

Smiljana Antonijević

VIRTUELNE ZAJEDNICE I DRUŠTVENI ODNOSI NA INTERNETU

Kompjuterska komunikacija i celokupna sajber-kultura¹ možda jasnije od drugih naučnih dostignuća pokazuju nerazdvojivu povezanost tehnologije i društva. Omogućavajući specifičnu društvenu interakciju miliona ljudi iz čitavog sveta, te stvaranje virtuelnih identiteta, socijalnih odnosa i zajednica - kompjuterska tehnologija i komunikacija dotakle su osnovne elemente društva, pokazujući u kolikoj meri tehnologija nastala na određenom stupnju kulturnog razvoja može uzvratno uticati na razvoj društva i kulture. Američki antropolog Arturo Escobar ističe da su novi pravci proučavanja tehnologije u društvenim naukama značajno promenili konvencionalno shvatanje ove oblasti. "U konvencionalnim pristupima tehnologija je usko identifikovana sa oruđima ili mašinama. ... Kao oblik 'primenjene nauke', tehnologija je smatrana nezavisnom od društva i vrednosno neutralnom." (Escobar,1994:211). Escobar naglašava da je šezdesetih godina prošlog veka svest o negativnim efektima nuklearne i industrijske tehnologije dovela do preispitivanja tradicionalnog pogleda na nauku i tehnologiju kao na nezavisne od društveno-istorijskog i političkog konteksta, te se započelo sa uporednim proučavanjem nauke, tehnike i društva.

Ovakva vrsta uporednih proučavanja poslednjih godina je usmerena na virtuelni svet nastao posredstvom globalne kompjuterske mreže, Interneta. Pažnju naučnika humanističke provinijencije prvenstveno zaokuplja činjenica da se kompjuterskom komunikacijom ostvaruje društvena interakcija i uspostavljaju društveni odnosi. Društvene grupe koje nastaju povezivanjem ljudi u sajber-prostoru nazivaju se virtuelnim zajednicama. Ovakvo označavanje virtuelnih društvenih grupa popularizovao je Howard Rheingold koji je 1988. godine objavio članak, a 1993. godine i knjigu pod nazivom "Virtuelne zajednice". U vezi sa definisanjem on-lajn društvenih grupa među naučnicima postoje nesuglasice, ali je termin "virtuelna zajednica" uglavnom postao opšteprihvaćen.

Virtuelne zajednice Rheingold definiše kao "kulturalne skupine koje nastaju onda kada se dovoljno ljudi dovoljno često susreće u sajber-prostoru."(Rheingold,1993:1) Slična je i definicija Alana Kazleva:"Digitalna zajednica se formira kada se grupa ljudi priključuje na isti kanal kako

¹ Prefiks "sajber" (engl. *cyber*) definisan je kao "prefiks povezan sa kompjuterima" ("Longman Dictionary of Contemporary English",1995:341). Ovaj prefiks se upotrebljava u većem delu kovanica koje se odnose na kompjuterski svet: sajber-prostor (engl. *cyberspace*), sajber-kultura (*cyberculture*), itd. Izveden je iz termina "cybernetics" (kibernetika) koji je na osnovu starogrčkog termina "kybernao" (upravljam, vladam) 1948. godine skovao Norbert Wiener, kako bi njime označio nauku o komunikaciji i teoriji upravljivih (kibernetikih) sistema.

bi četovali jedni sa drugima."(Kazlev,1997:3) Razlika između ovih definicija je u tome što se u prvoj govori o susretu korisnika u sajber-prostoru, a u drugoj o susretu u čet-kanalima. Virtuelne zajednice, kao što Rheingoldova definicija objašnjava, nastaju društvenom interakcijom ljudi u celokupnom sajber-prostoru. Zajednice nastale u različitim segmentima sajber-prostora u ponečemu se razlikuju, ali su njihove osnovne karakteristike, one koje ih razlikuju od realnih zajednica, iste.

U ovom radu prikazane su zajednice koje se formiraju u čet-kanalima. Suština formiranja ove vrste zajednica je u tome da korisnici dolaze na odabrani čet-kanal da bi se susreli i komunicirali sa određenim ljudima. Korisnik se, nakon što pronadje kanal i osobe sa kojima mu je prijatno, ubuduće priključuju toj grupi, i na taj način se stvara krug on-lajn poznanika koji formiraju virtuelnu zajednicu. Anne Beamish podseća da se u čet-kanal, odnosno sajber-zajednicu koja se formira, ljudi okupljaju da bi diskutovali o određenim temama, od akademskih istraživanja do hobija, i naglašava da te ljude povezuju zajednička interesovanja (Beamish,1995:1). On-lajn zajednice nemaju geografske granice i u njima mogu učestvovati ljudi iz svih delova sveta, te se često naglašava da to nisu zajednice zajedničke lokacije, već zajedničkih interesovanja.

