

Sara Atanasova, Gregor Petrič

SPLETNE SKUPNOSTI: TIPOLOGIJA IN TEMELJNE ZNAČILNOSTI

IZVLEČEK: Družbena kompleksnost in dinamičnost spletnih skupnosti ne omogoča njihove enoznačne družboslovne opredelitve, zaradi česar so spletne skupnosti deležne pluralnih opredelitev in pojmovanj. Namen prispevka pri tem ni tvorjenje najbolj veljavne opredelitve pojma, temveč oblikovanje tipologije spletnih skupnosti. Na podlagi sinteze ključnih opredelitev pojma spletna skupnost in kritičnega ovrednotenja že obstoječih tipologij prispevek vzpostavi novo tipologijo spletnih skupnosti in predstavi njihove temeljne značilnosti. Izoblikovana tipologija temelji na treh spremenljivkah: (1) prevladujoča narava odnosa v spletni skupnosti, (2) multifunkcionalnost spletne skupnosti in (3) tipi spletnih skupnosti. Tipologija tako predstavlja dvanajst idealnih tipov spletnih skupnosti, ki lahko služijo kot heuristično orodje nadaljnjemu analiziranju, raziskovanju, teoretiziranju in pridobivanju novih spoznanj o spletnih skupnostih.

KLJUČNE BESEDE: spletna skupnost, tipologija, hibridne spletne skupnosti, skupnost, heuristično orodje

Online communities: Typology and fundamental characteristics

ABSTRACT: The social complexity and dynamics of online communities do not allow for them to be unambiguously defined which is why the concept attracts plural definitions and conceptualisations. The purpose of this paper is not to generate the most valid definition of the concept but to form a typology of online communities. Based on a synthesis of key definitions of the concept of online community and a critical evaluation of existing typologies, the paper proposes a new typology of online communities and presents their fundamental characteristics. The presented typology is based on three variables: (1) the prevailing relationship orientation of the online community; (2) the multi-functionality of the online community; and (3) types of online communities. The typology identifies 12 ideal types of online communities which can serve as a heuristic tool for further analyses, research, theorisations and the accumulation of new knowledge about such communities.

KEY WORDS: online community, typology, hybrid online communities, community, heuristic tool

1 Uvod

Z razvojem informacijsko-komunikacijskih tehnologij (IKT), še posebej interneta in svetovnega spleta, so se oblikovale nove oblike družbenih okolij in prostorov, ki omogočajo socialne interakcije med ljudmi. Internet se je v očeh raziskovalcev sprva kazal kot ločena realnost (Turkle 1995), ki nima povezave s t. i. realnim svetom (Foster 1996), danes pa o njem govorimo kot o samoumevnem vsakdanjem prostoru, ki je neločljiv sestavni del siceršnje družbene realnosti (Watson 1997; van Dijk 1998; Baym 2000; Matzat 2010). Z vedno večjo uporabo podpornih aplikacij za spletne skupnosti – spletnih forumov, blogov, nato pa še spletnih socialnih omrežij – so se pojavile številne znanstvene diskusije entuziastov in skeptikov, ki so v računalniško posredovanem komuniciranju ter novih oblikah družbenih interakcij videli različne učinke na ravni druženja in medosebnih odnosov (Wilson in Peterson 2002; Vivian in Sudweeks 2003; Rheingold 2008; Wu Song 2010; Petrovčič 2011). V tovrstnih razpravah je pomembno vlogo kot nova »prostorsko-časovna cona« vsakdanjega življenja posameznikov (Zhao 2006) ter vira zaupanja, socialne opore, grajenja odnosov in identitete itd. odigral pojem spletne skupnosti.¹

