

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, struktura, typy materiálů...) – definice platformy
- ▶ 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 (Malinen, 2015)

- ▶ Jak definovat členství v komunitě?
- ▶ Založení profilu? Lurkers?
- ▶ Kvantitativní přístup: duration of membership, time spent online, number of visits, number of hits/views of content, number of contributions, density of social interaction with others
- ▶ Kvalitativní: the subjective experiences of member satisfaction, belonging to the community, and the quality of relationships between members
- ▶ Aktivita a pasivita
 - ▶ Strávený čas, frekvence návštěv
 - ▶ Skutečná aktivita a interaktivita (komunikace, vkládání materiálů)
- ▶ Podoba participace: Sdílení informací a Zapojení do sociální struktury komunity



Podoby participace

Zaměření na komunitu

- ▶ Kolaborace
- ▶ Agrese a hostilita

Zaměření na jedince

- ▶ Sebe-exprese
- ▶ Hledání informací, pomoci

- ▶ Ve skutečnosti často nelze rozlišit



Motivace

- ▶ Důležitý faktor vysvětlující chování
- ▶ Záleží na typu komunity
- ▶ Např. návaznost na vnitřní a vnější motivace, orientace na sebe a druhé

- ▶ Motivace se mění!
 - ▶ Např. proměna významu informační a sociální funkce komunity



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
 - ▶ Navázáno na konkrétní platformu?
- ▶ 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
 - ▶ Distance
 - ▶ Nejsou časo/prostorové bariéry
 - ▶ Mizí sociální bariéry
- ▶ Důsledky pro sebe-expresi i interakci
- ▶ Anonymita (?) / Disociace od offline života



Členství v online komunitě

- ▶ Otázka identity
- ▶ Experimentování s identitou? Odlišná sebeprezentace?
 - ▶ Potenciál
- ▶ Záleží na typu komunity
- ▶ Komunita – sociální skupina
 - ▶ Sdílená 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)
- ▶ Přijímání skupinových norem, chování v souladu s normami skupiny
- ▶ To má důsledky pro chování



Pozitivní i negativní stránka

Podpora a rozvíjení
skupiny, názorů, postojů,
nabídka opory

Intolerance, „nežádoucí
komunity“ – názory,
postoje, chování



Členství v online komunitě

- ▶ Rozvoj specifické sociální identity
- ▶ A intra/inter - skupinové dynamiky
- ▶ Na základě sdílených zdrojů



Intraskupinové procesy

- ▶ Rozvoj specifické sociální identity
- ▶ 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?



Členství v online komunitě

- ▶ Rozvoj specifické sociální identity
- ▶ A intra/inter - skupinové dynamiky
- ▶ **Na základě sdílených zdrojů**



Optimal Matching Theory

- ▶ Cutrona, 1990; Cutrona & Russell, 1990,
- ▶ Možnosti nabízené podpory (vzhledem k potřebám)
- ▶ 5 dimenzí:
 - (a) emotional support
 - (b) social integration or network support (membership in a group where members share common interests and concerns)
 - (c) esteem support (bolstering of the person's sense of competence or self-esteem)
 - (d) tangible aid (services or resources)
 - (e) informational support (advice or guidance)



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)

- ▶ 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

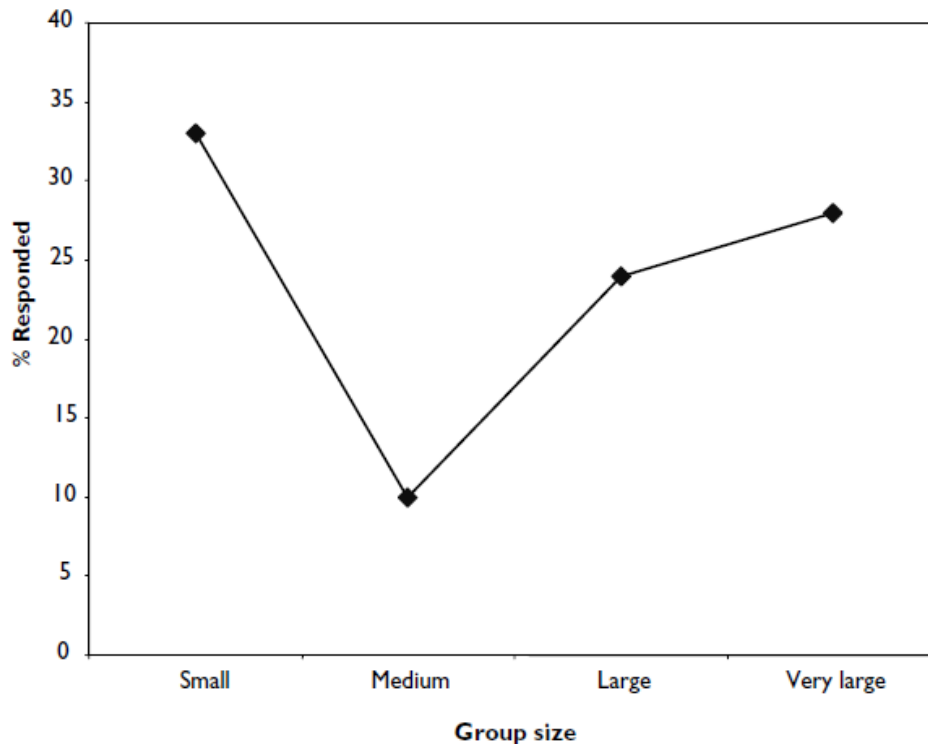
- ▶ Velké komunity:
- ▶ Velká různorodost členů
- ▶ Větší šance získat správnou odpověď

