

RUG City, de start van een Virtual Community

Bij de besprekingen over de vorming van een IT Kenniscentrum door Gemeente Groningen, Provincie Groningen en RUG kwam het verschijnsel Virtual Communities als gemeenschappelijk projectthema bovendrijven. Er is in drie maanden een voorstudie gedaan naar de stand van zaken en mogelijkheden op dit terrein, met als doel brengen of het haalbaar en zinvol is een virtuele gemeenschap op te zetten met als speciale doelgroep de alumni van RUG. De uitkomst is verwoord in een doelstelling voor een op te starten project RUG City: het realiseren van een virtual community voor RUG-alumni. Op het moment van schrijven is helaas nog geen duidelijkheid over het exacte verloop van de loop van 1999 kan de beschikbaarheid van een virtual community voor RUG-alumni een feit zijn.

[Wat is een Virtual Community](#)

[Geëigene functionaliteit](#)

[Levensvatbaarheid](#)

[Alumni](#)

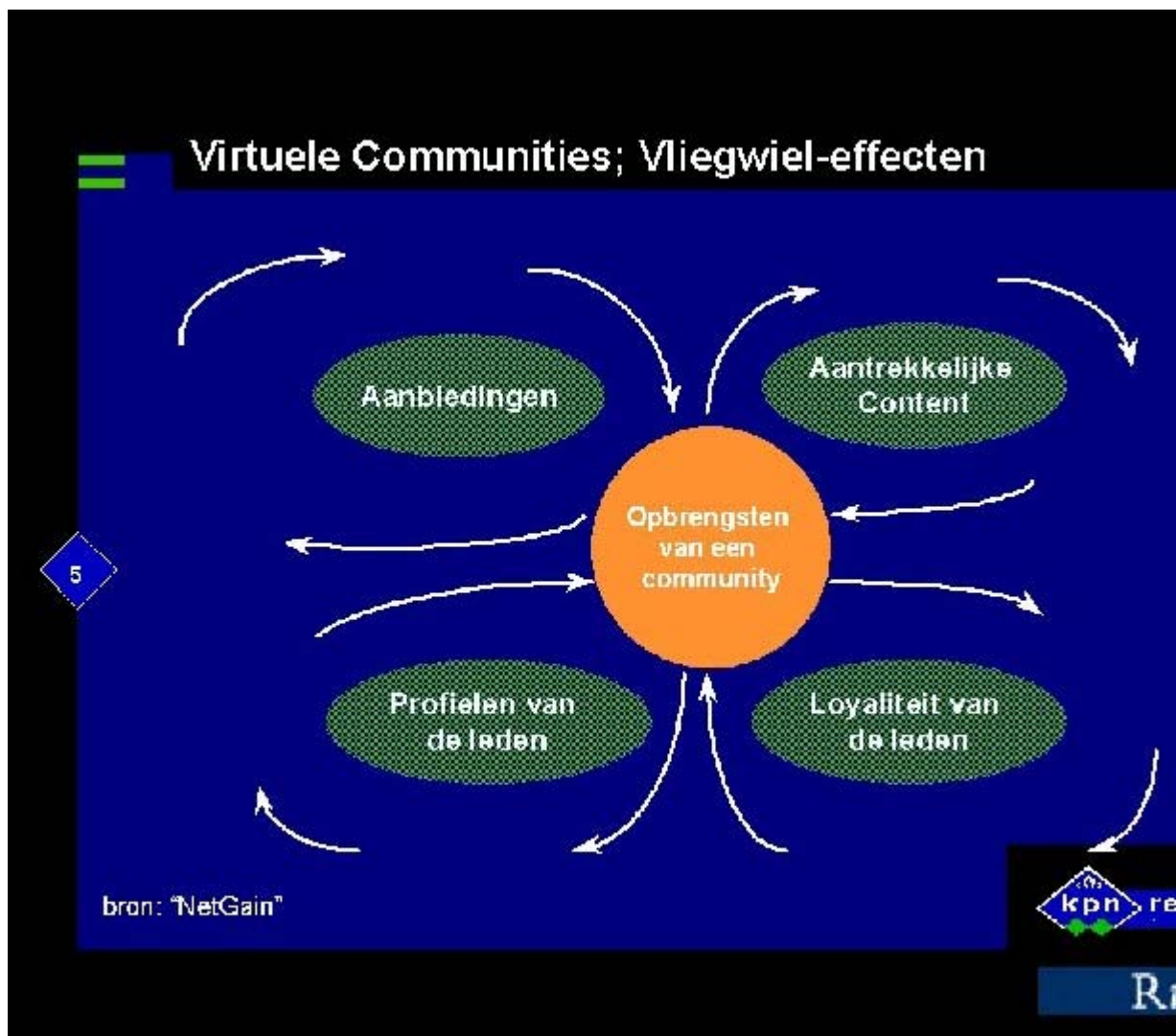
[Vervolg van het project](#)



Wat is een Virtual Community

Het is belangrijk te beseffen dat een virtual community meer is dan een aangeklede website of een wereldwijde informatiebron. Natuurlijk is de toegang tot de community wel degelijk geregeld via een web-adres, maar de virtual community wordt gedefinieerd door de hoge mate van personalisatie van deelnemers, de hoge mate van mogelijke interactiviteit en samenwerking; kortom een gemeenschap van mensen.

