

Virtuális együttlét, valós siker: az online közösségek

„Szeretteink kézzől kézre járnak
szeretteink szerettei lesznek
így válván duplán hozzánk tartozóvá”
(Papp Mária: Akár egy család)

Az internet segítségével virtuálisan leképezhetők társadalmi életünk legapróbb mozzanatai, a személyes kapcsolattartástól a gazdasági, illetve a politikai szerepvállalásig. A hálózat jelleg egy időben nemcsak két, hanem több ember kommunikációját is lehetővé teszi. Ennek segítségével naponta jönnek létre és szűnnek meg újabb online közösségek. Mitől lesz sikeres egy közösség? Melyek azok a faktorok, amelyek működőképessé teszik a virtuálisan létező közösségeket? Technológiai vagy szociálpszichológiai tényezőkön múlik-e a siker?

Az online közösségek kialakulása szorosan összefügg az információtechnológiai eszközök fejlődésével, amelyek az emberi kommunikáció legváltozatosabb formáihoz nyújtanak alkalmas keretet. A korai szövegalapú kommunikációtól a mai hang- és videoalapú technológiákig számos lehetőség nyílik a számítógépes kapcsolattartásra, melynek elterjedését és változatos alkalmazásait az internet széles körű használata segítette elő. Ez egy új társadalmi közeg kialakulásához vezetett, amely szoros kölcsönhatásban van „hagyományos” világunkkal. Egyfelől meglévő baráti, családi, üzleti kapcsolataink ápolásának lehetőségei bővültek, másrészt a fizikai tér leküzdésével új ismeretségre tehetünk szert – viszonylag csekély kockázattal vállalkozással –, melyek később akár valós, személyes kapcsolatokká válhatnak.

Tapscott „Digitális gyermekkor” című könyvében internetgenerációnak nevezi azt az új korosztályt, amelyet már mindinkább a digitális média vesz körül. Számukra teljesen természetes, hogy ezeknek az eszközöknek a segítségével szerzik tudásukat, alakítják környezetüket, és ennek alapján határozzák meg társadalmi identitásukat. Az internetet szórakozásra, tanulásra, kommunikációra és vásárlásra használják. Természetes módon a kapcsolatrendszerük is a hálózaton keresztül bővül.¹

Howard Rheingold ezt a jelenséget még virtuális közösségnek nevezte, és így definiálta: a „virtuális

közösségek olyan társadalmi gyülekezetek, amelyek az interneten tűnnek fel, ha ehhez elég ember a megfelelő emberi érzésekkel nyílt beszélgetést folytat, és személyes kapcsolatok hálóját alkotja a kibertérben.”² Ma már azonban az amerikai szakirodalomban elterjedtebb az *online közösség* kifejezés, amely nem zárja ki, hogy ezek valós közösséggé is alakulhatnak.

Az online közösségeknek még nincs elfogadott definíciójuk, de Preece³ nyomán az online közösség összetevői a következők:

- *emberek*, akik azért érintkeznek másokkal, hogy saját igényeiket kielégítsék, vagy valamilyen közösségi szerepet – vezetést, illetve moderálást – vállaljanak;
- *közös szándék/cél*, mint például az azonos érdeklődés, információcsere igénye, vagy olyan szolgáltatás, amely a közösség létrejöttéhez nyújt alapot;
- *alapelvek* hallgatólágos feltevések, rituálék, szabályok és törvények formájában, amelyek az emberek interakcióit irányítják;
- *számítógépes rendszerek*, amelyek lehetővé teszik és közvetítik a szociális interakciókat, és elősegítik az összetartozás érzését.

Ezek alapján többféle online közösséget ismerünk, melyek funkcióik szerint hasonlóak, de a technológiai megvalósítás alapján pontosan elkülöníthetők egymástól.

Aszinkron kommunikációs technológiák

Ezeknél a kommunikációs technikáknál az üzenetváltáshoz nem szükséges a kommunikáló feleknek egy időben jelen lenniük.

E-mail (elektronikus posta)

A legkorábbi, és ma is a leggyakrabban használt kommunikációs eszköz az interneten, melyet az ARPANET projektnél dolgozó *Ray Tomlinson* talált fel 1971-ben. 1975-ben vált lehetővé először az adott időben egyszerre több embernek szóló üzenetküldés. Az átszivárogtató rendszerek egyesével továbbítják az üzeneteket, kivonatokat, melyek üzenetek listáit tartalmazzák kronologikus sorrendben.⁴

Listaszerver (listserver)

Olyan elektronikus fórum, amely az üzenetek szétosztását végzi. Általában egy vagy több levelező csoport adminisztrációját látja el.⁵

Bulletin board (üzenőfal)

A hagyományos üzenőfalak elektronikus metaforái, ahol az emberek üzeneteket helyeznek el, de különböző időkben tekintik meg őket. Az üzeneteket tematikusan összekapcsolják. Az első üzenet van legfelül, a válaszok érkezésük időrendjében alatta találhatók.⁶ Ezek egyik formája az *online fórum*, amely témák szerint szerveződik. A felhasználók érdeklődési körüknek megfelelően kapcsolódnak be a különböző fórumokba, melyekben regisztráció után szólhatnak hozzá a vitákhoz. A témák hierarchikusan kategóriákba rendeződnek, ezen belül egyes részletkérdéseket lehet megvitatni. (Az internetes szóhasználatban ezeket „topikok”-nak [topic] nevezik.) Az egyes témákat a közösség tagjai vetik fel, ehhez érkeznek a hozzászólások. Az a szabály, hogy egyszerre csak egy felhasználó beszélhet, a többiek egymás után reagálhatnak saját felhasználói nevükön (nick name).⁷

UseNet (User's Network News Service)

Az internet egyik legrégebbi alkalmazása; témakörök szerint felosztott hírcsoportokon alapulnak (newsgroups), melyeknek tagjai hirdetőtáblákon (news-server) keresztül értekeznek egymással. A rendszer nem kereskedelmi, minden hír ingyenes, a reklám viszont tilos.⁸ 1984-ben itt jelentek meg

először a moderált hírcsoportok. Az első nem technikai online közösség a *WELL (Whole Earth 'Lektronic Link*, <http://www.well.com>) 1985-ben kezdte meg működését.⁹ *Gaffin* a UseNetet világméretű találkozóhelynek nevezi, melyet a korai időkben sokan „A Hálózatnak” tekintettek. A témák változatosságát a hírcsoportok többezres száma igazolja. Technikailag minden üzenetet csak egy helyen tárolnak: <http://www.usenet2.org/>, függetlenül attól, hogy hány jogosultsággal rendelkező felhasználó olvassa.¹⁰

Blog

A blog a „WebLog” (webnapló) kifejezés rövidített formája. Ez olyan weboldal, ahova egy vagy több szerző bejegyzéseket tesz, amelyek időrendben rendezve jelennek meg. A bejegyzések általában rövidke, és valamilyen, a hálózaton található tartalomra utaló ugrópontot tartalmaznak, de léteznek más formájú blogok is. A blog lehet egyetlen személy, vagy egy szűk szerkesztői csoport egyirányú kommunikációs felülete. Kialakulása a World Wide Web elterjedésének korai szakaszára tehető. Akkoriban a keresőszolgáltatások még igencsak kezdetlegesek voltak, egyes honlapok megtalálása komoly munkát igényelt. A megtalált csatolóknak nagy volt a jelentőségük, ezért gondosan tárolták őket a web szörfösei. Az első weblogok így megtalált ugrópontokat tartalmaztak egy weboldalon: a legfrissebbet legfelül, mellettük rövid megjegyzéssel fontosságukról, érdekességükről. A személyes blogoknak törzsolvasótáboruk van, akik napi rendszerességgel olvassák a bejegyzéseket, egyfajta különleges híroldalként vagy szappanoperaként. A blogkészítők sokszor egymás naplóit olvassák, és reflektálnak is egymásra saját naplóikban. A blog egy másik formája a híroldalak szerkesztése. Ezek nem személyes hangvételűek, inkább valamely téma köré csoportosulnak, melyeket a hozzá tartozó fórumon az olvasók hosszasan vitatnak.¹¹ A hazai blogélet fontos kiinduló állomása a www.blog.lap.hu, ahol a bloggal kapcsolatos minden információt megtalálhatunk: hogyan készítünk saját blogot, illetve megtekinthetjük a már létező oldalakat.

