdi se mi, da lahko komunikacijski kanali te vrste kljub svojim mnogim slabostim tudi olajšajo sporočanje, posebno nekaterih vsebin, npr. ker avtor fotografije ne stoji pred teboj in takojšna povratna informacija ni mogoča, lažje izraziš svoje mnenje.

Preveriti želim tudi, **ali FC sploh je virtualna skupnost**, kot nakazuje njeno ime. **Ali je virtualna skupnost primerno poimenovanje** za to obliko združevanja preko RPK?

Pri slednjih vprašanjih je najtežje postaviti hipotezo. Predpostavljam, da v številnih primerih ne gre za skupnosti, temveč za neke druge oblike skupin, ki povezujejo ljudi z istim zanimanjem.

1. KJE SE NAHAJA VIRTUALNA SKUPNOST?

Eno od virtualnih skupnosti dobro poznam. Vem, na katerem spletnem naslovu jo najdem in kako deluje. Vendar pa o računalniški tehnologiji in RPK ne vem veliko in ko sem začela prebirati literaturo s tega področja, so se name zgrnili pojmi, za katere sem že slišala, a nisem vedela, kaj točno pomenijo. Težava je nastala, ker avtorji te pojme uporabljajo različno, nekateri tudi nedosledno.

Pojmovni aparat tega mladega družboslovnega raziskovanja je razmeroma neoblikovan; termini so se kar nekaj časa nekritično in nedefinirano prevzemali iz novinarstva (glej npr. Trček, 2003: 11), prvih del ene od smeri znanstvenofantastične literature, imenovane kiberpank (glej npr. Trček, 2003: 14) in drugih temeljnih del o tej problematiki (glej Oblak, 2000: 1054-1057). Kot opaža Trček (glej 2003: 11), so uporabljeni pojmi natančneje opredeljeni šele v novejši literaturi, kot so npr. dela Jordana in Holmesa.

Problemi so se pojavili tudi, ker je veliko pojavov, povezanih z RPK, težko zajeti v obstoječe družboslovne teorije. Npr. RPK za razliko od množičnih medijev, kot je televizija, ne moremo opisati le kot tok komunikacije od enega k mnogim ("one-to-many"), temveč tudi kot od nekaj k mnogim ("few-to-many") in od mnogih k mnogim ("many-to-many") (glej npr. Morris in Ogan v Kitchin, 1998: 12-13). Poleg tega je družboslovni diskurz pogosto neenoten (npr. mnogopomenskost pojma skupnost) in z novim raziskovalnim področjem in novimi pojavi, ki jih le-to prinaša, se zmeda nadaljuje. Na to bom opozorila v nadaljevanju naloge, pod točko 3. 7, ko bom pisala o spornosti termina virtualna skupnost.

Pred opredelitvijo pojma, ki je središče diplomske naloge, je treba predstaviti dva temeljna termina: kibernetični prostor in virtualna realnost.

1. 1 KIBERNETIČNI PROSTOR

Dogajanje, ki nas zanima, se odvija v kibernetičnem prostoru. Pojem je Loader (v Loader, 1997: 1) definiral:

»R/ačunalniško proizvedena javna domena brez teritorialnih meja ali fizičnih atributov, ki je v nenehni rabi. Do danes je njegova najpomembnejša manifestacija matrica elektronske telekomunikacije in računalniških omrežij, običajno poimenovana internet, ki povezuje milijone ljudi globalno, ki se dnevno naglo razvija, prevzema nove oblike in smernice kot posledica prostovoljnih akcij svojih udeležencev in ki naj je ne bi nadzorovala nobena avtoriteta.«

Izraz kibernetični prostor izhaja iz literarne smeri kiberpank, za katero je značilno opisovanje prihodnosti na temelju avtorjevih vsakdanjih izkušenj z informacijsko tehnologijo. Za enega najpomembnejših del velja roman Nevromant (1984) Williama Gibsona (glej npr. Trček, 2003: 14; Oblak, 2000: 1057; McRae v Porter, 1997: 73-74).

Po Novakovi opredelitvi (Hillis, 1999: xiv) je kibernetični prostor

»/.../prostorska vizualizacija vseh informacij v globalnih informacijskih sistemih po poteh sedanjih in prihodnjih komunikacijskih omrežij, ki omogočajo polno soprisotnost in interakcijo množičnih uporabnikov, input v človeški čutilni sistem in njegov output, simulacijo realnih virtualnih svetov, oddaljeno zbiranje podatkov in nadzor preko teleprisotnosti ter popolno integracijo in medsebojno komunikacijo z mnogovrstnimi inteligentnimi produkti in okolji v realnem prostoru«.

Trček (2003: 13) meni, da je kibernetični prostor »virtualno, omrežno, elektronsko posredovani interesni prostor, skratka prizorišče za zagotavljanje različnih formalnih in neformalnih interesnih nagnjenj, potreb akterjev, ki poteka z interakcijo in transakcijo med akterji«.

Za Holmesa (v Holmesu, 1997: 1) je kibernetični prostor »elektronsko srečališče, kjer se odvija breztelesna komunikacija«.

Za preučevanje virtualne skupnosti je še posebno zanimiv pogled Turklove. Avtorica se osredotoča na interakcije med subjekti in »pojmuje kibernetični prostor kot del vsakdanjih rutiniziranih praks, ki jih posamezniki izvajajo z branjem elektronske pošte, pošiljanjem sporočil ali rezerviranjem letalske karte prek računalniške mreže« (Oblak, 2000: 1057).¹ »V kibernetičnem prostoru se posamezniki lahko pogovarjajo, izmenjujejo ideje, pripišejo ali predrugačijo osebnost in gradijo nove vrste skupnosti.« (Oblak, 2000: 1057).

Razumevanje poenostavi tudi Bell (glej 2001: 6) s tremi vrstami zgodb (»stories«) o kibernetičnem prostoru, s katerimi označuje pristope k temu pojavu: materialnimi, simbolnimi in izkustvenimi. Materialne zgodbe opisujejo kibernetični prostor kot strojno opremo, globalno mrežo računalnikov, povezanih preko komunikacijske infrastrukture, ki olajšajo interakcijo med oddaljenimi akterji. Na namišljen prostor med računalniki, v katerem posamezniki lahko oblikujejo nov jaz in nove svetove, se nanašajo simbolne zgodbe. Izkustvene pa poudarjajo uporabo RPK v vsakdanjem življenju (e-pošta, računalniške igrice, film...). Zgodb ne moremo ločiti, saj potekajo hkrati in se pogosto prepletajo.

Večina nas najbrž najbolje pozna izkustveno stran, ki je za našo nalogo tudi najbolj zanimiva. Po Bellu (2001: 6) izkušnje v kibernetičnem prostoru segajo od vsakdanjih, kot je prebiranje e-pošte, do takih, ko se v ta prostor »potopimo« in »naše realno življenje in telo« izgineta. Nekateri avtorji bi rekli, da smo se v primeru slednjega znašli v virtualni realnosti.

1. 2 VIRTUALNA REALNOST

Lahko bi sklepali, da o terminu kibernetični prostor obstaja nek širši konsenz, čeprav se avtorji osredotočajo na različne aspekte tega pojava: od tehnologije, ki ga omogoča, do njegove socialne razsežnosti. Bolj se zaplete pri virtualni realnosti in njenem razmerju do kibernetičnega prostora.

Izraz virtualna realnost je v 80. letih skoval Jaron Lanier in z njim označil tridimenzionalni svet, ki je v celoti ustvarjen z računalnikom in v katerega se uporabnik popolnoma potopi

¹ Elektronska pošta v nadaljevanju e-pošta.

(glej npr. <http://www.virtualrealityclub.com/main.html>). Gre za fenomen, ki ga mnogi poznamo iz filma Kosec (1992) režiserja Bretta Leonarda. Posameznik z uporabo računalniških pripomočkov, kot so senzorji v rokavicah, posebna čelada in obleka, dobi občutek, da se nahaja v drugem prostoru.

Natančnejši opis ponuja Kitchin (glej 1998: 8), ko zapiše, da tehnologije virtualne realnosti delno ali popolnoma potopijo uporabnika v vizualno, umetno, računalniško izdelano okolje, kjer uporabnik ni le opazovalec statičnega ekrana, temveč udeleženec v odzivajočem se okolju. Posameznik namreč gleda ekran in uporablja posebna očala in ko premika miško ali glavo, računalnik nenehno obnavlja podobo virtualnega sveta, tako da se uporabniku zdi, da se nahaja v tridimenzionalnem prostoru.

Naslin raziskovalec Steven Bryson virtualno realnost razume kot »uporabo računalniške tehnologije z namenom ustvariti učinek interaktivnega tridimenzionalnega sveta, v katerem se zdijo objekti prisotni v prostoru« (<http://www.fourthwavegroup.com/fwg/lexicon/1725w1.htm>). Slednja definicija se zdi boljša, ker ne vsebuje sicer v zvezi z virtualno realnostjo pogosto uporabljenega izraza potopitev (»immersion«). Bryson potopitev razume kot biti obdan; pojem potopitve zahteva občutek obdanosti z okoljem: stvari so lahko za posameznikom in če se bo obrnil, jih bom videl. To je možno pri nekaterih oblikah te tehnologije, a ne pri vseh, torej potopitev za definicijo ni pogoj (<http://www.fourthwavegroup.com/fwg/lexicon/1725w1.htm>). Pri njegovi opredelitvi bi poudarila tudi tridimenzionalnost, eno- in dvodimenzionalni programi so izključeni.

Poglejmo si Loaderjevo razlago pojma (v Loader, 1997: 230). »Virtualna realnost: sistem, ki proizvaja alternativno, dinamično reprezentacijo podatkov. Predstavitev podatkov je v obliki interaktivnega sistema, ki modelira v treh dimenzijah in udeležencu omogoča neomejeno gibanje, da jo lahko preuči s katere koli perspektive. Podobe so ustvarjene z računalnikom in projicirane na številne načine. Sistemi virtualne realnosti segajo od simulatorjev letenja do spletnih brskalnikov.«

Vasseleu pravi (v Holmesu, 1997: 46):

»Kibernetični prostor je prostor znotraj elektronskega omrežja računalnikov, iz katerega se med drugim lahko izdelata virtualne realnosti. Virtualne realnosti so

računalniško ustvarjeni sistemi, ki uporabljajo kibernetični prostor za simulacijo različnih aspektov interaktivnega prostora (se pravi, da so naseljivi računalniški sistemi prostora). Kibernetični prostor je prostor v programski opremi, ki pa obstaja v strojni opremi, ta pa obstaja v tako imenovanem realnem prostoru, prav tako kot človeški udeleženci v virtualnih realnostih.«

Kot ugotavlja Holmes (glej v Holmes, 1997: 240), danes prevladuje pojmovanje virtualne realnosti kot tridimenzionalne računalniške grafike. Vendar le-to mnogi avtorji razumejo tudi širše. Tako npr. McRae (v Porter, 1997: 76) vanjo med drugim umešča tudi spletne klepetalnice. Holmes opaža tudi, da se izraz virtualna realnost pogosto uporablja izmenično s pojmom kibernetični prostor (glej v Holmes, 1998: 240).

Oblakova je zapisala (glej 2000: 1055-1056), da je potrebno ločiti med dvema dimenzijama pojma: virtualno realnostjo kot tehnologijo (kot v zgoraj navedenih definicijah) in virtualno realnostjo kot prostorom. Slednjo določajo kompleksnosti družbenih odnosov, ki se oblikujejo z RPK.

1. 3 VIRTUALNA SKUPNOST

Obstoj računalniško povezanih skupnosti sta pred 35 leti napovedala raziskovalca iz ameriškega vojaškega centra J. C. R. Licklieder in Robert Taylor, ki sta sodelovala pri ustanovitvi prve take skupnosti, imenovane Arpanet. »Večinoma bodo sestavljene iz geografsko ločenih članov, včasih združenih v majhne skupke, včasih delujoče individualno. To ne bodo skupnosti iste lokacije, temveč istega interesa...« (<http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>).

1. 3. 1 IZHODIŠČNA DEFINICIJA

Kot mnogi avtorji bom tudi jaz začela pri pionirju razprav o tej temi, Rheingoldu in njegovi knjigi *The Virtual Community* (1993), kjer so virtualne skupnosti opredeljene kot »socialni

agregati, ki nastanejo na mreži, ko dovolj ljudi javno razpravlja dovolj dolgo, z zadostnim človeškim občutkom, da se oblikujejo omrežja osebnih odnosov v kibernetičnem prostoru« (<http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>). Pri tem z mrežo neformalno označuje »med seboj ohlapno povezana računalniška omrežja, ki uporabljajo tehnologijo RPK za povezavo ljudi z vseh koncev sveta v javne diskusije« (<http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>).

Rheingold opisuje svoje petnajstletne izkušnje z virtualno skupnostjo Well. Njegova navdušenost nad to relativno novo obliko socialnega združevanja na spletu je očitna. Lahko bi rekli, da je delo napisano bolj poljudnoznanstveno kot znanstveno - kar je razvidno že iz njegove temeljne definicije (neopredeljeni pojem zadostnega človeškega občutka). To je mogoče razumeti, saj je bil namen njegove knjige predstaviti potencialne RPK čim širšemu krogu bralcev. Mnogi so ga - tudi zaradi njegovih idej o možnih pozitivnih učinkih RPK na politične svoboščine in prihodnost običajne skupnosti na splošno (virtualna skupnost naj bi nam vrnila tesno povezano skupnost, ki je izginila z industrializacijo) - označili za utopista. Ugotavljam, da so ti avtorji - med katerimi je npr. tudi Kitchin (glej 1998: 87-90) - spregledali, da Rheingold pušča odprti obe možnosti: tako da RPK oživi javno sfero in poveča politično participacijo, kot da postane orodje tiranije (glej <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>).

Odlika Rheingoldovega dela je, da gre za pričevanje člana virtualne skupnosti; fenomen torej predstavlja od znotraj, za razliko od mnogih, ki teh izkušenj nimajo in idejo o tesnejšem povezovanju ljudi preko RPK že apriori zavračajo.

Kot eno najpomembnejših prednosti virtualnih skupnosti v primerjavi s tradicionalnimi Rheingold navaja združevanje ljudi na temelju skupnih interesov in ne prostorske bližine.

»Da bi v tradicionalni skupnosti našli ljudi z enakimi vrednotami in interesi, kot so naše, iščemo v krogu naših sosedov in poklicnih kolegov, znancev in znancev naših znancev. Nato izmenjamo informacije drug o drugem, razkrijemo in razpravljamo o naših skupnih interesih in včasih postanemo prijatelji. V virtualni skupnosti lahko takoj gremo na mesto, kjer se razpravlja o naših najljubših temah, se nato spoznamo z ljudmi z enakimi strastmi, kot so naše, ali ljudmi, ki uporabljajo besede na nam privlačen način.« (<http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>).

Avtor poudarja odsotnost fizičnih znakov, ki je pogosto lahko prednost RPK.

»Ker ne moremo videti drug drugega v kibernetičnem prostoru, spol, starost, nacionalni izvor in fizični izgled niso očitni, razen če oseba hoče te karakteristike narediti javne. Ljudje, ki jim fizične omejitve otežujejo sklepanje novih prijateljstev, ugotovijo, da virtualne skupnosti z njimi ravnajo tako, kot so si vedno želeli - kot z misleci in posredniki idej in čutečimi bitji, ne kot s fizičnimi formami z določenim izgledom in načinom hoje in govora (ali ne-hoje in ne-govora).«
(<http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>).

»Ljudje v virtualnih skupnostih uporabljamo besede na ekranu za zabavo, prepir, intelektualno razpravo, trgovanje. Izmenjujemo si znanje, nudimo emocionalno podporo, načrtujemo, zbiramo ideje, opravljamo, sovražimo, se zaljublujemo. Najdemo prijatelje in jih izgubimo, igramo igrice, flirtamo, ustvarimo malo visoke umetnosti in veliko praznega govorjenja. Ljudje v virtualnih skupnostih počnemo skoraj vse, kar delajo ljudje v resničnem življenju, toda pri tem svoja telesa pustimo za sabo. Nikogar ne moreš poljubiti in nihče te ne more kresniti po nosu, toda znotraj teh meja se lahko zgodi marsikaj. Za milijone, ki jih je to pritegnilo, je bogastvo in vitalnost računalniško povezanih kultur privlačno, celo zasvojljivo.«
(<http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>).

Popularna sta dva nasprotujoča si pogleda na socialno združevanje na omrežju (glej npr. Kollock in Smith v Smith in Kollock, 1999: 4; Willson v Holmes, 1997: 145). Črnogledi pristop poudarja nadzor in socialno kontrolo, ki ga prinaša RPK, kar naj bi ojačalo obstoječe koncentracije moči. Nasprotni pogled poudarja pozitivne učinke na demokracijo in blagostanje; internet naj bi ustvaril nove prostore združevanja, ki bodo ponujali možnosti za zaposlovanje, politično udeležbo, socialni kontakt in zabavo. Z ojačitvijo naših vezi s širšim socialnim svetom in povečanjem naše moči v njem naj bi RPK prenovila skupnost.

Strinjam se z Wellmanom in Gulio, da pogosto črno-belo slikanje posledic virtualnih skupnosti na realne ne pušča prostora za dejanske, pogosto mešane situacije (glej v Smith in Kollock, 1999: 167). Zdi se, da za družbo prelomni izumi predvsem na začetku pogosto zbudijo teorije o njihovih ekstremnih pozitivnih ali negativnih posledicah. Spomnimo se teorije o učinku televizije na gledalce, ki je nastala v 50. letih v Ameriki, t. i. teorije

hipodermične igle, ki predpostavlja, da imajo mediji neposreden in takojšen učinek na javnost, ki sporočila sprejema pasivno, neposredno, takoj in brez kakršnega koli razmisleka (glej npr. http://www.ciadvertising.org/studies/student/99_spring/interactive/bklee/theory1-/classification.html).

Mislím, da učinki RPK in virtualnih skupnosti niso le pozitivni ali le negativni. Obstoječe koncentracije moči so res dobile še eno orodje za ohranitev in izrabo svojega položaja, vendar se isto orodje lahko uporabi za vdor v njihove informacijske sisteme, RPK pa ponuja tudi možnost kritične diskusije med geografsko oddaljenimi člani družbe. Vsekakor ima RPK tudi mnoge pozitivne učinke, vendar mislim, da ne moremo npr. pričakovati izredno povečane politične participacije, ker ta ni odvisna le od tehnologije, temveč od makroekonomskih, -političnih in -socialnih dejavnikov, ki vplivajo na vedenje posameznika. Tudi televizija je ni prinesla. Pri razpravi o možnih posledicah tudi ne smemo pozabiti, da internet v svetu ni splošno dostopen, temveč omejen le na določene segmente družbe.

1. 3. 2 VRSTE VIRTUALNIH SKUPNOSTI

Z uporabo omrežnih interaktivnih medijev so ljudje oblikovali že na tisoče skupin, v katerih diskutirajo o najrazličnejših temah, se zabavajo drug z drugim in celo izpeljujejo vrsto kompleksnih kolektivnih projektov (glej npr. Kollock in Smith v Smith in Kollock, 1999: 3). Omenjena avtorja sta razvila tipologijo omrežnih komunikacijskih sistemov, ki neposredno vplivajo na potek interakcije med ljudmi (glej Kollock in Smith v Smith in Kollock, 1999: 4-8). Včasih ti sistemi dramatično učinkujejo na tipe socialnih organizacij, ki vzniknejo med uporabniki, vsekakor pa vsak omrežni komunikacijski sistem strukturira interakcijo po svoje.

Ločita e-pošto in diskusijske liste, sisteme oglasnih desk (»bulletin board systems«), klepetalnice, temelječe na besedilu (»text chat«), MUD-e (»Multi-User Domain« ali »Multi-User Dungeons«), spletne strani in grafične svetove (glej Kollock in Smith v Smith in Kollock, 1999: 4-8). Poglejmo si jih natančneje.

E-POŠTA IN DISKUSIJSKE LISTE

To so najstarejše oblike interakcije na internetu. E-pošta omogoča, da posameznik pošlje sporočilo neposredno drugi osebi. V e-poštni diskusijski listi pa je sporočilo, poslano na

skupni naslov, prekopirano in poslano na vse naslove na listi. Komunikacija je asinhrona. Ko ljudje pošljejo serijo sporočil in odgovorov na listo, se lahko razvije skupinska diskusija. Za e-poštne diskusijske liste je značilno, da so običajno v lasti enega posameznika ali majhne skupine, zato ima ta velik nadzor nad vsebino sporočil in udeleženci v skupini. Posledica je, da je aktivnost teh list dokaj urejena in ozko osredotočena.

SISTEMI OGLASNE DESKE

Imenujejo se tudi konferenčni sistemi. Tudi zanje je značilna asinhrona komunikacija. Od prejšnje oblike se razlikujejo v tem, da večina teh sistemov udeležencem omogoča oblikovanje skupinskih tem. Sporočila, podobna e-pošti, so pripeta eno pod drugim - od tod tudi poimenovanje po oglasni deski. Druga razlika je, da morajo udeleženci sami zahtevati sporočila, saj jim niso poslana - gre za t. i. medij potega (»pull media«).

Za enega največjih in najstarejših konferenčnih sistemov velja Usenet s številnimi novičarskimi skupinami znotraj sebe, strukturiranimi okoli posameznih tem, od zdravja domačih živali, nanizanke Zvezdnih stez, politične teorije, do občudovalcev igralka Winone Ryder. Kollock in Smith (v Smith in Kollock, 1999: 5) ugotavljata, da je kljub temu, da Usenet nima centralne avtoritete in so nekatere skupine divje in neurejene, presenetljivo, koliko je dobro organiziranih in produktivnih.

KLEPETALNICE

Klepetalnice, ki temeljijo na besedilu - najbrž je najbolj znana nekomercialna oblika IRC (»Internet Relay Chat«) - za razliko od že opisanih oblik omogočajo sinhrono komunikacijo. Mnogo ljudi klepeta ob istem realnem času, tako da pošilja vrstice besedila drug drugemu. Večina klepetalnic je sestavljena iz kanalov z različnimi temami pogovora. Ponavadi sistem uporablja centraliziran strežnik, kar pomeni, da ima lastnik nadzor nad vstopom v kanal in lahko uporabnike iz njega tudi izključi.

MUD-i

Gre za igre, kjer preko tekstualnih opisov udeleženci igrajo različne vloge, se gibljejo med različnimi prostori, razpolagajo s predmeti, se borijo z zmaji ipd. Posameznik z različnimi programskimi ukazi določa, kaj počne lik, ki ga igra. Sodelujoči prihajajo preko svojih vlog v medsebojen stik - komunikacija je sinhrona. MUD-i ponujajo tudi dodatne oblike komunikacije za povezavo udeležencev, kot so e-pošta in diskusijske skupine. Mnogo

MUD-ov je namenjeno tekmovalnemu igranju vlog, obstajajo pa tudi socialni MUD-i, ki so postali sredstvo za ohranjanje stika med razpršenimi skupinami. Ker so MUD-i zgrajeni z zapletenimi računalniškimi programi, za katere je do nedavnega bilo potrebno specializirano znanje, so večinoma v lasti posameznikov ali majhnih skupin, ki imajo tako skoraj celoten nadzor nad sistemom. Kot ugotavlja Reidova, se v MUD-ih lahko oblikujejo različni hierarhični sistemi, v pustolovskih sicer bolj izraziti kot v socialnih (glej v Smith in Kollock, 1999: 109). Tako je v pustolovskem MUD-u po hierarhiji na najvišjem položaju upravljaec sistema, imenovan tudi bog, stopnjo niže so čarovniki, igralci, ki so si z zadostnim številom točk pridobili administrativno moč.