Raziskovanje spletnih skupnosti se je razmahnilo že v 90. letih prejšnjega stoletja (Rheingold 1993; Aoki 1994; Trček 1995; Kling 1996; Valauskas 1996; Hagel in Armstrong 1997; Lazar in Preece 1998; Smith in Kollock 1999; Rheingold 2000), pri čemer je značilna prisotnost številnih opredelitev, ki se v dinamičnih digitalnih kontekstih niso izkazale kot enostavno pojmljive in enopomenske. Opredeljevanje spletnih skupnosti se kaže kot izjemno razsežno in težko opisljivo zaradi številnih razlogov: (1) različnih poimenovanj (elektronske skupnosti, skupnosti v kiberprostoru ali kibernetске skupnosti, internetne skupnosti, virtualne skupnosti, spletne skupnosti) (Rheingold 1993; Kling 1996; Valauskas 1996; Smith in Kollock 1999; Kozmus 2004; Plant 2004); (2) različnih interpretacij, kaj lahko družbene forme prispevajo novega in v kakšnem obsegu lahko nadomeščajo »zgubljene skupnosti« (van Dijk 1998; Praprotnik 2003; Fernback 2007; Matzat 2010); (3) različnih opredelitev okoliščin in značilnosti, v katerih se potencialno lahko razvijejo spletne skupnosti (Jones 1997; Jones in Rafaeli 2000; Plant 2004; Fernback 2007; Lenarčič 2010); (4) različnih opredeljevanj pojma (fizičnih) skupnosti, ki ni nujno vezan na spletno, virtualno ali kibernetско okolje itd.²

S hitro spreminjajočimi se aplikacijami, ki predstavljajo tehnično podporni element spletnih skupnosti, se potencial spletnih skupnosti ne prepozna le na ravni komunikacijskih in socialnih procesov, ampak tudi z vidika uporabnosti v okviru organizacij, izobraževanja, zdravstva, profesionalnih združenj, družbenih gibanj, poslovnih in

-
1. Pojem spletna skupnost izhaja iz angleške različice pojma *online community*, ki se je zadnjem desetletju močneje uveljavil (Preece in dr. 2003). V slovenskem prostoru se je v luči pomanjkanja prevoda besede *online* uveljavil pojem spletnih skupnosti – podobno kot se za angleške pojme *online games* in *online shop* uporablja pojme spletne igre in spletna trgovina.
 2. Hillery (v Jones 1997) je tako v 50. letih prejšnjega stoletja identificiral kar 94 različnih opredelitev skupnosti.

finančnih interesov itd. Spletne skupnosti so se tako iz »zgodnjih kibernetških subkultur« (Trček 2003) razvile v množične entitete, ki so umeščene v različna družbena področja in kontekste. Zaradi takšnih procesov o spletnih skupnostih ne moremo govoriti kot o enodimenzionalni in enoznačni obliki družbenega združevanja, temveč predstavljajo kompleksne družbene agregacije, ki združujejo različne družbene interese in kontekste. Če so se torej zgodnje spletne skupnosti razvile kot skupine posameznikov s specifičnim skupnim interesom, ki so uporabljale enako komunikacijsko programsko opremo (npr. Usenet, MUDs, MOOs, Bulletin Boards itd.) (Preece in dr. 2003), bi lahko številne sodobne spletne skupnosti označili kot *hibride*,³ ki povezujejo in prepletajo različne interese, namene, izkušnje, kontekste in uporabo različnih tehnološko-komunikacijskih platform (Stanoevska-Slabeva 2002), prav tako pa nakazujejo na pogosto povezanost med spletnim in fizičnim okoljem. Pojem hibridne spletne skupnosti tako nazorno nakazuje, da sodobne spletne skupnosti kot raznolike družbene entitete ne omogočajo enostavne in enoznačne družboslovne opredelitve.

Na podlagi raznolikosti in dinamičnosti spletnih skupnosti so se v okviru znanstvenih razprav oblikovale številne opredelitve pojma spletna skupnost, ki poskušajo zaobjeti in opisati njihovo družbeno pojavnost. Izhajajoč iz tega, so se znanstvene razprave osredotočile na iskanje najbolj veljavnih opredelitev spletnih skupnosti (Valauskas 1996; Jones 1997; van Dijk 1998; Fernback 1999; Smith in Kollock 1999; Bateman Driskell in Lyon 2002), kar pa na ravni raziskovanja določenih namenov, okvirov ali opisov družbenih pojavov niti ni bistvenega pomena (Bahovec 2005). Predvsem v zadnjem desetletju je v okviru znanstvenih diskusij mogoče zaznati trend preusmeritve od proučevanja opredelitev spletnih skupnosti k iskanju njihovih tipologij (Hagel in Armstrong 1997; Lazar in Preece 1998; Burnett 2000; Brint 2001; Stanoevska-Slabeva in Schmid 2001; Katzy in Ma 2002; Stanoevska-Slabeva 2002; Plant 2004; Porter 2004; Dubé in dr. 2006; Peters 2006; Hara in dr. 2009). Namen tega prispevka tako ni iskanje ali tvorjenje najbolj veljavne opredelitve pojma spletne skupnosti, temveč želimo z opredelitvijo tipov spletnih skupnosti vzpostaviti uporabno izhodišče za raziskovanje in razumevanje kompleksne realnosti spletnih skupnosti. Če je dejstvo, da so današnje spletne skupnosti večinoma hibridi, pa je to precej neuporabno izhodišče za raziskovanje spletnih skupnosti. Zato izhajamo s stališča, da je lahko opredelitev idealnih tipov spletnih skupnosti bolj uporaben raziskovalni okvir proučevanja spletnih skupnosti, ki pa se v družbeni realnosti predstavljajo kot preplet različnih delov, elementov in značilnosti posameznih tipov spletnih skupnosti.

