

# Komunikace v rámci online komunit

Hana Macháčková

# Online komunita

---

- ▶ Co si pod tímto pojmem představíte?
- ▶ Různost názorů
- ▶ Obtížné definovat – i ve výzkumu
- ▶ Návaznost na offline „komunity“?
- ▶ Co je a co není komunita?



# Online komunita

---

Mnoho definic, např.

Společenství lidí, kteří :

1. spolu alespoň v určité míře rozvíjejí a udržují vztahy na konkrétním online místě/místech
2. mají (implicitně i explicitně) definovány určité normy, hodnoty a role
3. spojuje společný cíl, zájem, historie
4. **kteří cítí či vnímají, že jsou členy této komunity, že do ní určitým způsobem náleží a že pro ně má svůj specifický význam**

(Smith a Kollock, 1999; Yuan, 2012)

---



# Psychologický zážitek komunity

---

- ▶ „zážitek, prožitek a vnímání toho, že člen do konkrétní komunity patří, že mu na dalších členech záleží, že členy spojuje určité pouto a závazek, díky němuž vzájemně mohou naplňovat své potřeby, ať už konkrétní materiální nebo sociální a emoční (např. v podobě pocitu náležitosti)“

Dimenze:

1. členství (rozlišení ne/členů)
  2. vliv členů na komunitu a komunity na členy
  3. integrace a naplnění potřeb (na základě sdílených hodnot a zdrojů)
  4. sdílené emoční pouto
- ▶ (Halamová, 2002; McMillan a Chavis, 1986).
- 



# Online komunity

---

- ▶ V různé míře u různých komunit!
- ▶ Komunita s 20, 200 a 20 000 členy...



# Online komunity – typy komunit?

---

Komunity praxe

„Brand communities“

Fanouškovské  
komunity

Pracovní komunity

Komunity  
spolužáků/kolegů

Herní komunity

---



# Online komunita – typy komunit?

---

- ▶ **Podoba komunity ovlivňuje interakci a komunikaci členů**
- ▶ Technická stránka
  - ▶ „affordances“ (synchronní komunikace, upload...)
- ▶ Sociální stránka
  - ▶ Historie, diskurz, téma....



# Online komunita – typy komunit?

---





# Online komunita – typy komunit?

---

- ▶ **Podoba komunity ovlivňuje interakci a komunikaci členů**
  
- ▶ **Online komunita je současně tvořena interakcí členů**
  - ▶ Neustále se vyvíjí
  - ▶ Specifické využití možností komunity
  - ▶ Proměny technického i sociálního rázu



# Online komunity

---

Formální či  
neformální?

Explicitně  
zaměřená?

Velikost?

„Řízená shora“ či  
decentralizovaná?

Moderovaná  
?

Oficiální členství?

Otevřená všem?

Identifikující  
informace?

Offline kontakt?

A DALŠÍ....



# Podoby participace

---

- ▶ Oficiální členství a neoficiální návštěvy (lurkers)
  - ▶ Možnosti interakce?
- ▶ Členství:
- ▶ Aktivita a pasivita
  - ▶ Strávený čas, frekvence návštěv
  - ▶ Skutečná aktivita a interaktivita (komunikace, vkládání materiálů)
- ▶ Publikace identifikujících (a osobních) materiálů



# Podoby participace

---

## Zaměření na komunitu

- ▶ Kolaborace
- ▶ Agrese a hostilita

## Zaměření na jedince

- ▶ Sebe-exprese
- ▶ Hledání informací, pomoci
- ▶ Ve skutečnosti často nelze rozlišit



# Komunikace v online komunitách:

---

Mnoho aspektů analogických jako v offline prostředí

Komunikujeme v rámci specifické sociální skupiny

- ▶ Účel komunikace/komunity
- ▶ Zavedený styl příspěvků
- ▶ Sociální struktura
  
- ▶ Williams (2009) „sdílený referenční rámec“
  - ▶ Normy, cíle, identita...
- ▶ Vymezování hranic
  - ▶ Důležité – ale online komplikované



# Vymezování hranic

---

- ▶ Liší se napříč komunitami
  - ▶ Více či méně explicitní
  - ▶ Vlastní jazyk
- ▶ Součást budování „identity komunity“
- ▶ Rozeznání ne/členů
  - ▶ Negativní motivace – škodí kohezi celé komunity
  - ▶ Smith (2005): sociální a technická kontrola
  - ▶ Donath (2005): legitimní identita



# Komunikace v online komunitách:

---

- ▶ Specifika v online prostředí
- ▶ Velmi záleží na platformě a možnostech komunikace
  - ▶ „affordances“
  