SPLETNE STRANI

Prišli smo do oblike omrežnega komunikacijskega sistema, kamor lahko umestimo tudi FC, ki ga bomo vzeli pod drobnogled v nadaljevanju. Čeprav so spletne strani zelo popularne že kar nekaj časa - kot način dostopa do dokumentov in njihovega povezovanja, pa so šele pred kratkim postale tudi prostor interakcije. Omogočajo tako asinhrono kot sinhrono komunikacijo. Primer prve so diskusijske skupine, druge pa klepetalnice. Največja prednost sistema je, da z grafičnimi vmesniki in možnostjo integracije podobe in slike omogoča bogatejši kontekst komunikacije, hkrati pa je zaradi svoje široke uporabe dobro poznan in tako za mnoge lažji za uporabo kot sistem oglasne deske.

GRAFIČNI SVETОВI

Razvoj računalniške tehnike omogoča, da se mediji, ki jih ljudje uporabljajo za medsebojno komunikacijo, širijo v smislu vključevanja podob, zvoka, videa, dvo- in tridimenzionalnega modela prostora, orodja video- in avdiointerakcije v realnem času. Kot primer naj navedem elektronsko videokonferenco. Skupina posameznikov, priključenih na računalniško omrežje, za komunikacijo uporablja mikrofona in kamero. Poleg tega lahko v komunikacijo vključi tudi razne grafične podobe, kot so zapisi, skice, spletne strani, predvajajo glasbene posnetke, videe ipd.

Priročno je ločevanje Quentina Jonesa: med virtualno skupnostjo in njenim kibernetičnim prostorom, tj. virtualnim naseljem (glej <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>; Senft v Herman in Swiss, 2000: 205). »/O/bstoj virtualnega naselja kaže na obstoj z njim povezane virtualne skupnosti.« (<http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>; Senft v Herman in Swiss, 2000: 205). Da lahko kibernetični prostor, ki ga spremlja skupinska RPK,

označimo kot virtualno naselje, morajo biti izpolnjeni naslednji pogoji: 1. minimalna raven interakcije, 2. številnost komunikatorjev, 3. virtualni skupni javni prostor, kjer se odvija signifikantni del RPK, in 4. minimalna raven trajnega članstva (glej <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>; Senft v Herman in Swiss, 2000: 205).

1. Interaktivnost avtor razume v smislu Rafaelijeve definicije: obseg, do katerega se zaporedna sporočila nanašajo drugo na drugo. Referenčnost na prejšnja sporočila je pogoj za smiselnost dolgotrajnih diskusij. Tako se enosmerna e-poštna lista, kjer udeleženci prejemaajo informacije, a s soudeleženci ne morejo diskutirati, ne klasificira kot virtualna skupnost.
2. Številčnost pomeni, da komunicirajo vsaj trije posamezniki, kar izključuje preproste baze podatkov.
3. Zahteva po javnem prostoru izključuje zasebno komunikacijo, kjer sporočila potujejo neposredno od enega k drugemu, brez skupnega virtualnega prostora. Obenem naselje razmeji od njegovega okolja. V primeru konferenčnega sistema - kot že omenjeni Usenet - to pomeni, da naselje ni cel internet, temveč obsega le spletne strani, kjer se nahaja simbolično določen Usenet. Obenem cel Usenet ne tvori le enega naselja, ampak več naselij, zbranih okoli posameznih tematskih diskusij.
4. Za smotno raven interakcije je potrebna določena raven stabilnosti - komunikatorji morajo biti vsaj do neke mere stalni.

1. 3. 3 TERMIN VIRTUALNO

Ko teče beseda o dogajanju v kibernetičnem prostoru, se pogosto uporablja delitev na virtualno in realno, s čimer se na eni strani označuje kibernetični prostor, na drugi pa svet zunaj njega, fizično okolje. Mislim, da to izrazoslovje zavaja, saj termin realno predpostavlja, da je RPK nekako neresnična. Strinjam se z Weinreichom (glej <http://www.december.com/cm/mag/1997/feb/weinsen.html>), da obstaja razlika med »online« (priključen na omrežje) in »offline« (nepriključen na omrežje), vendar ne gre za različne stopnje resničnosti. Kibernetični prostor ni nekaj, kar bi se zdelo resnično, a ni. Izkušnje v njem so resnične; za posameznika RPK ni nič manj kot resnična in kadar npr. igra igrice, se dobro zaveda, kaj je fantazijsko in kaj ne. Porter opozarja (glej Lyon v Loader, 1997: 31) na uporabo pridevnika virtualen v pojmu virtualne skupnosti. Te so ustanovljene na nov,

nenavaden način, vendar zaradi tega niso nekako nerealne. Kar naredi skupnost pomembno za njene člane, je njihovo sprejemanje komunikacij kot smiselnih in pomembnih.

Zaradi navedenega se mi zdi, da je veliko boljše ločevanje med »online« in »offline«, ki jo npr. občasno uporabljajo tudi Rheingold (glej <http://http://www.partnerships.org.uk/bol/howard.htm>, <http://www.rheingold.com/vc/book/2.html>), Bell (glej 2001) in Kitchin (glej 1998). Edina slabost teh sicer dobro znanih, dihotomnih izrazov je pomanjkanje enakovrednega slovenskega prevoda.

V nadaljevanju bom predstavila predmet študije primera FC, nato pa se bom lotila karakteristik virtualne skupnosti: od časa, komunikacije, do identitete in nadzora v kibernetičnem prostoru. Sledi preverjanje hipotez, opisanih v uvodu.

2. PREDSTAVITEV FC

Na spletnem naslovu <http://www.fotocommunity.de> se nahaja stran, kjer lahko ljubiteljski in poklici fotografi objavijo svoja dela in jih medsebojno komentirajo. Gre za računalniški konferenčni sistem ali sistem oglasne deske z elementi sinhrona komunikacije. Takrat še nekomercialno stran je pred dobrimi dvema leti, februarja 2001, ustanovil nemški računalniški programer in ljubiteljski fotograf. V prvih dveh tednih je bilo objavljenih 150 fotografij, ki so dobile več kot 100.000 zadetkov (glej <http://www.fotocommunity.de/presse/pressemitteilungen/2001-14-02.html>). Danes je FC z okoli 7000 komentarji in 500.000 zadetki dnevno največja spletna stran s fotografsko tematiko v Evropi in tudi zelo aktivna virtualna skupnost (glej <http://www.fotocommunity.de/presse/background.html>). Sestavlja jo več tisoč članov.

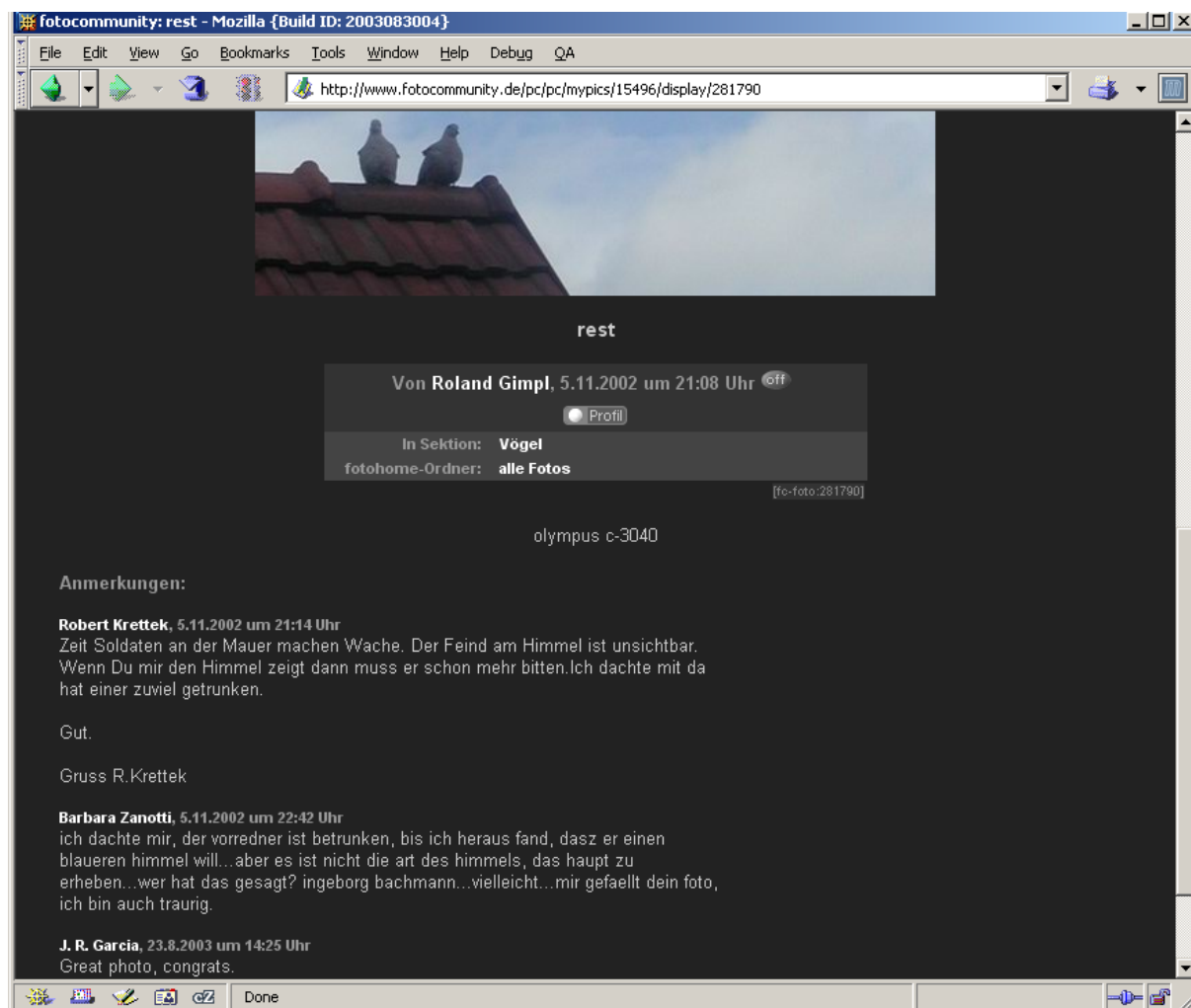
2. 1 DOMAČA STRAN



Slika 2. 1: Domača stran FC

Prijavljeni uporabniki lahko svoje fotografije objavijo v enem od glavnih kanalov, razporejenih po tematiki (glej Slika 2. 1). Segajo od kanala, kjer je poudarek na motivih (»Motive«), do popotniške fotografije (»Reisen«), fotografije narave (»Natur«), akta (»Akt«), kanala za mlade (»Youth«) itd. Vsak kanal je razdeljen na podkanale. Fotografija narave npr. je razdeljena na pokrajinsko (»Landschaften«), fotografijo živali (»Tiere«), rastlin (»Pflanzen«) itd. Najboljše fotografije po oceni uporabnikov so zbrane v galeriji (»Galerie«). Na sliki vidimo tudi seznam aktualnih srečanj uporabnikov (»Aktuelle Termine«; več pod točko 2. 8), in oglas za tiskanje digitalnih fotografij (»Foto-Abzuege bestellen«).

2. 2 KOMENTIRANJE FOTOGRAFIJ

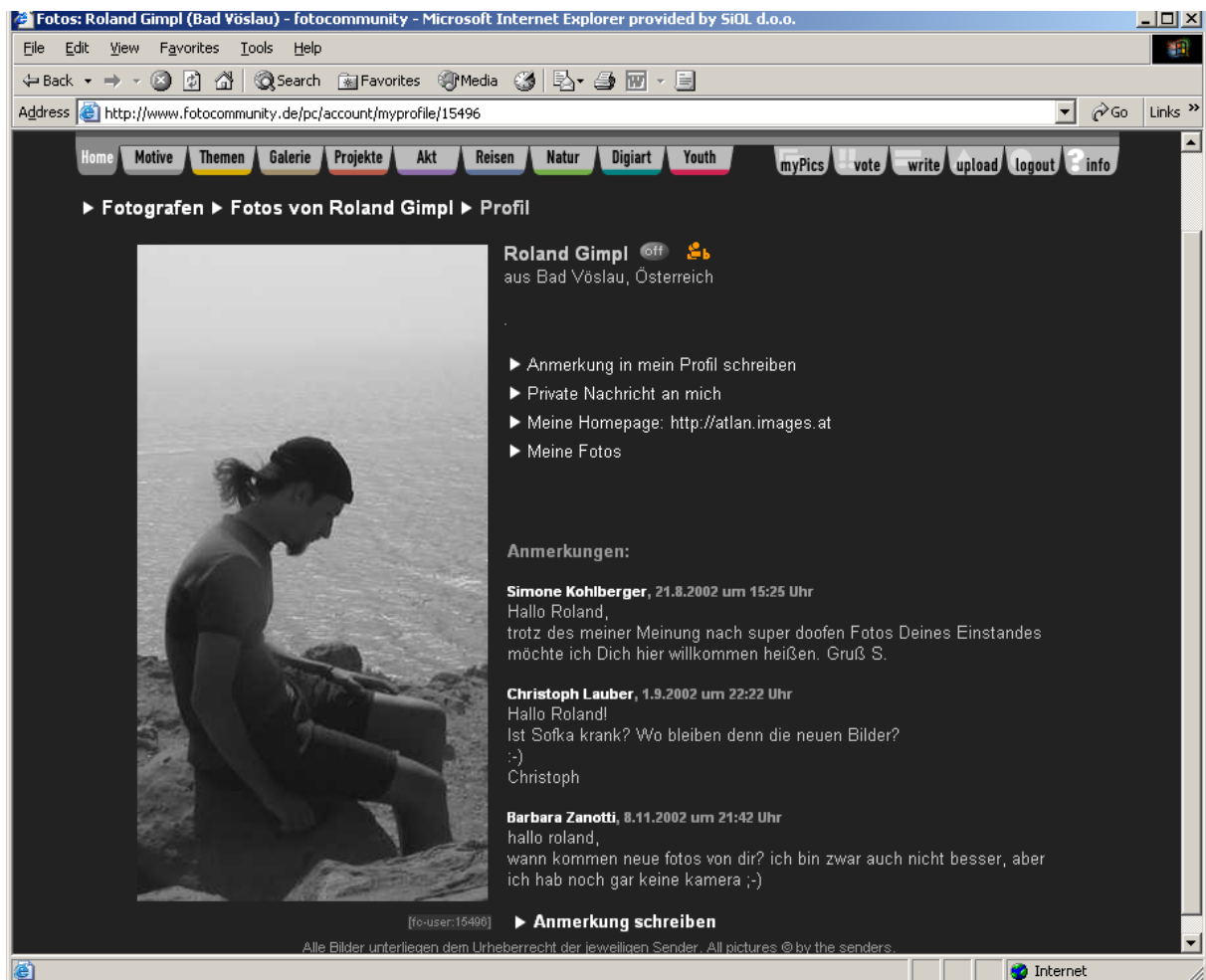


Slika 2. 2: Komentiranje fotografij

Pod fotografijo, ki je avtomatično opremljena z imenom avtorja, datumom objave (za tekoči dan tudi z uro), avtor pa pod njo lahko napiše tudi opombe, kot so vrsta uporabljene opreme, tehnika fotografiranja ipd., se eden pod drugim, skladno s časom nastanka, vrstijo komentarji drugih članov (glej Slika 2. 2). Nad komentarjem se avtomatično izpišejo ime njihovega avtorja ter datum in ura objave. Pod fotografijami je včasih le nekaj sporočil, drugič se razvije prava diskusija, ki lahko vsebuje tudi do sto ali več prispevkov. Tudi avtor komentirane fotografije se lahko odzove na katerega od mnenj. Komentarji so večinoma kratki, sestavljajo jih le par vrstic, nekaj je tudi daljših, predvsem ko gre za problematične teme. Večinoma beseda teče o kakovosti fotografije kot izraznega sredstva, a najdejo se tudi prispevki, ki govorijo o njenih drugih aspektih, npr. kraju, kjer je bila posneta, dogodku, ki ga je ujela,

osebni izkušnjah, na katere je posameznika spomnila določena fotografija, njenem avtorju ipd.

2. 3 PREDSTAVITVENA STRAN



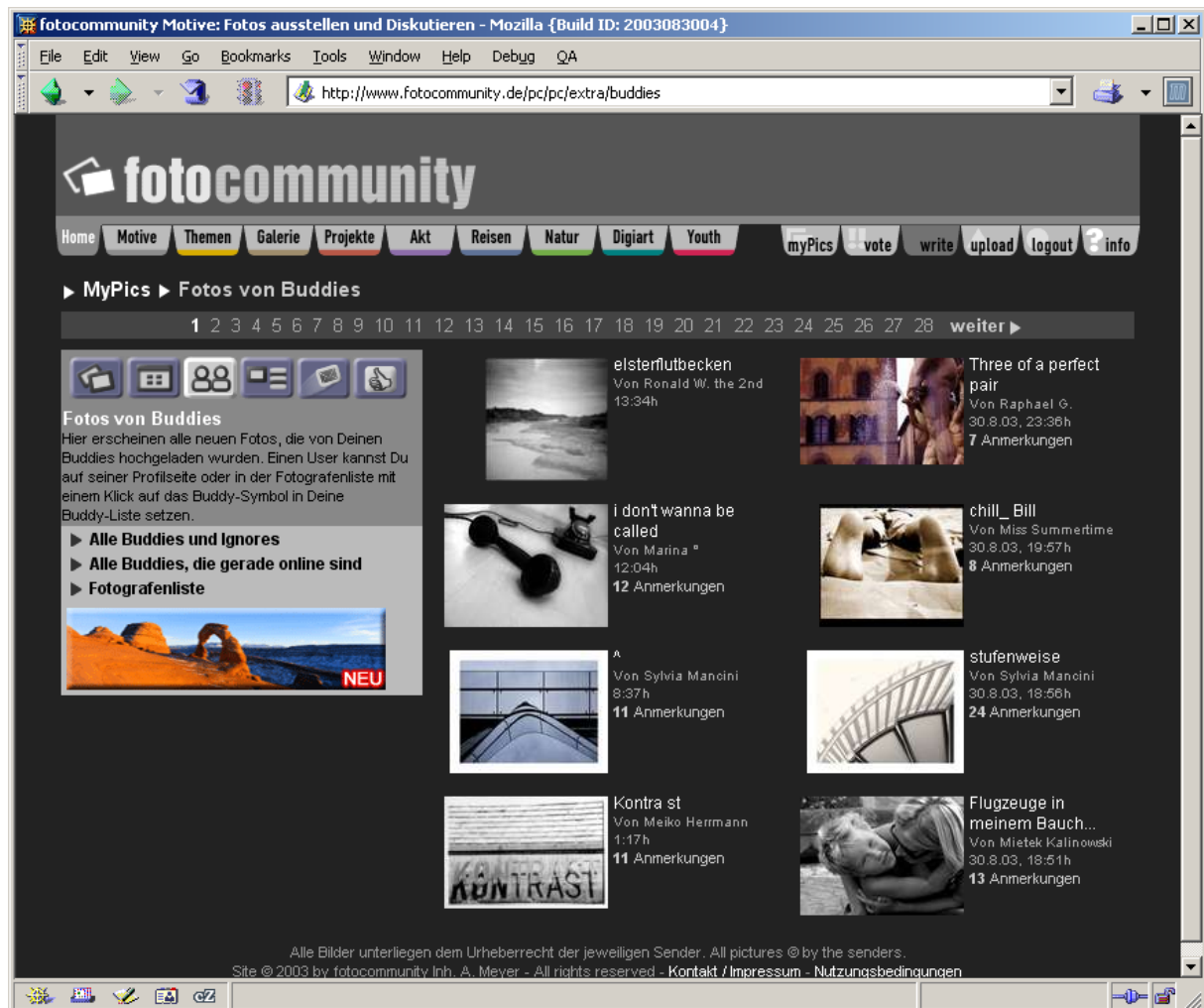
Slika 2. 3: Članova predstavitvena stran

Vsak registrirani uporabnik ima svojo predstavitveno stran (»Profilseite«; glej Slika 2. 3). Na njej lahko objavi svoj portret, navede kraj bivanja, državo, kaj in kako dolgo fotografira, kakšno opremo uporablja ipd. Na voljo ima uporabo povezave na svojo domačo spletno stran (»Meine Homepage«), zasebno komunikacijo med člani pa omogočata povezavi na (zunanji) t. i. »Instant-Messenger Program« (oblika sinhronne komunikacije, ki deluje podobno kot

FC-jevo hitro sporočilo, glej točko 2. 6) in na uporabnikov elektronski naslov (e-naslov; »Private Nachricht an mich«). O e-pošti Wellman in Gulia ugotavljata (glej v Smith in Kollock, 1999: 182), da čeprav veliko »online« odnosov v virtualnih skupnostih ostaja specializiranih, vključitev le-tega omogoča osnovo za raznolike odnose med udeleženci. Enako lahko seveda zapišemo za »Instant-Messenger Program«.

Na tej strani lahko članu njegovi souporabniki napišejo sporočilo oz. komentar (»Anmerkung in mein Profil schreiben«). Po navadi se ne nanaša na posamezno fotografijo, temveč na celoten repertoar, objavljen na FC, na fotografovo delo na splošno, na posameznika kot osebnost itd. Stran je tudi izhodišče za ogled fotografovih del na FC (»Meine Fotos«), ki so drugače razporejena po posameznih kanalih (glej točko 2. 1), član pa si lahko v okviru FC oblikuje še posebno galerijo, ki lahko vsebuje tudi fotografije, ki niso vključene v komentiranje.