Tipologije pomagajo s strukturiranjem zaznav, ki jih imajo družbeni akterji o družbenem svetu, in z njihovo ubeseditvijo vzpostavljajo strukturo tega sveta in njegovo

3. Stanoevska-Slabeva (2002) opredeli hibridne spletne skupnosti kot preplet različnih tehnološko-komunikacijskih platform, ki so del njenih posameznih identificiranih tipov spletnih skupnosti (npr. transakcijske spletne skupnosti, virtualni svetovi, spletne skupnosti prakse itd.). Pojem hibridne spletne skupnosti lahko uporabimo tudi izven takšne tehnološko-komunikacijske zamejenosti in ga apliciramo na »realne« primere spletnih skupnosti, ki nikoli niso idealni tipi, temveč preplet različnih vidikov družabnosti in informacijsko-komunikacijskih razsežnosti.

širše priznanje (Bourdieu 1991). Tipske zgradbe ali tipologije tako skušajo prikazovati del družbenega sveta, ki skušajo na podlagi razlikovanja in polarizacijskih kategorij predstaviti njegovo trenutno razumevanje in se kažejo kot ontološke bitnosti ali pa kot pojmovno orodje (Loomis in McKinney 1999: 310). »Tipologija je tako konceptualno pomagalo, ki nam omogoča pogled na prakse razlikovanja, preko poudarjanja najbolj osrednjih delov empirične realnosti, obenem pa nam daje splošen in celosten pogled na realnost« (Luthar 2002: 104). Pri tem je treba opozoriti, da vsaka tipologija v svoji razčlenitvi predstavlja idealne in ustvarjene tipe, ki skušajo v čim večji meri zaobjeti družbeno realnost, hkrati pa idealni tip nikoli v popolnosti ne ustreza konkretnim empiričnim primerom. Sestoji iz določenih elementov realnosti, ki so v nekem tipu poudarjeni in urejeni v koherentno celoto, ki pa se kot taka ne pojavlja v realnosti (Weber 1949). Idealni tipi so tako analitični konstrukti, ki lahko služijo raziskovalcu kot orodje na ravni raziskovalno-pojasnjevalnih namenov in oblikovanja hipotez (Weber 1949). V tem smislu lahko razumemo tipologijo spletnih skupnosti kot hevristično orodje nadaljnjemu analiziranju, raziskovanju, teoretiziranju in pridobivanju novih spoznanj o spletnih skupnostih.

Namen članka je na podlagi sinteze ključnih opredelitev spletne skupnosti in kritičnega ovrednotenja obstoječih tipologij (Aoki 1994; Lazar in Preece 1998; Burnett 2000; Brint 2001; Stanoevska-Slabeva in Schmid 2001; Stanoevska-Slabeva 2002; Plant 2004; Porter 2004) predstaviti novo tipologijo spletnih skupnosti, ki bi ponudila širok vpogled v značilnosti in dejavnike, ki jih je pri njihovem raziskovanju treba upoštevati. Obstoječe tipologije spletnih skupnosti so pogosto zamejene na specifične okoliščine, kontekste in dejavnike – npr. v organizacijah (Dubé in dr. 2006), poslovnih okoljih (Katzy in Ma 2002), vidike uporabnosti (de Souza in Preece 2004), izmenjave informacij (Burnett 2000) in znanja (Hara in Hew 2007) ali pa je njihova potreba utemeljena z vidika ekonomske koristi (Hagel in Armstrong 1997; Kim 2000; Lechner in Hummel 2002; Franz in Wolking 2003). V prvem delu pričujočega prispevka predstavimo pluralnost pojmovanja in opredelitev spletnih skupnosti, hkrati pa opozorimo na nesmiselnost iskanja novih opredelitev. Sledi predstavitev tipologije spletnih skupnosti, ki poskuša preseči zamejenost na specifične družbene kontekste in vzpostaviti razumevanje različnih oblik človeškega povezovanja v okviru spleta. K temu dodajamo sintezo temeljnih značilnosti spletnih skupnosti, ki lahko v okviru njihovega raziskovanja ponujajo podrobnejši vpogled v njihove komponente družabnosti in uporabnosti.