Szinkron kommunikációs technológiák

Ezeknél a technológiáknál az üzenetváltáshoz a kommunikáló feleknek egy időben kell jelen lenniük. A párbeszéd gyors és rövid közleményekből állnak.

Chat

A „chat” (cset) levelező csevegés az interneten.¹² Olyan szolgáltatás, amelynek segítségével a résztvevők valós idejű beszélgetést folytathatnak. Ezt chatszoftverek teszik lehetővé, amelyek általában több felhasználó egyidejű jelenlétével rövid üzenetek elküldésére alkalmasak, míg a chat-weboldalak akár azonnal is megjelenítik a beírt szöveget. A szoftvereknek kiegészítő szolgáltatásai lehetnek: határidőnapló, figyelmeztetés a barátok születésnapjának időpontjára stb.¹³ *Jarkko Okarinen* 1988-as találmánya az *IRC (Internet Relay Chat)* több csatornán oldja meg a szöveges társalgás lehetőségét. Az ismerősöknek privát üzeneteket is lehet küldeni, amit a többiek nem látnak. Ezt nevezik „suttogás”-nak. A csevegőszobák (chatroom) sokszor zajosak, többen beszélnek egyszerre. Az üzenetek egymás után sorokban (string) jelennek meg, sok résztvevő esetén viszont nehéz követni a témákat. *Kuntner* szerint a csevegés rendkívüli módon időrabló, ugyanakkor szórakoztató, és társas kapcsolatokat fejlesztő tevékenység.¹⁴ Talán az utóbbiakban rejlik hihetetlen népszerűsége.

Instant Messaging

A „szöveges terefere” azonnali üzenetküldésen alapuló módszer. Működésének feltétele, hogy a kommunikáló felek időben egyszerre legyenek regisztrálva ugyanazon az üzenetküldő programon, a résztvevők hálózati helyét pedig egy központi szerver tartja nyilván. Hasonlít a csevegőprogramokhoz, csak a beszélgetésbe vont személyek köre korlátozott.¹⁵ Általában nagyobb elektronikus levelezőrendszerek – AOL, MSN, Yahoo Messenger – szolgáltatásai közé tartozik; az ICQ és az AOL Messenger tette népszerűvé. Előnye, hogy nagyon gyors, és a résztvevők ellenőrizni tudják partnereiket.¹⁶

Az ICQ (I seek you = Kereslek) az izraeli *Mirabilis* által kifejlesztett újszerű csevegés az interneten; feltétele a feliratkozás, ami után minden résztvevő kap egy úgynevezett UIN-t, Univerzális Internet Számot (Universal Internet Number). A csevegők egy külön kliens-szoftver segítségével egy speciális szerveren, illetve hálózaton keresztül kommunikálnak egymással. A rendszer egyik jellegzetessége, hogy a számítógép bekapcsolásának percétől tudni lehet, hogy kik vannak ugyanabban az időpontban a hálózaton, és nyomban kapcsolatba lehet velük lépni csevegés, levélküldés, állományok küldése, játék stb. céljából. A rendszer másik

tulajdonsága, hogy a „háttérben” fut, tehát egyidejűleg böngészhetünk is a világhálón.¹⁷

Wiki

A Wiki Wiki Web nyílt forráskódú, együttműködésen alapuló szervertechnológia, amely lehetővé teszi a HyperTex alapú oldalakhoz való hozzáférést, azok böngészését, szerkesztését valós idejű környezetben.¹⁸ Olyan honlap, amelynek oldalait bárki könnyen tudja módosítani, sőt újabb oldalakat adhat hozzá a már meglévőkhöz. A Wiki mögött álló kollaboratív technológia megreformálta a hagyományos, csupán egyirányú kommunikációt jelentő, korábbi webes publikálás eszköztárát. Az első hallásra kaotikusnak tűnő ötlet meglepő közösségeket, és különösen gazdag tartalmat eredményez. Az első Wiki Wiki Web oldalt *Ward Cunningham* hozta létre 1994-ben. A Wiki Wiki kifejezés a hawaii őslakosság nyelvén „nagyon gyors”-at jelent, amivel Cunningham az oldalak módosításának, és új oldalak hozzáadásának sebességét próbálta jelezni. Gygekezett megoldani a fejlesztő technikai dokumentációk változékonyságának problémáját. Rendszere azon az elven alapul, hogy az oldal olvasása, és annak módosítása között nagyon gyors és könnyű legyen az átmenet. Ezért a Wikioldalakot webböngészőn keresztül lehet szerkeszteni és megnézni. Az oldalak szerkesztése egy nagyon egyszerű, pusztán szöveges formázáshoz hasonlít. Az oldalak közötti utalás (link) létrehozásához csupán a céloldalt kell megnevezni adott szövegen belül. Így az oldalak közötti navigáció kézenfekvővé válik. A Wikirendszer további sajátossága, hogy megőrzi az egyes oldalak összes változatát. Így ha nemkívánatos változás történik, gond nélkül vissza lehet térni egy korábbi változatra. A Wiki szerkesztői és olvasói általában ugyanazon csoportba tartoznak. Wiki-elvekkel és -technológiával működik a *Wikipedia* nevű, nyílt hozzáférésű online lexikon, a háló egyik legnépszerűbb pontja: <http://www.wikipedia.org>.¹⁹

Közösségi hálózatok – új örület: az iWiW

A társasági hálózatok, a *social network*ök szintén közös érdeklődés, ismeretség köré szerveződnek. A legnépszerűbb kategóriák az üzleti, baráti, párkereső, fotós, háziállatos, szabadidős oldalak. Hazánkban jelenleg a legnagyobb közösségi oldal az iWiW: <http://iwiw.hu>, amelyet *Várady Zsolt* indított útjára 2002. április 14-én az angol „who is who” szavak kezdőbetűinek összevonásából WiW néven. A téma köré szerveződő online közösségektől

eltérően az iWiW a már meglévő baráti, illetve laza ismerősi kapcsolatok ápolását segíti elő, amelyeket akár egyéni gazdasági célokra is fel lehet használni. A rendszer gondoskodik a megszokott online kommunikációs formákról: egyéni és csoportos üzenetküldés, fórum. A kezdeti siker olyan elsőprő volt, hogy az eredetileg 700 főre tervezett technológiával induló rendszernek jelenleg több mint 500 ezer eredeti nevű regisztrált felhasználója van, közöttük mintegy 15 millió feltárt kapcsolattal. Az új változatban a tizenhat nyelvű elérhetőség mellett legalább olyan fontos újítás a városok szerinti szerveződés, amely lehetővé teszi, hogy az új WiW a lokális közösségek globális hálózata legyen. Hogy teljes legyen az online jelenlét, az iWiW-ről olvashatunk a Wikipédiában.