- ▶ Jiná „vodítka“ v komunikaci
- ▶ Anonymita (?)
- ▶ Distance
- ▶ Nejsou časo/prostorové bariéry
- ▶ Mizí sociální bariéry
  
- ▶ Důsledky pro sebe-expresi i interakci



# Členství v online komunitě

---

- ▶ Otázka identity
- ▶ Experimentování s identitou? Odlišná sebeprezentace?
  - ▶ Potenciál
- ▶ Záleží na typu komunity
- ▶ Spíše vliv členství na sociální identitu
- ▶ Komunita – sociální skupina
- ▶ Sociální identita
  - ▶ Něco málo o teorii sociální identity (Tajfel, Turner)
  - ▶ Personální a sociální identita





# SIDE

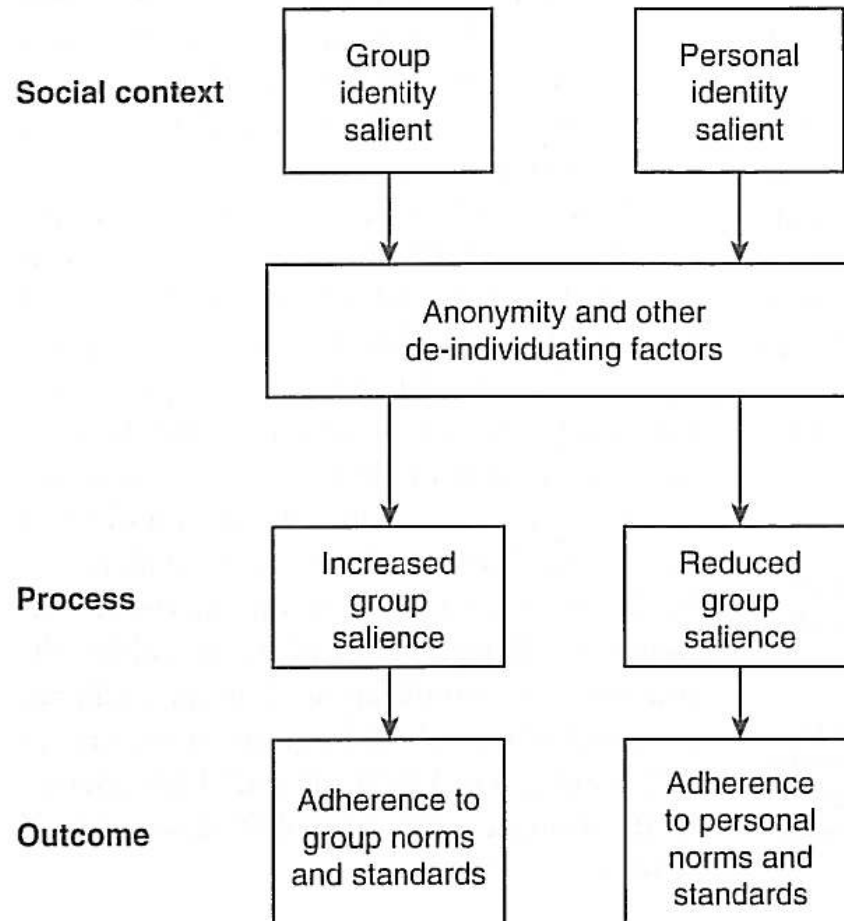
---

- ▶ Model SIDE
- ▶ Online – mohou chybět „osobní“ vodítka
  - ▶ Více vnímáme v rámci sociální identity (pokud existuje)
- ▶ Jednotné vnímání členů jako skupiny
- ▶ Vymezování ostatních (in/out group)
- ▶ To má důsledky pro chování



# SIDE

---



# SIDE

---

- ▶ Pokud je výrazná sociální identita
- ▶ Identifikovatelnost in-group: větší koheze
- ▶ V rámci skupiny vede k: konformita, posilování koheze, členství
- ▶ V porovnání k dalším skupinám: diferenciaci, soutěživost, in-group a out-group bias...