2 Pluralnost pojmovanja spletnih skupnosti

Težave pri pojmovanju spletnih skupnosti izvirajo že iz dejstva, da je pojem skupnosti deležen številnih opredelitev. Ne samo da različni avtorji skupnost opredeljujejo na različne načine, temveč prihaja tudi znotraj istega raziskovalnega konteksta do raznolikih, celo nasprotujočih si definicij. Tako lahko skupnost opredelimo kot skupino ljudi, ki: je vezana na skupni geografski prostor; jih povezujejo skupne kulturne, religiozne, etnične in druge značilnosti; jih povezujejo tesni in trajni medosebni odnosi (na ravni

čustev, zaupanja, lojalnosti, občutka pripadnosti); so vezane na skupne interese in izkušnje; se razvijejo iz skupin parcialnega interesa (interesov prostega časa, potrošnje zabave); jih povezujejo skupna prepričanja in vrednote; so vezane na skupne institucionalne in organizacijske formalne strukture; se oblikujejo okrog skupne dejavnosti itd. (Scherer 1972; Brint 2001; Bahovec 2005). Pluralno pojmovanje skupnosti izvira že iz klasičnih socioloških perspektiv,⁴ ki odražajo različna metodološka in konceptualna izhodišča (Bahovec 2005), pri čemer nekateri avtorji danes pozivajo k opustitvi rabe tega pojma, češ da je zaradi njegovih nejasnih in razdrobljenih opredelitev postal le modna beseda ali *buzzword* in s tega vidika neučinkovit za raziskovanje (Brint 2001; Fernback 2007).

Takšne težave se zrcalijo in še stopnjujejo na ravni pojma spletnih skupnosti, pri katerem se nejasnosti pojavljajo že pri njegovem poimenovanju. Za začetek razvoja spletnih skupnosti lahko štejemo prve aplikacije elektronskih poštnih seznamov (ang. *mailing lists*) v zgodnjih 70. letih prejšnjega stoletja (Preece in dr. 2003). Ta so svojim uporabnikom prvič omogočile komunikacijo mnogi-z-mnogimi, ki je v 80. letih prejšnjega stoletja v asinhroni obliki postala zelo popularna v okviru aplikacije Usenet, v sinhroni obliki pa v okviru aplikacije Internet Relay Chat (IRC) (Oblak in Petrič 2005). Prvo lahko imamo za predhodnico spletnih forumov, slednjo pa za predhodnico neposrednega sporočanja in spletnih klepetalnic. Z razmahom svetovnega spleta po letu 1994 so se oblike spletnih skupnosti razširile, pri čemer so se v prvi vrsti, kot navajajo Preece in dr. (2003), oblikovale skupnosti igralcev računalniških iger, gibanja za odprto kodo, kasneje pa so zgodnje spletne skupnosti v ospredje postavljale izobraževanje in organizacijska delovna okolja.

Spletne skupnosti se je tako sprva poimenovalo na podlagi tehnologije, ki so skupnosti podpirale, npr. novičarske skupine (*newsgroups*), *listservs*, mailing liste, *BBS* ali *Free-nets* (Sproull in Arriga 2007). Z raziskovanjem teh aplikacij in ugotavljanjem skupnih točk na ravni komunikacijskih in socialnih procesov pa so se začeli pojavljati poizkusi vzpostavljanja krovnega pojma – od kiber skupnosti (*cybercommunity*) (Fernback 1999) ali kibernetске skupnosti (Kozmus 2004), elektronskih skupnosti (*electronic community*) (Giese 1998) do internetnih skupnosti (*internet community*) (Valauskas 1996), med katerimi sta se najbolj uveljavila pojma virtualna skupnost (*virtual community*) in kasneje spletna skupnost (*online community*). Kljub neredkim kritikam pojma virtualna skupnost ostaja ena najbolj citiranih Rheingoldova (2000: 5) opredelitev virtualnih skupnosti, za katere pravi, da so »družbene agregacije, ki nastanejo na Mreži, ko zadostno število ljudi z občutkom za sočloveka (*sufficient human feeling*) razpravlja dovolj dolgo v javnih diskusijah, da se oblikujejo omrežja osebnih odnosov v kibernetnem prostoru.«⁵ Kasnejše opredelitve so splošnejše in izpostavljajo