Kao bitnu karakteristiku on-lajn društvenih grupa treba izdvojiti fluidnost virtuelnog identiteta njihovih članova. Učesnici u kompjuterskoj komunikaciji "sakriveni" su iza svojih računara, usled čega sve informacije o sagovorniku, uključujući i one osnovne, u realnom životu lako uočljive (pol, starost, rasa) mogu biti dobijene jedino od sagovornika i ne mogu biti proverene. U sajber-svetu čovek je ono što o sebi ispriča, te ovaj svet omogućava upuštanje u "igre identiteta". Virtuelni indentitet se može ne samo slobodno kreirati, već i neprestano menjati. Prijavlivanje pod novim nadimkom omogućava da se stvori virtuelni identitet potpuno drugačiji od prethodnog. Niko od učesnika u čet-u pri tom ne može znati da se iza različitih nadimaka "krije" ista ličnost. Međutim, istraživanja pokazuju da se nevidljivost kompjuterske komunikacije retko zloupotrebljava drastičnim "korekcijama" identiteta, već je češće prikazivanje u "boljem svetlu". Ponuda virtuelnog sveta da u njemu budete ono što želite predstavlja izazov kome retko ko može da odoli, zbog čega se ponekad dešava da korisnici sebe predstavljaju onakvima kakvi bi želeli da budu ili onakvima bi želeli da ih drugi vide.

U virtuelnim zajednicama kao i u realnim kontakt najbrže i najlakše uspostavljaju ekstrovertne osobe. Biti primećen u čet-u prilično je jednostavno - dovoljno je slati poruke koje na neki način privlače pažnju. Biti primećen, međutim, ne znači i biti prihvaćen. Prvi uslov za "učlanjivanje" u određenu virtuelnu zajednicu je dovoljno često posećivanje čet-kanala u kome ona postoji, dok dalji intenzitet i kvalitet komunikacije zavisi od lične inicijative. Stepem prihvaćenosti može da se menja i u zavisnosti od karaktera zajednice, jer su i u sajber-svetu

neke grupe zatvorenije od drugih. Po mišljenju Alana Kazleva, svaka virtuelna zajednica razvija sopstvenu, specifičnu kulturu po kojoj se razlikuje od drugih zajednica te vrste (Op.cit.: 2). Bez obzira na to da li ćemo se složiti ili nećemo da u ovom slučaju može biti upotrebljen termin "kultura", možemo konstatovati da se virtuelne zajednice zaista međusobno razlikuju. Njihov karakter diktiran je već samom temom (odnosno nepostojanjem teme) čet-kanala u okviru koga postoje. Različite teme privlače i različite korisnike, tako da se populacije sajber-zajednica razlikuju najpre po svojim interesovanjima, a u skladu sa njima često i po starosnoj, polnoj, obrazovnoj i etničkoj strukturi.

U većem delu čet-kanala, pa samim tim i u sajber-zajednicama koje se formiraju, ustanovljena su određena pravila koja je potrebno poštovati, što je još jedan od elemenata međusobne različitosti ovih grupa. Pravila najčešće podrazumevaju zabranu: vulgarnog izražavanja; rasne, verske, polne i drugih vrsta diskriminacije; vredjanja ostalih učesnika četa; "preplavlivanja" ekrana porukama. Osim ovih osnovnih pravila koja postoje na većini kanala često se uspostavljaju i specifična. Njihove odlike zavise od karaktera četa - logično je da će se pravila "Hrišćanskog" kanala razlikovati od onih uspostavljenih u "Hot Hous-u". Postoje i kanali čije je pravilo da nema pravila. Za obezbeđivanje poštovanja uspostavljenih pravila i nadgledanje i sankcionisanje ponašanja u četu obično su zadužene dve vrste kontrolora: supervizori - zaposleni u sistemu i "policajci" - volonteri iz redova korisnika. Ponuda za obavljanje uloge "policajca" uglavnom se smatra čašću. Korisniku koji krši pravila kontrolori najpre upućuju opomene, a zatim ga, ukoliko se na te opomene ogлуši, isključuju iz četa. U drastičnim slučajevima ovo isključenje je trajno.

Osim ovih sistemskih pravila postoje i ona koja uspostavljaju sami korisnici, pripadnici sajber-zajednica. To su nepisana pravila koja kao i formalna mogu varirati od zajednice do zajednice. Skup tih nepisanih i neformalnih pravila predstavlja specifičnu etiku kompjuterske mreže i najčešće se tako i naziva - "netikecija". Jedan od primera ponašanja po pravilima "netikecije" je da se na mreži ne upotrebljava kompjuterski nadimak drugog korisnika. Istraživanje Haye Becher-Israeli (Israeli,1995) pokazalo je da iako se korisničko ime može menjati veoma lako i neograničeni broj puta većina korisnika to ne čini, već upotrebljava samo jedno, uvek isto, što se tumači kao težnja za stvaranjem stalnog i prepoznatljivog virtuelnog identiteta. "Nadimci postaju deo naše ličnosti i reputacije u kompjuterskoj zajednici." (Ibid.:14) Upravo zbog činjenice da je u virtuelnoj zajednici kompjuterski nadimak nosilac identiteta i reputacije korisnika, većina članova pridržava se pravila po kome je nadimak vlasništvo korisnika koji ga upotrebljava. Cest je slučaj da zajednica osudi "kradljivca" nečijeg nadimka i da "pravog vlasnika" obavesti o tome da se neko služio njegovim imenom.