# SIDE

---

- ▶ Identifikovatelnost vůči out-group
  - ▶ Represe skupiny? Útoky?
- ▶ Anonymita: vůči out-group
- ▶ Strategická dimenze
- ▶ Identifikovatelnost in-group: větší koheze, přístupnost, koordinace, rezistence, posilovaný narativ/diskurz



# Pozitivní i negativní stránka

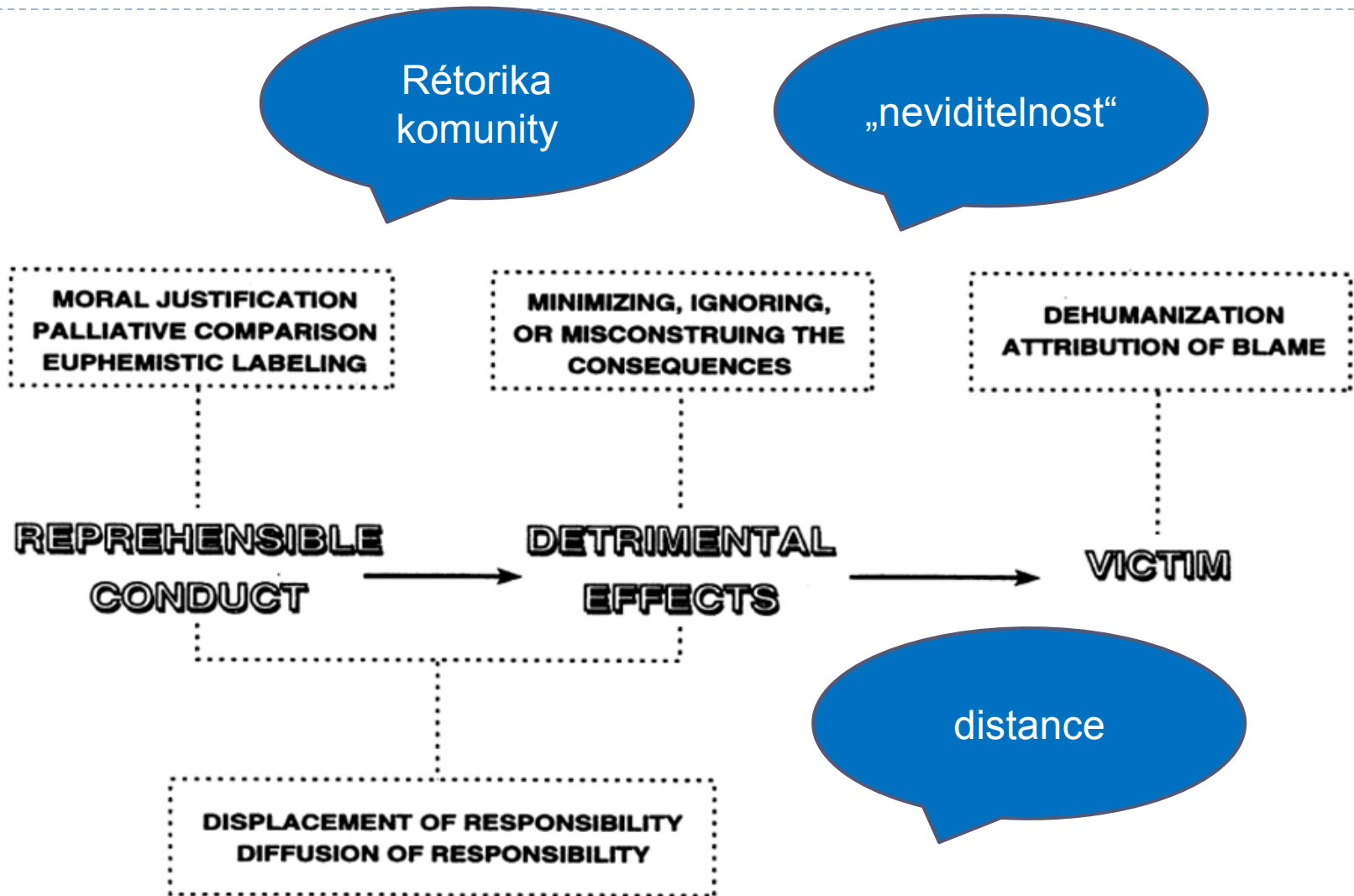
---

Podpora a rozvíjení  
skupiny, názorů, postojů,  
nabídka opory

Intolerance, „nežádoucí  
komunity“ – názory,  
chování



# Morální neangažovanost online



# Podpora nežádoucího chování – př. anorexie

---

Rétorika  
komunity

„neviditelnost“

Volba vs.  
nemoc

Vůči normám  
ostatních a  
chování (ZV)  
ostatních

distance



# Členství v online komunitě

---

- ▶ Rozvoj specifické sociální identity
- ▶ A intraskupinové dynamiky
- ▶ Na základě sdílených zdrojů





# Intraskupinové procesy

---

- ▶ Rozvoj specifické sociální identity
- ▶ Také rozvoj identity v rámci této skupiny
- ▶ Specifické role, chování, reputace, diskurz
  - ▶ Často vyčleňování subskupin
- ▶ Častým aspektem určitá „soutěživost“
  - ▶ Opět navázáno na technické i sociální faktory
  - ▶ Lajky, řazení příspěvků (top), pravomoci, reputace...
- ▶ Pozitivní i negativní důsledky
  - ▶ Podpora participace
  - ▶ Narušení dynamiky?