-
4. Problematizacija pojma skupnost je izhajala že iz bipolarne perspektive opredeljevanja narave družbenega življenja (Cerulo in Ruane 1998), pri čemer so Tönniesovi (1999) dihotomiji *Gemeinschaft-Gesellschaft* dodali tudi Durkheimova konceptualna distinkcija mehanske in organske solidarnosti, Webrova delitev skupnostnih in družbenih odnosov, Simmlova primerjava podeželskih in mestnih odnosov itd.
 5. Slovenski prevod vzet iz Trček (2003: 27).

predvsem socialno interakcijo v skupinskem komunikacijskem prostoru, ki temelji na skupnem interesu kot osrednjem vezivnem mehanizmu (neformalnega) združevanja posameznikov (Trček 1995; 2003; van Dijk 1998).

Z nadaljnjim raziskovanjem virtualnih skupnosti, ko je postalo jasno, da te niso ločene od siceršnje realnosti, ampak se lahko z njo tesno prežemajo (Jones 1997; Jones in Rafaeli 2000; Trček 2003), so opredelitve začele upoštevati tudi to pomembno razsežnost. Tako Porter (2004) opredeljuje, da so virtualne skupnosti skupek družbenih akterjev, ki vstopajo v interakcijo zaradi deljenih interesov, pri čemer je interakcija vsaj delno podprta in/ali posredovana prek tehnologije in vodena z določenimi protokoli ali normami.

Zaradi porasta kritik pojma virtualne skupnosti (npr. Watson 1997; van Dijk 1998; Petrič in Petrovič 2008; Wilbur 2012) se je v zadnjem desetletju močneje uveljavil pojem spletne skupnosti (npr. Lazar in Preece 1998; Preece 2000; Stanoevska-Slabeva in Schmid 2001; Maloney-Krichmar in dr. 2002; de Souza in Preece 2004; Plant 2004). Pri tem najbolj prepoznana opredelitev spletne skupnosti (Preece 2000) te definira kot skupino ljudi, ki se združujejo (redno ali občasno) na podlagi določenega namena, si delijo skupne vrednote, norme, pravila, interese, cilje, aktivnosti, zgodovino, rituale in besednjak, občutek pripadnosti in identiteto skupnosti, imajo specifično organizacijsko strukturo z vlogami, ki jih člani skupnosti igrajo, vzpostavljajo družbene odnose, zaupanje in podporo, si delijo skupni spletni prostor srečanja in med sabo komunicirajo prek elektronskih medijev in tehnologije; vzpostavijo se lahko na podlagi že obstoječih (fizičnih) socialnih interakcij ali pa zgolj v okvirih spletnega prostora in niso vezane na komunikacijo članov izven teh okvirov. Iz te opredelitve in ostalih podanih definicij virtualnih ali spletnih skupnosti lahko ugotovimo, da kot spoznavni aparat zajamejo preširok spekter realnosti, ki se ob tem še zelo hitro spreminja. Poleg tega se tako v znanstvenem diskurzu kot tudi širše spletne skupnosti pogosto enači s kakršnimkoli komuniciranjem v računalniško posredovanem prostoru.

Vsake družbene agregacije v računalniško posredovanem prostoru ne moremo označiti s pojmom spletne skupnosti. Ta pojem se namreč pogosto enači in zamenjuje z virtualnimi ali spletnimi skupinami (*online groups*) (Etzioni in Etzioni 1999; Li 2004; Lenarčič 2010). Spletne skupine za razliko od spletnih skupnosti združujejo posamezniki, ki se družijo z namenom opravljanja in reševanja točno določenih nalog in problemov; pri tem jih ne povezujeta občutek obveznosti in skupna kultura (Lenarčič 2010: 85). Na drugi strani so spletne skupnosti usmerjene k razvijanju medosebnih odnosov, zaupanja, skupnih vrednot in norm, pri čemer sta ključna elementa združevanja posameznikov skupni interes in občutek pripadnosti skupnosti (prav tam). Spletne skupine lahko delujejo kot sestavni del spletnih skupnosti (van Dijk 1998), saj ko ljudje pišejo in sodelujejo v spletnih skupnostih, selektivno upodablajo značilnosti medijev, med seboj združujejo projekte, izmenjujejo osebne zgodovine in izkušnje, se s tem oblikuje tudi skupinska zgodovina, iz katere se konstruirajo vrednote, odnosi, identitete in združevanja, kar skupino (potencialno) preoblikuje v skupnost (Baym 2000). Na podlagi navedenih dilem in nejasnosti se je v okvirih študij spletnih skupnosti vedno bolj uveljavilo osredotočanje na oblikovanje delovnih in uporabnih definicij, ki so vezane