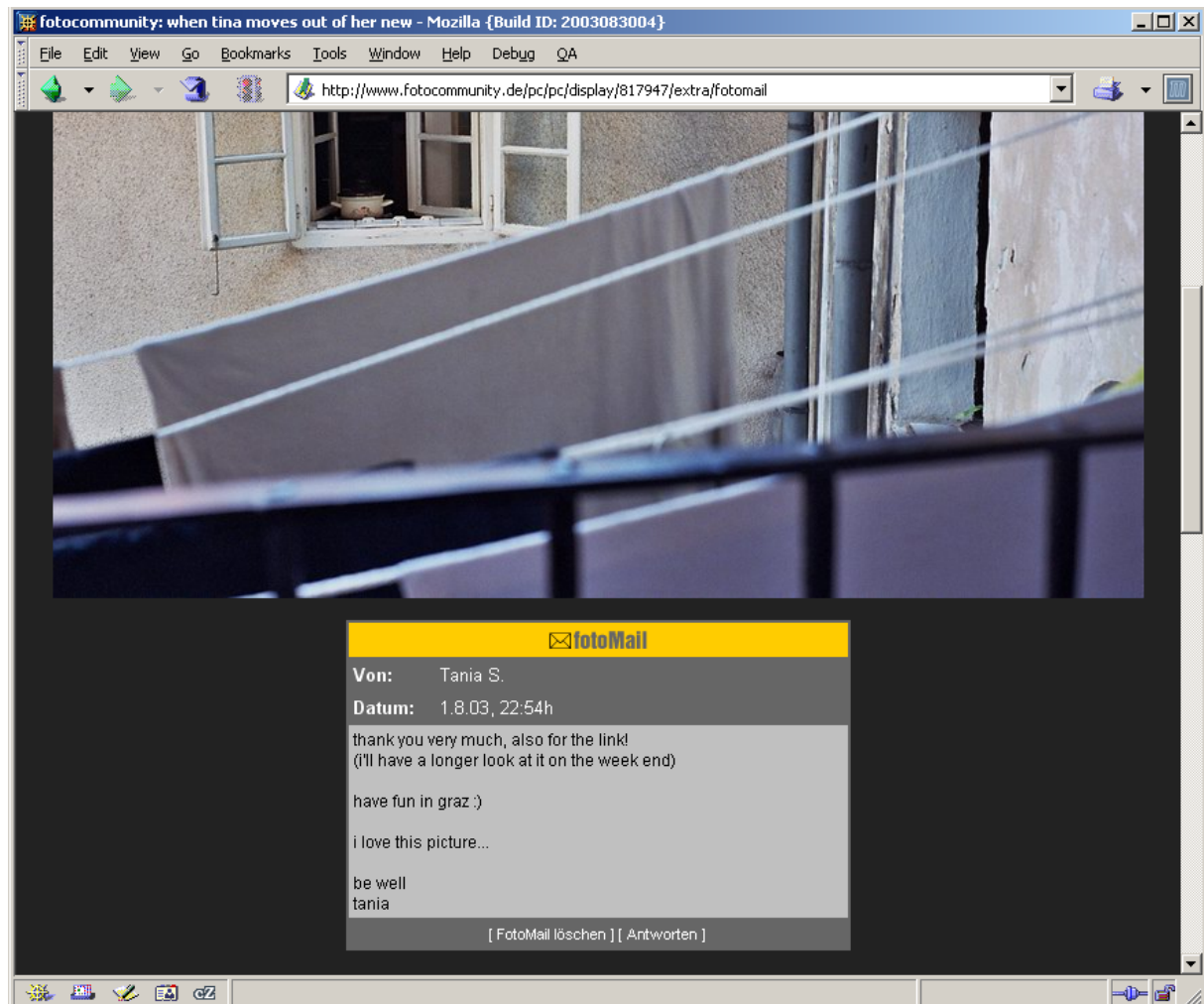
2. 4 SEZNAM KOLEGOV



Slika 2. 4: Seznam kolegov

Da v množici vedno novih fotografij član ne bi spregledal dela svojih najljubših sočlanov oz. da mu jih ni treba iskati po kanalih ali avtorjih, si lahko izdela seznam kolegov (»Buddy-Liste«; glej Slika 2. 4). Sestavljajo ga dela izbranih posameznikov, urejena po časovnem zaporedju objave - na vrhu so najnovejša. Na temelju svojih opažanj lahko sklenem, da je lista pogosto začetek vzajemnega komentiranja del in ne več le javne, temveč tudi zasebne komunikacije med dvema članoma. Tako se med posameznimi člani gradijo odnosi znancev, kolegov in tudi globlje vezi.

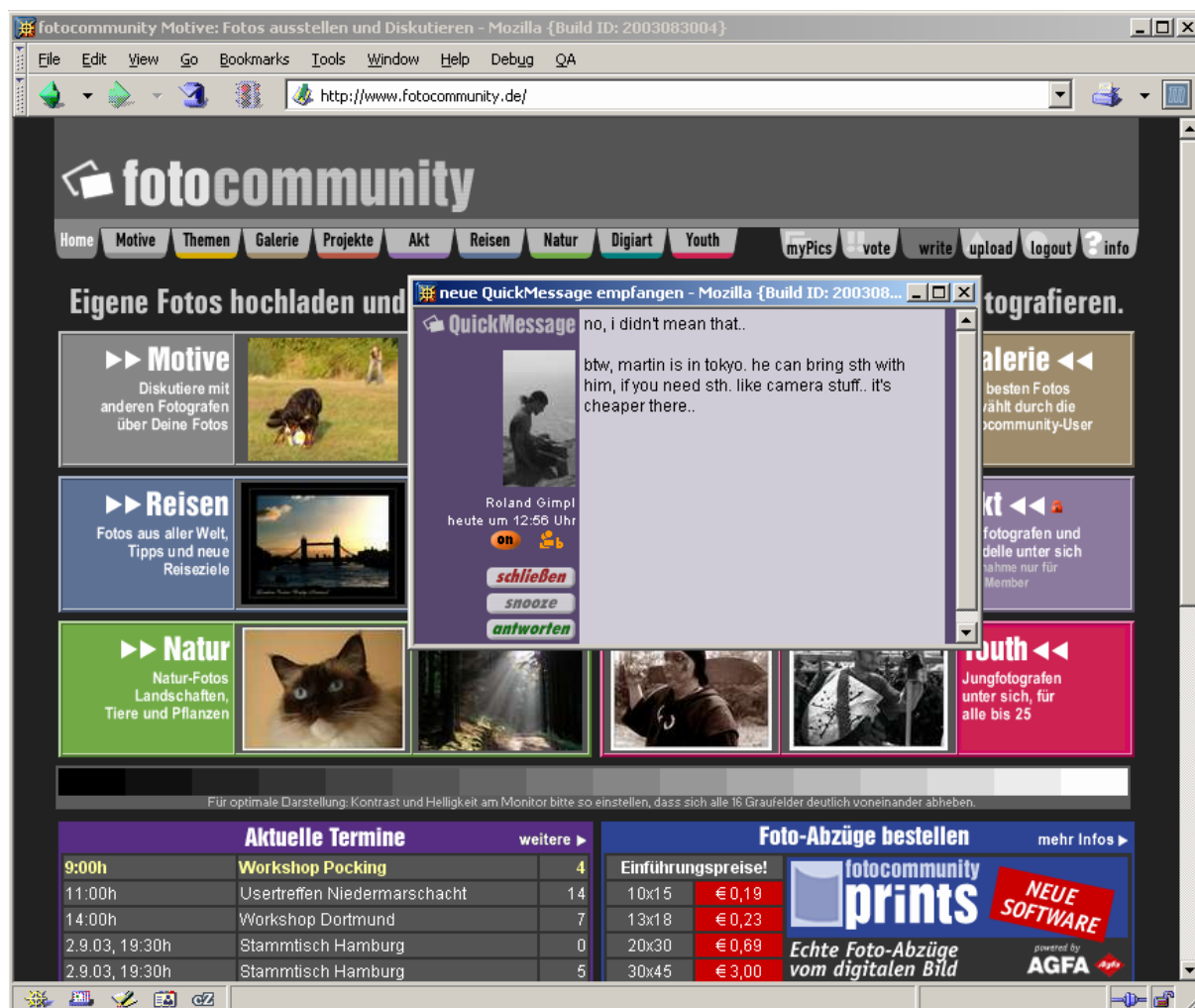
2. 5 E-RAZGLEDNICE



Slika 2. 5: E-razglednica

Vsaka fotografija z FC se v obliki e-razglednice (»fotoMail«; glej Sliko 2. 5) lahko uporabi za zasebno komunikacijo med kolegi. Pošlje se lahko tudi na eksterni e-naslov, kar pomeni, da ni nujno, da je recipient član FC, a slednje ni predmet našega zanimanja. V glavi razglednice se izpišejo pošiljateljevo ime ter datum in ura pošiljanja, pod tem pa se nahaja pošiljateljevo sporočilo. Snovalec FC je predvideval, da bodo z njimi uporabniki drug drugega opozarjali na fotografije, ki so pritegnile njihovo pozornost (glej <http://www.fotocommunity.de/presse/background.html>). A zdi se, da se morda celo v večji meri uporabljajo za komunikacijo o stvareh, ki niso povezane s fotografijo.

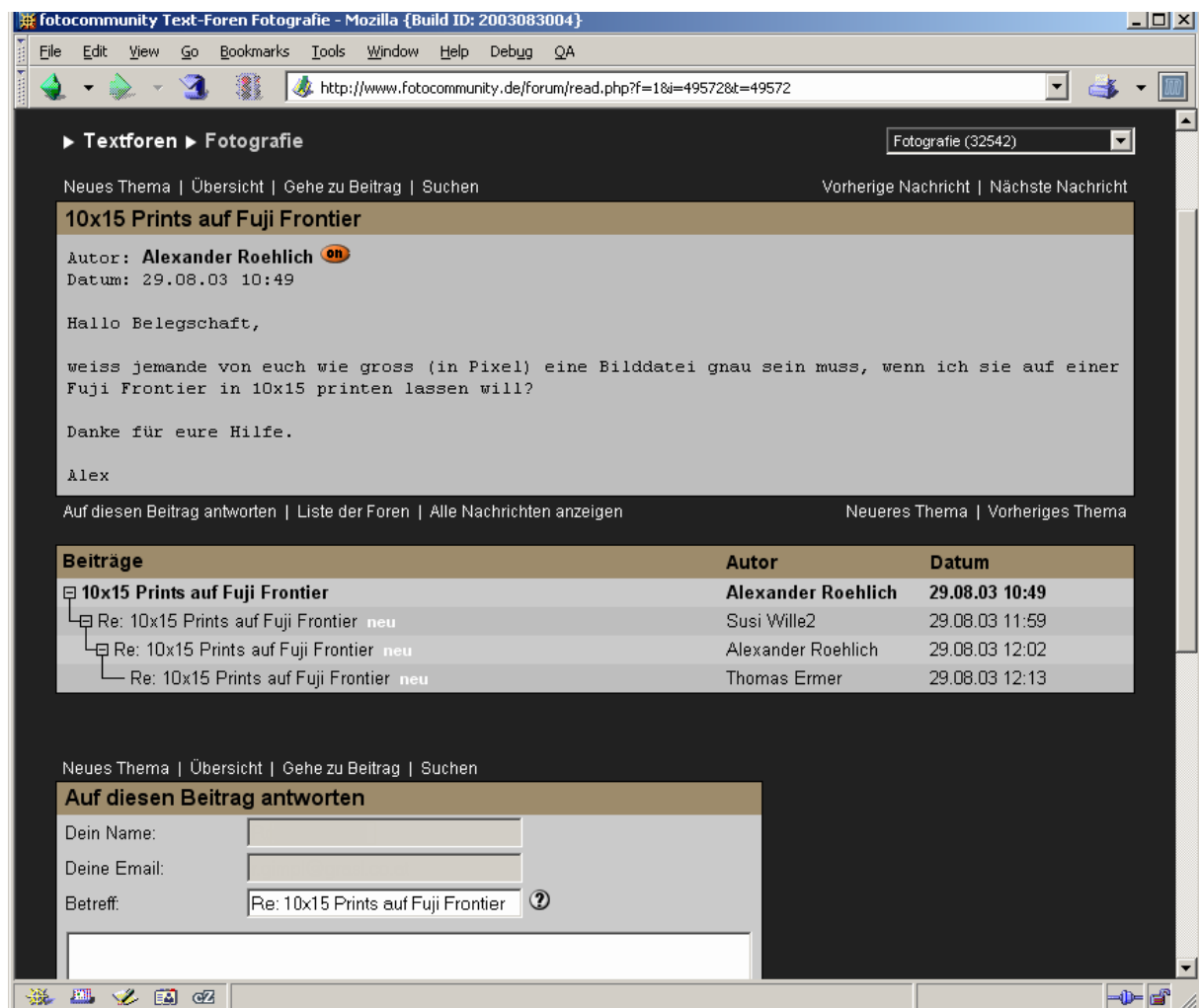
2. 6 HITRA SPOROČILA



Slika 2. 6: Hitro sporočilo in znak »online« (»on«)

Funkcija »QuickMessage« je najnovejša. Njena uporaba je najbolj smiselna, ko sta člana, ki želita komunicirati, sočasno na mreži, na kar opozarja znak »online« (»on«) ob uporabnikovem imenu (glej Sliko 2. 6). V posebno okence se vpiše besedilo in pošlje naslovniku, ki ga prejme v realnem času - ko prvič po tem, ko je bilo sporočilo poslano, naloži novo spletno stran FC, se na njej pojavi okence s sporočilom. Značilnost te oblike komunikacije je torej sinhronost. In zdi se, da je tematika teh sporočil še najbolj oddaljena od fotografije.

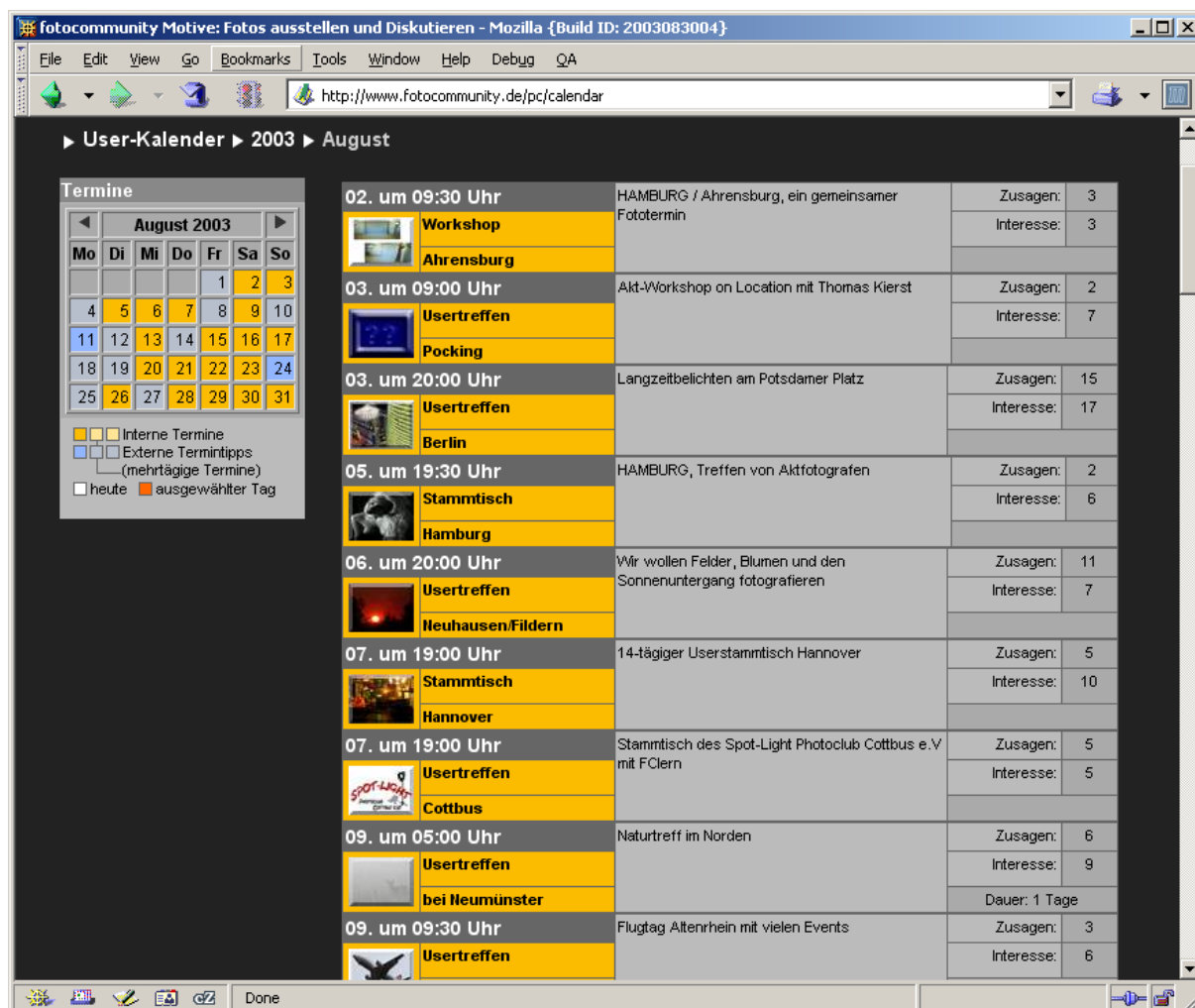
2. 7 FORUM



Slika 2. 7: Forum

V forumu (»Textforen«; glej Slika 2. 7) se ne diskutira o posameznih fotografijah, temveč išče pomoč in svetuje o različnih aspektih fotografije: od fotografske opreme, obdelave, knjig o fotografiji do iskanja fotomodelov. Sistem deluje kot oglasna deska: posameznik objavi sporočilo in čaka na odzive, ki se zvrstijo pod njegovim prispevkom, ali izbere posamezno sporočilo na temelju njegove tematike in ga odpre, pod njim se nahajajo odzivi nanj in tudi sam lahko doda svoje mnenje.

2. 8 SREČANJA UPORABNIKOV



Slika 2. 8: Koledar srečanj uporabnikov

Stiki na spletni strani so podprti tudi s srečanji uporabnikov »offline«, ki jih lahko predlaga oz. organizira kateri koli član. Na koledarju (»User-Kalender«; glej sliko 2. 8) so izpisani datum, kraj, namen posameznih fotografskih srečanj, ekskurzij in okroglih miz. S klikom na posamezni dogodek dobi uporabnik tudi informacijo, kdo se bo posameznega srečanja udeležil. Ker je FC nemška stran, so - razen nekaj izjem - člani nemško govoreči. Prihajajo torej iz Nemčije, Avstrije, Švice - kjer so tudi skoraj vsa srečanja. Organizirajo se tudi skupni izleti, npr. v Benetke in Prago. To so torej »offline« srečanja, ki so organizirana preko spletne strani, seveda obstajajo tudi zasebna srečanja in obiski med posameznimi uporabniki, saj je FC tudi prostor za spoznavanje ljudi z istimi interesi in pogosto začetek znanstev ali globljih medosebnih odnosov.

3. KARAKTERISTIKE VIRTUALNE SKUPNOSTI

Kitchin pravi (1998: ix, x), da so za mnoge sociološke analitike in komentatorje tehnologije kibernetnega prostora transformativne za zahodno družbo v enaki meri, kot sta bila npr. avto ali telefon. Kibernetni prostor spreminja naše razumevanje telesa, identitete, skupnosti in narave, za kar se običajno navaja tri vzroke (glej Kitchin, 1998: ix, x): kibernetični prostor

1. spreminja časovno-prostorski kontinuum in 2. osnove komuniciranja ter 3. zamegljuje meje med realnim in virtualnim.

Baymova na podlagi raziskav v eni od virtualnih skupnosti navaja pet dejavnikov, ki vplivajo na kompleksnost interakcije v kibernetičnem prostoru (glej Trček, 2003: 28-29):

1. zunanji kontekst (socializacijski vzorci, ki jih posamezniki prinesejo s seboj iz (re)socializacije v fizičnem prostoru),
2. časovne strukture (a/sinhronost),
3. sistemska infrastruktura (hitrost, enostavnost uporabe opreme),
4. namen (ki pripelje do oblikovanja skupine),
5. značilnosti udeležencev (velikost skupine, spolna struktura, hierarhičnost ipd.).

Za družboslovno raziskovanje so posebno privlačni naslednji aspekti virtualne skupnosti: spremembe koncepta časa in prostora, potek komunikacije in njene značilnosti, oblikovanje in percepcija identitete, recipročnost med člani, hierarhija in nadzor ter vprašanje, ali je virtualna skupnost sploh ustrezno poimenovanje te vrste socialnega združevanja. Diskurz bo osvetlil dogajanje v virtualni skupnosti in služil kot priprava na raziskavo motivov za članstvo v FC, morebitnih prednosti RPK za člane in analizo, ali je FC skupnost ali katera druga socialna kategorija.

3. 1 PROSTOR IN ČAS

Z razvojem in naraščajočo dostopnostjo do informacijske in računalniške tehnologije se zdi, da svet postaja manjši. Z združitvijo podatkovnih, množičnih in telekomunikacij v en medij lahko sedaj preko računalniških omrežij spoznamo številne ljudi s celega sveta, ki jih drugače najbrž ne bi nikoli srečali. Komuniciranje z njimi je možno v realnem času, kadar koli in kjer koli.

Chesner (v Holmes, 1997: 84-85) je zapisal: »Omrežja ne reproducirajo prostora, temveč ga odstranijo. /.../ Prostor v fizičnem svetu postane čas v ontologiji digitalne domene. Razdalja se kaže v klicnih zamikih nano- ali mikrosekund.«

Mnogi avtorji menijo, da ima RPK celo večji vpliv na transformacijo časa in prostora kot na samo naravo komunikacij, da se zaradi prostorske transformacije dogaja tudi socialna (glej Kitchin, 1999: 15). Tako Harvey meni, da so se prostorske in časovne meje sesule, da so računalniške in telekomunikacijske tehnologije povzročile radikalno prostorsko-časovno kompresijo (glej Kitchin, 1999: 15). Castells govori o spremembi »prostora krajev« v »prostor tokov« (Kitchin, 1999: 15). Gillespie in Williams menita, da ne gre le za skrčenje časa, temveč njegovo izničenje, kar postavlja pod vprašaj sam temelj geografije, ki smo jo imeli za samoumevno (glej Kitchin, 1999: 15).

Vsekakor je razdalja vse bolj relativna. Ločimo tri vrste razdalj (glej npr. Rus, 1997: 308): fizično, socialno in psihično. Fizična distanca pomeni osebni prostor, ki je v različnih kulturah različno velik. Socialno razdaljo določa socialna hierarhija med komunikatorji. Psihološka pa pomeni, kako »psihološko blizu« nam je nekdo; najožja naj bi bila med družinskimi člani, partnerji in prijatelji. Rus opozarja: »V pogojih sodobne medijske (tele)komunikacije in prometne infrastrukture pojem distance postaja vse bolj relativna kategorija.« (1997: 308).

»Prostor/distanca postaja irelevanten kot prvi pogoj za vključevanje v virtualne skupnosti,« meni Trček (1995: 705). Prostor in čas za te vrste skupnosti nista ovira za uspešno komuniciranje, kar osvobaja posameznike od teritorialnih, stroškovnih, hierarhičnih in formalnih omejitev (glej Trček, 1995: 705). Vendar avtor opozarja, da so informacije splošno dostopne glede na prostorsko distanco zaenkrat le teoretično, saj naš svet temelji na

hierarhičnih in privilegirajočih sistemih (glej 1995: 706). »Časovno-prostorske distance, ki so za večino udeležencev znotraj virtualnih skupnosti v fizičnem prostoru stroškovno-časovno nerešljiv problem, postanejo skorajda nepomembne - seveda le v družbi, ki omogoča takšne oblike komuniciranja po dostopnih cenah,« še dodaja (Trček, 1995: 707).

Nekateri menijo, da je bolje kot o koncu razdalje zaradi informacijske in računalniške tehnologije razmišljati o njeni transformaciji. Mosco opozarja (glej v Herman in Swiss, 2000: 40-41), da ne smemo zanemarjati pomena »face-to-face« odnosov in neformalnih socialnih mrež, ki vsaj delno temeljijo na geografski bližini. Premagovanje geografskih ovir ne zmanjša pomena geografije. Čas, ki je potreben za pot iz enega kraja v drugega, ni enak geografiji, ki predstavlja sam prostor. Meni, da geografija ni le materialen prostor, temveč tudi simbolna, socialna in kulturna konstrukcija.

Tudi van Dijk zavrača popularna razmišljanja, da sta prostor in čas postala nepomembna (glej 1999: 160, 222). V virtualno skupnost vsak posameznik prinese, kar pozna iz svojega okolja. Fizične, biološke in mentalne okoliščine vnesejo v komunikacijo svoje vzročne posledice. Spearsova pravi, da uporabniki v RPK prinesejo vse svoje socialne, kulturne in osebne identitete (glej Dijk, 1999: 208).