A legtöbb, mintegy 40 millió résztvevőt regisztráló hálózat az iWiW-hez hasonlóan a meghívásos rendszerű, döntően baráti alapon szerveződő, 12 nyelven elérhető, 2004 januárjában elindult észak-amerikai eredetű *Orkut* (<http://orkut.com>), melyet a Google üzemeltet. Az Orkut felhasználóinak jelenleg 75%-a brazil. Az internetes társasági hálózatokkal és az ezeket működtető szoftverekkel foglalkozó <http://socialsoftware.weblogsinc.com/sns-meta-list/> jelenleg 380 ilyen weboldalt tart számon.²⁰

Az online közösségek mögött álló technológia és az online jelenlét

A World Wide Web 1991-es születésétől fogva ösztönözte a weboldalak széles körű használatát. Ez hatással volt az online közösségek különböző formáinak bővülésére is. Az 1990-es évek elején elterjedtek az online szerepjátékok (gaming worlds), mint például a *Doom*, *Quake*, *Everquest*. Ebben a játékosokat kis figurák jelenítik meg, a fejlettebb változatokban már háromdimenziós környezetben, a mozgásokat pedig életszerű hanghatások követik. A játékprogramok nagyban hozzájárultak a számítógépek fejlődéséhez is, amelyek egyre gyorsabb processzorokat, nagyobb memóriát és szélessávú, gyors internetcsatlakozást igényeltek.²¹ Az MP3 amerikai szabadalmát 1995-ben ruházták át a *Fraunhofer* német cégre, s ennek nyomán megnőtt a zenei állományok küldése és cseréje. Ez a nyílt forrású működés is motiválta a *Slashdothoz* hasonló, erősen technológiai elkötelezettségű közösségek létrejöttét. Kváziközösséget teremtő képességük miatt említést érdemelnek a fájlcsere, vagy más néven adatmegosztó rendszerek (pl. Napster, Kazaa).

Az internetes telefonálás, streaming videó, fényképek, zenei állományok, blogok és Wikik mind elérhetők a mai gépekről, és használhatók az online közösségek céljaira. Egyedüli kihívást a kisebb sávszélesség és az egyszerűbb technológia jelenthet, így a weboldalakot úgy kell kialakítani, hogy megjeleníthetők legyenek a különféle alkalmazásokban és sávszélességeken. A *Microsoft Netmeeting* konferenciaszoftver több felhasználó együttes munkáját teszi lehetővé. A résztvevők hangot, animációt és gépelt szöveget tudnak egymásnak küldeni. Mód van fájlok átvitelére, és közösen dolgozhatunk dokumentumokon. Mind helyi hálózaton, mind az interneten használható alkalmazás.²²

Az évek során sokat változott az online közösségeket kiszolgáló technológia, de a legszembetűnőbb változás a felhasználók összetételében történt. Az első közösségek a felsőoktatásban és az irodai környezetben alakultak ki, amelyek azonos céllal, tapasztalattal és szoftverrel kommunikáltak. A 1990-es évektől a web kínálta olcsóbb hozzáféréssel, és néhány sikeres hálózati szolgáltató segítségével folyamatosan és széles körben terjed az internethasználat. Magyarországon ez napjainkban válik tömegessé.

A távolságok leküzdése új társadalmi teret nyitott az emberi kommunikáció számára. A „harmadik színtérként” is emlegetett virtuális tér az otthoni és munkahelyi környezeten kívüli szociális interakciók lehetőségét teremtette meg. A kibertérben új közösségek alakulnak, amelyek elsősorban a közös érdeklődés alapján szerveződnek. Az internet átalakította a tudósok és üzletemberek munkastílusát, elősegítette a tapasztalatcserét és a problémamegoldást. A Linux operációs rendszer rendszermagjának feltalálása is egy jól működő közösségnek köszönhető. Így jöttek létre az online egészségügyi közösségek is, melyek tagjai személyes tapasztalatokkal és tanácsokkal segítik egymást. De ennek ellenkezője is megtalálható: a „gyűlöletcsoportok” (hate groups) bombák és egyéb káros eszközök gyártásához adnak tanácsot, és árulnak más kellékeket: könyveket, pólókat, poszttereket stb.

A közösségek tagjai az élet különböző területeiről és kultúrköréből jönnek. A világ minden pontjáról találhatók felhasználók, különösen az olcsóbb kézi berendezések elterjedésével. Ezzel párhuzamosan megindult az internethasználat tudományos vizsgálata az információtechnológia és az informatika területén, az egyetemeken és kutatóközpontokban.

A kezdeti kutatásokban még különleges szerepet tulajdonítottak az online közösségeknek, de ahogy egyre több ember életét szövi át a háló, annál kevésbé fontos megkülönböztetésük a valódi közösségektől.²³ Az információtechnológia által nyújtott új kommunikációs lehetőségek fogadtatása kezdetől fogva nem volt egyértelmű. Egyfelől ünnepték a tartózkodási hely és a közösségformálási képesség függetlenedését, azaz a távolságok leküzdésével kialakult új közösségek létrejöttét, másfelől a pesszimistább megközelítés szerint az egyén társadalmi elszigetelődését jósolták. Ebből a szempontból a legveszélyesebbnek a szerepjátékokat és a csevegőszobákat tartották, hiszen ezekben a személyiség teljes homályába burkolózva alakulnak ki intim/baráti kapcsolatok. Az egyén akár neme és valódi tulajdonságai megváltoztatásával vesz részt az interakciókban. Ha úgy akarja, soha nem tárul fel valódi énje. Különösen veszélyes lehet ez a magatartás kialakulatlan, illetve beteg személyiségek esetén. *Nancy Baym* vizsgálata azonban kimutatta, hogy a felhasználók többsége az offline személyiségével összeegyeztethető online karaktert teremt magának.²⁴ *Patricia Wallace* pedig arra utalt: ha alapvetően megváltoztatjuk tulajdonságainkat, valójában csak játszunk identitásunkkal, ami adott esetben növeli az empátiát, és fontos része a személyiségfejlődésnek. Sokkal nagyobb a valószínűsége annak, hogy online környezetben félrevezzessenek, mivel a metakommunikáció hiányában inkább a megérzéseinkre kell hagyatkoznunk. A szavahihetőséget pusztán nyelvi eszközökkel lehet ellenőrizni. Az őszinte emberek feltehetően közvetlenebbek, világosabban fogalmaznak, szóhasználatuk egyénibb és tárgyyszerűbb, bár ennek megítélése is bizonytalan. Ha a résztvevő megérzi a vele szembeni gyanakvást, nyomtalanul eltűnhet anélkül, hogy komolyabb hátránya származna belőle.²⁵

Az internet megjelenésével a társas interakciók új mintája alakult ki. Egyfelől hagyományos kapcsolataink ápolását egészítjük ki elektronikus levelezéssel és azonnali üzenetek küldésével, másrészt újakat építhetünk az azonos érdeklődés mentén szerveződő fórumokon vagy levelezési listákon. A pozitív hatások mellett érvelt Howard Rheingold „A virtuális közösség” c. könyvében (vö. 2. jegyzet), amelyben az internet a kapcsolatépítés új médiumaként jelenik meg. Az új közegben támogató és baráti kapcsolatok alakulhatnak ki, és valóságos barátságok is létrejöhetnek. Többek között Rheingold közreműködésével jött létre a kezdetben San Francisco környékén működő WELL, mely mára jelentősen átalakult témái és résztvevői

tekintetében (vö. 9. jegyzet). Napjainkban is rengeteg új közösség alakul, és tűnik el nyomtalanul, attól függően, hogy milyen céllal hozzák őket létre, és milyen téma köré szerveződnek. Az ily módon mesterségesen kialakított virtuális közösségi teremben a valóságoshoz közeli emberi viszonyulások és kapcsolatok keletkeznek, azzal a feltétellel, hogy az egyének akár az ismeretlenség homályába burkolózhatnak. Nemcsak a személyes találkozáskor kialakuló első benyomást kénytelen az ember mellőzni, hanem akadhatnak olyanok is, akik végig teljesen ismeretlenek maradnak, vagyis csak olvassák az üzeneteket, de nem aktív résztvevői a kialakult párbeszédnek. Őket a szakirodalomban leselkedőknek vagy rejtőzködőknek (lurkers) nevezik. Aktív résztvevőknek azok a személyek tekinthetők, akik gyakran küldenek üzeneteket a közösségnek. Ezek általában a hétköznapi kapcsolataikban is hasonló aktivitást mutatnak. Az online közösségekben ugyanolyan csoportdinamikai folyamatok játszódnak le, mint a valódi életben.

