

Virtual communities – digital participative communication tools –

Lect. Gabriela GROSSECK

Facultatea de Sociologie și Psihologie, Universitatea de Vest din Timișoara

ggrosseck@socio.uvt.ro

The Virtual Communities are one of the most beautiful creations of the new communication tools, proving that whenever people have the opportunity to get together, they can govern themselves, showing responsibility and creativity. This article means to investigate the advantages, as well as the disadvantages of these new forms of participative digital communication and also its implications within the computer mediated communication.

Keywords: virtual communities, computer mediated communication, advantages and disadvantages.

Întâlnite în literatura de specialitate sub denumiri diferite - „comunități electronice”, „comunități online”, „grupuri sociale virtuale”, „comunități de computere”, „comunități cibernetice”, „cibercomunități”, „e-comunități”, „web-comunități” etc. - **comunitățile virtuale (CV)** reprezintă una dintre cele mai optimiste promisiuni ale rețelelor de calculatoare.

Cuvântul „comunitate” a fost folosit încă din perioada de început a dezvoltării rețelelor de calculatoare, în 1969 John Licklider și Bob Taylor semnând un articol intitulat „Calculatorul este un instrument de comunicare”¹, articol în care au prezentat CV ca fiind expresia formei de comunicare participativă digitală. În 1993 Howard Rheingold² definește CV ca fiind „agregate sociale (rezultate din Internet) atunci când suficient de mulți oameni poartă discuții publice suficient de lungi, cu suficientă implicare emoțională pentru a

forma rețele de legături interpersonale în spațiul virtual”.

Orice comunitate are nevoie de locuri de întâlnire. Similar lumii reale, unde oamenii se întâlnesc și comunică în diverse locuri (cluburi, parcuri, restaurante, birouri etc.), Web-ul oferă astfel de locuri de întâlnire sub forma instrumentelor de comunicare: poșta electronică, liste de discuții, grupuri de știri, forumuri, chat-room-uri etc.

Întrucât în literatura de specialitate există o multitudine de puncte de vedere privind tipurile de CV am încercat să efectuăm o identificare a lor în:

1. Comunități geografice. Elementul definitoriu îl constituie locațiile fizice (orașe, regiuni), de exemplu forumurile de discuții pentru cetățenii din Timișoara www.primariatm.ro/forum sau Aiud - www.aiudonline.ro/forum.
2. Comunități demografice. Pot fi definite pe baza datelor elementare (vârstă, sex, naționalitate etc.), un exemplu fiind forumul de discuție femeilor de pe site-ul www.eva.ro/club.
3. Comunități de interese. Sunt definite pe baza intereselor comune, membrii acestor comunități schimbând idei, gânduri și informații despre un anumit subiect. Exemple de astfel de comunități sunt: fani fotbal (www.football.ro), iubitori de muzică (www.mp3.com, www.muzicabuna.ro), părinți (www.desprecopii.ro).
4. Comunități de practică sunt specializate pe grupuri - sociale, profesionale, culturale, re-

¹ John C. Licklider și Robert W. Taylor, 7 august 1990, The Computer as a Communication Device, System Research Center, Palo Alto California, pag. 21-41, <http://memex.org/licklider.pdf>

² The Virtual Community, <http://www.rheingold.com/vc/book/index.html>. Howard Rheingold, cunoscut ca și părintele comunităților virtuale, este editor al Whole Earth Review, autor a numeroase cărți, consultant al Congresului American pentru Evaluarea Tehnologiei și un împătimit orator despre cultura cablată. A lecturat despre realitatea virtuală în toată lumea și a pus bazele unui forum de discuții care are mai mult de 20.000 de membri pe tot globul.

ligioase. Exemple de astfel de comunități sunt cele de: medici (www.medici.ro), avocați (www.avocati.ro).

5. Comunități de scop. Elementul definitoriu îl reprezintă activitățile comune. Sunt formate din oameni care încearcă să atingă obiective similare prin împărtășirea experienței, sugerând strategii pentru atingerea obiectivelor și schimbând informații. Exemple: colecționari de antichități (www.antichitati.ro), cumpărători de mașini (www.masini.ro).

6. Comunități de circumstanțe sunt conduse de circumstanțe ale vieții sau poziției, fiind mai mult construite în jurul unor cicluri de viață (exemple: adolescenți - www.ado.ro, evrei - www.romanianjewish.org, colegi - www.colegi.ro).