na točno določene kontekste in okoliščine (Preece 2000). Na področju raziskovanja spletnih skupnosti je tako prišlo do določene preusmeritve pozornosti od proučevanja opredelitev k iskanju tipologij spletnih skupnosti.

3 Tipologija spletnih skupnosti

Za obstoječe tipologije spletnih skupnosti je predvsem značilno, da so precej specifične in osredotočene na ozek nabor kriterijev, ki so umeščeni v različne pristope, področja in raziskovalne okvire (usmerjanje na kontekste podjetništva (Hagel in Armstrong 1997; Plant 2004), uporabniške prijaznosti (Stanoevska-Slabeva 2002; de Souza in Preece 2004), kontekste organizacij in profesionalnih združenj (Dubé in dr. 2006; Hara in dr. 2009) ipd.). Poleg tega bi lahko spletne skupnosti razlikovali na podlagi motivov članov za združevanje ali pa drugih posameznih značilnosti spletnih skupnosti, kot so načini komunikacije, regulacije, velikosti spletne skupnosti, stopnje povezanosti med člani in občutka pripadnosti skupnosti itd. V tem prispevku želimo tvoriti splošno tipologijo spletnih skupnosti na osnovi sinteze tipologij spletnih skupnosti Porterjeve (2004), Stanoevske-Slabeve in Schmidta (2001; 2002) ter tipologije Hagela in Armstronga (1997), ki jih prepoznavamo kot najbolj splošne in veljavne.

Predlagano tipologijo tvorijo tri spremenljivke, ki delujejo kot kriteriji opredeljevanja posameznih idealnih tipov spletnih skupnosti. Na ravni prve spremenljivke gre za *prevladujočo naravo odnosa* v spletni skupnosti, ki je lahko družabna, profesionalna, komercialna, neprofitna in državljanska (Porter 2004). Ta odraža družbeni kontekst, v katerem neka spletna skupnost lahko deluje. V okviru spletnih skupnosti s prevladujočo družabno naravo odnosa se vzpostavljajo odnosi osebne in neformalne narave, ki se pogosto razvijejo okrog skupnih prosto-časovnih dejavnosti, hobijev in drugih neprofesionalnih aktivnosti. V spletnih skupnostih s prevladujočo profesionalno naravo odnosa se vzpostavljajo odnosi okrog skupnih profesionalnih interesov, ekspertnosti, znanja, izobraževanja in učenja. Spletne skupnosti s prevladujočim profesionalnim odnosom so tako vezane na profesijo in stroko, ki imajo predpostavljene določene vrednote in etiko delovanja. Prevladujoč komercialen odnos v spletnih skupnostih se kaže z osredotočanjem na določene profitne modele, pri katerih v ozadju stojijo procesi poslovanja in podjetništva. Ravno nasprotno so usmerjene spletne skupnosti z neprofitnim prevladujočim odnosom, ki težijo k združevanju posameznikov na podlagi skupnih (vrednotnih) interesov (ekologija, strpnost, drugačnost, antimilitarističnost, enakost itd.). Te so zasnovane s strani skupine ljudi s predpostavljenimi skupnimi nazeri, kot so nevladne organizacije, aktivistične skupine, družbena gibanja ipd. Spletne skupnosti s prevladujočo državljansko naravo odnosa temeljijo na vzdrževanju odnosa med državljani in vladnimi ali občinskimi/mestnimi akterji, kar lahko vodi k opolno-močenju posameznikov ali pa zgolj k deklarativnemu in navideznemu vključevanju državljanov v politične procese. Te se lahko vzpostavijo tudi brez vpletenosti vladnih ali občinskih akterjev, npr. le med državljani ali občani, kar lahko vodi tudi v neprofitne spletne skupnosti, ali pa le med vladnimi akterji, npr. spletne skupnosti političnih strank (Porter 2004).