Fontos azonban megjegyezni, hogy ezeket a szövegalapú, online környezetben zajló párbeszédet a verbális kommunikáció hiánya, vagy korlátozott jelenléte jellemzi. Az online közösségek elemzése során kiderült, hogy a fizikai jelenlét hiányát több kutató is problémaként regisztrálta, amelyet a kis képi szimbolikus megjelenítések (avatar) segítségével igyekeztek kiküszöbölni, de eleinte csak pár résztvevőt tudtak adott időben megjeleníteni. Azóta különböző eszközöket találtak fel a probléma áthidalására, melyek a résztvevőket felelősségérzettel töltik el.²⁶ A fejlődés egyik fontos állomása az érzelmeket kifejező arcocskák (smiley vagy emoticon), melyek a szöveges üzenetek szenvtelenségét vannak hivatva érzelmileg árnyalni. Történetileg ezek írásjelekből (ASCII kódok) álltak, melyek közül az alábbiak ma is népszerűek: „mosolygó: :-), kacsintó: ;-), szomorú: :-(“). Mára ezeknek gazdag és színes tárháza található a különböző levelezőrendszerekben, fórumokon és chatszobákban. Néhány példa a Yahoo-tól, melyekhez hasonló figurák rövid animációk formájában ma már az online kommunikáció természetes eszközei:



Tapscott az írásbeliség új korszakáról beszél, amelyben ismét felértékelődik az írott nyelv szerepe a vizualitással szemben. Azóta nyelvészek

csoportjai foglalkoznak az internetes szóhasználat a szociolingvisztika új területeként. Susan C. Herring mutatott rá, hogy bár ez írásos kommunikáció, mégis közelebb áll a beszélt nyelvhez, mert gyors információcserét tesz lehetővé, speciális szóincse van, és különböző műfajokban valósul meg. Bódi Zoltán az internetes kommunikációt „írott beszélt nyelvnek” nevezi. Sajátos rövidítések, mint pl. az „5let” vagy az „1 pill”, már átszivárogtak az SMS nyelvbe.²⁷ Umberto Eco jóslata szerint a jövőben akár szenvedélyes szerelmi üzenetek is ezen a redukált nyelven íródnak, ami a csevegőszobák és ismerkedőhelyek világát ismerve nem is olyan elképzelhetetlen.

Mitől lehet sikeres egy online közösség?

A fejlesztők és a kivitelezők az online közösségek sikerességének összetevőit általában a következőkben határozták meg:

- **Minimális tömeg** (critical mass). A közösség fenntartásához minimálisan szükséges aktív tagok száma. Ezt az elvet az interaktív média kapcsán alkalmazta Markus 1987-ben. Ugyanakkor a minimális tömeg elég megfoghatatlan, és nehezen határozható meg konkrét számban. Inkább olyan változónak tekinthető, amely a közösség típusától függ, és elengedhetetlen a közösség fenntartásához.
- **A részvétel szintje** azért fontos, mert ha a közösségnek sok tagja van, de csak néhányan aktívak a vitákban, akkor ez hibának számít a tagok megnyerése szempontjából. Ennélfogva a siker záloga a lesemkedés csökkentése, új tagok bevonása a vitákba, valamint az interakciók elősegítése. Ugyanakkor a túl sok interakció káoszhoz vezethet a közösség tagjainak létszámától függően. Minél nagyobb a közösség, annál kevésbé vehető észre a lesemkedés.
- **A kölcsönösség szintje** Rheinholt szerint kulcsfontosságú jellemző, mert ha egy tag gyakran kap segítséget anélkül, hogy valaha is viszonyozná azt, komolyan veszélyeztetheti a közösség életképességét.
- **A közösségi jelenlét támogatása** a sikeres online közösség lényeges tényezője. Az online közösségi jelenlét az elérhetőség, az ismertség és a felelősség érzetét adhatja, ami a társas interakciók három alappillére. A megjelenítés mutatja a csoport hozzáállását, és összehozza azokat a személyeket, akiknek fontos a közösség. Az identitás alapvető építőeleme a közösségi jelenlétnek, és összehangolja az emberek interakcióit. Az egyén hovatarozásának ismerete minden kapcsolatban elengedhetetlen.²⁸

Közösség a fejlesztők és a tervezők felfogásában

Az online közösségek tervezési ajánlásai 1984-ig nyúlnak vissza. Axelrod három alapelve inkább esztétikai és közösségi ajánlásokat tartalmazott. Azt javasolta, hogy a fejlesztőnek úgy kell elrendeznie a teret, hogy a tagok újra tudjanak találkozni, fel kell ismerniük egymást, és fontos, hogy tudjanak egymás viselkedéséről a csoportban. Ostrom ehhez olyan konkrét ajánlásokat tett hozzá, mint pl., hogy a közösségre vonatkozó szabályokat világosan meg kell határozni, felügyelni kell a tagok viselkedését, és ha szükséges, szankciókat kell alkalmazni. Goodwin kilenc alapvető javasolt az online közösségek működéséhez. Ezek közül kiemelt fontosságú a *szoftver*, amely elősegíti a kommunikációt, valamint a *szabályok betartása*, különös tekintettel az üzenetek hosszára és a moderátor viselkedésére. Azt javasolja, hogy az üzenetek hosszát ne korlátozzák. A moderátor feladatai közé tartozik: az aktív kommunikációt folytató, a vitafórumot népszerűsítő tagok bevonása, továbbá a szabálysértők felszólítása, ugyanakkor nem helyesli a moderátoroknak a vitában való részvételét. Néhány kutató szerint fontos a közösség történetének követése, mert a folyamatosság érzését adja.

A professzionális tervezők és fejlesztők egyetértene abban, hogy egy közösség megtervezése előtt hasznos lehet saját közösség létrehozása. Egy korábbi kutatás középpontjában a célközönség megértése állt: „Kinek tervezzük?” Ennek felmérését kérdőívekkel érdemes elvégezni. Kim szerint a cél vagy a szándék a legfontosabb szempont, ami egy közösség sikeréhez vezethet, és azt is hangsúlyozza, hogy a közösség fokozatos kibontakozása során a tervezőnek készen kell állnia a cél módosítására a fejlődő közösséghez való illeszkedés érdekében. A tervezőnek meg kell határozni a létrehozandó közösség típusát, de ehhez meg kell értenie a célközönségét. Kim alapelvei közül az egyik Maslow szükséglet hierarchiájából származik. Maslow azt állítja, hogy az egyénnek először az alapvető szükségleteit kell kielégítenie az önmegvalósításhoz. Az online közösségek esetében az alapvető pszichológiai szükséglet a rendszerhez való hozzáférés, ami lehetővé teszi az egyén részvételét, és identitásának kialakulását a közösségben. Az önmegvalósításhoz pedig szükséges a közösségi szerepvállalás, ami fejleszti a jártasságot, és új lehetőségeket nyit.

Powazek szerint a *tartalom* a legfontosabb szempont az online közösség sikere szempontjából, mivel odavonzza az embereket, és folyamatosan arra készteti őket, hogy visszatérjenek. A következő lépés a tervezésnél, hogy rugalmasan, egyszerűen, olvashatóan, szépen és a közösség céljainak megfelelően alakítsák ki. A kivitelezésnél nem kell feltétlenül flash technológiát alkalmazni ahhoz, hogy a közösség sikeres legyen. Powazek kijelenti, hogy a kivitelezésnek elsősorban ahhoz kell alkalmazkodnia, hogy hogyan határozza meg a közösség jellegét: vitafórum-e vagy csevegőszoba. A vitafórumot nem egy „szélső gombnál”, hanem az oldalon egyenrangú pontként kell elhelyezni, hogy elősegítse a kommunikációt. A „házi rendet” jól kell megalkotni, és be kell tartatni, hogy a közösségbeli stabilitást fenn tudjuk tartani.²⁹ Ahogy nő a közösség, a tagok véleményét, ötleteit és vágyait be lehet építeni az oldal kivitelébe, de jól kell moderálni, hogy a gyenge minőségű anyagokat kiiktathassuk. Powazek szerint a kommunikációhoz jó kivitelű szoftvert kell használni, de ahhoz, hogy a rendszer konzisztens megjelenítését az egész oldalon keresztül ellenőrizni lehessen, tanácsosabb a saját programunkat használni, ahelyett, hogy vásárolnánk egyet.