7. Comunități definite după forma de interacțiune: CV active (de exemplu camerele de discuții) și CV pasive (de exemplu listele de discuții).

8. Comunități definite după posibilitatea de acces: CV cu acces liber sau care oferă acces la preț redus și CV cu acces pe baza unei taxe;

9. Comunități orientate pe categorii de membri. Membrii unei CV pot îndeplini următoarele roluri (identificate și în cadrul comunităților din lumea reală):

- *vizitatori* – persoane fără o prezență constantă în cadrul comunității;
- *novici* – membrii noi ai comunității care trebuie să învețe și să respecte regulile și valorile acesteia pentru a fi acceptați;
- *membri activi* – persoane care participă efectiv la viața comunității, a căror identitate este bine definită în cadrul acesteia;
- *lideri* – membrii care conduc viața comunității (limitele acestui rol sunt stabilite în funcție de regulile și valorile fiecărei comunități);
- *veterani* – membrii care participă și contribuie în mod semnificativ la viața comunității, fiind considerați adevărate surse de informare în cadrul comunităților.

10. Comunități cu conținut adus în discuție și CV cu conținut generat de discuție. Prima categorie este relevantă pentru atragerea și ghidarea noilor membri, în timp ce a doua este importantă pentru menținerea loialității membrilor existenți.

Deși departe de a avea pretenția unei abordări exhaustive a problematicii legate de conceptualizarea comunităților virtuale evidențiem o serie de caracteristici, contrabalansate atât de avantaje cât și de critici:

- *Diseminare spațială*. Noțiunea de CV presupune reconcilierea ideii de proximitate, de „față în față”, cu irelevanța distanțelor și a frontierelor geografice.

- *Specificitate*. CV sunt construite în jurul unor interese care variază de la hobby-uri la probleme de identitate de sine sau chestiuni profesionale. De obicei ele sunt orientate pe domenii înguste, foarte specializate: leucemie, educația copiilor, dezarmare nucleară, numismatică etc.

- *Accesul la informații*. Unele CV sunt gratuite (în scopul sporirii traficului pe pagina de Internet și pentru stimularea atașamentului emoțional față de aceasta), altele sunt deschise doar celor care plătesc o anumită taxă de înscriere.

- *Anonimatul*. Câteva grupuri încurajează anonimatul, în altele această manifestare este ignorată. Dezavantajul constă în nesiguranța identității declarate de cel cu care vorbești; asta mai ales atunci când se știe că mulți se folosesc de Internet pentru a-și satisface nevoia de expresie sexuală, de agresivitate, de creare a unui rol diferit sau de cele pe care le joacă din viața de zi cu zi.

- *Libertatea de exprimare*. Fiind create pe baza unor interese comune, în CV nu se vor accepta cu ușurință puncte de vedere noi sau diferite, care le-ar ajuta atât lor cât și societății să se dezvolte și să se adapteze unei lumi în schimbare.

- *Egalizarea statutului*. În cele mai multe cazuri, fiecare persoană (indiferent de statut, stare materială, rasă, sex etc.) care accesează Internet-ul are posibilitatea de a-și face auzită opinia. Ierarhia este irelevantă atât timp cât există acces egal pentru fiecare. Unii numesc aceasta „net-democrația”. „Nu există prejudecăți asupra unei persoane din cauza înfățișării sale, în rândul participanților la conversație existând un sentiment al reunirii și al accesului egal la discuție al tuturor participanților”, afirmă Howard Rheingold. Ideea de promovare a egalității este însă puțin uto-

pică atâta timp cât numai anumiți indivizi au un calculator și își pot permite accesul la Internet. Pe de altă parte, persoanele cu aptitudini de comunicare și scriere tind să-i domine pe ceilalți membri ai comunității. Membrii puternici pot de fapt să decidă și să influențeze rămânerea în comunitate a unui membru nou – ei nu îl pot opri să se alăture comunității în mod legal, dar prin faptul că îl ignoră constant, îl tratează prost, pot să îi creeze frustrări și să îl determine să părăsească comunitatea.