- ▶ 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

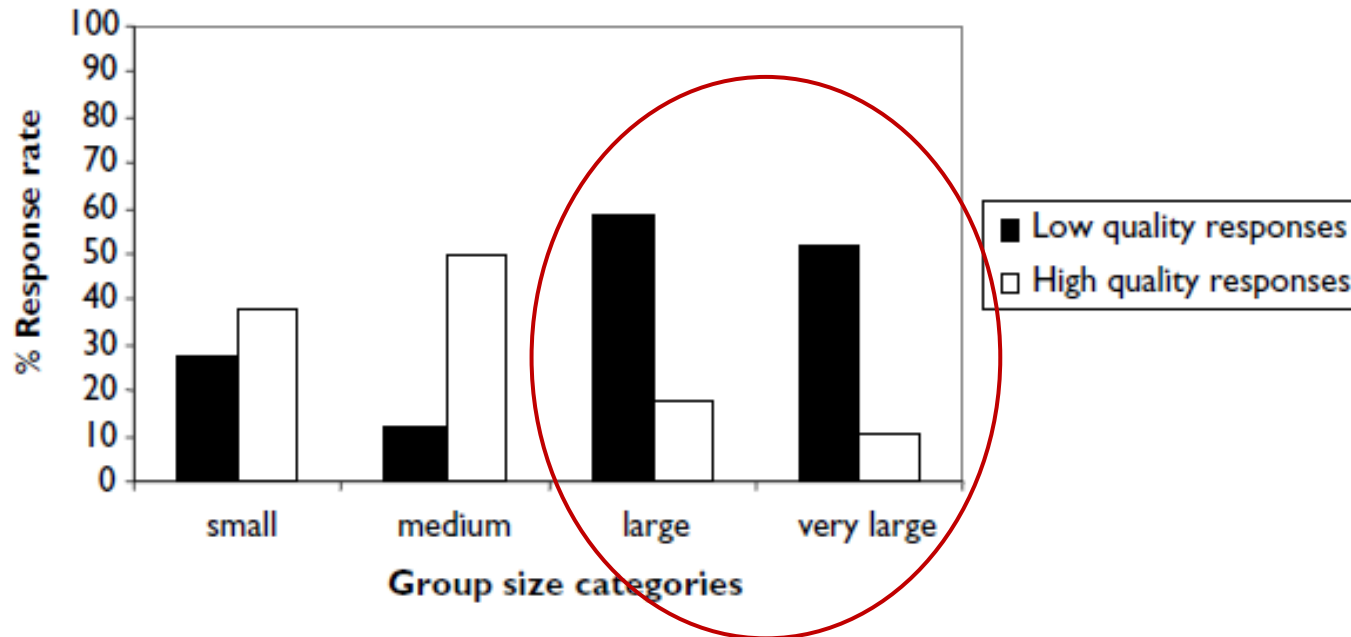


Figure 2 High and low quality responses per group size category

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)

Emoční opora v komunitě

- ▶ **Opora: obrovský význam podpůrných komunit**
- ▶ od „cizích lidí“ k „cizím lidem“?
- ▶ Self-disclosure, anonymita

- ▶ **Záleží na prostředí**
- ▶ sdílené téma
- ▶ oddělenost od offline prostředí
- ▶ či naopak sdílení i offline



SIDE

- ▶ Identifikovatelnost vůči out-group
 - ▶ Represe skupiny? Útoky?
- ▶ Anonymita: vůči out-group
- ▶ Strategická dimenze
- ▶ Příklad – pro-ana komunity



Opora v komunitě

- ▶ Health-oriented communities
- ▶ Specifický význam – nabízení opory
- ▶ Sdílené zážitky, sdílená identita – otázka kongruence s offline prostředím
- ▶ Jak působí opora? A informace v daném prostředí?

