

ТМ	Г. XXX	Бр. 1	Стр. 59 - 66	Ниш	јануар - март	2006.
----	--------	-------	--------------	-----	---------------	-------

UDK 316.77

Оригинални научни рад
Примљено: 30.11.2005.

Биљана Радић-Бојанић
Филозофски факултет
Нови Сад

ВИРТУЕЛНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ КАО ЈЕЗИЧКЕ ЗАЈЕДНИЦЕ

Резиме

У раду се говори о виртуелним заједницама на интернету, које првенствено настају и реализују се као језичке заједнице, пошто њихове чланове повезује искључиво комуникација, а не заједнички простор. Оваква врста заједница остварује се кроз три вида електронске комуникације: дискусионе групе, електронске ћаскаонице и виртуелне играонице. У раду се даје кратак преглед сваке од њих, с посебним освртом на начине настанка и опстанка заједнице.

Кључне речи: протестантизам, мањинске хришћанске верске заједнице

Увод

С обзиром на то да се почетком деведесетих година двадесетог века тежиште почело померати са техничког на друштвени аспект интернета (Berners-Lee 2000: 133), интересантно је посматрати шта је постигнуто у међуљудској комуникацији у друштвеном, а не само у техничком смислу. Битно је истражити, анализирати и представити нове језичке ситуације које се неминовно стварају кроз нови медиј, нове језичке варијетете који настају у тим новим језичким ситуацијама и нове друштвене ситуације које обликују комуникацију и које су њоме обликоване. Стога анализа овакве теме захтева мултидисциплинарни приступ, где би се укрштале лингвистика, социологија, психологија и етнографија, а њихови резултати међусобно допуњавали и обогаћивали. Другим речима, комуникација спаја људе

на интернету, а на везе међу тим људима утичу њихове личности, идентитети, околности комуникације и друштвени фактори.

С изузетком малог дела корисника интернета који своју интерактивност заснивају на коришћењу микрофона и веб-камера уз веома брз проток информаџа, већина учесника за комуникацију користи тастатуру, на којој пише поруке, и монитор, на коме чита поруке добијене од других корисника. Оваква опрема се не користи у комуникационим ситуацијама у ванелектронском свету, нити постоје предности које су везане за употребу рачунара (могућност бележења и похрањивања свих размена, без обзира на језичку ситуацију), али, с друге стране, постоје извесна ограничења која таква опрема намеће, као што је одсуство аудио-визуелног контакта. У електронској комуникацији постоје две силе: с једне стране стоје природа и могућности медија који је ограничен опремом, док су с друге стране циљеви и очекивања корисника, који свим силама настоје да превазиђу ограничења која им намеће опрема (Crystal 2001: 24).

Понекад електронска комуникација може да прерасте у нешто више, па учесници нису више само људи који учествују у размени информација, него самом комуникацијом и својим присуством граде заједницу. О томе, као и о три вида електронске комуникације у којима се реализују виртуелне заједнице, биће речи у овом раду.

Виртуелне заједнице

Да би се дефинисала виртуелна заједница, претходно је потребно дефинисати заједницу схваћену на традиционалан начин. Аутори који су писали о виртуелним заједницама (Rheingold 1993, Baun 1998, Crystal 2001) слажу се у томе да традиционалну заједницу прво дефинише локација – људи који деле исти простор испуњавају први услов да чине заједницу. Осим заједничког простора, људи који чине заједницу морају да деле и језик, да имају развијене различите друштвене улоге, да знају границе своје заједнице, да имају ритуале, посвећеност заједници, правила, норме и стандарде заједнице. Кад се говори о виртуелним заједницама, прво што се уочава јесте одсуство заједничког физичког простора људи који чине заједницу схваћену у традиционалом смислу. Како каже Baun (1998: 38), све су заједнице, осим оних које су засноване на контакту лицем у лице, замишљене. Виртуелну заједницу могу да чине људи који се можда налазе у истом граду, а можда и на другом крају света. Оно што их повезује, стога, није локација, него интерес за дату тему и језик, који је једини начин да учесници обзнане своје присуство.