Značajna distinktivna karakteristika sajber-kulture u odnosu na realnu, ali i jedan od elemenata razlikovanja zajednica unutar sajber-prostora jeste jezik kompjuterske komunikacije. Osnovni elementi tog jezika su skraćenice i oznake za osećanja. Skraćenice su neizostavni deo svih četova, a nastaju iz potrebe da se ovaj tekstualni razgovor po brzini što više približi govornom. Početnicima u on-lajn komunikaciji može biti teško da se uključe u takvu vrstu razgovora i da dok ne ovladaju jezikom uopšte shvate šta im neko "govori". Iako su skraćenice koje se koriste u on-lajn komunikaciji uglavnom standardizovane, one mogu i znatno varirati od zajednice do zajednice, što korisnicima naviklim na skraćenice jednog četa otežava sporazumevanje pri prelasku u drugi. Sastavni deo on-lajn jezika su i oznake za osećanja (engl. *emoticons*). U tekstualnoj kompjuterskoj komunikaciji emocije se ne mogu izraziti nikako drugačije osim rečima ili znakovima, te su oznake za osećanja način prenošenja emocija u tekst. Koristeći znakove koji postoje na tastaturi, učesnici u kompjuterskoj komunikaciji stvaraju vizuelne izraze osećanja. Poznate oznake ove vrste su "smajl" :) oznaka za radost i "kontrasmajl" :(oznaka za tugu. Oznakama za osećanja korisnici Interneta ne izražavaju samo emocije, već i radnje. Na primer, ako nekome želite da uputite sajber-poljubac u određenim četovima, tj. sajber-zajednicama, to možete učiniti ispisivanjem znaka **X**. Međutim, ako se nalazite u čet u kome **X** ima drugačije značenje od onog na koje ste navikli, može vam se dogoditi da vaš prijateljski gest bude pogrešno protumačen. Oznake za osećanja imaju još jednu bitnu funkciju, a to je da spreče nesporazume koji mogu nastati usled toga što "nevidljivi" kompjuterski kontakt isključuje neverbalnu komunikaciju. Učesnici u ovoj vrsti razgovora ne mogu na osnovu intonacije ili izraza lica da zaključe kada sagovornik govori ozbiljno, a kada se šali, ali će im "smajl" na kraju rečenice jasno označiti da je u pitanju šala.

Socijalne grupe nastale društvenom interakcijom u sajber-prostoru izazivaju mnoge dileme i nesuglasice naučnika. Početna dilema je da li se ova specifična vrsta društvenih tvorevina može nazvati zajednicom. Pojam zajednice, međutim, i bez prefiksa "sajber" u nauci je različito definisan. Robin Hamman ističe da je analizom 94 sociološke definicije tog pojma ustanovljen samo jedan zajednički element - pojam "zajednica" odnosi se na ljude (Hamman,1997:1). Anne Beamish podseća na dva u nauci uobičajena shvatanja ovog pojma koja zapravo izražavaju materijalnu i simboličku dimenziju zajednice. Kod prvog shvatanju naglasak je na materijalnoj dimenziji - prostoru (zajednicu čini grupa ljudi koji žive na određenom prostoru i povezani su fizičkom blizinom) dok je kod drugog shvatanja naglasak na simboličkoj dimenziji - interesovanjima (zajednica je društvena grupa čiji članovi dele zajednička interesovanja, bez obzira da li su ona društvena, religijska, profesionalna i sl.) (Beamish,1995:1). Društvene grupe u sajber-prostoru formiraju se na osnovu zajedničkih interesovanja, te Beamish zaključuje da one pripadaju tipu zajednica kod kojih je naglasak na simboličkoj dimenziji.

Autorka naglašava da se i pored svesti o značaju simboličke dimenzije zajednica prostorna blizina još uvek smatra uslovom neophodnim za njihovo postojanje. Ona, međutim, ističe da pojam dostupnosti, pre nego fizička blizina, postaje sve značajniji aspekt prostora (Ibid.:1). Na osnovu ovakvog shvatanja može se reći da virtuelne zajednice imaju i prostornu dimenziju, jer iako su njihovi članovi geografski udaljeni, virtuelni prostor u kome se okupljaju svima im je podjednako dostupan.