Nielsen a weboldalak tervezéséről írott könyvében minden esetben a gyorsaságot helyezi előtérbe, amihez kis oldalméret, minimális grafika és multimédiás megoldás szükséges. Az oldalakon a navigáció és az elrendezés legyen felhasználóbarát. Fontos a fogyatékos felhasználók iránti megkülönböztetett figyelem is.³⁰

Preece és Kim szerint jó stratégia, ha az oldalon lehetőség van érzelmet kifejező arcok, figurák, helyettesítő szimbólumok és fényképek használatára, mert a tagoknak módot nyújt identitásuk kialakítására, és személyesebb megjelenésükre a közösségben. Kim arra biztat, hogy a közösségi identitás kialakítása érdekében minden egyes tagnak külön profilt képezzünk ki, ami a tagok közötti bizalomépítést általánosan ösztönzi, hogy mindenkinek világos a hovatartozása. Powazek szerint az intimitás szintén alapvető a közösségépítésben, mivel elősegíti a bizalmat, a megbecsülést és az őszinteséget. A bizalom kialakulását úgy is ösztönözhetjük, hogy betervezzünk egy elfogadható szintű szűkösséget és kockázatot, mert ez rákényszeríti a közösséget arra, hogy kezelje a vészhelyzeteket. Preece szerint a bizalom kulcsfontosságú a közösség életének összetartásában, mert olyan közösségi erőforrás, amely segít a közösség fenntartásában. Ez a közösségi vagyoni együttműködésre

sarkallja a tagokat, és elősegíti az interaktivitást, ami a közösségi élet zökkenőmentes működésének alapja. A közösség építésében fontos szerepet játszik a technológia, amelynek a meglévő emberi igényeket kell kielégítenie. Ahhoz, hogy ez sikerüljön, a közösségi oldalakat mindenki számára elérhetővé kell tenni, tekintet nélkül a jövedelemre, társadalmi osztályra, nemre és képzettségre. Ehhez az olcsó hardverek és szoftverek gyártását kellene ösztönözni.

Egy másik, webtervezéssel foglalkozó tanulmány 51 weboldal mennyiségi elemzése alapján kimutatta, hogy a szakképzett tervezők által javasolt irányelvek pontos statisztikai elemzés mellett érvényesek. Az eredmények szerint hét irányelvet kell követni, beleértve a szakember megbízhatóságának jelzését. A web hitelességi felmérését egy online közösség tagjai között végezték. Az eredményeket nyolc szerkesztési elv köré csoportosították: a valódiság érzete, egyszerűsített használat, szaktudás, megbízhatóság, átalakítás, kereskedelmi alkalmazások, amatőrizmus, néhány személyes elem. Ezekből a kutatók hét tervezésre vonatkozó következtetést vontak le.

Végül, az online közösséget állandóan gondozni kell, hogy a folyamatos növekedés és fejlődés kialakulhasson. Az online közösség építése nehéz, szakadatlan munka, és nagyon sok erőfeszítést igényel a fejlesztő részéről.³¹

Az online közösség sikerességének záloga

Ahogy ezt az előzőkből láthattuk, minden egyes tervezőnek és fejlesztőnek különböző elképzelése van arról, hogy mit kell tennünk egy online közösség sikeressége érdekében. Kim és Preece a *célt* és a *szándékot* találják a közösség tervezési kulcsának. Powazek szerint a *tartalom* köré szerveződik egy közösség. A tartalom és a szándék szorosan kapcsolódnak egymáshoz, mert ahhoz, hogy a tartalom sikeres legyen, egy bizonyos célt kell szolgálnia. Kollock a következő elemeket tekinti meghatározónak: az identitás folytonossága, kidolgozott rituálék, belső gazdaság pénzügyi rendszerrel, tulajdonjogok, a közösség történetének gazdag dokumentálása, a terület közös érzékelése, közvetlen kommunikáció annak köszönhetően, hogy az egyénnek a legtöbb helyre a kockázat csökkentésével kell belépnie.

A közösség sikerének elérése érdekében nagy jelentőségű az igények felmérése. Ráadásul egy közösség gondozása folyamatos, melyet a közös-

ség fennállása során végig el kell látni. A kivitelezés és a használhatóság tesztelése szintén kulcsfontosságú, mert ezeknek a feltételeknek a közönség igényeit kell szolgálniuk.

A részvételen alapuló, közösségközpontú fejlesztés megoldja, hogy a tagokat meghallgassák, ötleteiket és vágyaikat beépítsék a dizájnba. Kim ugyanakkor figyelmeztet arra, hogy az emberek pontatlanok saját vágyaik megfogalmazásában, ezért inkább azt javasolja, hogy a fejlesztők figyeljenek a „párbeszédes visszacsatolásra”, amit a felmérésekben, interjúkban lehet olvasni, valamint építsenek a „viselkedési visszacsatolásra” a feljegyzések és megfigyelések alapján. A kommunikációs szoftver kiválasztásakor is a közösség igényeit kell figyelembe venni.

Hazai vizsgálat

A hazai vizsgálathoz egy olyan fórumot kerestünk, amelynek küldetése a véleménycserén túl egymás segítése, és az üzenetek száma alapján nagyon aktív. A kutatás kritériumainak leginkább a *BabaNet* honlap *Társalgója* felelt meg, amelynek tagjai többnyire 26–35 év közötti nők, többségük aktív résztvevője a közösségnek. Gyakori az üzenetek napi többszöri olvasása, kisebb mértékű a hozzászólások intenzitása. A fórumnak rengeteg hűséges tagja van, de folyamatosan vonz újakat is. A hazai adatgyűjtést *Komlódi Anita*, az *University of Maryland*, Baltimore County (UMBC) információs rendszerek tanszékének adjunktusa kérésére végeztük el, ugyanannak a kérdőívnek a magyar változatával, amelyet az eredeti vizsgálat során használtak. A felmérést 2004 nyarán folytattuk a kérdőív online változatának segítségével. A kérdőív négy fő részből állt: az első rész a demográfiai adatokat vizsgálta, a második a használhatóságot, a harmadik a közösség működését, a negyedik pedig a sikerességét. A válaszadóknak az általunk megadott állításokat a nagyon fontostól az egyáltalán nem fontosig hétfokú skálán kellett értékelniük, illetve lehetőséget adtunk az egyéni vélemények kifejezésére is.

Használhatóság

A használóknak nagyon fontos a technológia problémamentes működése, gyorsasága, és az oldal jó elrendezése. Fontosnak találták a tájékozódás megkönnyítését szolgáló elrendezést, a konzisztenciát és a tájékoztató feliratokat (1. táblázat).

A válaszok alapján egy olyan hagyományos fórum megjelenése rajzolódik ki, amely lehetőleg téma szerint szerveződjön, és ne tagolódjon oldalakra.

Közösség

A válaszok alapján elmondható, hogy a fórum résztvevői számára fontos a közösség célja, a közösséghez való tartozás, a kapcsolatépítés, a viták, a szabályok betartása és a témák hasznossága. Az oly sokat vitatott arctalanság leleplezése nem lényeges, a tagok egyöntetűen elutasították az avatarok és fényképek szerepeltetését. A közösséget nem zavarja a vitákban való passzivitás. Az egymás közötti kapcsolatokkal szemben nincsenek konkrét elvárások, ezeknek sem túl felszíneseknek, sem túl szorosaknak nem kell lenniük. A moderátortól nem a vitákban való aktív részvételt, hanem a szabályok betartatását várják (2. táblázat).