Тако су дискусионе групе, о којима ће више речи бити у наредном одељку, најбољи пример настанка виртуелних заједница, где треба да се истражи на који начин група људи који комуницирају

перераста у виртуелну заједницу (Baum 1998: 35). Осим у дискусионим групама, виртуелна заједница може да настане и у електронским ћаскаоницама и виртуелним играоницама. У сва три вида комуникације учесници проналазе теме које их интересују и најчешће проводе неко време само читајући поруке осталих учесника. Када сматрају да могу на неки начин да допринесу дискусији, они пишу поруке које стижу до свих осталих заинтересованих за дату тему. Писањем и читањем порука људи проналазе нове облике комуникације, истражују своје идентитете, успостављају везе са другим учесницима и стварају норме понашања. Надаље, ако довољан број људи учествује у комуникацији довољно дуго са довољно осећања из којих се рађају мреже личних односа, настаје виртуелна заједница (Rheingold 1993). У том смислу, припадност виртуелној заједници се не одређује местом боравка, него је заснована на осећањима. Како каже Rheingold (1993), "људи у виртуелним заједницама користе речи на екрану да би разменили љубазне речи и да би се препирали, да би водили учене разговоре, уговарали трговину, размењивали знање, давали међусобну емотивну подршку, правили планове, претресали идеје, оговарали, свађали се, заљубљивали се, проналазили пријатеље и губили их, играли се, флертовали, створили понеко уметничко дело и много чаврљали. Људи у виртуелним заједницама раде скоро све што раде људи у стварном животу, али ми не носимо своја тела са собом".

С обзиром на то шта виртуелне заједнице значе људима који су њихов део, поставља се питање зашто оне настају кад ти људи живе и раде у стварном свету. Rheingold (1993) примећује да у животу људи постоје три основна места: место где живимо, место где радимо и место где се окупљамо ради дружења. Свакодневна комуникација у кафићима и фризерским салонима, на пијацама и градским трговима сматра се неважном и чистим губљењем времена, али заједница настаје и опстаје баш на тим местима. Брз и отуђен начин живота полако елиминише ова места из живота људи, па заједница не може више да се држи на окупу. Људи, стога, прибегавају местима на која редовно одлазе, у којима се осећају опуштено, местима на која могу да побегну од озбиљних ситуација пуних обавеза. Осим тога, неки људи се не сналазе добро у свакодневним спонтаним разговорима, али имају много тога корисног да саопште ако имају довољно времена да размисле о ономе што желе да кажу. Људи који су спутани на неки начин, који тешко склапају пријатељства, у комуникацији на интернету виђени су првенствено као особе које осећају, које имају идеје и које су вољне да помогну другима. Романтика виртуелне заједнице је, у основи, носталгија за градићем у коме се људи познају, помажу једни другима и деле добро и зло које им живот доноси, а комуникација у виртуелним заједницама замењује све те

функције традиционалне заједнице које учесници више не примећују у стварном животу.

Виртуелне заједнице реализују се кроз три вида електронске комуникације: дискусионе групе, електронске ћаскаонице и виртуелне играонице. У наредним ће одељцима бити речи о томе како се људи комуницирају на интернету и на који се начин тамо могу развити виртуелне заједнице.

Дискусионе групе

Дискусионе групе су асинхрона врста комуникације заснована на расправама о одређеним темама које окупљају људе са сличним интересовањима. Теме о којима је реч у дискусионим групама увек су класификоване у веће групе, да би људи различитих интересовања лакше нашли оно што их занима. Ако некога, на пример, занимају кућни љубимци, он ће потражити општију групу тема *Животиње*, затим ће од бројних понуђених подтема одабрати *Кућни љубимци*, а онда вероватно врсту кућног љубимца која њега занима, *Мачке*. Поруке су дате хронолошким редоследом, почевши од најраније до последње послате поруке. Дискусиона група обично почиње да постоји тако што јој једна особа, у оквиру општије теме, да наслов, а испод наслова напише текст којим објашњава зашто покреће тему и у коме позива остале кориснике да својим исказима допринесу дискусији на задату тему. Сам наслов теме мора да буде кратак, провокативан и инспиративан, мора да привуче пажњу осталих учесника да би та дискусионна група уопште започела свој живот. Ако је наслов теме сувише дугачак, ако тема није занимљива или не привлачи пажњу других, неће бити реакција на прву поруку и дискусионна група неће ни бити покренута. С друге стране, ако је тема занимљива и довољно инспиративна, учесници ће имати шта да кажу и моћи ће да се надовезују или на почетну поруку или на касније написане поруке. Овде је важно напоменути да је тема групе једини текст који се види на веб-страни са општијом темом и да учесници тек кад одаберу тему која им се учини занимљивом одлазе на веб-страницу на којој се, осим теме, види и текст порука које су написане као реакције на тему.