Jan Fenerback i Brad Thompson smatraju da je sa pojavom postindustrijskog društva došlo do promene u shvatanju pojma zajednice, kao što se u skladu sa Tönniesovom distinkcijom *Gemeinschafta* i *Gesellschafta* pojam zajednice u industrijskom društvu promenio u odnosu na preindustrijsko. Preindustrijski *Gemeinschaft* karakterisali su organski osećaj zajedništva, običaji i povezivanje međusobnim razumevanjem, dok su odlike industrijskog *Gesellschafta* hiper-individualizam i mehanički, ugovorno orijentisani međjuljudski odnosi (Fenerback i Thompson,1995:4). Postindustrijsku eru, pak, karakteriše tehnodruštvenost, "širok proces sociokulturalne izgradnje pokrenut nastankom novih tehnologija" (Escobar,1994:214) u kome su "život i društvo stvoreni, regulisani i artikulisani naučnim diskursom" (Ibid.:213). Istraživanja u postindustrijskom društvu pokazuju da se zajednica sastoji od sledećih elemenata: društvene interakcije, zajedničkog sistema vrednosti i zajedničkog sistema simbola (Fenerback i Thompson,1995:6). Sledstveno tome, društvene grupe formirane u sajber-prostoru mogu se označiti kao zajednice postindustrijske ere, jer u njima društvena interakcija nesumnjivo postoji, ostvarena kompjuterskom komunikacijom, kao što postoje i zajednički sistem vrednosti (netikecija) i zajednički sistem simbola (skraćenice i oznake za osećanja).

Problem definisanja nije jedini koji u vezi sa virtuelnim zajednicama izaziva nesuglasice naučnika. Veća pažnja u naučnim raspravama je posvećena pitanju kvaliteta ove vrste društvenog povezivanja, kao i implikacijama koje postojanje virtuelnih zajednica može imati na realni društveni život. U vezi sa ovim pitanjima izdvajaju se dva oprečna naučna shvatanja, od kojih jedno zastupaju kritičari, a drugo pristalice virtuelnih zajednica.

Virtuelne društvene grupe McClellan naziva pseudozajednicama, tvrdeći da one stvaraju iluziju socijalnog povezivanja (Fenerback i Thompson,1995:12). Pripadnici organizacije "Critical Art Ensemble" (CAE) smatraju sajber-zajednice marketinškim trikom kopjuterskih korporacija (CAE,1995:8). Prepoznajući otudjenost ljudi u savremenom svetu, korporacije poput IBM ili "Microsofta" zloupotrebile su neodređenost pojma "zajednica" i svojim korisnicima ponudile virtuelne zajednice kao "lek", smatraju pripadnici CAE. Međutim, "to što neko želi da ostane u kući ili kancelariji i ljudski kontakt odbaci zarad iskustva tekstualne komunikacije može samo biti simptom narastajućeg otudjenja, a ne lek protiv njega", kažu članovi ove organizacije (CAE,1995:8). Grupa naučnika sa Carnegie Mellon Univerziteta (Kraut i drugi,1998) na osnovu

svog proučavanja kompjuterske društvene interakcije zaključuje da se u sajber-svetu socijalni odnosi retko ostvaruju i da oni koji su uspostavljeni spadaju u grupu slabih društvenih veza. Ovi autori ističu da je svega nekoliko od 169 ispitanika obuhvaćenih njihovim istraživanjem uspostavilo na mreži društvene odnose, a kao primer navode da je kontakt koji je jedna od njihovih ispitanica uspostavila podrazumevao razmenjivanje uzoraka za rukavice na on-lajn kanalu za štrikanje, dok je jedan ispitanik posredstvom mreže razmenjivao viceve.

Nasuprot tome, rezultati istraživanja Malcolma Parksa i Cory Floyda pokazuju da je uspostavljanje ličnih odnosa posredstvom Interneta često - 60,7 odsto od 167 njihovih ispitanika ostvarilo je na mreži personalne odnose (Parks i Floyd,1996:1). Takodje suprotno naučnicima sa Carnegie Mellon Univerziteta, Howard Rheingold o vezama uspostavljenim on-lajn govori kao o dubokim društvenim odnosima. "Jedan sam od mnogih", kaže ovaj autor, "koji su svojim priložima sakupili hiljade dolara za on-lajn prijatelja čiji se sin borio protiv leukemije i za drugog on-lajn prijatelja koji se oporavljao nakon operacije raka, kao i za prijateljicu kojoj je bolest otežala rad i kretanje u nezdravom stanu. To nije bio samo novac. Ljudi su donosili obroke. Kuvali i čistili. Pomagali u pakovanju i selidbi."(Rheingold,1993:2) Rheingold ističe da se članovi virtuelnih zajednica susreću on-lajn kako bi radili sve ono što ljudi inače rade kada su zajedno, u fizičkom svetu, i dodaje da je jedina, premda očigledna, razlika u tome što članovi on-lajn zajednica komuniciraju pomoću reči na kompjuterskim ekranima. U sajber-zajednicama, kaže Rheingold, ljudi ćaskaju i svadjaju se, razmenjuju informacije, prave planove, ogovaraju, zaljubljuju se, flertuju, stiču i gube prijatelje, itd. (Ibid.:1). Ovaj autor, međjutim, naglašava da je na mreži video i ponašanje koje obeshrabruje, odnosno da je bio svedok i meta zlobnih promena ličnosti.² Mogućnost uspostavljanja iskrenih međjuljudskih odnosa na mreži Rheingold dovodi u pitanje upravo u vezi sa ovim problemom, ali konstatuje da laži i prevare nisu specifičnost Interneta, već kompjuterska komunikacija samo nudi nove načine prevare.