Po Kitchinovem prepričanju prostor in čas ostajata pomembna predvsem iz treh razlogov (glej 1998: 15-16):

1. kibernetičnoprostorske povezave so neenakomerno porazdeljene med različno razvitimi državami,
2. čeprav se morda zdi informacija v kibernetičnem prostoru geografsko dislocirana, je koristna samo v prostoru uporabnikovega bivanja (npr. homoseksualec bo v homofobičnem okolju omejen pri izražanju samega sebe ne glede na informacije, ki jih lahko najde na internetu) in
3. kibernetični prostor je odvisen od zasidranosti v »resničnem« svetu (strojna oprema, dostop ipd.).

Mnogi govorijo o nastanku drugačnih prostorov. Kollock in Smith pravita, da »računalniška omrežja omogočajo ljudem, da ustvarijo vrsto novih socialnih prostorov, v katerih se srečujejo in stopajo v interakcijo drug z drugim« (v Smith in Kollock, 1999: 3). Z njima se

med drugimi strinjajo tudi Kitchin (glej 1999: 16), Holmes (glej njegovo definicijo kibernetičnega prostora pod točko 1. 1) in Steven G. Jones z besedami »RPK je v svojem bistvu socialno proizveden prostor« (<http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>). Weinreich poudarja (<http://www.december.com/cmc/mag/1997/feb/weinsen.html>), da ni “nobenega drugega mesta z neomejenih javnim dostopom in neomejenostjo časa in prostora”.

Naj sklenem z Giddensovim razmišljanjem o tem, da je bila že ena od posledic evolucije moderne (preko agentov, kot so denar, potovanje, ure in pisanje) ločitev časa od kraja in prostora od kraja, kar je dvignilo socialne odnose iz lokalnih kontekstov interakcije in jih restrukturiralo skozi neskončne razpone časa in prostora (glej npr. Holmes v Holmes, 1997: 9). In razvoj v tej smeri se nadaljuje. Mnoge študije so pokazale, da tehnologije kot e-pošta spodbujajo komunikacijo med člani geografsko velikih skupnosti, do katere po drugih kanalih ne bi prišlo (glej Markus v Kling, 1996: 491).

RPK je neverjetno olajšala spoznavanje in komunikacijo z ljudmi neodvisno od časa in prostora. Če je iznajda telefona omogočila, da je posameznik v stiku z nekom tudi, ko si z njim ni prostorsko blizu, pa nas telefon ne more povezati s človekom, ki ga ne poznamo, a ga zanimajo iste stvari kot nas in želi o tem komunicirati z nami. Vendar geografske distance ne smemo podcenjevati. Preko interneta smo lahko vsak dan v stiku z nekom z drugega konca sveta, vendar pa z njim ne moremo skočiti na kavico, kadar si to zaželim. Menim, da je to pomembno, ker dolgotrajen odnos, vzdrževan le z RPK, ne more biti tako izpolnjujoč kot »face-to-face« interakcija. Čeprav je vloga časa in prostora z RPK zmanjšana, je še vedno velika.

3. 2 KOMUNIKACIJA

RPK se zelo razlikuje ne le od običajne »face-to-face« komunikacije, temveč tudi od tradicionalnih komunikacijskih tehnologij. Ne le da lahko poveže teoretično kogar koli kadar koli in kjer koli, je hitra, lahko tudi sočasna, vendar na današnji stopnji razvoja, ko se praviloma realizira le preko pisane besede, ne ponuja dosti indicov o komunikatorju. Kultura uporabe RPK je še dokaj nerazvita.

James in Carkeek sta razvila tipologijo komunikacijske integracije glede na in/direktnost komunikacije (glej Holmes v Holmes, 1997: 30). Ločujeta tri nivoje: 1. »face-to-face« integracijo, 2. na posrednika razširjeno (»agency-extended«) in 3. na breztelesnost razširjeno integracijo (»disembodied-extended integration«). Pri »face-to-face« integraciji že soprisotnost ljudi pomeni medsebojne odnose, komunikacijo, čeprav niso vpleteni v »face-to-face« interakcijo. Na posrednika razširjena komunikacijska integracija vključuje možnost medsebojnih odnosov preko človeških posrednikov. Značilnost zadnje, na breztelesnost razširjene komunikacijske integracije pa je, da se omejitve telesnosti, kot je biti ob določenem času na določenem kraju, lahko premosti s tehnologijo. Omenjeni tipi so idealni in v različnih časovno-prostorskih konfiguracijah soobstajajo, pri čemer po navadi eden prevladuje.

RPK se pogosto primerja z ostalimi oblikami množične komunikacije. Glavni razlog za to je, da spodbija tradicionalni model množičnega komuniciranja z enim pošiljateljem in mnogimi prejemniki.² Morris in Ogan (glej Kitchin, 1998: 12-13) ločita štiri kategorije pošiljateljev in prejemnikov sporočil v kibernetičnem prostoru:

1. asinhrona komunikacija enega z enim, kot je e-pošta;
2. asinhrona komunikacija mnogih z mnogimi, kot so poštne liste in oglasne deske;
3. sinhrona komunikacija enega z enim, enega z nekaj in enega z mnogimi, kot so klepetalnice in MUD-i, in
4. sinhrona komunikacija, kjer prejemnik išče informacijo pri ponudniku, kot so spletne strani.

Internet torej ne ponuja le enega, temveč več načinov komuniciranja, ki ga po besedah Oblakove (glej 2000: 1059-1060) sestavljajo različna komunikacijska orodja. Avtorica navaja naslednje kriterije, po katerih lahko ločimo posamezne načine komuniciranja (glej tabelo 3. 2):

1. tip komunikacijskega razmerja (razlikujemo med medosebnim komuniciranjem enega z enim, skupinskim ali mrežnim komuniciranjem mnogih z mnogimi in množičnim komuniciranjem enega z mnogimi);

² Komunikacijski proces se pogosta razlaga z Laswellovim modelom, ki ga sestavljajo naslednji elementi: pošiljatelj, sporočilo, kanal, prejemnik in učinek (glej npr. MacQuail in Windahl, 1993: 13). Ena od različic modela npr. je brez učinka, dodana pa sta ji povratna informacija in kontekst (glej Rus, 1997: 296).

2. smer komunikacije (eno- ali dvosmernost);
3. komunikacijska odzivnost (a/sinhronost);
4. oblika posredovane vsebine (najbolj razširjena sta tekst in slika, z razvojem tehnologije tudi zvok, video);
5. značaj komunikacijskega razmerja (zasebnost in javnost komuniciranja; primer komunikacijskega orodja za prvo je e-pošta, za slednje pa elektronska konferenca).

	prevladujoči tip komunik. razmerja	odzivnost	značaj kom. razmerja	prevladujoči namen uporabe posam. storitve	možni družb. učinki na ravni posameznika
elektronska pošta	medosebna	asinhrona	zasebna	vzpostavljanje in ohranjanje stikov s fizično oddaljenimi ljudmi	vzpostavitev družbenih odnosov, vezi
sobe za kramljanje (IRC)	medosebna ali skupinska	sinhrona	zasebna ali javna	pogovarjanje, druženje in zabava	oblikovanje "prijateljskih" skupin, "fan klubov" itd.
interaktivni sistemi (MUD, MOO)	medosebna ali skupinska	sinhrona	javna	postavitev lastnega prostora in objektov v njem, druženje z drugimi, igra vlog, zabava	razkrivanje novih, "virtualnih" identitet
diskusijske liste, novičarske skupine	skupinska	asinhrona	javna	informiranje, izražanje mnenj in razpravljanje o izbranih temah	vklučitev v "virtualne skupnosti"
elektronske konference	skupinska	asinhrona	javna	izmenjava stališč, informacij in razpravljanje o določenih temah	vklučitev v "virtualne skupnosti"

Vir: Oblak, Tanja (2000): »Mitske podobe o 'življenju na mreži'«. Teorija in praksa, 37, 6, str. 1060.

Tabela 3. 2: Prevladujoča razmerja med komunikacijskimi orodji in izbranimi značilnostmi RPK

Komunikacijo se deli na dve osnovni obliki: verbalno in neverbalno (glej npr. Barker in Gant, 1996: 7). Verbalna vključuje uporabo simbolov, ki imajo po navadi univerzalen pomen za vse sodelujoče v komunikacijskem procesu. Ti simboli tvorijo jezik. Deli se na govorno in pisno. Neverbalna komunikacija uporablja naslednje simbole: izraz na obrazu, pogled (in premikanje zenice), geste in druge telesne gibe, držo, telesni stik, vedenje v prostoru, oblačila in druge vidike izgleda, neverbalno vokalizacijo in vonj (glej npr. Argyle, 1996: 1). Zgodi se, ko ena oseba vpliva na drugo preko omenjenih kanalov, naj bo namerno ali ne (glej Argyle, 1996: 2). Rus pravi, da je neverbalna komunikacija »jezik emocij ter interpersonalnih relacij« (1997: 207).

Po Eckmanu in Friesnu (glej Rus, 1997: 208) ima neverbalna komunikacija funkcijo: 1. adapterja, 2. ilustratorja, 3. emblema in 4. kazalca čustev. Adapterje uporabljamo kot mašilo v komunikacijski negotovosti (npr. nekdo si prižge cigareto). Ilustratorji spremljajo govorno izražanje in naj bi poudarjali pomen govornih znakov. Emblemi so simboli točno definirane pomena in nadomeščajo določen pojem, idejo ali koncept (npr. stil oblačenja).

Govor spremljajo neverbalni signali, ki podpirajo verbalni del (glej Argyle, 1996: 3). Nekateri so del samega verbalnega sporočila (premor, poudarek), drugi so od govora neodvisni (čustveni ton govora). Čeprav je pisna komunikacija primarno verbalna, vsebuje tudi neverbalno dimenzijo (glej Barker in Gant, 1996: 7). Oglasno pošto bomo sprejeli drugače kot prijateljevo razglednico.

Včasih neverbalni znaki popolnoma nadomestijo verbalne. Drugič so lahko v nasprotju z neverbalnimi znaki - takrat po navadi verjamemo neverbalnemu delu sporočila (glej Barker in Gant, 1996: 7). »Neverbalno komunikacijo naj bi bilo težje kontrolirati kot verbalno, zato naj bi bolj verodostojno 'kazala' komunikatorjevo notranjost.« (Rus, 1997: 207).

Fraser razlaga rezultate mnogih raziskav o relativni pomembnosti verbalne komunikacije v primerjavi z neverbalno (Rus, 1997: 210). Pravi, da je verbalni sistem pomembnejši v reprezentacijski komunikaciji - ta se nanaša na to, kar jezik prezentira. Neverbalni sistemi pa povedo več v interpersonalni komunikaciji, ki se deli na informacije v zvezi z osebno in socialno identiteto, trenutnimi psihološkimi stanji, aktualnimi stališči in na informacije v zvezi s socialnimi odnosi.

Ena bistvenih značilnosti posredovane komunikacije v primerjavi s »face-to-face« komunikacijo je majhno število predvsem neverbalnih indicev (»cues«) o komunikatorjih. Razlog je ozkost kanala in posledično zožen kanal (»bandwidth«) med udeleženci komunikacije (glej npr. <http://www.december.com/cm/mag/1997/feb/weinsen.html>; Dijk, 1999: 15, 189-190). Pomislimo, kako smo lahko negotovi v besede našega telefonskega sogovornika, ker ne moremo videti izraza na njegovem obrazu, saj smo prikrajšani za mnoge neverbalne znake. RPK z ljudmi, s katerimi se nismo še nikoli srečali (posebno asinhrona), je lahko posebno problematična. Neverbalna komunikacija v novih medijih ne zavzema velikega deleža. Kjer posredovana komunikacija, ki uporablja govor, tekst in podatke, nadomesti »face-to-face« komunikacijo, po mnenju van Dijka ta celo izgine (glej 1999:192).

Komunikacijska tehnologija seveda vpliva na to, kako komuniciramo. Pomislimo na hitrost odgovora, ki jih od nas zahtevajo različne oblike RPK: medtem ko si pri e-pošti lahko vzamemo čas za odgovor, se na IRC-u od nas pričakuje hitrost in domiselnost. FC združuje obe obliki: prvo lahko primerjamo s komentarji in e-razglednicami, zakasnen odgovor na hitro sporočilo pa bo pri sokomunikatorju vzbudilo vprašanje o razlogih zanj.

Tehnološki deterministi zagovarjajo tezo, da socialni rezultat (»outcome«) komuniciranja določa sama tehnologija komunikacije (glej Markus v Kling, 1996: 491). Ena od struj poudarja, da je preko elektronskih medijev posredovana komunikacija zaradi filtriranja določenih osebnih, socialnih in vedenjskih indicev neosebna in asocialna ter da povzroča posameznikov umik iz socialnega življenja (glej Markus v Kling, 1996: 491). Pri tem je spregledano, da je RPK le eden od načinov ohranjanja povezave med ljudmi in da se ti med drugim srečujejo tudi »offline« (glej Wellman in Gulia v Smith in Kollock, 1999: 182).

Wellman in Gulia sta kritike, ki ne priznavajo avtentičnosti in moči »online« vezi, označila za »neupravičeno snobovske v zavračanju resnosti, s katero udeleženci na internetu jemljejo svoje odnose« (v Smith in Kollock, 1999: 181). Jordan piše (1999: 101), da veliko ljudi poroča o transformaciji od začetega začudenja in skepticizma nad življenjem »online« do sprejetja tega življenja kot normalnega. Posamezniki se srečujejo in pogovarjajo z istimi ljudmi ter jih spoznavajo.

Rheingold priznava, da avtorji, ki kritizirajo RPK zaradi obsesivne uporabe pri nekaterih, opozarjajo na pomemben fenomen, vendar ne uvidijo še bolj pomembne stvari: da mnogi uporabljajo RPK za pristno medčloveško interakcijo (glej <http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>). Mnogo ljudi se ne odreže najbolje v spontani govorniki interakciji, a so odlični v konverzaciji, v kateri imajo čas za premislek o tem, kaj bodo sporočili. Zanje je pisna komunikacija lahko bolj avtentična kot komuniciranje »face-to-face«. Richards nas opozarja, naj ne pozabimo, da se iz prijateljstev, nastalih z RPK, marsikdaj razvijejo tudi globlji odnosi med ljudmi (1999: 17). »Kdo lahko reče, da je preferiranje enega načina komunikacije - neformalnega pisanega teksta - nekako manj avtentično kot dajanje prednosti govoru?« retorično sprašuje Rheingold (<http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>).

Shields se strinja z Rheingoldom, ko pravi, da obstaja ločnica med socialno interakcijo na internetu in »face-to-face« obliko, vendar gre obakrat za obliko socialne interakcije in »označiti eno aktivnost kot asocialno /.../, je prenašeno in stereotipno sklepanje« (Holmes v Holmes, 1997: 31).

A pri odnosih, ki so vzdrževani le z RPK, ne moremo zanikati pomanjkanja osebnega kontakta. Willson pravi, da člani virtualnih skupnosti pogosto čutijo potrebo po ojačanju svojih breztelesnih odnosov s srečanji »face-to-face« (v Holmes, 1997: 149). Enako so pokazale Weinreichove raziskave elektronskih oglasnih desk v nemško govorečih državah. Z besedami Spainkove: »Obstaja vseprežemajoča želja po več kot samo tekstu.« (<http://www.december.com/cmc/mag/1997/feb/weinsen.html>.) Weinreich ne zanika možnosti nastanka prijateljskih vezi z ljudmi, ki jih posameznik spozna v kibernetičnem prostoru, vendar je prepričan, da ti niso pravi, če ne pride tudi do »face-to-face« komunikacije. »Mislim, da ne moreš spoznati in zaupati ljudem, dokler jim ne pogledaš v oči brez posredovanja zaslona, dokler jih ne slišiš, ne da bi bil priključen na kabel, in dokler se z njimi ne rokuješ.« (<http://www.december.com/cmc/mag/1997/feb/weinsen.html>). Po mnenju omenjenih avtorjev RPK torej ne nadomešča »face-to-face« komunikacije, temveč ji je dodana.

Tudi Rheingold meni, da ne moremo biti prepričani, da za človeka zares vemo, kakšen je, dokler ga poznamo le preko besed na računalniškem zaslonu. Za boljšo komunikacijo v virtualni skupnosti svetuje (v Hesselbein et al., 1998: 120-121), naj posamezniki uporabljajo vsa možna orodja, tudi e-pošto za zasebno komunikacijo, naj si telefonirajo, se dogovorijo za sestanke, izdelajo svoje biografije na internetu itd.

Ker je kanal RPK ozek, uporabniku omogoča, da se nanj bolj osredotoči in ima zato večji nadzor nad tem, kar sporoča (glej Dijk, 1999: 208). Pri pisanju e-pošte npr. imamo zelo velik nadzor nad tem, kar bomo komunicirali prejemniku. Za razliko od govora, lahko dvakrat premislimo, kaj bomo sporočili. Na FC npr. lahko posameznik dobro premisli, kako bo komentiral določeno fotografijo in na splošno, kaj bo sporočil sočlanu. Enako velja tudi, če si s sočlanom dopisuje zasebno ali zunaj FC - preko e-pošte.

Pri asinhronih načinih RPK, kot je e-pošta, se pojavlja problem povratne informacije. (Pri sinhronih oblikah, kot sta npr. avdio- in videokonferenca, je pomanjkanje »feedbacka«

manjše.) Med komunikatorji, posebno ko se slabo poznajo, zlahka pride do nesporazumov. Pomanjkanje povratne informacije in na splošno socialnih in drugih indicev, zaradi česar se posamezniki vedejo bolj spontano in svobodno kot v »face-to-face« srečanjih (glej Reid v Smith in Kollock, 1999: 111) - povzroča t. i. podžiganje (»flaming«), agresivno, nespoštljivo, žaljivo, tudi sovražno vedenje in nekontrolirane izbruhe (glej npr. Millard v Porter, 1997: 145; Dijk, 1999: 210; Kitchin, 1998: 14). Reidova pojasnjuje: »Začetni učinek prevdonimnosti je občutek varnosti pri uporabnikih. Ker so zaščiteni z računalniškimi terminali in po navadi oddaljeni več tisoč kilometrov, se jim zdi, da je možnost, da kateri od njihovih kolegov vpliva na njihovo realno življenje, minimalno. Obstaja malo možnosti, da bi virtualni akciji sledil dejanski odziv.« (v Smith in Kollock, 1999: 112-113).

Povsem nasprotna posledica istih dejavnikov, pomanjkanja znakov o komunikatorjih (in pomemben protiargument kritikom RPK), je, da lahko med posamezniki zelo hitro pride do zaupnosti, tudi intimnosti. Neosebnost medija spodbuja intimnost v njem (glej npr. Dijk, 1999: 214; Geldner v Kling, 1996: 535; Richards, 1999: 18). Jones, ki je preučeval enega od konferenčnih sistemov, ugotavlja, da spodbujajo zaupanje in intimnost in da čeprav so manj osebni kot »face-to-face« komunikacija, zmanjšujejo socialno distanco (glej Kling v Kling, 1996: 434). Elektronski sistemi ljudem ponujajo nove prostore za razširitev njihovega socialnega kroga. Omrežna prijateljstva se morda ne bi začela, če bi že od začetka poznali vse indice o človeku: spol, starost, zunanji izgled (glej Kling v Kling, 1996: 434). Na omrežjih se ljudje srečujejo na temelju enakih interesov (glej npr. <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>; Markus v Kling, 1996: 491). Socialni stiki so torej vedno bolj naključni, vedno bolj jih posameznik izbira sam (glej npr. Dijk, 1999: 216).

Zaupnost je po mnenju Curtisa posledica navidezne bližine in občutka, da se vpleteni morda ne bodo nikoli srečali (glej Reid v Smith in Kollock, 1999: 113). Hiltz in Turoff ugotavljata, da so za udeležence sistemov RPK med njihovimi najboljšimi prijatelji člani njihove elektronske skupine (e-skupine), ki jih redko ali nikoli ne srečajo; ker se predvideva, da se v RPK nevarnostim, povezanim z intimnostjo, kot sta prizadetost in osramočenost, da izogniti, se uporabniki ne bojijo zblížati (glej Reid v Smith in Kollock, 1999: 113). Po Walterjevem mnenju skupine ljudi, ki so v interakciji na internetu, postanejo sčasoma bolj osebne in intimne - so si socialno blizu (glej Wellman in Gulia v Smith in Kollock, 1999: 180). Meni, da tovrstna indirektna komunikacija v primerjavi z direktno upočasní proces zblížanja ljudi. Zakaj? Razlog naj bi bila asinhronost komunikacije, njena počasnost in ozkost kanala (glej

Wellman in Gulia v Smith in Kollock, 1999: 180). O tem bi se veljalo vprašati. Posameznika si npr. lahko izmenjata več e-pošte dnevno in ravno zaradi asinhronosti, odsotnosti zahteve po takojšnji reakciji in ozkosti kanala se lahko bolj osredotočita na hoteno sporočilo, ki je zato lahko veliko bolj premišljeno in informativno.

Nekateri avtorji dvomijo v pristnost odnosov v kibernetičnem prostoru; za Stolla npr. je intimnost iluzorna (glej Wellman in Gulia v Smith in Kollock, 1999: 179). Nekaj govori v njihov prid: te vrste odnosi so zelo nezahtevni in neobvezujoči. Posameznik se sam odloči za nivo in stopnjo interakcije, čas participacije, stopnjo vpletenosti. Iz problematične situacije se zlahka umakne (glej Willson v Holmes, 1997: 152).

Pomembno je opozoriti na omejenost analiz RPK in nevarnost njihovega posploševanja. Harre poudarja, da pri socialnih izkušnjah vsakdanjega življenja ne gre za izolirane akcije, temveč za relativno sklenjene epizode (Rus, 1997: 208-209). Študij komunikacije mora zato upoštevati tudi socialni kontekst procesa. »Analiza pogovora zahteva ne le analizo posamičnih stavkov in dialogov, ampak poznavanje pogovora v celoti, situacije, v kateri je potekal, mikro- in makrosocialne determinante omenjene situacije, 'zgodovino' /.../ akterjev, njihovih (medsebojnih) relacij, 'socialnega ozadja' itd.« (Rus, 1997: 208-209).

Mislim, da tovrstne komunikacije ne smemo niti podcenjevati niti precenjevati. Kdor je dalj časa preko interneta komuniciral z ljudmi, ki jih je tam tudi spoznal, je lahko ugotovil, da se je zaradi pomanjkanja znakov z lahkoto zblížati z nekom, a da se ta odnos lahko enako hitro tudi konča.

3. 2. 1 JEZIK

»Jezik je komuniciranje misli in čustev preko strukturiranega sistema simbolov. V našem jeziku so ti simboli znani kot /besede/.« (Barker in Gant, 1996: 26-27). Fielding in Hartley menita, da je človeška komunikacija zelo robustna in fleksibilna; ljudje izredno dobro kompenziramo manjkajoče indice tudi v podobah in zvoku (glej Dijk, 1999: 208). Ljudje, ki ne morejo uporabljati več načinov komunikacije, morajo razviti posebne mentalne spretnosti - najboljši primer je pisni lingvistični način (glej Dijk, 1999: 196).