Идентитети учесника у дискусионим групама су прилично стабилни, јер они углавном користе једна те иста имена у комуникацији. Својим су учешћем веома посвећени групи, пошто се осећају делом заједнице. Осим учесника који својим порукама доприносе развоју дискусије, постоји и извесан број оних који само читају поруке. Број тих учесника не може да се утврди, али се сматра да су и они део виртуелне заједнице која се гради на порукама и дискусији. Неки од тих посматрача могу након одређеног времена да се одваже и укључе у дискусију, док други могу да и даље остану не приметни.

Електронске ћаскаонице

На први поглед, постоје неке сличности између дискусионих група и ћаскаоница: оба ова вида електронске комуникације имају велик број учесника, теме о којима се говори су разноврсне, идентитет учесника је углавном непознат, они могу да буду активни и својим исказима доприносе комуникацији, али могу да буду и неми посматрачи који само прате дешавања, читају исказе осталих, али се не укључују у разговор. Ако се ова два вида комуникације пажљивије сагледају, уочавају се карактеристике које их доиста чине веома различитима. Комуникација у ћаскаоницама је синхрона, док дискусионе групе представљају низ порука које учесници пишу с паузом од једном минута, па све док неколико месеци и више. Дискусионе групе обично имају већи број учесника од ћаскаоница управо због свог асинхроног карактера: много људи може да се укључи у дискусију од тренутка када је постављена нека тема, па до тренутка када се дискусионна група укида, што се ретко дешава.

Осим саме комуникације на интернету, веома је битан и начин на који учесници себе представљају. Пре него што почну да ћаскају, они морају да упишу име које ће их представљати и којим ће их остали учесници ословљавати. Није дозвољено, а ни практично изводљиво, да у истој ћаскаоници истовремено постоје два иста имена. Ретко кад се дешава да учесници користе своја права имена, него углавном смишљају име које за њих саме има неко значење, а осталима може, а и не мора, да буде схватљиво. У сваком случају, од учесника се очекује да за себе смисли занимљиво, необично, упечатљиво и јединствено име. Вреди истаћи да, за разлику од ритуала давања имена и надимака у стварном свету, где име бирају други људи, на интернету сваки учесник бира име за себе (Crystal 2001: 159). Иако постоји могућност да учесник одабере другачије име сваки пут кад уђе у неку ћаскаоницу, или чак да мења име у току разговора, неретко се дешава да учесници користе исто име сваки пут кад се укључе у разговор. На тај начин они постају препознатљиви осталим учесницима ако су раније комуницирали у тој ћаскаоници, те се тиме ствара осећај виртуелне заједнице.

Веома је важна чињеница да је величина ћаскаонице, тј. број учесника у њој, у директној вези са настанком и одржавањем виртуелне заједнице. Наиме, јасно се види у мањим ћаскаоницама да се ћаскачи међусобно познају, чак и у стварном животу, да имају много заједничких тема и да су спремни да једни другима помогну. У оваквим ћаскаоницама "чланство" је прилично стално, што значи да су ћаскачи верни својој заједници и труде се кроз комуникацију да постану и остану део ње. Веће ћаскаонице, с друге стране, често су само место где се много људи случајно нашло истовремено. Ретко кад се дешава да се успостави нека емотивна повезаност унутар групе

људи која ће трајати дуже од једног разговора, а то свакако неће бити довољно снажан разлог да се ти људи поново врате у ту ћаскаоницу и обнове своје везе са осталим ћаскачима.