Sikeresség

A közösség tagjainak többsége sikeresnek találta a Társalgót. Ennek összetevői közül a közös érdeklődést jelölték meg a legtöbben, ami a fejlesztők megítélésében is központi helyet foglal el (vö. Kim és Preece). Másodsorban a közösség összetételét, a tagok viselkedését tartották fontosnak. Harmadikként a hasznosságot jelölték meg, ami szintén elengedhetetlen összetevője a sikernek. Sokuk számára fontosak a személyes találkozókat, melyek pozitív hatással lehetnek a közösség összetartozására. Megemlítették még a nyitottságot, a toleranciát, az udvariasságot és a humort, amelyek kimaradtak a kérdőívből.

A fejlesztők szerint az online közösség sikerességéhez szükséges alapelveket a felhasználók másféleképpen értékelték:

- *a minimális tömeg* meglétét a felhasználók természetesen vették;
- *a részvétel szintjét* többen említették, ha a tagok aktivitását és viselkedését értik ezen;
- *a kölcsönösség szintjét* érdekes módon egyfelől nem tartották annyira fontosnak, vagyis a vitákban való aktív részvétel nem követelmény, másfelől a személyes találkozókat többen hasznosnak találták;
- *a közösségi jelenlét támogatása* a felhasználók számára is fontos, de elfogadják, hogy az online közösségnek nem feltétlenül kell hasonlítani a valódiakhoz.

1. táblázat

A használhatóságra vonatkozó adatok összesítése

	Nem fontos	Alig fontos	Kicsit fontos	Semleges	Valamennyire fontos	Fontos	Nagyon fontos	N/A	Összesen
Legyen könnyű az oldalon való tájékozódás	0% (1)	0% (1)	0% (2)	0% (2)	4% (15)	40% (163)	55% (228)	0% (0)	412
Az oldal elrendezése legyen intuitív, és könnyű legyen rajta eligazodni	0% (0)	0% (1)	1% (5)	2% (8)	8% (34)	41% (169)	47% (192)	1% (3)	411
Az oldal legyen bármikor elérhető	0% (0)	0% (0)	0% (1)	1% (4)	6% (24)	28% (114)	65% (267)	1% (3)	411
Könnyű legyen megjegyezni, honnan érkezem egy adott oldalra	5% (22)	2% (10)	1% (5)	12% (50)	18% (76)	30% (124)	28% (117)	2% (8)	411
Könnyű legyen a főoldalra visszatérni	1% (6)	2% (10)	3% (14)	12% (48)	20% (84)	34% (139)	26% (105)	1% (5)	411
Az oldalon legyen következetes a tájékozódás (minden oldalon azonos gombok jelenjenek meg)	2% (6)	1% (3)	1% (3)	7% (28)	20% (78)	47% (185)	23% (89)	1% (3)	395
A használt nyelv legyen ismerős	0% (0)	0% (0)	1% (2)	4% (14)	9% (34)	45% (179)	42% (165)	1% (2)	395
A használt ikonok legyenek ismerősek (példa: egy boríték képe az e-mailt reprezentálja)	3% (11)	2% (6)	2% (7)	10% (41)	19% (76)	40% (158)	24% (94)	1% (2)	395
A rendszer irányítása a résztvevők kezében legyen	7% (29)	6% (23)	3% (13)	22% (89)	25% (99)	25% (100)	6% (26)	6% (25)	403
A tagok legyenek képesek könnyen hozzájutni a fontos információkhoz	0% (1)	0% (2)	1% (6)	2% (9)	12% (49)	47% (189)	35% (143)	1% (4)	403
Az oldal gyorsan reagáljon a végrehajtott műveletekre	0% (0)	0% (1)	0% (0)	1% (5)	4% (18)	33% (135)	60% (243)	0% (1)	403
Az oldal megjelenése legyen következetes	0% (0)	0% (1)	0% (1)	3% (13)	10% (40)	47% (188)	38% (155)	1% (5)	403
A tájékozódáshoz szükséges gombok minden oldalon jelenjenek meg	1% (3)	2% (6)	1% (4)	7% (28)	16% (62)	46% (183)	28% (109)	0% (0)	395
A fórumoldal elrendezése szerveződjön téma szerint	1% (5)	1% (2)	2% (8)	4% (15)	15% (58)	43% (163)	33% (123)	1% (2)	376
A fórum egy oldalon sok üzenetet tartalmazzon, és ne tagolódjon oldalakra	10% (37)	2% (9)	3% (10)	22% (84)	18% (69)	25% (94)	13% (49)	7% (26)	376
Az oldal lassan reagáljon a végrehajtott műveletekre	35% (133)	5% (20)	4% (14)	8% (31)	3% (10)	2% (6)	3% (12)	40% (150)	376
Az oldal használatához adjanak meg utasításokat	8% (29)	6% (21)	11% (42)	13% (49)	26% (97)	26% (96)	9% (32)	3% (12)	376
Az oldal legyen hasznos	4% (16)	2% (7)	1% (4)	8% (30)	14% (52)	34% (128)	34% (126)	3% (13)	376

2. táblázat

A közösség működésére vonatkozó válaszok összesítése

	Nem fontos	Alig fontos	Kicsit fontos	Semleges	Valamennyire fontos	Fontos	Nagyon fontos	N/A	Összesen
A szabályok legyenek világosak	1% (4)	1% (5)	2% (9)	5% (17)	17% (64)	50% (184)	22% (81)	1% (4)	368
A szabályokat szembeűnően ismertessék az oldalon	5% (18)	6% (22)	5% (20)	15% (55)	26% (95)	30% (109)	12% (44)	1% (5)	368
A szabályokat tartassák be	1% (2)	2% (6)	5% (17)	8% (30)	16% (60)	37% (136)	31% (113)	1% (5)	368
A weboldal tartalmazzon értékes információkat és ugrópontokat	2% (7)	4% (14)	2% (8)	10% (37)	18% (67)	40% (148)	23% (85)	1% (3)	368
Az online közösség célja	2% (7)	1% (3)	2% (6)	12% (42)	23% (82)	42% (154)	14% (51)	5% (18)	363
A cél legyen világosan megadva	6% (20)	2% (7)	3% (10)	14% (52)	21% (75)	40% (145)	11% (39)	4% (15)	363
A cél a közösséggel együtt változzon és alakuljon	5% (19)	1% (2)	2% (6)	15% (54)	17% (63)	40% (146)	15% (56)	5% (17)	362
A cél legyen fontos a tagok életében	4% (16)	2% (8)	3% (10)	15% (53)	17% (61)	36% (129)	18% (64)	6% (21)	362
A fórum legyen a weboldal része	3% (11)	2% (8)	3% (9)	17% (59)	19% (68)	39% (139)	13% (46)	4% (13)	353
A vita témái legyenek érdekesek	2% (6)	0% (1)	1% (3)	7% (24)	15% (52)	49% (172)	24% (85)	3% (10)	353
A moderátorok aktívan vegyenek részt a vitákban	19% (68)	6% (22)	4% (14)	22% (78)	18% (63)	16% (58)	10% (34)	5% (16)	353
Rendszeresen vessenek fel új témákat	8% (28)	4% (13)	6% (21)	18% (62)	22% (79)	27% (95)	13% (46)	3% (11)	353
A fórumon szerepeljen a tagok képe	48% (165)	7% (25)	5% (18)	19% (67)	11% (37)	4% (13)	1% (3)	5% (17)	345
A tagok online szimbólumot használjanak saját maguk megjelenítésére (pl. egy rajz vagy más, nem valódi fotó az egyén megjelenítésére)	40% (138)	11% (38)	4% (15)	23% (79)	10% (34)	5% (18)	2% (7)	5% (16)	345
A szabályokat ne tartassák be	28% (97)	5% (16)	2% (6)	15% (51)	2% (7)	1% (2)	1% (5)	47% (161)	345
Legyen meg az online közösséghez való tartozás érzése	5% (18)	3% (10)	3% (12)	12% (40)	24% (82)	34% (116)	16% (56)	4% (13)	345
A közösség az igényeknek megfelelően alkalmazkodjon és változzon	5% (16)	2% (7)	4% (14)	19% (59)	28% (89)	29% (93)	9% (30)	3% (9)	317
A közösség legyen többféle (elégítsen ki különböző igényeket)	3% (10)	2% (7)	4% (12)	13% (42)	24% (76)	40% (126)	12% (39)	2% (5)	317
A közösség tartsa fenn a felhasználók érdeklődését	3% (9)	2% (6)	3% (10)	8% (25)	15% (47)	52% (164)	16% (52)	1% (4)	317
A közösség tudjon új tagokat vonzani	3% (8)	2% (7)	3% (10)	6% (18)	15% (49)	44% (138)	27% (86)	0% (1)	317