▪ *Fenomen de clasă.* Pentru a desluși limbajul CMC trebuie să dispunem de anumite abilități. Este bine să recunoaștem următorul fapt: CV contemporane sunt un fenomen de clasă, noua clasă a elitei informatice. Astfel, membrii CV sunt oameni cu o situație materială bună, bine educați și cu suficient timp la dispoziție pentru a se dedica acestui gen de comunicare.

▪ *Conveniența vizavi de timp, spațiu sau vreme.* Discuțiile și forumurile online pot fi mai comode decât multe întâlniri ce au loc într-o cameră. Dacă sunteți singur și vreți să vorbiți cu cineva despre orice, puteți oricând să căutați pe Internet un prieten.

▪ *Oprirea declinului interacțiunii interumane.* Comunicarea mediată de calculator nu poate substitui experiența întâlnirii față-în-față dar poate promova comunicarea și înțelegerea între oameni sau chiar duce la contacte fizice, chiar dacă nu este răspunsul la umplerea „foamei de comunitate” [Howard Rheingold] din societatea modernă.

▪ *Dificultăți și bariere de natură tehnologică.* CV au apărut la intersecția surprinzătoare a nevoilor umane cu tehnologia, aceasta determinând ca distanța dintre parteneri să nu mai conteze. Pe de altă parte, cei săraci sau mai puțin educați vor fi grav dezavantajați datorită dezvoltării continue a tehnologiei, cele mai noi și puternice sisteme (deci și cele mai scumpe) fiind întotdeauna atributele straturilor superioare ale societății, asigurându-se menținerea poziției lor dominante.

▪ *Comportamentul.* Într-o CV codul de conduită se naște în mod natural și conduce la excluderea celor ce îl încalcă în mod regulat. Violarea codurilor presupune folosirea inco-

rectă a tehnologiei, trimiterea de mesaje foarte lungi, încălcarea convențiilor unui grup de discuții sau folosirea unui limbaj impropriu [BROWNING, 1999].

▪ *Fragmentarea spațiului social.* Unul din aspectele importante ale vieții în comunitate este nevoia de a rezolva conflictele apărute. În viața reală este o decizie grea să-ți părăsești comunitatea din cauza unui conflict nereluat. A părăsi o comunitate este cel mai adesea o experiență traumatizantă din punct de vedere emoțional. Însă a părăsi o CV s-ar putea să fie la fel de ușor ca și a schimba postul de televiziune urmărit.

▪ *Supraveghere și control.* Având acces la Internet indivizii sunt liberi să formeze orice asociații vor și să schimbe informații într-un sistem care, teoretic, nu poate fi cenzurat. În ceea ce privește controlul AOL, de exemplu, a desființat conturile unor abonați în urma unor reclamații privind transferul de material de pornografie infantilă prin Internet. Pe cât de justificabilă a fost această inițiativă în acest caz particular, ea ridică probleme serioase privind libertatea exprimării și a controlului. Conturile au fost desființate fără a se fi fost stabilit în mod juridic dacă materialul respectiv constituia într-adevăr material pornografic ilegal.

▪ *Desocializare.* Unii văd CV ca un deuseu de comunicare pentru cei ce nu se simt în largul lor când comunică în lumea reală sau ca pe o formă de psihoterapie. O cercetare întreprinsă la Pittsburg (SUA) de către echipa lui Robert Kraut³, timp de 2 ani, pe 256 de persoane, a arătat că „utilizarea Internet-ului diminuează cercul de relații sociale apropiate și mai îndepărtate, amplifică singurătatea, scade ușor cantitatea de suport social și sporește senzațiile depresive”.

▪ *Apartenența.* Orice individ poate aparține mai multor comunități dar, în general, constrângerile lumii reale fac ca un individ să participe la un număr mic de comunități [CONSTANDACHE; MIHALACHE, 2001]. Ceea ce este specific unei CV este faptul că fiecare membru aderă la ea prin propria opți-

³ Robert Kraut, Internet paradox: a social technology that reduces social involvement and psychological well – being?, www.apa.org/journals

une, completând un formular de înscriere și precizând un nume de cont și o parolă cu care va putea participa la viața virtuală a comunității⁴.