Виртуелне играонице

Иако је назив овог вида комуникације "играонице", он више није посвећен искључиво игрању игара заснованих на тексту. На овај се начин могу симулирати и ситуације које немају везе са играњем, укључујући разне друштвене (забава, породична окупљања), образовне (учионица, настава, истраживање) и комерцијалне ситуације. Оно што им је заједничко јесте то да учесници бирају лик с којим учествују у комуникацији, одлазе на место које се већ налази у бази података и које већ има свој унапред смишљен и описан изглед, и започињу комуникацију да другим ликовима. Свако то место је свет за себе, свет који су смислили и направили програмери, заљубљеници у такву врсту комуникације или само вешти лаици којима је то хоби. То је, дакле, играоница која постоји само у базама података и може, а и не мора, да личи на било шта у стварном свету. Како каже Crystal (2001: 190-191), докле год се виртуелне играонице заснивају само на тексту, у њима ће све бити могуће, чак и да безбојне зелене идеје бесно спавају, а оног тренутка кад почне да се укључује и графички елемент, виртуелне играонице ће морати да се повинују ограничењима физичког света.

На почетној страни сваке виртуелне играонице корисници могу да нађу кратак општи опис и основне податке о њој, као и линкове ка детаљнијим информацијама везаним за игру. Сваки нови учесник треба да одабере име за свој лик, прочита кратка упутства за коришћење програма и тада комуникација може да почне. При уласку у виртуелну играоницу, учесник обично среће ликове који су ту присутни веома дуго и имају улогу домаћина. Они новајлију поздрављају и воде га кроз причу. Сваки нови корисник бира име за свој лик, али обично на самом почетку лик нема ни физички ни карактерни опис, него га временом изграђује. Такође, старији и искуснији учесници постепено прихватају нови лик и његово место у причи која се често већ дуго одвија. Сваки нови корисник/лик може да рачуна на помоћ у коришћењу програма, у врстама команди у програму и упутствима за кретање и комуникацију. Иако виртуелне играонице у основи служе као простор за ћаскање, тај дијалог се одвија у замишљеном свету, а учесници проговарају кроз измишљене ликове. Одтуда језик мора да буде у складу са тематским одређењем играонице (архаичан, стручан, неформалан, итд.), а учесници морају да буду веома пажљиви у одабиру речи за своје ликове.

Идентитет, једна од главних тема у већини расправа о интернету и његовим корисницима, битна је ставка и у играоницама. За њихове кориснике може се рећи да имају релативно сталне и стабилне идентитете, нарочито због тога што они приликом укључивања у комуникацију стварају своје ликове, са именима, физичким описом и карактеристикама личности, те сваки наредни пут кад се укључе користе исти тај лик. Због сталности и стабилности идентитета у виртуелним играоницама, тамо се лако ствара осећај виртуелне заједнице која опстаје углавном зајхваљујући корисницима који тамо проводе много времена. Разлози због којих учесници уопште проводе време у играоницама су следећи: они се друже, упознају нове људе, комуницирају са неким кога иначе никад не би упознали у стварном животу и, највише од свега, укључени су у игру коју би играли и у стварном животу, само можда немају с киме.

Закључак

У раду је прегледно описан настанак виртуелних заједница, као и њихова реализација у три вида електронске комуникације. Показано је на који начин у сваком од тих видова заједница настаје и како се одржава, као и које су главне карактеристике сваке од њих. У будућности остаје да се види да ли ће се виртуелне заједнице реализовати у још неким комуникационим ситуацијама, као и у ком ће се правцу кретати, да ли ће наставити да постоје или ће одсуство заједничког простора пресудити и довести до њиховог распада.

Литература

- Berners-Lee, T. (2000). *Weaving the Web*. Texere. London, New York.
 Baym, N. (1998). "The emergence of on-line community". In: Jones, S. (ed.) *Cybersociety 2.0: Revising computer-mediated communication and community*. SAGE Publications. London, New Delhi.
 Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. CUP. Cambridge.
 Rheingold, H. (1993). *Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. www.well.com/user/hlr/vcbook

VIRTUAL COMMUNITIES AS LINGUISTIC COMMUNITIES

Summary

The paper discusses virtual communities on the internet, which are primarily created and realized as linguistic communities, since their members are connected only by communication and not by common space. This type of communities exists in three types of electronic communication: discussion groups, electronic chatrooms and MUDs. The paper gives a brief review of each of them with special reference to how a community comes to life and stays alive.

Key Words: virtual community, discussion group, electronic chatroom, MUD (multi-user dungeon)