Een veelgebruikte definitie van een virtuele community is: een on-line ontmoetingsplaats waar mensen zich verzamelen om op te zoeken en met elkaar in contact treden op basis van een gemeenschappelijke interesse. Rondom die interesse wordt een virtual community in drie cruciale behoeften: communicatie (via email, chat, bulletin boards, direct messaging); entertainment (via games, chat, bulletin boards, direct messaging); business (ruilen, kopen, research, nieuws, information retrieval, bank



Geïntegreerde functionaliteit

Stuk voor stuk zijn deze functionaliteiten niet nieuw. Wat wel bijzonder is binnen de virtuele community is de grote r binnen een gepersonaliseerde, vertrouwde, sociale gemeenschap. Als deelnemer laat je je zien en ben je herkenba hebt aangemeld; je krijgt alle facetten van de virtuele community zo in beeld als je zelf volgens je interesses en voc aangegeven; je bent lid, deelnemer, partner in die activiteiten waar je zelf voor hebt gekozen.

Om die functionaliteit echt te kunnen bieden zijn complexe en zeer geavanceerde interface en onderliggende progr database structuren nodig. En niet te vergeten, een continue aanvoer van =content=, ofwel up-to-date inhoud die h de beoogde doelgroepen aan de virtual community de moeite waard maakt.

Levensvatbaarheid

Uit de ervaringen met virtual communities en de literatuur erover komt naar voren dat de cruciale factoren waardoo community in leven blijft, bestaan uit de aanwezigheid van een herkenbare doelgroep in combinatie met een voldoende gezamenlijke belangstelling. Voorbeelden van onderwerpen waaromheen zich succesvolle (goed georganiseerde, i zijnde) virtuele gemeenschappen hebben gevormd vind je bijvoorbeeld bij het Amerikaanse Tripod, waar twintigplu: communiceren over -, zich vermaken met - en handel genereren op het terrein van verhuizen, aanstaand moedersc werkplek en carrièbeslissingen. Dit is slechts een voorbeeld ter illustratie, er zijn veel meer florerende >VC=s te vi bestaan echter ook al Aghost-VC=s", spookgemeenschappen, waarvan alleen de oude ledenlijsten, achterhaalde c verlopen aanbiedingen en chat-archieven nog bestaan, maar waar je nooit meer een gelijktijdig ingelogde deelnem

Alumni

Het is voor de RUG natuurlijk niet zinvol om kost wat kost een virtual community in het leven te roepen. Uitgangspunten die dit fenomeen in zich heeft uit te buiten en in te zetten op een terrein waar andere methoden niet alumni-problematiek leent zich hiervoor bijzonder goed. Bij de RUG bestaat de wens om een intensievere band met alumni te onderhouden. Afgestudeerden kunnen immers op allerlei wijzen bijdragen aan het succes van de RUG: zij vormen een product als de visitekaartjes van de RUG, ze kunnen hun werkervaring inbrengen in onderwijs en onderzoek, kunnen de RUG promoten. Alumni zijn over het algemeen geïnteresseerd in het onderhouden van een band met hun universiteit, zouden via hun universiteit graag up to date gehouden willen worden via bijscholing en seminars en ook graag in contact met hun collega-afgestudeerden. Daarnaast zijn er meer partijen die wel interesse hebben om aanwezig te zijn in een netwerk van universiteit en alumni: de studenten die behoefte hebben aan ervaringen en adviezen van al afgestudeerden, die zoeken naar afgestudeerden in een branche waar zij iemand voor nodig hebben, adverteerders die producten heten van afgestudeerden, etc.



Vervolg van het project

Er is door de voorbereidende projectgroep een inventarisatie en project-outline gepresenteerd aan partijen die betrokken zijn bij het Kenniscentrum. Binnen de RUG zou nu een 'pilot', een proefproject, moeten worden opgezet met een faculteit. De Faculteit Bedrijfskunde en haar alumni-vereniging 'de Brug' zullen in zo'n pilot gaan participeren. Ideeën voor grootscheepse RUG-City voor de gehele alumni-populatie zijn er natuurlijk ook. De financiële en organisatorische inspanningen zijn zodanig groot, waardoor de besluitvorming voorlopig beperkt zal blijven tot het uitvoeren van de pilot.

Bas Cordewener