Pred popularizacijo RPK je bila ta dve desetletji omejena na subkulture hekerjev, ki so razvile tudi svoj jezik, razumljiv le članom teh subkultur (glej Trček, 1999: 65). S pojavom interneta so se nekateri znaki in značilnosti njihovega jezika začeli široko uporabljati, vendar pa konverzacija v novih medijih na splošno še ni razvila svojih standardov (glej npr. Dijk, 1999: 213). Jasen primer so komentarji v FC. Čeprav je program zasnovan tako, da je v glavi vsakega komentarja izpisano avtorjevo ime, se del uporabnikov pod svojimi komentarji podpiše. Drug primer iz te virtualne skupnosti je neenotno začenjanje in zaključevanje sporočil, tako komentarjev, kot e-razglednic in kratkih sporočil. Medtem ko nekateri vsakič ali vsaj večinoma začenjajo in zaključujejo s pozdravom in se kljub jasnemu avtorstvu podpišejo (kar je značilnost običajne pošte), drugi tega ne počno. Zelo vpadljiv primer nerazvitih standardov je tudi velika začetnica - nekateri jo uporabljajo, drugi so jo v RPK popolnoma opustili.

Vendar že lahko prepoznamo določene splošno veljavne norme, posamezne skupine v kibernetičnem prostoru pa sčasoma oblikujejo tudi svoje jezikovne norme in sisteme (glej npr. Dijk, 1999: 213; Donath v Smith in Kollock, 1999: 39), ki postanejo pomembni indikatorji skupinske identitete (glej Donath v Smith in Kollock, 1999: 39). V skupnosti je lahko več skupin s svojim jezikom (glej Donath v Smith in Kollock, 1999: 40).

V sistemih RPK, kot so klepetalnice, se pogosto uporablja »igriv, neformalen in osebni jezik« (Richards, 1999: 17). Kitchin ugotavlja, da gre za zlitje pisnih in govornih stilov, ker uporabniki pretvarjajo običajno verbalno komunikacijo v pisni stil (glej 1998: 13). Posamezniki imajo za komunikacijo običajno na voljo le znake na tipkovnici: velike in male tiskane črke, številke, ločila in nekatere matematične simbole, kot so: +, *, < in &. Ker so komunikatorji omejeni le na omenjeni set znakov in ker pisanje zahteva več časa kot govor, se je razvilo sofisticirano krajšanje, da bi se pospešilo komuniciranje skupnih in na novo ustvarjenih pomenov (glej npr. Kitchin, 1998: 13). Iz angleščine so znane kratice kot btw (»by the way« - mimogrede), imho (»in my humble opinion« - po mojem skromnem mnenju) in lol (»lots of laugh« - obilica smeha). Prenesle so se tudi v druge jezike; uporabljajo se npr. tudi v FC.

Primer neuniverzalne, specifične krajšave v FC je PS ali ps, s čimer člani označujejo programsko opremo Photoshop. Izraz duka npr. označuje temnico (»dunkel Kammer«). In

seveda najbolj uporabljena krajšava: FC. Skupine tvorijo tudi nove besede in običajne besede dobijo nove pomene (glej Donath v Smith in Kollock, 1999: 39).

Za RPK so značilni t. i. »emoticons« - kar bi lahko bi prevedli kot emotikone - s katerimi komunikatorji sporočajo svoje razpoloženje oziroma čustvo. Najbolj znan je najbrž smeško: :-) ali krajše :). Pomežik se nakaže takole: ;-), začudenje pa: :-o.³

Rheingold piše, da v IRC-ih udeleženci nakazujejo namen, razpoloženje ali druge kontekstualne indice z metaopisom – z besedami, tipografsko ločenimi od sobesedila, ki je del »očitnega« dialoga (glej <http://www.rheingold.com/vc/book/6.html>). Enak pojav najdemo na FC, tako v sinhroni kot asinhroni komunikaciji. Največkrat je to samoopis komunikatorja v tretji osebi in od ostalega besedila ločen z zvezdicami, npr. *zardi* ali *navdušeno ploska*.

Komunikator lahko z znaki tipkovnice tudi grafično prikaže kak predmet (»ASCII-drawings«). Vrtnico se sogovorniku v kibernetičnem prostoru lahko pošlje v obliki simbola: @-,-,-,- (glej npr. <http://www.december.com/cm/mag/1997/feb/weinsen.html>; Kitchin, 1998: 7; Richards, 1999: 17).

Menim, da je vredno opozoriti tudi, da je pri RPK, za katero je sicer značilno, da nima prostorskih in časovnih omejitev, pogosto meja prav jezik. Nekdo, ki ne razume slovensko, ne bo mogel slediti dogajanju na slovenskem IRC-u. Zato je zelo veliko spletnih strani prirejenih za različne jezike - obiskovalec jezik izbere sam.

3. 3 IDENTITETA

Rheingold pravi, da so v RPK možne različne igre z identiteto; v različnih manifestacijah medija so na voljo nove, lažne, multiple in raziskovalne identitete (glej <http://www.rheingold.com/vc/book/5.html>).

³ Zanimivo je, da je japonska kultura razvila dugačne emotikone, kot jih poznamo v evropski in ameriški kulturi. Ne le da drugače izgledajo, predstavljajo tudi druga razpoloženja in stanja, od mrzlega potu: (^ ^); do običajnega: (^-^) in dekliškega nasmeha: (^ . ^) (glej <http://www.vcn.bc.ca/sig/comm-nets/aoki.txt>; Kitchin, 1998: 7).

Kitchin (1998: 11) je povzel mnenje mnogih dokaj utopičnih avtorjev: »Raziskovalci menijo, da v kibernetičnem prostoru identiteta, ki se je prej opisovala kot racionalna, stabilna, centralna in avtonomna, postane nestabilna, multipla, difuzna, fluidna in manipulativna, ker breztelesna narava komunikacije in relativna anonimnost omogočata, da si sprejet na temelju svojih besed, ne izgleda ali naglasa.«

Predstavnik utopistov je Lyon, ki pravi, da RPK nekatere posameznike prisilijo, da »se ustavijo in razmislijo o 'resničnosti' svojih izkušenj« (v Loader, 1997: 27). Pravi, da je treba ločiti izkušnje v kibernetičnem prostoru in telesne izkušnje v fizičnem prostoru (glej v Loader, 1997: 27) in da je stabilen jaz postavljen pod vprašaj (glej v Loader, 1997: 28).

Naše komuniciranje s soljudmi je odvisno od naše predstave o njih. O posameznikovi identiteti sklepamo na temelju elementov, kot so fizične značilnosti, govor, obleka, mimika, gibanje v prostoru. Socialni psihologi so prepričani, da ne moremo biti v interakciji z nekom, dokler ga ne moremo pomenljivo okategorizirati (glej npr. O'Brien v Smith in Kollock, 1999: 84). V zahodnem svetu so te kategorije spol, rasa, starost. Za naše razmere je treba dodati narodnost. Eden od razlogov, zakaj so te kategorije najpomembnejše, je po mnenju O'Brienove njihova izrazita očitnost (glej v Smith in Kollock, 1999: 84).

Osiromašenost teh znakov, ki je značilna za RPK, pomembno vpliva na oblikovanje posameznikove lastne identitete in zaznavanje drugih v kibernetičnem prostoru. Po eni strani identiteto omejuje, po drugi pa odpira nove možnosti. Zato sta se med avtorji razvila dva pogleda na identiteto v RPK (glej Kollock in Smith v Smith in Kollock, 1999: 9). Prvi menijo, da bodo posamezniki v kibernetičnem prostoru ocenjeni na temelju zaslužnosti svojih idej bolj kot na svojem spolu, statusu, starosti ali rasi. Drugi pa zagovarjajo tezo, da so tradicionalne statusne neenakosti v kibernetičnem prostoru reproducirane, morda celo bolj poudarjene.

Do idej o fluidnosti identitete v kibernetičnem prostoru je zelo kritična Oblakova (glej 2000: 1062-1063). Pravi, da večina prispevkov o tej tematiki temelji na analizi MUD-ov, ki niso splošno razširjeni in jih uporablja le omejeno število ljudi, zato jih je težko posploševati na ostale sisteme RPK. V MUD-ih je razvoj identitete v primerjavi z drugimi sistemi RPK še posebno ekstremen, saj gre za igre, kjer si udeleženci lahko nadenejo različne identitete in karakteristike. Te so lahko povsem fantazijske (npr. mačka nevtralnega spola).

»Teza, da imamo v kibernetičnem prostoru neomejeno svobodo izbiranja, kdo smo in kako se predstavimo drugim, je le odsev enostranskega prikazovanja dejanskih razmerij. Gre za prepričanje, da bodo nove tehnologije omogočile preseganje omejitev in frustracij nepopolnega vsakdanjega sveta /.../. /.../ Četudi so sposobnosti imaginacije s pomočjo novih tehnologij pripeljane v skrajne razsežnosti, je ponujene možnosti vendarle bolje gledati v mejah potencialnih realizacij; predvsem pa jih je treba umestiti v odnose do sveta, ki njihove parametre presega,« meni Oblakova (2000: 1062-1063).

Kitchin opozarja, da je v kibernetičnem prostoru tudi veliko ljudi, ki se ne igrajo z identitetami in le opazujejo (glej 1998: 83-84). Razlogi so enaki kot zunaj kibernetičnega prostora: nepoznavanje ljudi, strah pred kritiko ipd. Kibernetični prostor torej ne osvobaja vedno.

Podobno razmišlja O'Brienova, ki poudarja neustreznost pogosto uporabljenega izraza multiple osebnosti, ko se razpravlja o več identitetah, ki jih posameznik lahko ustvari v kibernetičnem prostoru (glej v Smith in Kollock, 1999: 82). »Ideja o multiplih jazih, ki se ne zavedajo drug drugega, /.../ je radikalen način razmišljanja o socialni interakciji,« piše avtorica (O'Brien v Smith in Kollock, 1999: 82). Termin v psihiatričnem izrazoslovju pomeni patološko motnjo. O'Brienova poudarja dejstvo, da obstaja le ena, glavna zavest, ki organizira naše izkušnje - tudi različne večkratne samoprezentacije (O'Brien v Smith in Kollock, 1999: 82).

Donathova meni (naslanjoč se na Benigerja), da je za skupnost nujno zaupanje v skupne motive in verovanja drugih udeležencev, torej v njihovo socialno identiteto (glej v Smith in Kollock, 1999: 31). Tudi Foster opozarja na bistvenost duha skupnosti za vitalnost virtualnih skupnosti (glej v Porter, 1997: 29).

Ker posameznik v kibernetičnem prostoru ni pod normativnim nadzorom družbe ali institucije, se njegove identitete ne da preveriti in pripeti nanj (glej Willson v Holmes, 1997: 150). Jordan pravi, da se »online« identitete ustvarjajo preko dveh vrst virov: kazalcev identitete in stila, med »online« in »offline« identiteto pa obstaja elastična povezava (glej 1999: 67-78). Omenjeni viri obstajajo le v določenih delih kibernetičnega prostora; svoboda oblikovanja »online« identitete je torej omejena le na tiste dele kibernetičnega prostora, ki te

določene vire omogočajo. Strukturiranje identitete preko e-pošte npr. je drugačno kot v MUD-ih.

Kazalci identitete (glej Jordan 1999: 67-78) so ime, naslov, samoopis ipd. Omogočajo, da se poslana sporočila povežejo z našo »online« identiteto. Posameznik s stabilno »online« identiteto mora biti v samopoimenovanju vsaj do neke mere dosleden, če hoče svojim socomunikatorjem omogočiti, da vsa sporočila, ki jih je poslal, pripišejo njemu. Nekateri kazalci so izbirni, drugi vsiljeni (glej Jordan 1999: 67-78). V FC je glaven in vsiljen kazalec identitete ime člana; brez njega se posameznik ne more registrirati kot uporabnik. Ime se avtomatično izpiše pod fotografijami, ki jih objavi, v glavi njegovih komentarjev, e-razglednic in v okvirju njegovih kratkih sporočil.

Ker je število objavljenih fotografij na FC za posameznega uporabnika v določenih časovnih intervalih omejeno, so - posebno po uvedbi plačanega članstva - vedno bolj pogosti dvojni računi (»accounts«). Da bi lahko posameznik objavil več fotografij, se prijavi tudi pod drugim imenom. Včasih člani na svoji/-h predstavitevni/-h strani/-eh zapišejo, da se pojavljajo tudi pod drugim imenom, včasih ne. V obeh primerih pride do nerodnih situacij, ko - če ne drugega - »novega člana« navdušeno pozdravljajo nekateri starejši.

Zanimiv poskus anonimnosti je bil, ko se je nekdo registriral kot Annie Body, nato pa geslo za ta račun poslal mnogim sočlanom, ki so novico razširili. Tako so različni uporabniki objavljali svoje fotografije pod skupnim psevdonimom ter komentirali dela drugih. Ti komentarji so imeli le majhno vrednost, saj nisi vedel, od koga prihajajo. Tudi Donathova ugotavlja, da sporočilo nima vrednosti, če se ne ve, kdo je njegov avtor (glej v Smith in Kollock, 1999: 31). Po začetnem navdušenem preizkušanju novega so se fotografije Annie Body vedno redkeje pojavljale. Najbrž so tudi avtorji objavljenih fotografij in komentarjev ugotovili, da jih anonimnost ovira pri komunikaciji s sočlani in da jim preprečuje izražanje svoje identitete.

Eden od izbirnih kazalcev v FC je posameznikov avtoportret ali druga fotografija njega samega, ki jo lahko objavi na svoji predstavitevni strani (glej Slika 2. 3) in ki spremlja vsako njegovo kratko sporočilo. Drugi izbirni kazalec - prav tako na njegovi strani - je njegov samoopis.

Druga vrsta kazalcev, stil, je »tipičen način posameznikove interakcije 'online'« (Jordan, 1999: 71). Na temelju stila posameznik sčasoma razvije svoj sloves v skupnosti. In čeprav se zdi, da ga ima posameznik povsem pod kontrolo, to ne drži povsem (glej Jordan, 1999: 71). Koristno je omeniti Goffmanovo razlikovanje (glej Donath v Smith in Kollock, 1999: 38) med danim izražanjem (»expressions given«) in oddanim izražanjem (»expressions given off«). Pri danem izražanju gre za namerna sporočila, ki kažejo na to, kako hoče posameznik biti viden v očeh drugih, oddano izražanje pa pomeni bolj subtilna, včasih tudi nenamerna sporočila, ki so komunicirana skozi dejanja in v podtonih.

Donathova, ki je preučevala konferenčni sistem Usenet, je zapisala, da posameznik po navadi razvije svoj sloves s tipom prispevkov, ki jih skupina občuduje (v Smith in Kollock, 1999: 31). V FC se posameznikov sloves oblikuje na temelju kakovosti fotografij in značilnosti njegovih komentarjev. Zelo malo je posameznikov, ki združujejo oboje: so dobri fotografi in tudi pogosto komentirajo in diskutirajo z drugimi. Ti fotografi imajo pod svojimi fotografijami veliko več komentarjev kot drugi člani skupnosti, njihove prispevke se lahko najde v številnih kanalih in med sočlani je njihovo ime poznano in omenjano.

Eden najbolj vpadljivih primerov slovesa v FC je najstnica, ki ne uporablja knjižnega jezika, temveč sleng, in katere prispevki so prežeti s kletvicami. Nekakšna upornica, torej. Njen sloves ne temelji le na izstopajočem verbalnem, temveč tudi fotografskem izražanju, ki v nasprotju s prvim velja za izredno poetično. Neki član komentira v rimah. Njegova sporočila pogost uporabnik FC spozna takoj, ne da bi pogledal na avtorjevo ime. Posebni so bili tudi prispevki neke nekdanje članice, ki je zelo kritična in pri izražanju mnenja zelo neposredna in se je zato nenehno zapletala v prepire s sočlani.

Donathova loči dve vrsti znakov: ocenjevalne (»assessment signs«) in konvencionalne (glej v Smith in Kollock, 1999: 32). Ocenjevalni znaki so signali, ki jih je zelo težko ponarediti, zato jim posamezniki po navadi verjamejo, ne da bi jih preverili - so zanesljivi. Velik in mišičast varnostnik signalizira fizično moč in dovolj je le pogled nanj, da je ljudem jasno, da je močan. V kibernetičnem prostoru je primer ocenjevalnega znaka spletna stran. Ker je za njeno izdelavo potrebno znanje, čas in trud, po navadi ni ponarejena. Konvencionalne znake pa je lahko ponarediti, zato so nezanesljivi in jih je treba preveriti.

Oblika prevare oziroma manipulacije, ki se v literaturi pogosto omenja, je »trolling«, kar lahko prevedemo kot ribarjenje (glej npr. Jordan, 1999: 70; Donath v Smith in Kollock, 1999: 45). Z njim se v novičarskih skupinah preverja pripadnost posameznika, ujemanje njegove identitete s skupinsko. Vaba (»troll«) je objava prispevka z napakami z namenom najti posameznike, ki sporočila ne prepoznajo kot takega (glej npr. Jordan, 1999: 70; Donath v Smith in Kollock, 1999: 45).

Donathova govori tudi o kategorični prevari, pretvarjanju o posameznikovem spolu, starosti, statusu ipd. (glej v Smith in Kollock, 1999: 49-52). Pri analizi Useneta je opazila, da člani pozorno preverjajo, ali je visok status določenih članov v skupini legitimen. V FC je pomemben del statusa zgrajen na temelju tega, kako dober fotograf je posameznik. Pred časom sem zasledila, da je neka članica objavila delo priznanega fotografa in se izdajala za avtorico. Po številnih pozitivnih kritikah - fotografija je celo prišla v izbor najboljših del v FC - se je končno našel nekdo, ki je fotografijo prepoznal. Sledilo je veliko ogorčenje in obsodba dejanja članice s strani mnogih sočlanov.

»Online« in »offline« identiteta sta po Jordanovem mnenju lahko v treh različnih razmerjih napetosti (glej 1999: 78-79): 1. »online« identiteta je lažna, 2. zveza med identitetama je do konca napeta, ali 3. proglašeno razlikovanje ali enotnje obeh identitet se sčasoma sesuje.

Dober primer dejstva, da so tudi v kibernetičnem prostoru prisotne neenakosti in hierarhije, je oblikovanje spolne identitete. O'Brienova (glej v Smith in Kollock, 1999: 87-88) - med drugim na temelju prispevkov Stonove in Kendallove - ugotavlja, da je v kibernetičnem prostoru temeljna kategorija spol reprezentirana zelo stereotipno. Namesto nešteti možnosti in kombinacij, ki bi jih snovalci identitet lahko uporabili, so ženske in moški praviloma predstavljeni kot stereotipni ideali. Ženske kot Barbike, moški kot Keni.

Govoriti o RPK kot prostoru, kjer je posameznikova identiteta fluidna, je pretirano. Če se nek moški na IRC-u predstavlja kot ženska, se zaradi tega ni spremenila njegova dejanska identiteta.

Čeprav je komunikacija preko interneta zaradi odsotnosti znakov identitete lažja, pa je tudi veliko dvomljivejša, saj je sokomunikatorja težko pravilno oceniti. Če se posameznik tega ne

zaveda, ima taka komunikacija zanj lahko velike stroške (v smislu vloženega časa, razočaranja, emocionalne prizadetosti ipd.).

3. 4 RECIPROČNOST

Virtualna skupnost ne more obstajati, če njeni člani vanjo vedno znova ne prispevajo - ali informacije ali čustveno podporo. Zakaj posamezniki pomagajo ljudem, ki jih le slabo ali sploh ne poznajo?

Splošna norma⁴ kakršne koli skupnosti je, da se vse, kar posameznik da, poplača. Vsaj z namenom zagotoviti, da bo še več te dobrine na razpolago, ko jo bomo naslednjič potrebovali (glej Wellman in Gulia v Smith in Kollock, 1999: 177). V virtualni skupnosti je to lahko problematično, saj se v njej večina izmenjav vrši med posamezniki, ki se še nikoli niso videli, med katerimi obstajajo le šibke vezi in niso vezani v tesno prepletene strukture skupnosti, ki bi jim lahko vsilile norme in recipročnost. Vendar o recipročni podpori na internetu - tudi med šibkejšimi vezmi - obstajajo očitni dokazi (glej Wellman in Gulia v Smith in Kollock, 1999: 177).

Rheingold je o svojih izkušnjah v Wellu zapisal: »Recipročnost je ključni element vsake tržno usmerjene kulture, toda ureditev, ki jo opisujem, se mi zdi bolj vrsta ekonomije daru, v kateri ljudje delajo stvari drug za drugega zaradi občutka, da gradijo nekaj skupnega, bolj kot zaradi neke jasno preračunane izravnave.« (<http://www.rheingold.com/vc/book/2.html>). Zdi se mu, da pomoč, ki jo dobi, zdaleč pretehta energijo, ki jo porabi za pomoč drugim, da gre za »poroko altruizma in samointeresa« (Rheingold v Hesselbein et al., 1998: 119).

Carrier je dar definiral kot obligatorni transfer neodtujljivih objektov ali storitev med povezanimi ali vzajemno obvezanimi transaktorji (glej Kollock v Smith in Kollock, 1999: 221). Transakcija daru vključuje običajno neizrečeno obvezo, da se dar enkrat v prihodnosti poplača. Ne vključuje eksplicitnega pogajanja in ne zahteva, da se dar povrne, toda odnos, v

⁴ Po Thibautu in Kelleyju so socialne norme stabilna pravila vedenja in naj bi predstavljale nekakšen nadomestek socialnega nadzora (glej Rus, 1997: 463).

katerem se samo daje in ne prejema, praviloma ne traja (glej Kollock v Smith in Kollock, 1999: 221).

Rheingold ugotavlja, da s pomočjo drugim veča svoj socialni kapital. »Oseba, kateri pomagam, mi morda nikoli ne bo mogla pomagati, a lahko mi bo kdo drug.« (<http://www.rheingold.com/vc/book/2.html>). V FC to pomeni, da morda moje fotografije ne bo komentiral tisti, katerega delo sem komentiral/-a jaz, lahko pa bo mnenje o moji fotografiji izrazil kdo drug.

Ekeh ta način menjave imenuje splošna (glej Kollock v Smith in Kollock, 1999: 222). Primer je pomoč vozniku ob cesti, ki se mu je pokvaril avto. Ne pričakujemo, da nam bo prav on povrnil pomoč, temveč da bodo v primeru, da se na cesti v težavah znajdemo mi, drugi vozniki za nas naredili enako. Kollock ugotavlja, da je takšno obdarovanje bolj radodarno in tvegano kot tradicionalno (glej v Smith in Kollock, 1999: 222).

Omenjeni avtor navaja naslednje možne vzroke za »online« sodelovanje (glej v Smith in Kollock, 1999: 227-229):

1. pričakovana recipročnost (tudi skupine kot celote),
2. ustvarjanje posameznikovega slovesa,
3. občutek učinkovitosti, vpliva na okolje,
4. oseba ali skupina potrebuje pomoč,
5. navezanost ali predanost skupini.