Alan Kazlev smatra da sumnja u mogućnost uspostavljanja društvenih odnosa bez fizičkog kontakta potiče od nedostatka razumevanja:"Virtuelna zajednica je nešto što autsajder jednostavno ne može razumeti. Kritičari ideje o digitalnoj zajednici su oni koji se uopšte nisu potrudili da je iskuse. Kao i sa svim ostalim, nemoguće je razumeti nešto dok se u to ne upustite."(Kazlev,1997:2) Kazlev napominje da neki od korisnika učestvuju u čet u svakog dana i ostaju uključeni satima, zahvaljujući čemu se među korisnicima razvija čvrst osećaj zajedništva. "eteri entuzijasti", kako ih naziva ovaj autor, ostaju uključeni u određeni čet i kada zapravo nisu prisutni. Oni ponekad menjaju svoje korisničko ime dodavanjem sufiksa kao što su

² U kompjuterskoj komunikaciji se ponekad dešava da "nevidljivost" virtuelnog postojanja bude grubo zloupotrebljena. Robin Hamman navodi primer muškarca koji je, predstavljajući se kao žensko, započinjao sajber-seks a muškarcima samo zbog toga da bi im, neposredno pre orgazma, rekao da je muško (Hamman,1998:26).

"zauzet", "odsutan", "jedem", "tuširam se", kako bi naznačili ono što u tom momentu rade u realnom životu. "Ostajući konstantno uključeni u čet ovi korisnici potvrđuju svoj identitet žitelja određene virtuelne zajednice.", zaključuje Kazlev (Ibid.:7).³

Kada je reč o uticaju virtuelnih zajednica na realni društveni život, stavovi naučnika se takodje razlikuju. Podsećajući da se virtuelne zajednice formiraju kao grupacije pojedinaca povezanih zajedničkim interesovanjima, Jan Fenerback i Brad Thompson ističu da one vode društvenom povezivanju samo utoliko što umesto atomizovanih pojedinaca stvaraju atomizovane zajednice, te je njihov efekat na širu društvenu koheziju negativan (Fenerback i Thompson,1995:16). Fenerback i Thompson smatraju da kompjuterska komunikacija u celini vodi dezintegraciji društva, i to kroz novu vrstu društvene diferencijacije. Ovi autori naglašavaju da je učešće u kompjuterskoj komunikaciji dvostruko uslovljeno: finansijskim mogućnostima kupovine kompjutera i pristupa Internetu, i intelektualnim mogućnostima, odnosno tehnološkim znanjem i sposobnošću da se shvati rečnik kompjuterske komunikacije. Fenerback i Thompson zaključuju da razvoj kompjuterske tehnologije rezultira stvaranjem nove klase, informatičke elite, suprotstavljene "informatičkoj sirotinji". Fenerback i Thompson zbog toga smatraju da su virtuelne zajednice predodređene društvene grupe u kojima istinski osećaj jednakosti neće biti proveren sve dok tehnologija ne postane široko dostupna. "Moramo priznati", ističu ovi autori, "da su postojeće virtuelne zajednice u svom osnovnom značenju klasni fenomen Nove Klase informatičke elite."(Ibid.:12) Ovi autori upozoravaju da "ako znatan deo populacije počne da stvara društvene odnose na kompjuterskoj mreži, tada će ostatak populacije, čak i ako je to manjina, biti onemogućen da učestvuje u svim aspektima društva, već će moći samo manje-više bezazleno da posmatra aktivnosti korisnika kompjutera."(Ibid.:14) Rezultat razvoja virtuelnih zajednica će, zaključuju ovi autori, biti taj da će hegemonistička kultura zadržati dominaciju. Ovaj cilj, kažu Thompson i Fenerback, postiže se zahvaljujući tome što virtuelne zajednice imaju katarzičnu ulogu, odnosno, umesto istinskog učestvovanje u društvenom životu pružaju ljudima osećaj uključenosti (Ibid.:18).