Pri identificiranju druge spremenljivke si delno pomagamo s tipologijo Stanoevske-Slabeve (2002), v kateri sicer izpostavlja bolj empirične kot analitične tipe, vendar pri tem pomembno opozori na ločnico razlikovanja med tipi spletnih skupnosti, ki se nanaša na prisotnost in obseg namena spletne skupnosti. V tem kontekstu lahko govorimo o *multifunktionalnosti* spletnih skupnosti (Matzat 2009), v okviru katere nekatere spletne skupnosti služijo specifičnim namenom, medtem ko se druge osredotočajo na izpolnjevanje več različnih namenov članov spletnih skupnosti.⁶ Skupni namen članov spletne skupnosti predstavlja integralni del in ključni vezni člen oblikovanja spletnih skupnosti, saj govori o razlogih, zakaj posamezniki vstopajo v takšno družbeno združevanje (Abram in dr. 2003). Iz tega izhaja druga spremenljivka opredelitve posameznih tipov spletnih skupnosti, pri čemer razlikujemo med *posameznimi* in *raznolikimi* skupnimi nameni spletne skupnosti (Matzat 2009). Posamezni skupni namen pomeni osredotočenost na specifična in ozko opredeljena področja usmerjenosti spletne skupnosti, medtem ko raznolikost namenov v spletni skupnosti prinaša večjo heterogenost članov ter tematskih področij in ciljev, ki jih takšna spletna skupnost zasleduje.

Če vzamemo ti dve spremenljivki, lahko razločujemo dvanajst idealnih tipov spletnih skupnosti, ki so predstavljene v Tabeli 1. V spletne skupnosti s prevladujočo družabno naravo odnosa in raznolikimi skupnimi nameni tako umeščamo:

i. Spletne skupnosti medosebnih odnosov, ki so namenjene oblikovanju in ohranjanju družbenih odnosov med posamezniki ter se primarno osredotočajo na teme osebne narave (Stanoevska-Slabeva 2002), sekundarno pa tudi na interesne, politične in ekonomske teme ipd. Člani teh spletnih skupnosti med sabo izmenjujejo osebna doživljanja, izkušnje, zgodbe in čustva, na podlagi katerih se medsebojno spoznavajo, družijo in gradijo odnose prijateljstva. V take spletne skupnosti lahko uvrstimo skupnosti, ki nastajajo v okviru spletnih socialnih omrežij (pri katerih so pogosto prevladujoče platforme Facebook, Twitter, Google Plus+, Myspace ipd.), kot tudi številne zelo obiskane spletne forume (npr. ringaraja.net, alter.si ipd.).⁷

V spletne skupnosti s prevladujočo družabno naravo odnosa in posameznimi skupnimi interesi uvrščamo:

-
6. Nameni spletnih skupnosti lahko izhajajo s strani članov spletne skupnosti ali pa njihovih upravljavcev ali ustvarjalcev, pri čemer se ti ne nujno prekrivajo. Pri načrtovanju spletnih skupnosti si njihovi upravljavci zastavijo jasno opredeljene namene in cilje, vendar se ti lahko dopolnijo, člani jih lahko spremenijo ali pa so od njih med delovanjem v spletni skupnosti popolnoma odtujeni (npr. Maloney-Krichmar in dr. 2002). Pri opredeljevanju namenov spletnih skupnosti se osredotočamo na perspektivo članov spletnih skupnosti, saj so ravno člani osnovni gradniki, brez katerih ne moremo govoriti o entiteti spletne skupnosti (Preece 2000).
 7. V prispevku navajamo nekatere primere spletnih skupnosti, v okviru katerih se predstavlja opredeljen tip spletne skupnosti kot prevladujoče načelo, ki pa ne izključuje drugih načinov delovanja, značilnih za druge tipe. Prav tako s ponazorjenimi primeri ne želimo izpostavljeti, da so določeni tipi spletnih skupnosti omejeni zgolj na obliko informacijske-komunikacijske platforme, kot jo ponazarjajo podani primeri.