Wellman in Gulia menita, da lahko na mnoge e-skupine prenesemo ugotovitve Constanta et al., ki so raziskovali razloge recipročnosti v organizacijah (glej v Smith in Kollock, 1999: 177). Za vzajemnost obstajata dva razloga: 1. posamezniki si s tem ustvarjajo identiteto - povečujejo samozavest, spoštovanje drugih in status in 2. organizacijska pripadnost in norme splošne recipročnosti - tisti, ki so močno navezani na organizacijo, bodo bolj pripravljeni pomagati. Skupinska pripadnost je tesno povezana z normami splošne recipročnosti in pomoči skupnim prijateljem. Kadar je skupina velika, je lahko pomagati, saj posameznikovo dejanje lahko vidijo vsi in če mu ne bo pomagal tisti, kateremu je pomagal, bo to storil kdo drug (glej Wellman in Gulia v Smith in Kollock, 1999: 178).

Sklepam, da si posamezniki, ki se med seboj ne poznajo dobro, pomagajo zato, ker se zavedajo, da je za imenom na ekranu neka resnična oseba. Če ta oseba za posameznika stori nekaj vrednega in je tudi oseba sama za posameznika iz katerega koli razloga dovolj pomembna, se ji posameznik čuti vreden oddolžiti. Ko bo sam pomagal drugemu, bo pričakoval recipročnost, če je ne bo dobil, svoje pomoči ne bo več nudil. Gre za preračunljivost, v nedogled posameznik ne bo deloval altruistično.

3. 5 HIERARHIJA IN NADZOR

Čeprav internet velja za demokratični medij, ker naj bi med udeleženci vsaj teoretično odstranil hierarhijo na temelju fizičnih značilnosti, družbenega statusa ipd., virtualne skupnosti za smiselno delovanje potrebujejo neko obliko nadzora. Ideal o popolni svobodi v kibernetičnem prostoru je padel že zelo zgodaj (glej Reid v Smith in Kollock, 1999: 107). Zgodbe o virtualnih posilstvih v MUD-ih, kjer lik enega igralca zlorabi lik drugega, in njihovih sankcijah se v literaturi vedno znova pojavljajo (glej npr. Kling v Kling, 1996: 438-439).

Jones je zapisal, da je »težko razumeti, kako lahko hierarhija in skupnost soobstajata preko RPK, tudi zaradi navidezno anarhične (ali vsaj nestrukturirane) narave številnih računalniških omrežij« (Jordan, 1999: 79).

Willsonova piše, da omejenost vizualne informacije na tekstovni opis in izključenost slušnih in drugih informacij iz interakcije omogoča članu skupnosti, da sam sebi izbere katero koli obliko, formo in spol si želi (glej v Holmes, 1997: 149). Udeleženci naj bi v virtualnih skupnostih tako ubežali sleherni socialni neenakosti in pristopom, povezanim z različnimi formami utelešenja, imeli neomejen dostop do sodelovanja in enak status kot drugi člani (glej Willson v Holmes, 1997: 149).

Skupni imenovalec hierarhije in skupnosti je identiteta (glej Jordan, 1999: 80). In ker je identiteta v kibernetičnem prostoru zgrajena drugače kot zunaj njega, je tudi hierarhija tu oblikovana drugače, med drugim na temelju posameznikovega stila (glej Jordan, 1999: 80).

Hierarhija je drugačna tudi zato, ker RPK omogoča soodločanje večjega števila ljudi kot kdaj koli prej (glej Jordan, 1999: 81).

Reidova, ki je raziskovala socialno strukturo MUD-a, meni, da tehnologija določi parametre, znotraj katerih se družba lahko razvije, vendar narave virtualnih družb ne določa v celoti (glej v Smith in Kollock, 1999: 109). Na IRC-u npr. ima nadzor nad kanalom lastnik programske opreme, na kateri temelji sistem, pogosto pa nad dogajanjem bedi še nekaj njegovih pomočnikov.

DuVal Smithova je prepričana, da je konflikt v virtualnih skupnostih bolj verjeten in težje obvladljiv kot v običajnih skupnostih (glej v Smith in Kollock, 1999: 160). Razlogi so naslednji: 1. kulturna različenost članov, 2. različenost interesov, potreb in pričakovanj, 3. narava elektronske participacije: anonimnost, številni načini vstopa, enostavnost odhoda, nezanesljivost povezav ipd., 4. le na besedilu temelječa komunikacija in 5. asimetrija moči med člani. Našteti razlogi ne veljajo za vse skupnosti, saj se te med seboj razlikujejo.

Loči tri glavne poti reševanja konfliktov (glej Smith v Smith in Kollock, 1999: 149): uporabo moči, uskladitev interesov (»reconciling interests«) in razsojanje (»adjudicating rights«, institucionalizirano posredovanje).

Mnoga pravila, ki se jih morajo člani držati, če želijo obdržati pravico sodelovanja, oblikujejo člani ali - kar je bolj pogosto - snovalci skupnosti (glej Willson v Holmes, 1997: 150).

V FC sta nadzor in porazdelitev moči podobna kot na IRC-u ali v pustolovskem MUD-u (glej npr. Reid v Smith in Kollock, 1999: 109), kjer ima največ nadzora upravljalec programske opreme sistema, sledijo mu igralci, ki so si z zadostnim številom točk pridobili administrativno moč. Tudi v FC ima največjo moč oblikovalec strani, ki ima nadzor nad programsko opremo. Sledijo mu administratorji, ki so njegovi pomočniki.

Norme, ki jih je določil snovalec spletne strani, so eksplicitno navedene v pogojih uporabe; ti služijo kot pogodba med snovalcem strani in njenimi uporabniki, namen katere naj bi bila zaščita pravic uporabnikov in snovalca strani. Med drugim je prepovedana objava pornografskega, fašističnega, rasističnega ipd. materiala ter žalitev drugih članov skupnosti (glej <http://www.fotocommunity.de/pc/pc/kontakt/agb>). Zanimiva je norma o verodostojnosti

identitete, ki jo poda član - pravilo, ki je bolj deklarativne narave, saj se mnogi prijavljajo pod psevdonimom. Lahko sklepam, da je uporaba psevdonima med člani sprejeta, bolj problematičen je bil npr. uporabnik, ki se ni le prijavil pod lažnim imenom, temveč si do neke mere zgradil lažno identiteto - izdajal se je za žensko.

Dva tedna po posameznikovi včlanitvi v FC se preverja, ali ustreza skupnosti. Snovalec strani si pridržuje pravico, da v v tem času izbriše vse njegove fotografije (glej <http://www.fotocommunity.de/pc/pc/kontakt/agb>). Podobna preverjanja obstajajo npr. tudi v nekaterih MUD-ih in IRC-ih. Tudi člani FC s kritičnim očesom merijo prišleke in če ti ne ustrezajo kriterijem skupnosti, znajo biti člani do njega zelo ostri. Spominjam se novega člana, ki je objavljajal fotografije iz svojega družinskega albuma, ki so bile slabo preslikane, narobe obrnjene ipd. Nekateri člani so mu prijazno pomagali z nasveti, večina tistih, ki so komentirali njegove fotografije, pa so ga napadli, se mu posmehovali ipd. in povzročili, da je kmalu izbrisal vse svoje prispevke.

Ustvarjalec FC lahko prispevke določenega člana izbriše tudi kasneje, in sicer zaradi uporabnikovega nespoštovanja dolžnosti, navedenih v pogojih uporabe, kršitve zakona ali prestopa meja splošnega dobrega okusa (glej <http://www.fotocommunity.de/pc/pc/kontakt/agb>). Pred časom so izginili vsi prispevki neke članice, skupaj z njeno predstavitveno stranjo. Kmalu zatem so med uporabniki začela krožiti kratka sporočila o vzroku za to: članica se je z administratorji že spet prepirala o pornografiji na FC in ti so se odločili, da jo »izbrišejo«.

Jordan je zapisal (glej 1999: 81), da je hierarhija v virtualni skupnosti zgrajena drugače kot v običajni tudi zato, ker RPK omogoča soodločanje več ljudi kot kdaj koli prej. Člani FC odločajo o mnogih stvareh. Predlagajo javna srečanja uporabnikov FC. Enakopravno glasujejo o tem, katera fotografija bo prišla v izbor najboljših del, o temi meseca, uvedbi novih podkanalov ipd. Pravico si pridobijo na temelju določenega števila objavljenih fotografij, kometarjev le-teh in komentiranja del drugih.

Če član iz kakršnega koli razloga ne želi, da določen posameznik komunicira z njim, ga lahko uvrsti na seznam ignoriranih (»Ignore-Liste«), s čimer mu onemogoči komentiranje svojih fotografij in vpis sporočil na svoji predstavitveni strani - prepreči komuniciranje z njim v javnosti FC.

Sklenemo lahko, da karakteristike RPK, kot sta anonimnost in odsotnost znakov, spodbujajo manj premišljeno in manj odgovorno vedenje, kot je značilno za »face-to-face« interakcijo, zato je potrebna neka oblika nadzora.

3. 6 ALI JE VIRTUALNA SKUPNOST RES SKUPNOST?

Da bom lahko odgovorila na vprašanje, ali je virtualna skupnost ustrezen termin, in s tem dosegla enega od namenov diplomske naloge, je najprej treba pogledati, kaj o tem menijo avtorji.

Rheingold svari pred pripisovanjem značilnosti skupnosti vsaki diskusijski skupini »online« (glej Rheingold v Hesselbein et al., 1998: 117). Ločnico predstavlja oblikovanje omrežij osebnih odnosov v kibernetičnem prostoru (glej Rheingoldovo definicijo pod točko 1. 3).

»Virtualna skupnost je skupina ljudi, ki se lahko srečajo 'face-to-face' ali tudi ne in ki si izmenjujejo besede in ideje preko posredovanja računalniških oglasnih desk ali omrežij. Ko te izmenjave začnejo vključevati prepletena prijateljstva in rivalstva in v realnem življenju povzročijo poroke, rojstva in smrti, ki povezujejo ljudi v kateri koli drugi vrsti skupnosti, začnejo vplivati na življenja teh ljudi v resničnem svetu. Kot katera koli druga skupnost, je tudi virtualna zbirka ljudi, ki se podvržejo določeni (ohlapni) socialni pogodbi in ki delijo določene (eklektične) interese. Običajno je lokalno fokusirana in ima pogosto povezavo z veliko širšim področjem.« (Rheingold v Hesselbein et al., 1998: 116).

Tudi Fernback ne vidi v vseh virtualnih družbenih združenjih že skupnosti (glej Oblak, 2000: 1064). Pogoji zanjo so skupni sistem vrednot, norm in pravil, občutek skupne identitete, zavezanosti in pomembnosti združevanja, kot to velja za številne druge, fizično oblikovane skupnosti (glej Oblak, 2000: 1064-1065). »Brez osebnega vlaganja in zaupanja, ki označujejo naše siceršnje občutke o fizični skupnosti, nekatere razpravljalne skupine in prostori za kramljanje niso nič drugega kot komunikacijska sredstva, ki jih uporabljajo posamezniki s skupnimi interesi,« je Fernbackove misli povzela Oblakova (2000: 1065).

Pred nadaljnimi razpravami o tem, kaj je in kaj ni virtualna skupnost in ali so združenja v kibernetičnem prostoru sploh skupnosti, je treba pogledati, kaj sploh je skupnost. Različna razumevanja tega pojma so namreč povzročila mnoge zaplete v diskusiji o t. i. virtualnih skupnostih.

Kot ugotavlja Quentin Jones, je skupnost eden najbolj nejasnih pojmov v sociologiji (glej <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>). Že v 50. letih so avtorji ugotovili, da je slabo definirana. Hillery je tako v svojem eseju (1955) analiziral 94 različnih definicij tega pojma. Nelson et al. (1960) so opazili, da se pojem skupnosti nanaša na različne stvari, odvisno od tega, kdo ga uporablja in v kakšnem kontekstu. Poudarili so tudi problematiko vezanosti skupnosti na fizični prostor, ki naj bi bila po njihovem »rezultat močnega vpliva prostora na človeške odnose« (<http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>).

Pojem skupnosti se pogosto uporablja v smislu Toenniesovega razlikovanja med »Gemeinschaft« in »Gesellschaft« (glej npr. Flere, 2000: 94; Bell, 2001: 94; Foster v Porter, 1997: 25-26). »Gemeinschaft« pomeni tradicionalno, vaško ali majhno mestno skupnost, ki je obstajala že pred industrializacijo. Članstvo v njej ni izbirno; posamezniki se v to skupnost rodijo. Nahaja se na majhnem prostoru, sestavlja jo majhno število članov. Delitev dela je majhna. Ker člani skupnosti večino svojega življenja preživijo na istem prostoru, z istimi ljudmi, se med seboj spoznajo kot celotne osebnosti, ne le kot nosilci posameznih družbenih vlog. Vsak pozna vsakega, vsak vsakemu pomaga, mreža interakcij je gosta, vezi med ljudmi so neformalne, osebne, močne in multiple (npr. nekogaršnji sosed je tudi njegov brat in sodelavec). Družina in sorodstvo sta zelo pomembna. Ta skupnost je popolnoma integrirana horizontalno in vertikalno, stabilna in dolgotrajna. Skupnost je homogena, vežejo jo recipročnost ter skupni simboli, tradicija in vrednote. Družbena mobilnost je majhna.

Z urbanizacijo je v heterogenosti mest nastala »Gesellschaft« ali družba (glej npr. Bell, 2001: 94; Foster v Porter, 1997: 25-26). Delitev dela je visoka, zato je družbeno življenje posameznika segmentirano, odnosi med ljudmi postanejo odtujeni in instrumentalni. Čeprav se socialna sfera razširi, so odnosi parcialni in plitvi. Dolgotrajne vezi in norme so izgubljene.

Omenjena delitev vsebuje očitno nostalgijo po preteklih časih in prav »Gemeinschaft« je tip skupnosti, o kateri govori Rheingold v zvezi z nastankom virtualnih skupnosti (glej

<http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>). Opira se na Oldenburgovo delitev osrednjih krajev našega življenja na tiste, kjer se živi, na kraje, kjer se dela, in na kraje, kjer se družijo. Kraji druženja, kot so bari, so »nepriznani javni prostori sodobnega življenja«, ki z današnjim načinom življenja izginjajo (<http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>). Rheingold pravi, da se je zaradi tega, ker je »slaščičarna postala nakupovalno središče«, v ljudeh naselila »lakota po skupnosti« (<http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>). Virtualne skupnosti naj bi ljudem vrnilo izgubljeno.

Pri takih nostalgčnih pogledih na čas pred industrializacijo se pozablja, da tradicionalna skupnost za svojega člana zaradi osebnih medsebojnih odnosov pomeni tudi popoln socialni nadzor in da ima posameznik v mestu sicer manjše število tesnih vezi, a veliko več svobode (glej npr. Goričar, 1980: 157-160). V primerih zavračanja virtualne skupnosti kot skupnosti, ker naj bi ne vsebovala tako tesnih odnosov kot običajne skupnosti, se je treba vprašati, ali ne gre za idealizacijo tradicionalnih skupnosti. Zanimivi so tudi izsledki raziskave o sodobnih skupnostih Wellmana in Gulijeve, ki so pokazali, da v njih prevladujejo specializirani odnosi in da med člani ni veliko tesnih vezi (glej v Smith in Kollock, 1999: 171).

Vendar se Rheingold naslanja tudi na Andersonovo razumevanje naroda kot imaginarne skupnosti (glej <http://www.rheingold.com/vc/book/2.html>). Ta predvideva, da zato, ker ne moremo biti v »face-to-face« interakciji z vsemi, ki so enake narodnosti kot mi, našo skupno identiteto izražamo preko simbolov, kot so zastava, običaji in rituali (glej npr. Bell, 2001: 95). Narod in posledično vse skupnosti, tudi virtualne, obstajajo le zaradi tega, ker njihovi člani verjamejo vanje in jih ohranjajo skozi skupne kulturne prakse.

Študija Markhamove je pokazala (glej Oblak, 2000: 1061), da obstajajo konceptualne razlike v tem, kako uporabniki percipirajo RPK. Nekateri internet vidijo predvsem kot neko novo orodje, ki posamezniku omogoča številne funkcije, med katerimi je najpomembnejša ohranjanje stikov s prijatelji, sorodniki ali znanci. Za druge je internet predvsem prostor, kjer se srečujejo in komunicirajo z drugimi. Za tretjo skupino ljudi pa je internet nov mehanizem izražanja samega sebe.

Pri diskusiji o (ne)vezanosti skupnosti na prostor je treba omeniti, da mnogi avtorji ne upoštevajo, da se skupnost v sociologiji že nekaj časa razume tudi neodvisno od prostora. Wellman in Gulia (glej v Smith in Kollock, 1999: 169) opozarjata, da avtomobili, telefoni ipd.

ohranjajo odnose preko velikih razdalj, zato skupnosti niso le solidarnostne skupine tesno povezanih sosedov, temveč jih lahko sestavljajo tudi ljudje, ki ne živijo v isti soseški. »Ta konceptualna revolucija je premaknila definicijo skupnosti v smislu prostora - soseščin - k definiciji v smislu socialnih omrežij.« (Wellman in Gulia v Smith in Kollock, 1999: 169). Vendar to še ne pomeni, da so socialna omrežja, nastala preko RPK, skupnosti. Wellman in Gulia se sprašujeta, ali vsa ta omrežja res ponujajo »tovarištvo, socialno podporo, informacije in občutek pripadanja« ali pa gre v večini avtorskih prispevkov za precenjevanje dejanske narave življenja v virtualnih skupnostih (v Smith in Kollock, 1999: 169-70). Poudarjata, da internet ni izoliran socialni fenomen in da ga je treba analizirati skupaj z drugimi aspekti posameznikovega življenja, saj v interakcijo na internetu posameznik prinese »prtljago«, kot je spol, starost, kulturni milieu, socionomski status in »offline« povezave z drugimi (glej Wellman in Gulia v Smith in Kollock, 1999: 170; O'Brien v Smith in Kollock, 1999: 76-104).

Ne le da nekatere sociološke definicije dovoljujejo obstoj virtualnih skupnosti, Stonova npr. uporablja ta izraz v mnogo širšem pomenu (glej <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>): govori tudi o tekstovnih virtualnih skupnostih iz 17. stoletja in elektronskih, ki so nastale z iznajdbo telegrafa.

Wilbur meni (v Porter, 1997: 15), da nam bo prav zaradi svoje večpomenskosti izraz virtualna skupnost zelo dobro služil na trenutni stopnji, ko je kibernetični prostor še dokaj neraziskan fenomen.

Fernback in Thompson pa teže pojmovanja virtualna skupnost prenašata na pridevnik virtualna. Menita, da pojem virtualna skupnost kaže na združbo ljudi, ki so predvsem virtualna (navidezna) skupnost, bolj kot da bi bili realna skupnost v nostalgичnem smislu (glej <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>).

Kot opaža Quentin Jones, zaradi številnih konotacij izraza skupnost mnogi predlagajo uporabo boljšega poimenovanja (glej <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>). Med njimi je tudi Trček, ki meni, da gre za (kibernetično) interesno skupino, saj virtualna skupnost nima totalitarnega, vseobsegajočega karakterja skupnosti, ki je bil značilen za predmoderne družbeno-prostorske agregacije (glej Trček, 2003: 24). Pri tem interese ne pojmuje klasično sociološko, kot webrovska racionalno ciljno kategorijo, temveč kot kategorijo, ki vključuje tudi dimenzije emotivnosti in performativnosti (glej Trček, 2003: 13).

Gre torej za »zadovoljitev potrebe po avtoprezentaciji v prostorih kibernetike prizoriščnosti ali za zadovoljitev emocionalnih potreb« (Trček, 2003: 13).

Čeprav se strinjam, da gre za oblike zduževanja na temelju skupnega interesa (ne po Webrovem, temveč Trčkovem pojmovanju), pa mislim, da to poimenovanje ni najbolje, ker je pojem interesne skupine (drugo ime zanjo je skupina pritiska) že utrjen, tako v znanosti kot zunaj nje, tako da bi bila uporaba tega termina brez vsakokratne pojasnitve razumevanja interesa zavajajoča – kot je že izraz skupnost.⁵

Ena glavnih karakteristik tradicionalnih skupnosti je heterogenost. Po Druckerju so iz stare skupnosti, kot sta družina in vas, ki so posamezniku bile usojene, nastale organizacije, ki temeljijo na prostovoljnem članstvu (glej Healy v Porter, 1997: 61). Posledica prostovoljne izbire je, da so te združbe homogene. Iz tega razloga so jih Bellah et al. raje kot skupnosti poimenovali enklave življenjskega stila (glej Healy v Porter, 1997: 61). Življenjski stil je namreč po njihovem bolj kot z delom povezan s prostim časom, potrošnjo in preferencami posameznika. Tudi Rheingold opaža, da se v virtualnih skupnostih posamezniki zbirajo na temelju skupnega interesa (glej <http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>).

Nekaterim avtorjem se zdi, da so virtualne skupnosti to, kar Beniger imenuje psevdo skupnost (glej Oblak, 2000: 1065). Zanj je značilno, da člane ne povezuje pristna medosebna ali boljše "face-to-face" komunikacija, temveč nekakšna mešanica med interpersonalnim in množičnim komuniciranjem.

Nekateri kritiki menijo, da so virtualne skupnosti le blede nadomestki bolj tradicionalnih, drugi, da ne le, da so prave skupnosti, temveč lahko tudi podpirajo »face-to-face« skupnosti (glej Kollock in Smith v Smith in Kollock, 1999: 16). Slabost večine teh debat je, da bolj kot na raziskavah temeljijo na mnenjih. Kollock in Smith opozarjata, da je pri primerjavi »online« in »face-to-face« skupnosti treba obvezno navesti točko primerjave (glej v Smith in Kollock, 1999: 16), se pravi, ali jih primerjamo glede na homo-/heterogenost, prostorsko bližino itd.

Ker je za naš diskurz značilno pomanjkanje empiričnih raziskav, se je treba ustaviti ob Weinreichu, ki je analiziral oglasne deske v nemško govorečih državah (glej

⁵ Pri Trčkovem poimenovanju »kibernetika interesna skupina« pa preferiram uporabo pridevnika »kibernetika« namesto »virtualna«. Kot sem zapisala pod točko 1. 3. 3: mislim, da je izraz virtualen za mnoge zavajajoč, saj lahko predstavlja nekaj, kar se zdi resnično, pa ni, kibernetiko pa nasprotno označuje nekaj, kar se nahaja v kibernetičnem prostoru. Še boljši termin se mi zdi »online«, saj gre za dihotomijo z »offline« in je zato po mojem mnenju preprosto lažji za uporabo.

<http://www.december.com/cm/mag/1997/feb/wein.html>). Ugotoviti je hotel, v kolikšni meri lahko računalniško posredovani kontakti gradijo skupnost. Avtor zaključuje, da morajo virtualne skupnosti soobstajati tudi v realnem življenju, da bi bile skupnosti. Mnogo uporabnikov oglasnih desk je namreč izrazilo potrebo po osebnem kontaktu z drugimi uporabniki; 62 % se jih je z njimi že srečalo.⁶ Raziskava je pokazala, da je RPK večinoma nekakšen začetek odnosa, ki mu sledijo »face-to-face« kontakti.

Quentin Jones je zapisal, da se izraz virtualna skupnost uporablja na dva prevladujoča in nasprotujoča si popularna načina (glej <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>). Prvi virtualno skupnost enači z različnimi oblikami skupinske RPK, drugi pa predpostavlja, da so virtualne skupnosti nove oblike skupnosti, zgrajene z uporabo različnih vrst RPK.