A 2. táblázat folytatása

	Nem fontos	Alig fontos	Kicsit fontos	Semleges	Valamennyire fontos	Fontos	Nagyon fontos	N/A	Összesen
Az online kapcsolatok dinamikája hasonlítson a szemtől szembeni interakciókéra	3% (10)	2% (7)	5% (16)	14% (41)	28% (85)	31% (92)	9% (27)	8% (23)	301
Az online közösség tagjai között legyen szoros kötődés (hasonló, mint amilyen a családtagokkal és legjobb barátaiddal)	19% (56)	8% (24)	5% (15)	20% (59)	23% (70)	14% (41)	4% (13)	8% (23)	301
Az online közösség tagjai között felszínes kötődés legyen (hasonló, mint a kollégákkal és ismerősökkel)	11% (33)	5% (16)	6% (19)	27% (80)	16% (48)	12% (36)	4% (11)	19% (58)	301
Igény a másokkal való kapcsolat érzésére	2% (5)	0% (1)	6% (17)	8% (24)	30% (85)	38% (109)	14% (40)	2% (6)	287
A viták legyenek természetesekek és aktívak	1% (2)	0% (1)	1% (3)	3% (10)	22% (63)	55% (159)	16% (47)	1% (2)	287
A viták legyenek mélyek (a témákat alaposan és részletesen vitassák meg)	3% (8)	2% (5)	5% (13)	20% (57)	28% (81)	31% (88)	10% (30)	2% (5)	287
A viták legyenek felszínesek, (mint a mindennapi könnyed beszélgetések)	14% (41)	8% (24)	5% (14)	27% (77)	13% (36)	5% (15)	2% (7)	26% (74)	287
Legyen lehetőség kérdések feltevésére biztonságos környezetben	1% (2)	0% (0)	0% (1)	4% (11)	7% (21)	48% (137)	39% (113)	1% (2)	287
A tagok látogassák gyakran az oldalt	0% (0)	1% (2)	2% (5)	7% (21)	24% (67)	46% (131)	19% (53)	1% (4)	283
A vitákat a résztvevők és ne a moderátorok kontrollálják	6% (16)	2% (5)	3% (8)	9% (26)	20% (56)	33% (93)	21% (60)	7% (19)	283
Az információt rendszeresen aktualizálni kell	1% (3)	1% (2)	1% (2)	6% (18)	13% (36)	45% (128)	30% (85)	3% (9)	283
A résztvevőknek szükséges, hogy az oldal hasznos legyen, és elégítse ki az igényeiket	0% (1)	1% (4)	1% (2)	4% (11)	12% (35)	43% (123)	36% (101)	2% (6)	283
A tagok legyenek elkötelezettek a közösség és annak fennmaradása iránt	5% (13)	2% (6)	4% (12)	14% (39)	27% (76)	33% (92)	11% (31)	5% (14)	283
Az online kapcsolatok dinamikájának nem kell olyannak lennie, mint a szemtől szembeni interakcióknak	7% (17)	5% (12)	7% (18)	35% (91)	10% (27)	7% (17)	3% (9)	26% (68)	259
A közösségnek be kellene vonnia a vitába azokat a tagokat is, akik csak olvassák az üzeneteket	21% (54)	5% (12)	6% (16)	22% (56)	24% (61)	11% (29)	5% (12)	7% (19)	259
Résztvétel a vitákban	7% (19)	3% (8)	5% (13)	18% (47)	31% (79)	24% (62)	10% (25)	2% (6)	259
Az üzenetek elolvasása a vitában való részvétel nélkül	3% (8)	3% (8)	3% (8)	28% (73)	22% (56)	25% (64)	10% (25)	7% (17)	259

Tanulságok

A válaszokat összevetve a Preece-féle definícióval – amely szerint az online közösség összetevői: emberek, közös szándék/cél, alapelvek, számítógépes rendszerek – megállapítható, hogy a szerző jól összefoglalja, mi szükséges az online közösségek működéséhez. Ezek jelenléte napjainkban annyira természetes, hogy megértésük elengedhetetlen a mai társadalom ismeretéhez. A korábbi aggályok és előítéletek mára eloszlottak. Minden kutató egyetért abban, hogy a felhasználókkal való aktív kapcsolattartás és az igényeikre való odafigyelés szavatolja leginkább a sikert. Bízunk a felhasználókban az online közösségek létrehozásánál. Ha sikeres lesz, ezt a magas üzenetszám és az aktív részvétel fogja igazolni. Ehhez csak egy jó témát, illetve célt kell találnunk, ami sokakat érint. Ahogy *Pohly Ferenc* rámutatott, éppen a fórumoknak is köszönhető, hogy egyre több a tudatos felhasználó az interneten, akik többé nem félnek elmondani véleményüket, ami hosszú távon „hatalmi átrendeződéshez” vezethet a véleményformálásban.