Howard Rheingold smatra da virtuelne zajednice nastaju kao odgovor na "glad za zajedništvom" koja prati dezintegraciju društvenih zajednica u realnom svetu (Rheingold,1993:4). Stvaranje sajber-zajednica Rheingold naziva novom društvenom revolucijom, ističući da njeni efekti mogu biti pozitivni. On smatra da je način na koji ljudi koriste kompjutersku komunikaciju ukorenjen u čovekovim potrebama i dodaje:"Ako virtuelne zajednice odgovore na duboke i nužne čovekove potrebe, umesto da se samo poigraju ljudskim

³ Anne Beamish ističe da sve značajnije postaje shvatanje po kome se zajednica definiše na osnovu osećanja pripadnosti i svesti njenih članova da joj pripadaju (Beamish,1995:1).

slabostima kao fliperom ili 'pekmenom', današnje male on-lajn enklave mogu u narednih dvadeset godina prerasti u mnogo veće grupacije. Način na koji nekolicina nas sada živi može postati način na koji će u narednim decenijama živeti veći deo populacije."(Rheingold,1993:1)

Pristalice virtuelnih zajednica, uključujući i Rheingolda, smatraju da "nevidljivost" kompjuterske komunikacije omogućava prevazilaženje rasnih, polnih ili generacijskih razlika, čime se, uz evidentno prevladavanje geografske udaljenosti, stvaraju mogućnosti za šire povezivanje većeg broja ljudi. Među apologetima sajber-kulture mogu se čuti i ideje o tome da će posredstvom Interneta biti stvorena globalna svetska zajednica koje će po demokratičnosti i slobodoumlju biti naprednija od bilo kog realnog društva. Takve ideje izražene su u poznatoj "Deklaraciji o nezavisnosti sajberspejsa", čiji autor, John Perry Barlow, kaže:"Mi stvaramo svet u koji svi mogu ući bez privilegije ili predrasuda prema rasi, ekonomskoj moći, vojnoj sili, ili mestu rođenja. Mi stvaramo svet u kome bilo ko, bilo gde može izraziti svoja uverenja, bez obzira na to koliko su jedinstvena, bez straha da će biti prisiljen na ćutanje ili povinovanje." Barlow naglašava da će sajber-svet imati svoja sopstvena pravila i zakone i vladama realnog sveta poručuje:"U ime budućnosti, tražim od vas iz prošlosti da nas ostavite na miru. Niste dobrodošli kod nas. Nemate nikakvu vlast tamo gde se mi okupljamo. Mi nemamo izabranu vladu, niti ćemo je imati, i obraćam vam se sa onolikim autoritetom sa kojim sloboda uvek govori. Izjavljujem da će globalni društveni prostor koji gradimo biti prirodno nezavisan od tiranije koju želite da nam nametnete. Sajber- prostor ne leži u okviru vaših granica. Ne pomišljajte da ga možete izgraditi, kao da je javni građevinski projekat. Ne možete. To je čin prirode i sam raste kroz naše zajedničke akcije. Ne znate našu kulturu, našu etiku, ili nepisane kodekse koji već obezbeđuju više reda u našem društvu nego bilo koji od vaših nameta. Tamo gde ima stvarnih konflikata, gde ima neispravnosti, mi ćemo ih identifikovati i rešiti ih na svoj način. Pripremamo sopstveni Društveni ugovor. Ova vlast će se izdići prema uslovima našeg sveta, ne vašeg. Naš svet je drugačiji."(Barlow:1996)

U vezi sa uticajem virtuelnog društvenog života na tradicionalni društveni život oprečna su ne samo mišljenja naučnika, već i rezultati empirijskih istraživanja. Naučnici sa Carnegie Mellon Univerziteta (Kraut i drugi,1998) uticaj učestvovanja u kompjuterskoj komunikaciji analizirali su na uzorku od 169 ispitanika iz SAD koji pre početka istraživanja nisu koristili Internet (većina nije imala kompjuter) već su im računar i pristup globalnoj mreži bili obezbeđeni kako bi mogli da učestvuju u ovom istraživanju. Društveni život i i psihičko stanje ispitanika bili su analizirani pre početka njihovog učestvovanja u kompjuterskoj komunikaciji, zatim godinu ili dve nakon uključanja u mrežu. Rezultati su pokazali da je kod ispitanika, nakon što su počeli da koriste Internet, došlo do redukcije kontakta sa članovima porodice, te da se njihov krug prijatelja u realnom životu smanjio. Istovremeno, kod ispitanika se pojačao osećaj

usamljenosti i depresije u odnosu na pred-Internet period. Kako je analizom ustanovljeno da početno psihičko stanje, odnosno eventualna usamljenost ili depresivnost ispitanika, nije uticalo na kasnije korišćenje Interneta, zaključeno je da učestvovanje u kompjuterskoj komunikaciji uzrokuje takvo psihičko stanje, a ne obrnuto. Ovi naučnici konstatuju da rezultati njihovog istraživanja daju konzistentnu sliku o posledicama upotrebe Interneta, odnosno o istovremenom opadanju učešća u društvenom životu i porastu osećanja usamljenosti i depresije, ali naglašavaju da u okviru svog istraživanja nisu uspeli precizno da identifikuju uzroke takvog uticaja. Njihova je pretpostavka, za koju kažu da nema dovoljno dokaza, da su osnovni uzroci to što su korisnici vreme koje posvećuju Internetu ranije provodili uključeni u realne društvene aktivnosti, te što formiranjem virtuelnih odnosa korisnici Interneta snažne društvene veze zamenjuju slabim.