Barrett na temelju prostorske dimenzije razlikuje tri vrste t. i. digitalnih skupnosti (glej Trček, 2003: 34-5):

1. omrežne soseske oz. mesta (»wired villages«),
2. združenja, ki uporabljajo internet (»internet-using societies«) in
3. združenja, ki so podprta z internetom (»internet-supported societies«).

V prvo skupino spadajo fizično obstoječe skupnosti, ki so z internetom dobile nove možnosti družbenega delovanja znotraj že obstoječe skupnosti. Primer: informatizirana univerza. V drugo skupino spadajo združenja, ki imajo svoje delovanje in člane razpršene v širšem geografskem prostoru in so del ali celotno interno komunikacijo prenesla v kibernetični prostor. Primer: Greenpeace. Združenja, ki so podprta z internetom, pa so tista, ki se v celoti (re)producirajo v kibernetičnem prostoru in niso vezana na geografski prostor. Nekatera se ukvarjajo s splošnimi problemi moderne družbe, a večina slednjih se strukturira okoli za širšo javnost trivialnih tematik. FC seveda pade v zadnjo kategorijo.

Ali torej virtualna skupnost je skupnost? Mislim, da za pojasnitev problema primanjkujejo

1. skupna in splošno veljavna definicija skupnosti in 2. empirične raziskave o dogajanju v teh oblikah združevanja na internetu.

⁶ Kingova raziskava elektronske podporne skupine je pokazala, da je 58 % udeležencev imelo stik z drugimi tudi »offline« (glej Wellman in Gulia v Smith in Kollock, 1999: 182). Parks in Floyd sta z raziskavo ugotovila, da je z nekom, ki so ga srečali v internetni skupini, razvilo znanstvo, prijateljstvo ali drug osebni odnos 60 % respondentov, od teh jih je 35 % svojo »online« komunikacijo dopolnilo s telefonskim pogovorom, 28 % z običajno pošto, 33 % pa jih je imelo tudi »offline« stike (glej Kitchin, 1996: 89-90).

Vzemimo skupnost v smislu Toenniesove »Gemeinschaft« in kot točki primerjave prostorsko odvisnost in članstvo. »Gemeinschaft« je vezana na prostor, zato je članstvo dano oz. vsiljeno. Virtualna skupnost ni pogojena s prostorom, posamezniki se sami odločijo za članstvo, in sicer na temelju skupnih interesov, zato tega združenja ne moremo označiti kot skupnost.

Če skupnost razumemo kot nevezano na prostor (vsaj virtualno, če ne običajne), kot mrežo socialnih odnosov, potem za točko primerjave vzemimo tesnost vezi med člani. V »offline« skupnostih so ljudje med seboj v interakciji kot celovite osebnosti, ne le v posameznih družbenih vlogah. Predvidevam, da se v večini t. i. virtualnih skupnosti člani med seboj slabo poznajo, da poznajo le določene plati s komunikatorja, odvisno od tega, na osnovi katerega interesa se združujejo posamezniki, koliko sebe se je posameznik odločil pokazati (npr. v FC teče beseda o posameznih fotografijah, ne o tem, ali je nekdo poročen ali ne) itd. Odprto puščam možnost, da se v nekaterih primerih, ko t. i. virtualno skupnost sestavlja manjše število članov, ki diskutirajo o številnih različnih temah in ko se člani srečujejo tudi »offline«, lahko razvije skupnost. A potrebne so natančnejše, empirične ugotovitve.

Tudi če razumemo skupnost v Andersonovem smislu - da skupnost obstaja, ker vanjo verjamejo njeni člani in jo ohranjajo skozi rituale - bi najbrž le za zelo redke t. i. virtualne skupnosti dejali, da so skupnosti, saj je kot take ne percipirajo vsi člani.

Mislím, da lahko sklenem z ugotovitvijo, da gre (z redkimi možnimi izjemami) pri t. i. virtualnih skupnostih za različne oblike skupin, ki pa niso skupnosti. Uporabna je funkcionalna klasifikacija skupin (glej npr. Goričar, 1980: 142), ki le-te deli glede na družbene dejavnosti (funkcije), ki jih ljudje izvršujejo skupinsko in brez katerih posameznik in družba ne bi mogla obstajati. Te dejavnosti so (glej Goričar, 1980: 142):

1. ekonomske,
2. družinsko-sorodstvene,
3. vzgojno-izobraževalne,
4. politične,
5. kulturne,
6. rekreacijske in
7. religiozne.

Nekatere skupine oz. njihovi pripadniki izvršujejo več različnih dejavnosti, streme za različnimi cilji - klasificiramo jih na temelju prevladujoče funkcije. Najbrž bi večino »online« skupin lahko uvrstili med rekreacijske. V teh posamezniki »na kolektiven, družben način zadovoljujejo svoje potrebe po oddihu in razvedrilu« (Goričar, 1980:144), pri čemer gre za zelo širok razpon rekreacijske dejavnosti, od najrazličnejših hobijev do zelo visoko estetskih dejavnosti. »Online« skupine, v katerih se zbirajo ljudi, ki iščejo informacije, pa bi lahko umestili med vzgojno-izobraževalne, ki vključujejo tako posredovanje najbolj splošnega kot visoko specializiranega znanja (glej Goričar, 1980: 144).

V naslednjem poglavju bomo pogledali, kako je z FC.

4. ŠTUDIJA FC

Odgovoriti moram še na vprašanja, ki se nanašajo na specifični primer t. i. virtualne skupnosti, FC:

- 1. ali le-ta je virtualna skupnost ali ne,**
- 2. kateri so glavni razlogi za članstvo v FC in**
- 3. ali so med razlogi tudi prednosti RPK v primerjavi s »face-to-face« interakcijo.**

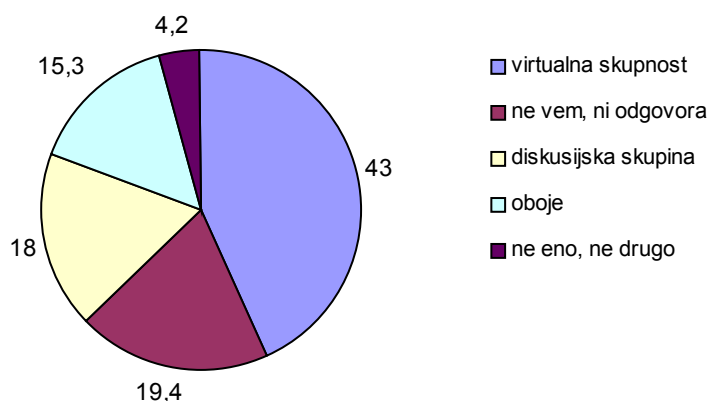
Za raziskavo sem poleg opazovanja uporabila anketo, ki sem jo po e-pošti poslala naključno izbranim posameznikom s seznama članov FC - tistim, ki imajo na svoji predstavitveni strani povezavo na svoj e-naslov. Ker je bila odzivnost nanjo dokaj majhna, 31-odstotna, sem jo poslala v štirih krogih, skupaj 228 članom, da sem dobila zadovoljivo število respondentov: 72. (Lahko sklepamo, da je eden od vzrokov nizke odzivnosti neobveznost RPK.) Seveda je vzorec zelo majhen in je z njega težko sklepati na celoten FC, vendar vseeno omogoča vpogled v lastnosti in dinamiko FC.

4. 1 ALI JE FC VIRTUALNA SKUPNOST?

Uporabimo še enkrat točki primerjave, po katerih je obstoj virtualne skupnosti mogoč: tesnost vezi med člani in prepričanje članov, da skupnost obstaja.

Ali so vezi med člani FC tesne? Skupnost sestavlja več tisoč članov, zato se vsi, niti večina med sabo ne morejo niti poznati.

Kaj pa prepričanje članov, da je FC skupnost? Anketirance sem vprašala, kako bi opisali FC: kot diskusijsko skupino ali virtualno skupnost. Za večino, 43 % respondentov je FC skupnost, kot diskusijsko skupino pa FC vidi 18 % anketirancev. Ker torej FC ni skupnost za vse člane, je ne moremo okategorizirati kot take.



(Vrednosti so v %.)

Slika 4. 1: Ali je FC virtualna skupnost ali diskusijska skupina?

Zanimive so tudi njihove utemeljitve odgovorov. Tisti, ki jim FC predstavlja virtualno skupnost, so to v 77,4 % primerov utemeljili s tem, da beseda ne teče le o fotografiji, temveč tudi o vsakdanjih in osebnih stvareh. Po 6,4 % jih je napisalo, da FC sestavljajo člani z različnimi preferencami, da v njej obstajajo manjše skupnosti - klike in da FC odseva prednosti in slabosti »offline« skupnosti. Odgovora ni pojasnilo 3,2 % anketirancev.

Tisti, ki so FC opisali kot diskusijsko skupino, so to v 38,5 % primerov utemeljili s tem, da se večinoma diskutira le o fotografiji, po 15,4 % pa jih je odgovorilo, da je FC diskusijska skupina, ker se ne zblížajo vsi, temveč le fotografi z enakimi preferencami, ker je namen FC

biti diskusijska skupina, ker člani le diskutirajo »online«, ker pojem skupnosti v FC ni posebno pomembna vrednota, ker je FC preštevilčna za skupnost in imajo njeni člani različne interese, poglede in se ne poznajo dovolj dobro.

Zakaj nekateri anketiranci menijo, da je FC hkrati diskusijska skupina in virtualna skupnost? Vsi so odgovorili, da zato, ker je FC za nekatere le eno, za nekatere pa (tudi) drugo. Ob diskusiji o fotografiji se lahko spletejo tudi osebne vezi med člani.

Tisti, ki jim FC ne predstavlja ne diskusijske skupine ne virtualne skupnosti, menijo (po 33,3 % respondentov), da se v FC le klepeta in ne diskutira, da ne more biti skupnost, ker se ločuje med plačniki, ki imajo več pravic, in neplačniki, ki jih imajo manj, in ker ni skupnosti, temveč obstajajo le klike posameznih članov.

Po funkcijski tipologiji družbenih skupin bi FC lahko uvrstili med rekreacijske skupine, saj gre večinoma za fotografijo kot prostočasno dejavnost, pa tudi komuniciranje med posamezniki kot obliko oddiha in preživljanja prostega časa. Poleg prevladujoče funkcije (na temelju katere se skupine kategorizirajo) obstajajo seveda tudi druge. Za mnoge je FC prostor umetniškega izražanja, za druge, ki iščejo poslovne priložnosti, pa FC opravlja predvsem ekonomsko funkcijo (glej točki 4. 2 in 4. 3).

4. 2 RAZLOGI ZA ČLANSTVO

Predpostavljala sem, da so glavni vzroki (po pomembnosti):

- 1. splošno učenje o fotografiji,**
- 2. objava svojih fotografij in njihovo komentiranje s strani drugih in**
- 3. pripadnost skupini z istimi interesi.**

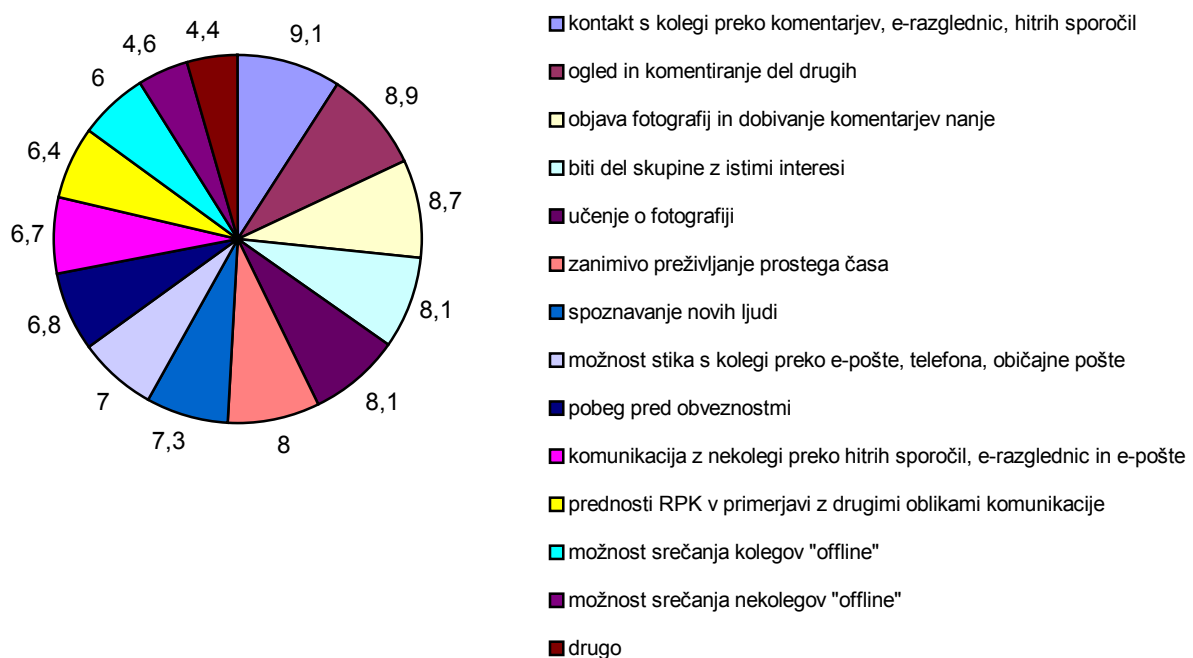
Poleg možnih razlogov, podanih v anketi, so z ekstremno pomembno, zelo pomembno, pomembno, manj pomembno ali nepomembno (glej Sliko 4. 2) ocenjevali tudi možne dodatne razloge, ki so jih navedli sami. Slabost raziskav, v katerih respondenti ocenjujejo svoja

mnenja, stališča ipd., je, da so odgovori pogosto lahko netočni, ker anketiranci težko pravilno ocenijo samega sebe, pri odgovarjanju niso temeljiti, nočejo odgovoriti na določen način itd.

Anketa je pokazala, da so najpomembnejši motivi za članstvo v FC:

1. **kontakt s kolegi preko komentarjev, e-razglednic in hitrih sporočil - 9,1 %**,
2. **ogled in komentiranje del drugih - 8,9 % in**
3. **objava svojih fotografij in komentiranje teh s strani drugih - 8,7 %.**

Oglejmo si natančnejši, grafični prikaz rezultatov.



(Vrednosti so v %.)

Slika 4. 2: Pomembnost razlogov za članstvo v FC

Posamično je bilo navedenih tudi nekaj drugih razlogov, ki sem jih združila pod »drugo«. Za neko članico npr. je izredno pomembna možnost skupnega nastopa na internetu z enakomislečimi umetniki, za drugo je zelo pomembno, da fotografijo lahko uporablja kot izhodišče za komuniciranje o drugih stvareh.

Takoj opazimo, da noben od razlogov ni izrazito pomembnejši od ostalih. Lahko bi rekli, da pomembnost pada razmeroma enakomerno do najmanj pomembnega razloga izmed tistih, ki

jih anketiranci niso sami navedli, tj. srečanja nekolegov. Ta motiv je pol manj pomemben kot prvouvrščeni motiv, splošno učenje o fotografiji. Veliko manjšo težo imajo razlogi, ki so jih anketiranci navedli sami. (Seveda tudi zato, ker je navedba drugih razlogov od respondentov zahtevala več mentalnega napora in časa, zaradi česar so njihovi odgovori pomanjkljivi.)

Vidimo lahko, da je razlog, za katerega sem predvidevala, da je najpomembnejši, tj. splošno učenje o fotografiji, dejansko peti. Objava svojih fotografij in njihovo komentiranje s strani drugih ter pripadnost skupini z istimi interesi sta se namesto na predpostavljene drugem in tretjem mestu znašla po mesto nižje.

Anketa je pokazala, da učenje ni najpomembnejši motiv za trajni obisk FC. Lahko sklepam, da zato, ker splošna raven fotografij, objavljenih na FC, ni visoka, zato mnogi z njo ne morejo obogatiti svojega znanja - zanje je pomembneje videti odziv drugih na njihova dela in biti v stiku z izbranim krogom zanje zanimivih fotografov - tudi kot sogovornikov o drugih temah.

Presenetilo me je, da se je za najpomembnejši motiv izkazal kontakt s kolegi preko komentarjev, e-razglednic in hitrih sporočil. Ko sem opazovala FC, sem sicer zasledila recipročno komentiranje med mnogimi člani - kolegi, vendar nisem pričakovala, da so ti odnosi zanje tako pomembni. Kot sta v anketi zapisala dva člana, ki sta bila razočarana nad ravno fotografij in komentarjev (in običajno nizkim številom slednjih), je peščica kolegov edino, kar ju še vleče na FC. Tu je najbrž vredno omeniti motiv za članstvo nekega posameznika: FC mu omogoča ogled del ljudi, ki so bili njegovi prijatelji že pred prihodom na FC.

Dobljeni rezultat torej potrjuje, da se med mnogimi ljudmi, ki dovolj časa komunicirajo v FC, razvije odnos - vsaj odnos recipročnega komentiranja fotografij, ki ga lahko dopolnjujejo e-razglednice in hitra sporočila, kjer je komunikacija zasebna. To potrjujejo tudi odgovori na anketno vprašanje o tem, ali je član s kom, ki ga je spoznal na FC, postal znanec, prijatelj ali razvil globlji odnos. Pritrdilno je odgovorilo 58,3 % anketirancev.

Ker je FC ozko specializirana spletna stran, opazila pa sem, da mnogi člani med seboj komunicirajo tudi o temah, ki s fotografijo niso v zvezi, in jo tako uporabljajo tudi v namene, ki niso osrednjega pomena za stran, me je zanimalo, kolikšen delež komunikacije na FC se ne nanaša na fotografijo. Poglejmo rezultate ankete.

% komunikacije o nefot. temah	% članov
0	11,1
1-20	19,4
21-40	20,8
41-60	23,6
61-80	5,5
81-99	19,4
100	0

Tabela 4. 2. 1: Odstotki komunikacije v FC o nefotografskih temah

Čeprav je anketirancu razmeroma težko pravilno oceniti delež komunikacije o določeni temi, lahko na temelju rezultatov sklenemo (glej Tabelo 4. 2. 1), da se v večini primerov (88,7 % respondentov) FC uporablja tudi za komunikacijo o drugih temah. Le 11, 1 % anketirancev stran uporablja izključno za komunikacijo o fotografiji. Največji delež anketirancev (23,6 %) uporablja FC v približno v enaki meri tako za komunikacijo o fotografiji kot o drugih stvareh.

Seveda se odnos lahko dopolni z drugimi oblikami komunikacije, od e-pošte do »face-to-face« interakcij. Stik s kolegi lahko pomeni osebni odnos v poplavi številnih neznancev v FC. Vendar vidimo tudi, da je pri stiku s kolegi veliko pomembnejša komunikacija preko FC kot zunaj njega. Slednja zajema e-pošto, običajno pošto in telefon (na osmem mestu) ter »face-to-face« interakcijo (na predzadnjem mestu). Posebno me je zanimalo, koliko anketirancev se je s kom, ki so ga spoznali na FC, srečalo tudi »offline«. Takih je 54, 2% respondentov.

Ker sem opazila vzajemno komentiranje med posameznimi člani, me je zanimalo, koliko posameznikov imajo na seznamu kolegov. V anketi sem poleg željenega ugotovila še nekaj drugega: da ima izraz kolega za posamezne člane različne pomene. Tako nekateri na seznam umestijo le tiste, s katerimi so razvili nek odnos, drugi kolege pojmujejo kot tiste, katerih fotografije jih zanimajo ne glede na to, ali so z njimi vzpostavili odnos ali ne. Kar nekaj respondentov loči med »pravimi kolegi« in tistimi, ki jih hočejo - kot je zapisala neka članica - »imeti na očeh iz kakršnega koli razloga že«.

Tako je število kolegov zelo različno (glej Tabelo 4. 2. 2). Največ članov ima do 20 kolegov, teh je 41, 1 %, sledijo tisti z 21 do 40 kolegi, teh je 23,5 % članov. Najvišje število kolegov, ki se je pojavilo v anketi, je 230.

št. kolegov	% članov
0-20	41,1
21-40	23,5
41-60	13,2
61-80	1,4
81-100	10,2
100-->	10,2

Tabela 4. 2. 2: Odstotki članov z določenim številom kolegov

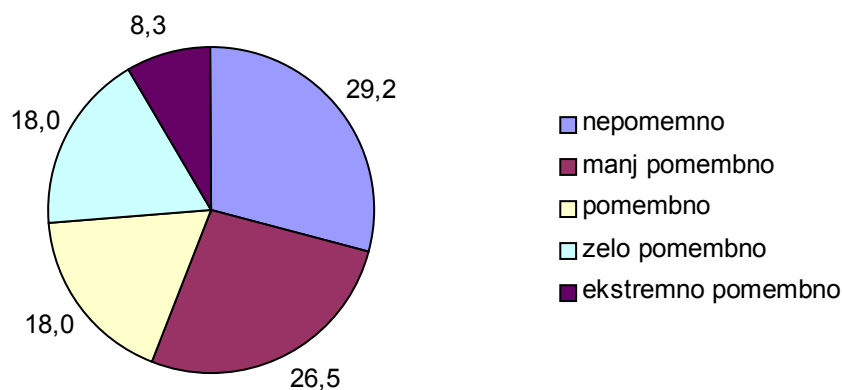
Slabost raziskave števila kolegov je, da so člani pogosto pomanjkljivo odgovorili (5,5 % anketirancev, in sicer z »veliko«, »več kot 20« ipd.). Zato predvidevam, da so tudi navedene številke v mnogih primerih približne.

Predvidevam, da je prav zaradi odnosov, ki se razvijejo med kolegi, po pomembnosti že na drugem mestu ogled in komentiranje del drugih fotografov. Poleg tega internet omogoča, da si posameznik lahko ob katerem koli času ogleda fotografije drugih, kar je bilo prej omejeno na »offline« razstave in fotografske klube. Poleg tega lahko internet za mnoge postane zasvojenost, na kar je opozorilo tudi nekaj anketirancev. Član FC tako lahko zapade v obsesivno preverjanje novih fotografij in komentarjev.

Vseeno preseneča, da se je ogled in komentiranje del drugih fotografov izkazalo za pomembnejše kot objava svojih fotografij in njihovo komentiranje s strani drugih. A ne pozabimo, da razlike v pomembnosti teh dveh razlogov niso velike (8,7 in 8,9 %) in da je vzorec majhen.