Jegyzetek

- 1 TAPSCOTT, Don: Digitális gyermekkor: az internet-generáció felemelkedése. Budapest, Kossuth Inform, 2001. p. 9–13.
- 2 RHEINGOLD, Howard: The virtual community: homesteading on the electronic frontier. London, MIT Press, 1993.
<http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html> [2006. máj. 24.]
- 3 PREECE, Jennifer: Online communities: designing usability, supporting sociability. 2000. p. 2.
<http://www.is.umbc.edu/onlinecommunities/> [2004. okt. 7.]
- 4 PREECE, Jennifer–MALONEY-KRICHMAR, Diane–ABRAS, Chadia: History of online communities. 2003. p. 2.
http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/Community_%20Encyclopedia_03.pdf [2004. okt. 7.]
- 5 KÖVEGY Anna–MANDEL György–ZOLNAI Mihály: Internet kisszótár. Budapest, Kossuth Kiadó, 1996. p. 76.
- 6 PREECE, Jennifer–MALONEY-KRICHMAR, Diane–ABRAS, Chadia: History of online communities. 2003. p. 3.
http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/Community_%20Encyclopedia_03.pdf [2004. okt. 7.]
- 7 POHLY Ferenc: Kattintókönyv – miért internet? Budapest, Print-X, 2003. p. 126–134.
- 8 Internet értelmező kisszótár. Az Új Magyar Évezred (ÚMÉ) rendszeresen bővített melléklete.
<http://home.iae.nl/users/nickl/mikrosz.html> [2004. okt. 7.]
- 9 PREECE, Jennifer–MALONEY-KRICHMAR, Diane–ABRAS, Chadia: History of online communities. 2003. p. 3.
http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/Community_%20Encyclopedia_03.pdf [2004. okt. 7.]
- 10 GAFFIN, Adam: Nagy Internet kalauz mindenkinek. Budapest, IIFKI, 1994. p. 48–74.
- 11 MARÓY Ákos: Virtuális közösségek.
<http://www.niok.hu/download/vc.pdf> [2004. okt. 7.]
- 12 Internet értelmező kisszótár. Az Új Magyar Évezred (ÚMÉ) rendszeresen bővített melléklete.
<http://home.iae.nl/users/nickl/mikrosz.html> [2004. okt. 7.]
- 13 PLUHÁR Emese: Internet kisszótár. Budapest, Kosuth Kiadó, 2002. p. 41.
- 14 KUNTNER Gábor: Böngészés, csevegés, levelezés. Bicske, Szak Kiadó, 2003. p. 118.
- 15 Uo.
- 16 PREECE, Jennifer–MALONEY-KRICHMAR, Diane–ABRAS, Chadia: History of online communities. 2003. p. 2.
http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/Community_%20Encyclopedia_03.pdf [2004. okt. 7.]
- 17 Internet értelmező kisszótár. Az Új Magyar Évezred (ÚMÉ) rendszeresen bővített melléklete.
<http://home.iae.nl/users/nickl/mikrosz.html> [2004. okt. 7.]
- 18 PREECE, Jennifer–MALONEY-KRICHMAR, Diane–ABRAS, Chadia: History of online communities. 2003.
http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/Community_%20Encyclopedia_03.pdf [2004. okt. 7.]
- 19 MARÓY Ákos: Virtuális közösségek.
<http://www.niok.hu/download/vc.pdf> [2004. okt. 7.]
- 20 CSORDÁS Attila: Spamszűrő – WiW és iWiW = Magyar Narancs, 17. köt. 41. sz. 2005. p. 26–27.
- 21 PREECE, Jennifer–MALONEY-KRICHMAR, Diane–ABRAS, Chadia: History of online communities. 2003.
http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/Community_%20Encyclopedia_03.pdf [2004. okt. 7.]
- 22 KUNTNER Gábor: Böngészés, csevegés, levelezés. Bicske, Szak Kiadó, 2003. p. 119–121.
- 23 PREECE, Jennifer–MALONEY-KRICHMAR, Diane–ABRAS, Chadia: History of online communities. 2003.
http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/Community_%20Encyclopedia_03.pdf [2004. okt. 7.]
- 24 CASTELLS, Manuel: Az Internet-galaxis: Gondolatok az internetről, üzletről és társadalomról. Budapest, Network TwentyOne, 2002. p. 122–135.
- 25 WALLACE, Patricia M.: Az internet pszichológiája. Utánnnyomás. Budapest, Osiris, 2004. p. 59–78.
- 26 PREECE, Jennifer–MALONEY-KRICHMAR, Diane–ABRAS, Chadia: History of online communities. 2003. p. 2.

- http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/Community%20Encyclopedia_03.pdf [2004. okt. 7.]
- ²⁷ BÓDI Zoltán: A világháló nyelve: Internetezők és internetes nyelvhasználat a magyar társadalomban. Budapest, Gondolat, 2004. p. 45.
- ²⁸ PREECE, Jennifer–MALONEY-KRICHMAR, Diane–ABRAS, Chadia: History of online communities. 2003. http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/Community%20Encyclopedia_03.pdf [2004. okt. 7.]
- ²⁹ PREECE, Jennifer: Online communities: designing usability, supporting sociability. 2000. <http://www.is.umbc.edu/onlinecommunities/> [2004. okt. 7.]
- ³⁰ NIELSEN, Jakob: Web-design. Budapest, Infonia Alapítvány, 2002. p. 16–97.
- ³¹ PREECE, Jennifer: Online communities: designing usability, supporting sociability. 2000. <http://www.is.umbc.edu/onlinecommunities/> [2004. okt. 7.]

Irodalom

- BÓDI Zoltán: A világháló nyelve: Internetezők és internetes nyelvhasználat a magyar társadalomban. Budapest, Gondolat Kiadó, 2004.
- CASTELLS, Manuel: Az Internet-galaxis: gondolatok az internetről, üzletről és társadalomról. Budapest, Network Twenty One, 2002.
- CSORDÁS Attila: Spamszűrő – WiW és iWiW = Magyar Narancs, 17. köt. 41. sz. 2005. p. 26–27.
- GAFFIN, Adam: Nagy Internet kalauz mindenkinek. Budapest, IIFKI, 1994.
- Internet értelmező kisszótár. Az Új Magyar Évezred (ÚMÉ) rendszeresen bővített melléklete. <http://home.iae.nl/users/nickl/mikrosz.html>
- KÖVEGY Anna–MANDEL György–ZOLNAI Mihály: Internet kisszótár. Budapest, Kossuth Kiadó, 1996.

- KUNTNER Gábor: Böngészés, csevegés, levelezés. Bicske, Szak Kiadó, 2003.
- MARÓY Ákos: Virtuális közösségek. <http://www.niok.hu/download/vc.pdf>
- NIELSEN, Jakob: Web-design. Budapest, Infonia Alapítvány, 2002.
- POHLY Ferenc: Kattintókönyv – miért Internet? Budapest, Print-X, 2003.
- PLUHÁR Emese: Internet kisszótár. Budapest, Kossuth Kiadó, 2002.
- PREECE Jennifer: Online communities: Designing usability, supporting sociability, 2000. <http://www.is.umbc.edu/onlinecommunities/>
- PREECE, Jennifer–MALONEY-KRICHMAR, Diane–ABRAS, Chadia: History of online communities. 2003. http://www.ifsm.umbc.edu/~preece/Papers/Community%20Encyclopedia_03.pdf
- RHEINGOLD, Howard: The virtual community: Homesteading on the electronic frontier. London, MIT Press, 2000.
- TAPSCOTT, Don: Digitális gyermekkor: az internet-generáció felemelkedése. Budapest, Kossuth Kiadó, 2001.
- WALLACE, Patricia: Az Internet pszichológiája. Budapest, Osiris, 2004.

Beérkezett: 2006. IV. 18-án.



Szalóki Gabriella

az Országos Széchényi Könyvtár Olvasó és Tájékoztató Szolgálatának munkatársa,
a Minerva projektben
a többnyelvűséggel foglalkozó
munkacsoport vezetője.
E-mail: szalokig@oszk.hu

A Microsoft Windows Live Academic Search keresője

A Google Scholar új vetélytársát, a Windows Live Academic Search (WLAS) keresőt a Microsoft a CrossReffell, illetve nagy tudományos kiadókkal együtt fejlesztette. A WLAS segítségével 4300 folyóirat kereshető, induláskor a fizika, a villamosmérnöki és a számítógép-tudomány területén. A szolgáltatás egyelőre ingyenes, bevételek csak hirdetésekkel származnak. Az Elsevier és a Wiley 400-400 folyóirat elérhetővé tételével járult hozzá a projekthez. A Google Scholarral ellentétben a WLAS nem a nyílt weben keres, találatként a rele-

váns cikkek és könyvek kivonatai jelennek meg. A linkfeloldó közvetlenül a cikk kiadói változatához vezet.

További információ: www.academic.live.com

Information World Review, 224. sz. 2006. május, p. 1., 3.,
Advanced Technology Libraries, 35. köt. 5. sz. 2006. p. 1., 9–10./

(Jáki Éva)

Melyikük az igazi?



A „Scopus Author Identifier” ^{végre} egyértelművé teszi a szerzők szerinti keresést.

A Scopus a világ legnagyobb bibliográfiai adatbázisa.

A bevezető ajánlat 2006 decemberéig lehetővé teszi a Scopus adatbázis ingyenes elérését. Az adatbázis 2007. évi előfizetéséről 2006. szeptember 30-ig kell dönten. Mondja el véleményét a Scopusról az EISZ Bizottságnak vagy írja meg azt az EISZ fórumra: www.eisz.hu. Véleménye fontos nekünk! Köszönjük.

A Scopus – több mint 15 000 folyóirat (>50%-a európai) kivonataival és idézeteivel – ideális kiindulópont tudományos kutatásaihoz és idézettségének átfogó megtekintéséhez, mind tematikus, mind több tudományágra vonatkozó keresés esetén.



SCOPUSTM
Find out.