Istraživanje Jamesa Katza i Philipa Aspdena sprovedeno na uzorku od 601 ispitanika iz SAD dalo je drugačije rezultate. Analizirajući učestvovanje u društvenom životu ljudi koji koriste i onih koji ne koriste Internet, Katz i Apsden su ustanovili da sudelovanje u kompjuterskoj komunikaciji ne smanjuje učestvovanje u društvenim aktivnostima u fizičkom prostoru (Katz i Aspden,1997). Rezultati ovog istraživanja pokazali su da su pripadnici obe grupe u istoj meri participirali u aktivnostima tradicionalnih religijskim i društvenih organizacija, a da je učešće korisnika Interneta u zabavno-rekreativnim organizacijama bilo veće od učešća nekorisnika. Takodje, korisnici Interneta posvećivali su kontaktu sa prijateljima i članovima porodice isto onoliko vremena koliko i nekorisnici. Ustanovljeno je da 88 odsto korisnika Interneta obuhvaćenih ovim istraživanjem provodi sa članovima porodice isto onoliko vremena koliko su provodili i pre nego što su se uključili u mrežu. Na osnovu ovakvih podataka, Katz i Apsden zaključuju da u svom istraživanju nisu pronašli dokaze da korišćenje Interneta negativno utiče na tradicionalne tipove društvenog angažovanja.

Najazad, treba pomenuti da virtuelne zajednice mogu da budu i privremenog karaktera. Nastajanje i postojanje ovakvih društvenih grupa najčešće je vezano za specifičan problem u vezi sa kojim se korisnici okupljaju, koristeći Mrežu prvenstveno za distribuiranje informacija u vezi sa problemom i koordiniranje akcija za njegovo rešavanje. Ovakve grupe uglavnom prestaju da postoje nakon što problem koji je inicirao njihovo formiranje bude razrešen, bilo pozitivno ili negativno. Medju najstarije i najpoznatije zajednice ovakve vrste spadaju onlajn grupe nastale kao reakcija na slučajeve Lotus Market (1991. godine) i The Clipper Chip (1993.). Oba slučaja bila su vezana za pitanje sajber-privatnost, odnosno za pokušaje korisnika da kroz zajedničku akciju odbrane prava koja su smatrali ugroženim (videti: Gurak, 1997). U prvom slučaju zajednica je prestala da postoji nakon što je problematični Lotus Market proizvod bio povučen iz upotrebe, dok su u drugom slučaju zajedničke aktivnosti završene uprkos tome što je njihov rezultat bio neuspešan (tadašnji

predsednik SAD Bill Clinton odobrio je korišćenje Clipper Chip-a, uprkos snažnom protivljenju boraca za zaštitu kompjuterske privatnosti). Laura Gurak naglašava da su u oba slučaja onlajn zajednice počele da se formiraju veoma brzo, u roku od 24 sata nakon identifikovanja problema, kao i da je i u jednom i u drugom slučaju snažan osećaj zajedništva bio razvijen.

Veoma sličan navedenima je i slučaj onlajn zajednice koju su formirali “žitelji susedstva” Yahoo!/GeoCities kada su procenili da je kompanija Yahoo! ugrozila prava na intelektualnu svojinu korisnika (videti: Gurak i Logie, 2002). Ova onlajn grupa funkcionisala je svega devet dana, koliko je bilo potrebno da koordinirana i veoma efektna akcija hiljada korisnika navede upravu kompanije Yahoo! da promeni spornu odluku. Gurak i Logie naglašavaju da su “članovi “GeoCities susedstva” bili različitiji i udaljeniji nego članovi bilo kog onlajn susedstva, ali su se “ipak ujedinili u odbrani svojih prava na virtuelno vlasništvo” (43). Ovi autori smatraju da je “GeoCities na kraju postigao svoj prvobitni cilj promocije stvaranja zajednica u sajber-spejsu tako što je ugrozio žitelje tih zajednica (43).”

Ovi primeri pokazuju da osećaj ugroženosti može biti snažan katalizator onlajn društvene interakcije i stvaranja virtuelnih zajednica. Brojni su primeri zajednica nastalih sa ciljem odbrane nacionalnih prava i/ili etničkog identiteta (videti: Zurawski, 2000), kao i društvenih grupa korisnika okupljenih u borbi protiv zajedničke bolesti. NATO bombardovanje Jugoslavije i napadi na Svetski trgovinski centar i Pentagon 11. septembra 2001. pokazali su da i situacije vojne krize indukuju intenzivno korišćenje Interneta i povezivanje korisnika u sajber-prostoru (videti: Antonijević; Pew).