4. 3 PREDNOSTI RPK KOT RAZLOG ZA ČLANSTVO

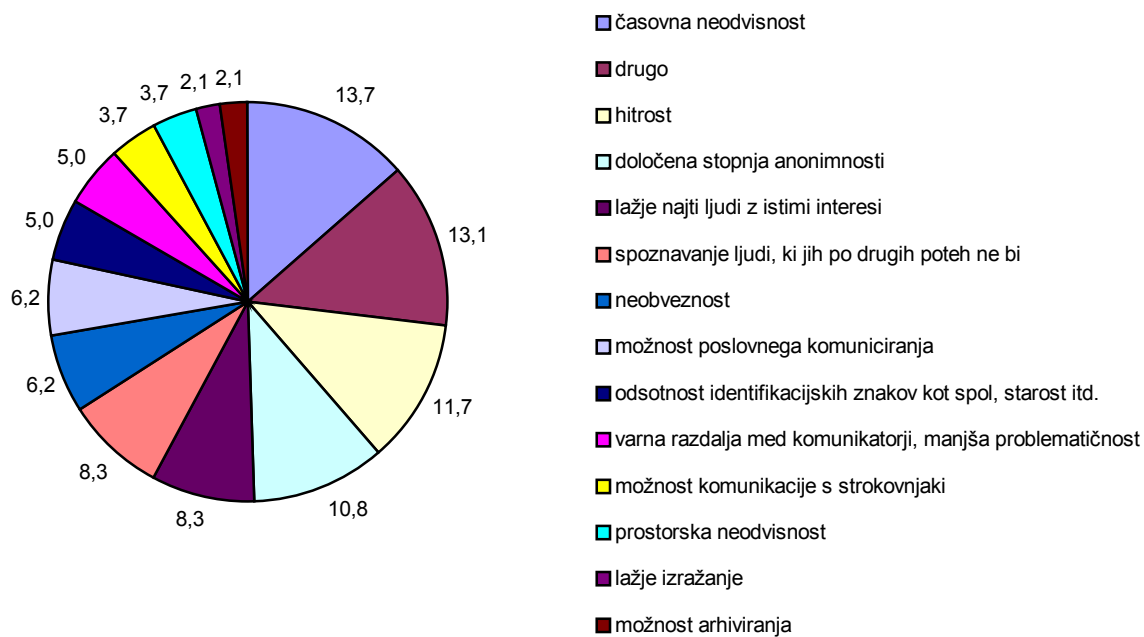
Prednosti RPK v primerjavi s »face-to-face« interakcijo so po pomembnosti s 6,4 % med zadnje uvrščenimi razlogi za članstvo v FC (glej Sliko 4. 2). Kot enega od razlogov za članstvo jih je navedlo 70,8 % anketirancev. Poglejmo si natančneje, kako pomemben je omenjeni razlog za posamezne anketirance.



(Vrednosti so v odstotkih.)

Slika 4. 3. 1: Pomembnost prednosti RPK kot razloga za članstvo v FC

Čeprav so prednosti RPK za 70,8 % anketirancev eden od razlogov za članstvo, jih je te prednosti tudi navedlo le 54,2 %. Najpomembnejša od njih je časovna neodvisnost komunikacije. Katere so druge?



(Vrednosti so v odstotkih.)

Slika 4. 3. 2: Pomembnost posameznih prednosti RPK kot razloga za članstvo

Najpomembnejša prednost interneta je za člane FC torej, da lahko komunicirajo kadar koli, ko imajo čas oz. ko so razpoloženi za to (13,7 %). Poleg tega je ena najpomembnejših odlik RPK zanje hitrost (11,7 %), sledi ji določena stopnja anonimnosti (10,8 %). Zanimivo je, da se je anonimnost izkazala za tako pomembno. Redukcija znakov, kot so obrazna mimika, geste, pogled, izgled itd., v večini primerov članom omogoča manj zahtevno in manj problematično komunikacijo, kot če bi komunikatorji bili v običajni interakciji, saj se lahko osredotočijo na hoteno verbalno sporočilo. Na internetu se v primerjavi s »face-to-face« interakcijo komunikacijo tudi lažje začne in konča, saj ni tako obvezujoča. Ker imajo zato besede na zaslonu veliko manjše posledice (če jih sploh imajo) kot besede, izrečene v običajni komunikaciji, je pogosto lažje izraziti svoje mnenje o določeni fotografiji, o socomunikatorju samem, ali si z nekom, ki ga slabo poznamo, dopisovati o osebnih stvareh.

Anketiranci ugotavljajo tudi, da na internetu lažje najdeš ljudi z istimi interesi in z njimi vzpostaviš stik (8,3 %), ker nisi vezan na prostor, lahko spoznaš ljudi, ki jih preko drugih oblik komunikacije ne bi (8,3 %).

Pod »drugo« so zbrani po enkrat navedeni razlogi. Za nekega člana je zelo pomembno, da mu internet omogoča cenejše komuniciranje s tujino, za drugega spoznavanje istomislečnih ljudi le preko govornice njihovih fotografij, kar je v drugih okoliščinah skoraj nemogoče, nekdo je kot pomemben razlog navedel, da lahko pomaga ljudem, za drugega je zelo pomembno, da lahko opravlja več dejavnosti hkrati itd.

Na temelju do sedaj predstavljenih rezultatov lahko sklepamo, da posamezniki FC uporabljajo iz različnih vzrokov, na zelo različne načine in imajo do njega tudi različen odnos. To se je najbolje pokazalo v nekaj besedah oz. stavkih, s katerimi so anketiranci opisali, kaj jim pomeni FC. Naj navedem nekaj odgovorov:

1. prijeten kraj za diskusijo o zanimivem hobiju z istomislečimi in prizorišče za predstavitev svojih del širokemu občinstvu;
2. komunikacija in zabava;
3. izvir dobrih idej in dobra priložnost za učenje;
4. poslovni stiki;
5. peščica meni ljubih ljudi - eden prav posebno - in zasvojenost;
6. navdih in pristočasna dejavnost;

7. zasvojenost, možnost virtualnih prijateljstev in pomoč pri premostitvi poklicnega stresa in vsakdana;
8. virtualen dom - ker je dom tam, kjer te razumejo;
9. veliko mi pomenijo nastale zveze, čeprav bi morala energijo in čas, ki sem ju porabila tu, raje porabiti za resnične ljudi, s katerimi se lahko razvije povezanost;
10. priložnost naučiti se bolje fotografirati in spoznati prijetne ljudi;
11. skupnost, v kateri vidim, kako kreativni so drugi, in ki me pripravi, da izrazim svoje misli in občutke; del mojega življenja kot knjiga, ki se nikoli ne konča;
12. možnost pokazati svoja dela in si ogledati dela drugih;
13. omizje v lokalu, kjer srečam znance, ki jih imam rad, ki me sprejemajo, kjer je vedno tema za pogovor; ni nezamenljiv, a bolelo bi, če bi ga ne bilo več;
14. stalne težave in kraj, kjer spoznaš svojo ljubezen;
15. zanimiv čas dneva, ko občudujem fotografije drugih in dobim ideje;
16. izmenjava, ideje, možnost stikov;
17. objava svojih fotografij, ogled fotografij drugih, diskutiranje o njih;
18. priložnost, da spoznam ljudi, da se razvijam, predstavitev mojih fotografij večjemu krogu ljudi kot v »običajnem življenju«, stik z enakomislečimi;
19. možnost poslovnih zvez in hitrega učenja;
20. komuniciranje z ljudmi, ne da bi zapustil hišo; zaradi fotografij ima skoraj vsak posameznik obraz in ni le fantazijska osebnost; FC je prerez družbe v vsej njeni pojavnosti.

SKLEP

Da bi lahko zagotovo rekli, ali je oblika združevanja na internetu, ki je danes najbolj znana pod terminom virtualna skupnost, poimenovana pravilno, ali torej gre za skupnost ali ne, bila najprej potrebna splošno sprejeta definicija skupnosti. Različna razumevanja tega pojma namreč otežujejo diskurz o omenjenem fenomenu in njegovo poimenovanje.

Če skupnost razumemo v smislu tesno povezane vasi ali majhnega mesta, torej vezano na prostor, v kateri članstvo ni izbirno, temveč dano oz. vsiljeno, potem skupnost ni pravilno poimenovanje za omenjeni fenomen.

Definicija skupnosti, ki ne temelji na prostorski določenosti, temveč mreži socialnih odnosov med člani, dovoljuje obstoj virtualnih skupnosti, vendar so za pravilno določitev, katere »online« skupine so skupnosti in katere ne, potrebne empirične raziskave o tesnosti odnosov med člani.

Empirične raziskave od primera do primera so potrebne tudi, če skupnost razumemo v Andersonovem smislu: da ta obstaja, če vanjo verjamejo njeni člani. Obstoj virtualne skupnosti je po tem razumevanju mogoč, a ne velja za vse »online« skupine.

Tudi če sprejmemo, da je obstoj virtualnih skupnosti možen, s tem izrazom ne moremo označiti vseh »online« skupin. Zato predlagam uporabo funkcijske tipologije družbenih skupin, po kateri skupine klasificiramo na osnovi njihove glavne funkcije, ki je lahko ekonomska, politična, religiozna, rekreacijska, kulturna, vzgojno-izobraževalna ali družinsko-sorodstvena.

Pogledali smo si tudi specifični primer: FC. V nobenem od zgoraj omenjenih pogledov na to, kaj je skupnost, FC ne moremo imenovati virtualna skupnost - ni vezana na prostor, članstvo je izbirno; med vsemi člani ni tesnih vezi, saj je preštevilčna, da bi se vsi člani poznali med seboj; pa tudi vsi člani FC ne vidijo kot skupnosti.

Kot glavne razloge za članstvo v FC so respondenti navedli: kontakt s kolegi preko komentarjev, e-razglednic in hitrih sporočil, ogled in komentiranje del drugih ter objavo svojih fotografij in komentiranje teh s strani drugih. Zanimivo je, da je najpomembnejši razlog komuniciranje s kolegi, torej sočlani, katerih dela posameznik redno spremlja in s katerim pogosto razvije odnos, kakor koli tesen že - pomembnejši kot objava svojih fotografij in splošno komentiranje le-teh, torej s strani vseh sočlanov, ne le kolegov. Za člane so torej pomembni odnosi, ki se razvijejo z nekaj izbranimi sočlani in ne toliko FC kot celota. Komunikacija z njimi je pomembnejša tudi kot splošno učenje o fotografiji, za kar sem pred raziskavo predpostavljala, da je najpomembnejši vzrok za članstvo. Najbrž je eden od vzrokov, da učenje ni najpomembnejše za člane tudi, da raven objavljenih fotografij v povprečju ni zelo visoka.

RPK ima prednosti v primerjavi s »face-to-face« interakcijo za skoraj $\frac{3}{4}$ anketirancev. Najpomembnejše dobre strani RPK so njena časovna neodvisnost, hitrost in določena anonimnost. Uporabnikom FC je torej pomembno, da lahko komunicirajo kadar koli hočejo, hitro in da je komunikacija zaradi določene anonimnosti v večini primerov manj problematična kot običajna komunikacija.

Pojav, ki ga poznamo pod imenom virtualna skupnost, je dokaj nov in neraziskan. Še vedno nima splošno sprejete terminologije. Zato je treba najprej najti soglasje o tem, kaj je skupnost, in na temelju tega primerno poimenovati omenjeno obliko združevanja na internetu. Vsekakor pojav kliče po empiričnih raziskavah, saj bomo le tako lahko ne le predpostavljali, temveč prišli do ugotovitev, ki bodo slonele na dejstvih.

LITERATURA

AOKI, Kumiko: VIRTUAL COMMUNITIES IN JAPAN. Dostopno na: <http://www.vcn.bc.ca/sig/comm-nets/aoki.txt> (izpis 23. 6. 2003).

ARGYLE, Michael (1996): BODILY COMMUNICATION. Routledge, London, New York.

BARKER, Larry, in GAUT, Deborah A. (1996): COMMUNICATION. Allyn and Bacon, Boston.

BELL, David (2001): AN INTRODUCTION TO CYBERCULTURES. Routledge, London, New York.

CHESNER, Chris (1997): »THE ONTOLOGY OF DIGITAL DOMAINS«. V: Holmes, David (ur.): Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace. Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, str. 79-92.

DIJK, Jan van (1999): THE NETWORK SOCIETY: SOCIAL ASPECTS OF NEW MEDIA. Sage Publications, London, Thoudand Oaks, New Delhi.

DONATH, Judith S. (1999): »IDENTITY AND DECEPTION IN VIRTUAL COMMUNITY«. V: Smith, Marc A., in Kollock, Peter (ur.): Communities in Cyberspace. Routledge, London, New York, str. 29-59.

FLERE, Sergej (2000): SOCIOLOGIJA. Pravna fakulteta, Maribor.

FOSTER, Derek (1997): »GEMEINSCHAFT: COMMUNITY AND IDENTITY IN THE ELECTRONIC VILLAGE«. V: Porter, David (ur.): Internet Culture. Routledge, New York, London, str. 23-37.

GELDNER, Lindsay Van (1996): »THE STRANGE CASE OF ELECTRONIC LOVER«. V: Kling, Rob (ur.): Computerization and Controversy: Value Conflicts and Social Choices. Academic Press, San Diego (etc.), str. 533-546.

GORIČAR, Tone (1980): TEMELJI OBČE SOCIOLOGIJE. Državna založba Slovenije, Ljubljana.

HEALY, Dave (1997): »CYBERSPACE AND PLACE: THE INTERNET AS MIDDLE LANDSCAPE ON THE ELECTRONIC FRONTIER«. V: Porter, David (ur.): Internet Culture. Routledge, New York, London, str. 55-68.

HILLIS, Ken (1999): DIGITAL SENSATIONS: SPACE, IDENTITY, AND EMBODIMENT IN VIRTUAL REALITY. University of Minnesota Press, London, Minneapolis, Minnesota.

HOLMES, David (1997): »INTRODUCTION: VIRTUAL POLITICS – IDENTITY AND COMMUNITY IN CYBERSPACE«. V: Holmes, David (ur.): Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace. Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, str. 1-25.

HOLMES, David (1997): »VIRTUAL IDENTITY: COMMUNITIES OF BROADCAST, COMMUNITIES OF INTERACTIVITY«. V: Holmes, David (ur.): Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace. Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, str. 26-45.

[Http://www.ciadvertising.org/studies/student/99_spring/interactive/bklee/theory1-classification.html](http://www.ciadvertising.org/studies/student/99_spring/interactive/bklee/theory1-classification.html) (izpis 23. 6. 2003).

[Http://www.fotocommunity.de](http://www.fotocommunity.de) (izpis in preslikava 31. 8. 2003).

[Http://www.fotocommunity.de/forum/read.php?f=1&i=49572&t=49572](http://www.fotocommunity.de/forum/read.php?f=1&i=49572&t=49572), dostop z uporabniškim geslom (izpis in preslikava 31. 8. 2003).

[Http://www.fotocommunity.de/pc/pc/mypics/15496/display/281790](http://www.fotocommunity.de/pc/pc/mypics/15496/display/281790) (izpis in preslikava 2. 9. 2003).

[Http://www.fotocommunity.de/pc/calendar](http://www.fotocommunity.de/pc/calendar) (izpis in preslikava 31. 8. 2003).

[Http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/817947/extra/fotomail](http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/817947/extra/fotomail), dostop z uporabniškim geslom (izpis in preslikava 31. 8. 2003).

[Http://www.fotocommunity.de/pc/pc/kontakt/agb](http://www.fotocommunity.de/pc/pc/kontakt/agb) (izpis 21. 6. 2003).

[Http://www.fotocommunity.de/pc/pc/mypics/15496/display/281790](http://www.fotocommunity.de/pc/pc/mypics/15496/display/281790) (izpis in preslikava 31. 8. 2003).

[Http://www.fotocommunity.de/pc7pc/extra/buddies](http://www.fotocommunity.de/pc7pc/extra/buddies), dostop z uporabniškim geslom (izpis in preslikava 31. 8. 2003).

[Http://www.fotocommunity.de/presse/background.html](http://www.fotocommunity.de/presse/background.html) (izpis 21. 6. 2003).

[Http://www.fotocommunity.de/presse/pressemitteilungen/2001-14-02.html](http://www.fotocommunity.de/presse/pressemitteilungen/2001-14-02.html) (izpis 21. 6. 2003).

[Http://www.fourthwavegroup.com/fwg/lexicon1725w1.htm](http://www.fourthwavegroup.com/fwg/lexicon1725w1.htm) (izpis 20. 6. 2003).

[Http://www.virtualrealityclub.com/main.html](http://www.virtualrealityclub.com/main.html) (izpis 21. 6. 2003).

JONES, Quentin, VIRTUAL-COMMUNITIES, VIRTUAL SETTLEMENTS & CYBER-ARCHAEOLOGY: A THEORETICAL OUTLINE. Dostopno na: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html> (izpis 21. 6. 2003).

JORDAN, Tim (1999): CYBERPOWER: THE CULTURE AND POLITICS OF CYBERSPACE AND THE INTERNET. Routledge, London, New York.

KITCHIN, Rob (1998): CYBERSPACE: THE WORLD IN THE WIRES. J. Wiley, Chichester (etc.).

KLING, Rob (1996): »SOCIAL RELATIONSHIPS IN ELECTRONIC FORUMS: HANGOUTS, SALONS, WORKPLACES, AND COMMUNITIES«. V: Kling, Rob (ur.): Computerization and Controversy: Value Conflicts and Social Choices. Academic Press, San Diego (etc.), str. 426-454.

KOLLOCK, Peter (1999): »THE ECONOMICS OF ONLINE COOPERATION: GIFTS AND PUBLIC GOODS IN CYBERSPACE«. V: Smith, Marc A., in Kollock, Peter (ur.): Communities in Cyberspace. Routledge, London, New York, str. 220-242.

KOLLOCK, Peter, in SMITH, Marc A.: »COMMUNITIES IN CYBERSPACE«. V: Smith, Marc A., in Kollock, Peter (ur.): Communities in Cyberspace. Routledge, London, New York, str. 3-28.

LOADER, Brian D. (2000): »GLOSSARY«. V: Loader, Brian D. (ur.): The Governance of Cyberspace: Politics, Technology and Global Restructuring. Routledge, London, New York, str. 228-230.

LOADER, Brian D. (2000): »THE GOVERNANCE OF CYBERSPACE: POLITICS, TECHNOLOGY AND GLOBAL RESTRUCTURING«. V: Loader, Brian D. (ur.): The Governance of Cyberspace: Politics, Technology and Global Restructuring. Routledge, London, New York, str. 1-22.

LYON, David (1997): »CYBERSPACE SOCIALITY: CONTROVERSIES OVER COMPUTER-MEDIATED RELATIONSHIPS«. V: Loader, Brian D. (ur.): The Governance of Cyberspace: Politics, Technology and Global Restructuring. Routledge, London, New York, str. 23-37.

MacQUAIL, Denis, in WINDAHL, Sven (1993) : COMMUNICATION MODELS: FOR THE STUDY OF MASS COMMUNICATIONS. Longman, London, New York.

MARKUS, M. Lynne (1996): »FINDING A HAPPY MEDIUM: EXPLAINING THE NEGATIVE EFFECTS OF ELECTRONIC COMMUNICATION ON SOCIAL LIFE AT WORK«. V: Kling, Rob (ur.): Computerization and Controversy: Value Conflicts and Social Choices. Academic Press, San Diego (etc.), str. 490-524.

McRAE, Shannon (1997): »SEX, TEXT AND THE VIRTUAL BODY«. V: Porter, David (ur.): Internet Culture. Routledge, New York, London, str. 73-86.

MILLARD, William B. (1997): »I FLAMED FREUD: A CASE STUDY IN TELETEXTUAL INCENDIARISM«. V: Porter, David (ur.): Internet culture. Routledge, New York, London, str. 145-159.

MOSCO, Vincent (2000): »CONNECTIVITY AND THE NEW COMPUTER TECHNOPOPOLIS«. V: Herman, Andrew, in Swiss, Thomas (ur.): The World Wide Web and Contemporary Cultural Theory. Routledge, New York, London, str. 37-60.

OBLAK, Tanja (2000): »MITSKE PODOBE O 'ŽIVLJENJU NA MREŽI'«. Teorija in praksa, 37, 6, str. 1052-1068.

O'BRIEN, Jodi (1999): »WRITING IN THE BODY: GENDER (RE)PRODUCTION IN ONLINE INTERACTION«. V: Smith, Marc A., in Kollock, Peter (ur.): Communities in Cyberspace. Routledge, London, New York, str. 76-106.

REID, Elizabeth (1999): »HIERARCHY AND POWER: SOCIAL CONTROL IN CYBERSPACE«. V: Smith, Marc A., in Kollock, Peter (ur.): Communities in Cyberspace. Routledge, London, New York, str. 107-133.

RHEINGOLD, Howard (1998): »VIRTUAL COMMUNITIES«. V: Hesselbein, Frances, Goldsmith, Marshall, Beckhard, Richard, in Schubert, Richard F. (ur.): The Community of the Future. Jossey-Bass Publishers, San Francisco, str. 115-122.

RHEINGOLD, Howard: COMMUNITY DEVELOPMENT IN THE CYBERSOCIETY OF THE FUTURE. Dostopno na: <http://www.partnerships.org.uk/bol/howard.htm> (izpis 22. 6. 2003).

RHEINGOLD, Howard: THE VIRTUAL COMMUNITY (1993). Dostopno na: <http://rheingold.com/vc/book/intro.html>, <http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>, <http://www.rheingold.com/vc/book/2.html>, <http://www.rheingold.com/vc/book/5.html>, <http://www.rheingold.com/vc/book/6html> (izpis 21.6 2003).

RICHARDS, Cameron (1999): »CMC AND THE CONNECTION BETWEEN VIRTUAL UTOPIAS AND ACTUAL REALITIES«. Javnost, 6, 4, str. 11-22.

RUS, Velko S. (1997): SOCIALNA IN SOCIETALNA PSIHOLOGIJA. Filozofska fakulteta, Univerza v Ljubljani, Ljubljana.

SENF, Theresa M. (2000): »A STORY ABOUT CELEBRITY, COMMUNITY, AND PROFANE ILLUMINATION ON THE WEB«. V: Herman, Andrew, in Swiss, Thomas (ur.): The World Wide Web and Contemporary Cultural Theory. Routledge, New York, London, str. 183- 206.

SMITH, Anna DuVal (1999): »PROBLEMS OF CONFLICT MANAGEMENT IN VIRTUAL COMMUNITIES«. V: Smith, Marc A., in Kollock, Peter (ur.): Communities in Cyberspace. Routledge, London, New York, str. 134-166.

SMITH, Marc A. (1999): »INVISIBLE CROWDS IN CYBERSPACE: MAPPING THE SOCIAL STRUCTURE OF THE USENET«. V: Smith, Marc A., in Kollock, Peter (ur.): Communities in Cyberspace. Routledge, London, New York, str. 195-219.

TRČEK, Franc (1999): »DEMITOLOGIZACIJA KIBERPROSTORA«. Dialogi, 35, 1, str. 64-74.

TRČEK, Franc (2003): PROBLEM INFORMACIJSKE (NE)DOSTOPNOSTI. Center za prostorsko sociologijo, Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

VASSELEU, Cathryn (1997): »VIRTUAL BODIES/VIRTUAL WORLDS«. V: Holmes, David (ur.): Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace. Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, str. 46-58.

WEINREICH, Frank: ESTABLISHING A POINT OF VIEW TOWARD VIRTUAL COMMUNITIES. Dostopno na: <http://www.december.com/cmc/mag/1997/feb/weinsen.html> (izpis 22. 6. 2003).

WELLMAN, Barry, in GULIA, Milena (1999): »VIRTUAL COMMUNITIES AS COMMUNITIES: NET SURFERS DON'T RIDE ALONE«. V: Smith, Marc A., in Kollock, Peter (ur.): Communities in Cyberspace. Routledge, London, New York, str. 167-194.

WILBUR, Shawn P. (1997): »AN ARCHAEOLOGY OF CYBERSPACES: VIRTUALITY, COMMUNITY, IDENTITY.« V: Porter, David (ur.): Internet Culture. Routledge, New York, London, str. 5-22.

WILLSON, Michele (1997): »COMMUNITY IN THE ABSTRACT: A POLITICAL AND ETHICAL DILEMMA?«. V: Holmes, David (ur.): Virtual Politics, Identity & Community in Cyberspace. Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi, str. 145-162.