▪ *Conținut electronic relevant.* Membrii unei comunități găsesc util Internetul atunci când acesta se adresează nevoilor și intereselor lor particulare, o CV neputând exista doar pe baza instrumentelor de comunicare. Satisfacerea acestei nevoi de informare se regăsește la nivelul conținutului care trebuie să cuprindă informații despre scopul comunității, despre regulile și valorile acesteia, răspunsuri la FAQ, informații despre subiecte de interes pentru membrii comunității etc. CV devin viabile prin loialitatea membrilor, măsurată prin frecvența accesărilor și timpul petrecut în cadrul comunității. Toate comunitățile au un ciclu de viață, dacă s-a trecut un anumit prag tind progresiv să se stingă sau să-și piardă utilitatea. Pe de altă parte, conținutul online devine relevant odată cu convertirea lui în limba locală. Dominația limbii engleze pe Rețea rămâne un impediment serios pentru integrarea comunităților care nu folosesc limba engleză.

▪ *Deprecierea ariei de interese.* CV sunt încă departe de a fi familiare actorilor care doresc să construiască o lume virtuală. Deoarece ele se bazează pe o gamă extrem de largă de interese este obligatoriu să fie adaptat conținutul la dorințele membrilor pentru a fi operabilă pentru un segment bine definit. În caz contrar, prin creșterea necontrolabilă a numărului de membri, comunitatea ar putea să-și piardă din interes și să dispară.

▪ *Relansarea relațiilor sociale.* Majoritatea activităților on-line, inclusiv corespondența prin e-mail și sesiunile de chat, pot fi înregistrate și salvate în fișiere. Arhivarea schimburilor de mesaje și a conversațiilor are ca rezultat o bază de date activabilă în orice moment, informațiile stocate devenind în mod repetat referințe în noile interacțiuni. Această cartografie a schimburilor permite indivizilor să se raporteze la o memorie a comunității,

ceea ce crește semnificativ potențialul operator al spațiului ca și prestigiul deținătorilor săi. Spre deosebire de interacțiunile din viața reală internautul poate, astfel, să păstreze o înregistrare permanentă a ceea ce a fost spus, de către cine și când. Astfel se poate retrăi și reevalua orice parte a relației mediate electronic.

▪ *Limitarea fizică a experienței personale și a interacțiunii.* Modalitățile de comunicare vizuală și/sau auditivă influențează în mare măsură modul în care oamenii se comportă și relațiile ce se dezvoltă între ei. Totuși, experiența senzorială de a-i întâlni pe ceilalți în ciber spațiu este încă limitată pentru că, în mare parte, oamenii comunică prin text și nu pot vedea expresia facială sau limbajul trupului celorlalte persoane.

Bibliografie

1. APOSTOL, Constantin-Gelu; ZAMFIR, Gabriel, 2001, „Comunitățile virtuale și învățământul la distanță” în Revista Informatică Economică nr. 3 (19): 110-117.
2. BROWNING, John, 1999, Info&Tehnologie. Ghid propus de The Economist Book, Editura Nemira, București.
3. CONSTANDACHE, G., MIHALACHE, A., 2001, „Com-unitate și co-munitate. Reflexii asupra comunităților virtuale” în Revista Informatică Economică nr. 3 (19): 106-109.
4. GHILIC-MICU, Bogdan; STOICA, Marian, 2002, e-Activitățile în societatea informațională, Editura Economică, București.
5. GROSSECK, Gabriela, 2004, „Neue Formen der digitalen interaktiven Kommunikation: virtuelle Gemeinschaften” în Analele Universității de Vest din Timișoara, seria Socio-psiho-pedagogie și asistență socială.
6. JONES, Steven G. (ed.), 1998, Cybersociety 2.0. Revisiting Computer-Mediated Communication and Community, SAGE Publications, Thousands Oaks, California.
7. MARINESCU, Valentina; PRIBEANU, Costin, 2001, „Situri web destinate comunităților virtuale: principii de proiectare și criterii de evaluare” în Revista Informatică Economică nr. 3 (19): 127-134.
8. PRIBEANU, Costin, 2003, „Un model de organizare a recomandărilor de proiectare a siturilor web pentru comerț electronic” în Revista de Informatică Economică nr. 1(25): 30-33.
9. SMITH, Marc, A.; KOLLOCK, Peter, (eds.) 2003, Communities in Cyberspace, Routledge, London.

⁴ Un aspect important care trebuie precizat este **acordul de confidențialitate**, care trebuie să puncteze în mod explicit modalitatea și scopul utilizării informațiilor personale ale fiecărui membru.