# Online komunity jako zdroj

---

- ▶ Zdroj: informace, materiály, opora
- ▶ V rámci komunity vzniká specifický soubor informací a materiálů
  - ▶ Jsou ovlivněny charakterem členů a prostředí
- ▶ Jedna z největších předností online komunit
- ▶ Hledání informací jako nejčastější důvod návštěv komunit
  - ▶ Často se později pojí se sociálním motivem



# Online komunity jako zdroj

---

- ▶ Wasko and Faraj (2000): knowledge embedded in a community
  - ▶ "knowledge as a public good that is socially generated, maintained, and exchanged within emergent communities of practice" (p. 156).
- ▶ Lévy (1999): kolektivní inteligence
- ▶ Bruhn 2011: "networked resources"
- ▶ „fast and useful sources of information (...) and excellent sources of expertise, direct from leading experts” (Wasko & Faraj, 2000: 166)



# Online komunity jako zdroj

---

- ▶ Výhody i nevýhody komunikace v online prostředí
- ▶ Komprese informací
- ▶ Rychlý přenos
- ▶ Nenáročnost
- ▶ Otázka přenosu „implicitního vědění“ (tacit knowledge)



# „Sharing“

---

- ▶ Informace, materiály, vědění...
- ▶ Paradox?
  - ▶ od „cizích lidí“ k „cizím lidem“
- ▶ Reciprocita: na úrovni celé komunity
  - ▶ Wasko & Faraj (2005): „generalizovaná výměna“
- ▶ Soutěživost
- ▶ Norma
  - ▶ Rozdíl mezi členy a nečleny (ne vždy!)
  - ▶ Návaznost na status v rámci komunity



# Co u uživatelů podporuje výměnu informací? (Kollock, 2005, p.233-4)

---

- ▶ Pokračující interakce
- ▶ Trvalejší identita
- ▶ Znalost předchozích interakcí
- ▶ Vymezené a chráněné hranice komunity
- ▶ Viditelnost pomáhajících příspěvků
- ▶ Uznání za snahu



# „Sharing“

---

- ▶ Rozdíl: v kontextu
- ▶ Referenčním rámci a diskurzu komunity
  - ▶ Základní dotaz v
    - ▶ a) široké komunitě
    - ▶ b) velmi specificky zaměřené odborné komunitě



# Komunity jako zdroj

---

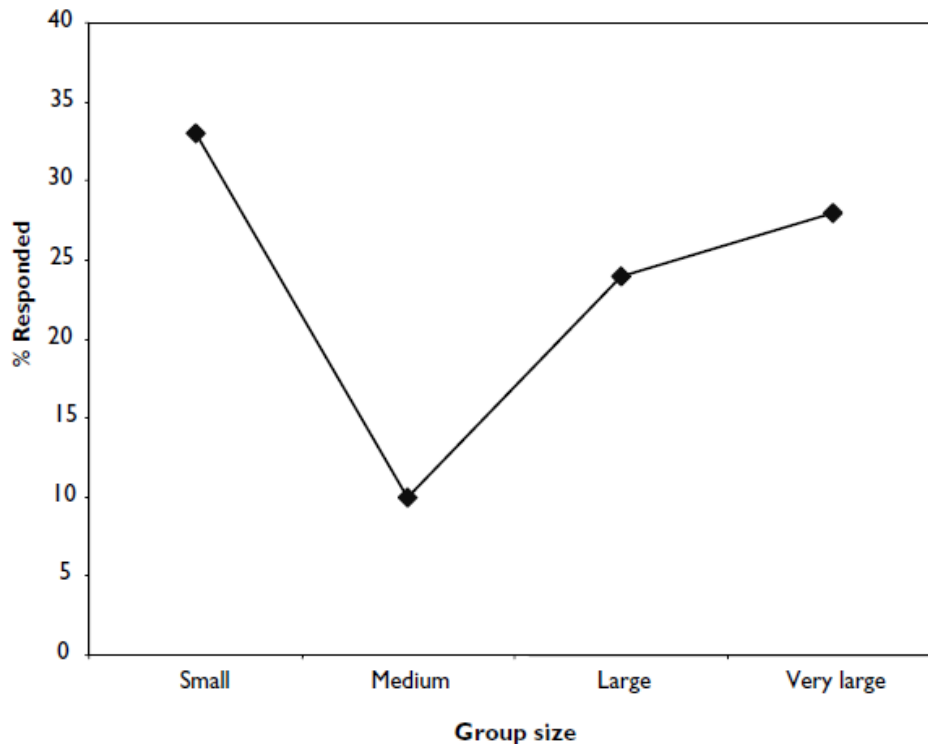
- ▶ Velké komunity:
- ▶ Velká různorodost členů
- ▶ Větší šance získat správnou odpověď
  
- ▶ Ale neplatí vždy!