Proučavanje virtuelnih zajednica kao oblika društvenog povezivanja u sajber-prostoru praćeno je nizom dilema i nesuglasica naučnika. Kao i celokupno istraživanje sajber-kulture u proteklih petnaestak godina, i analiziranje virtuelnih zajednica obeleženo je nizom krupnih reči pohvale i osude, velikih nada i velikih razočarenja vezanih za novu tehnologiju. To, naravno, nije specifičnost Interneta. I druge tehnologije u modernoj istoriji bile su dočekivane na sličan način, uz niz pitanja i prognoza o dramatičnim društvenim promenama koje će inicirati. Tom Standage (1998) u studiji “Viktorijanski Internet” navodi reči upućivane svojevremeno na račun “friško novog” telegrafa koje bismo, uz zamenu imenica “telegraf” i “Internet”, mogli da pronadjemo i danas, kako u popularnim tako i u nizu naučnih studija o sajber-kulturi. I opet po pravilu, većina prognoza vezanih za nove tehnologija uglavnom se ne ostvari. Društvena stvarnost suviše je kompleksna da bi hipoteze o uticaju tehnologije mogle da budu precizne i/ili potpune. Medjusobni uticaj tehnologije i društva nikada nije ni jednoznačan, a uticaj, uloga i poimanje tehnologije uvek su kontekstualno uslovljeni. Proučavanje sajber-fenomena zbog toga treba da bude kontekstulizovano i u kulturološkoj i u istorijskoj perspektivi.

Literatura

Antonijević, S. (2002). "Sleepless in Belgrade: A Virtual Community during War". *First Monday*, Vol. 7, No.1, January 2002.

Available at: (http://www.firstmonday.dk/issues/issue7_1/anton/)

Barlow, J.P. (1996). *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. Available at: <http://homes.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>

Beamish, A.(1995). *Communities On-Line: Community-Based Computer Networks*. Available at: <http://sap.mit.edu/anneb/cn-thesis/html/toc.html>

Becher-Israeli, H. (1996). *Nick-names, Play and Identity on Internet-Relay Chat*. On-line edition, currently not available.

Critical Art Ensemble.(1995). *Utopian Promises-Net Realities*. Available at: <http://www.critical-art.net/>

Escobar, A.(1994)."Welcome to Cyberia".*Current Anthropology*,Volume 35, Number 3, Chicago: The University of Chicago Press

Fenerback, J. and B. Thompson. (1995). *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?*. Available at: <http://www.well.com/user/hlr/texts/Vccivil.html>

Gurak, L.J.(1997). *Persuasion and Privacy in Cyberspace: The Online Protests over Lotus Marketplace and the Clipper Chip*. New Haven and London: Yale University Press

Gurak, L.J. I J. Logie. (2003). "Internet Protests, from Text to Web". U: McCaughey i Ayers, eds., pp. 25-46

Hamman, R. (1997). "Introduction to Virtual Community Research and Issue Two of Sybersociology". *Cybersociology, Issue Two*, 1997. Available at: <http://www.socio.demon.co.uk/magazine/2/is2intro.html>

Hamman, R. (1996). *Cyberorgasm: Cybersex Amongst Multiple-Selves and Cyborgs in the Narrow-Bandwidth Space of America Online Chat Rooms*. Available at: <http://www.socio.demon.co.uk/Cyberorgasm.html>

Katz, J. i P. Aspden. (1997). *Cyberspace and Social Community Development: Internet Use and Its Community Integration Correlates*. Available at: <http://www.iaginteractive.com/emfa/cybsocdev.htm>

Kazlev, A. (1997). "IRC on Aus Net - an Example of a Virtual Community". *Cybersociology, Issue Two*. Available at: <http://www.socio.demon.co.uk/magazine/2/is2cyberdude.html>

Kraut, R. and Lundmark, V., and Petterson, M., and Kiesler, S., and Scherlis, W. (1998). 'Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?'. *American Psychologist*, 53 (9)
Available at: <http://www.apa.org/journals/amp/amp5391017.html>

Longman Dictionary of Contemporary English. (1995). Harlow, England: Longman Group Ltd

McCaughey, M. i M.D.Ayers (eds). (2003). *Cyberactivism*. New York and London: Routledge

Parks, M. and Floyd, K. (1996). 'Making friends in cyberspace'. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1(4).
Available at: <http://jcmc.huji.ac.il/vol1/issue4/vol1no4.html>

Pew. (2003). *The Internet and the Iraq war: How online Americans have used the Internet to learn war news, understand events, and promote their views*. Available at: <http://www.pewinternet.org/reports/toc.asp?Report=87>

Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: homesteading on the electronic frontier*. Available at: <http://www.rheingold.com/vc/book/>

Standage, T. (1998). *The Victorian Internet: the remarkable story of the telegraph and the nineteenth century's on-line pioneers*. New York: Walker and Co

Zurwski, N. (2000). *Virtual Ethnicity. Studies on Identity, Culture and the Internet*. Available at: <http://www.uni-muenster.de/PeaCon/zurawski/veengl.html>