# Voelpel a kol. (2014)

- ▶ Malé (<99), střední (100-250), velké (251-500) a obrovské (501-10 523) komunitv



Četnost (pravděpodobnost reakce):

Není lineární trend

Nebyl rozdíl v čase

Figure 1 Response likelihood in terms of group size categories

# Voelpel a kol. (2014)

- ▶ Malé (<99), střední (100-250), velké (251-500) a obrovské (501-10 523) komunity

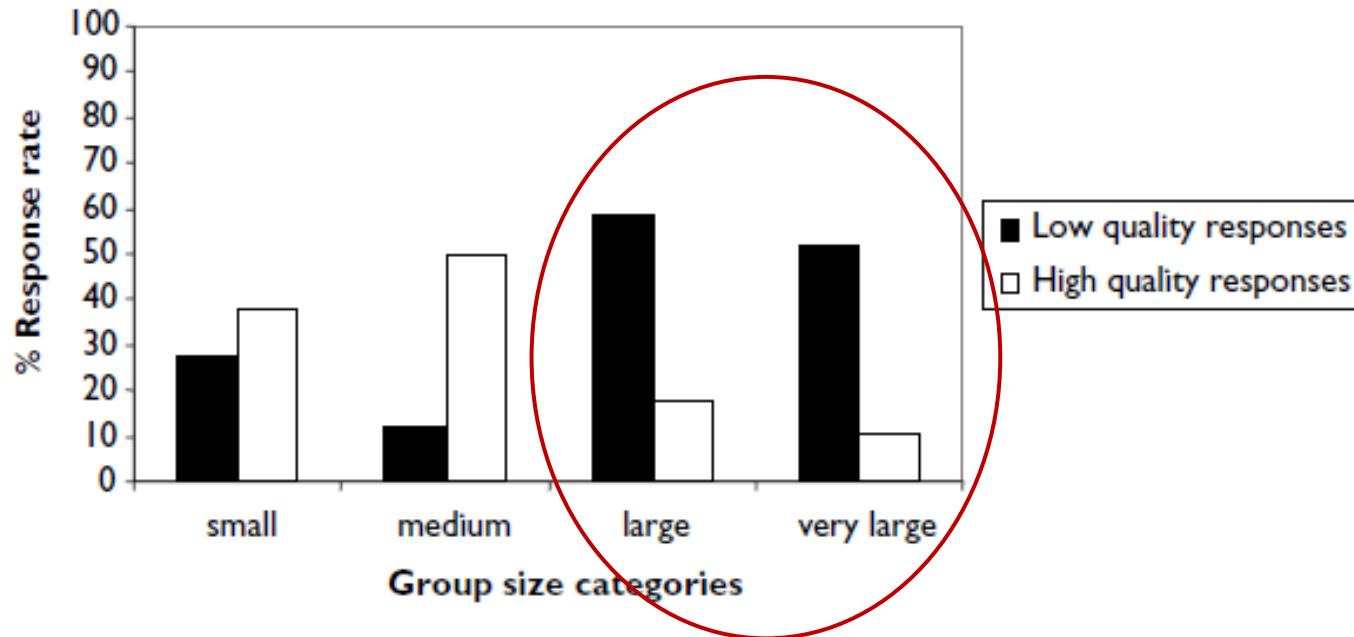


Figure 2 High and low quality responses per group size category

# Informace v komunitě

---

- ▶ Sdílení informací, ale také názorů, postojů
    - ▶ Často nelze odlišit
  - ▶ Otázka důvěryhodnosti informací
  - ▶ Významný aspekt: důvěra
    - ▶ Hodnocení informací i motivace sdílet informace (Wu & Tsang, 2008)
  - ▶ Aspekty členství (viz dříve)
    - ▶ Rozdíl pro členy a nečleny
  - ▶ Celkové hodnocení komunity (platforma) (Kineta, Li, Tse, 2011)
-

# Opora v komunitě

---

- ▶ Opora: obrovský význam podpůrných komunit
- ▶ od „cizích lidí“ k „cizím lidem“?
- ▶ Self-disclosure
  
- ▶ Záleží na prostředí
- ▶ sdílené téma
- ▶ oddělenost od offline prostředí
- ▶ či naopak sdílení i offline