- ii. Spletne skupnosti socialne opore**, ki so vedno bolj številčne, a manj množično obiskane družabne spletne skupnosti in so v raziskovalnem oziru v zadnjem času deležne izjemne pozornosti (npr. Lieberman in Goldstein 2006; Barack in dr. 2008; van Uden-Kraan in dr. 2008). Osredotočajo se na skupine posameznikov s specifičnimi težavami v duševnem in fizičnem zdravju, ki si med sabo delijo socialno oporo ter pomoč v obliki izmenjave informacij, izkušenj in čustvene podpore ter s tem pomagajo zmanjševati posameznikovo življenjsko stisko (Bane in dr. 2005). V ta tip lahko uvrstimo med.over.net kot največjo slovensko spletno zdravstveno skupnost, nebojse.si, ki je namenjena ljudem z depresijo, anksioznostjo in drugimi psihičnimi motnjami, bulimia.forumotion.net, ki je namenjena opori pri hujšanju, anoreksiji, bulimiji in kompulzivnem prenehanju itd.
- iii. Demografske spletne skupnosti**, ki jih lahko opredelimo kot obliko interesnih spletnih skupnosti (Hagel in Armstrong 1997). Združujejo posameznike, ki izhajajo iz enakih demografskih skupin, kot so starost, spol, rasa, etnična in verska pripadnost ipd. Pod demografske spletne skupnosti podpore bi lahko umestili primere spletne skupnosti slovenskih muslimanov (<http://www.smskupnost.si/forum/>), najstnic (<http://teen-world.forum-motion.com/>) in starostnikov (www.starejsi.si).
- iv. Spletne skupnosti življenjskih stilov**, ki jih prav tako opredeljujemo kot obliko interesnih spletnih skupnosti (Hagel in Armstrong 1997), se vežejo na skupno preživljanje prostega časa, načinov potrošnje ali pa drugih ekonomskih, družbenih in kulturnih podobnosti. Takšne spletne skupnosti se osredotočajo na določeno dejavnost »istosti« in podobnosti ter enakih okusov, ki ne zajemajo nujno tudi drugih delov družbenega življenja. Kot primer tovrstnih spletnih skupnosti lahko navedemo mavrični-forum.net slovenske »LGBT« populacije.

Tabela 1: Tipologija spletnih skupnosti.

Spremenljivke tipologije spletnih skupnosti		
1. Prevladujoča narava odnosa v spletni skupnosti	2. Multifunkcionalnost spletne skupnosti	3. Tipi spletnih skupnosti
družabna	raznoliki skupni nameni	i.) spletne skupnosti odnosov
	posamezen skupni namen	ii.) spletne skupnosti socialne opore
		iii.) demografske spletne skupnosti
		iv.) spletne skupnosti življenjskih stilov
profesionalna	raznoliki skupni nameni	v.) spletne skupnosti prakse
	posamezen skupni namen	vi.) projektne spletne skupnosti
komercialna	raznoliki skupni nameni	vii.) potrošniške spletne skupnosti
	posamezen skupni namen	viii.) spletne skupnosti ugleda
neprofitna	raznoliki skupni nameni	ix.) aktivistične spletne skupnosti
	posamezen skupni namen	x.) spletne skupnosti soustvarjanja
državljska	raznoliki skupni nameni	xi.) politične spletne skupnosti
	posamezen skupni namen	xii.) participatorne spletne skupnosti

V okviru spletnih skupnosti s prevladujočo profesionalno naravo odnosa in raznolikimi skupnimi nameni umeščamo:

v. Spletne skupnosti prakse (ang. *online communities of practice*), ki si delijo skupne poklicne interese ter se osredotočajo na domeno znanja, izobraževanja in učenja (Stanoevska-Slabeva 2002). Te skupnosti so vezane na določeno delovno področje, stroko ali profesijo (Matzat 2010). V tem kontekstu si člani spletnih skupnosti prakse delijo podobne odgovornosti, naloge in izkušnje (prav tam). Takšne spletne skupnosti se torej lahko vežejo le na profesionalne odnose na npr. področjih medicine (Združenje zasebnih patronažnih medicinskih sester – patronaza.si/forum), podjetništva (forum.mladipodjetnik.si), pa tudi raziskovalcev in znanstvenikov (»Association of Internet Researchers« – listserv.aoir.org/listinfo.cgi/air-l-aoir.org) itd.

Spletne skupnosti s prevladujočo profesionalno naravo odnosa in posameznimi skupnimi interesi so:

vi. Projektne spletne skupnosti, ki se osredotočajo na uresničevanje določenih projektov – med drugim gre lahko za cilje e-izobraževanja (npr. skupnost.sio.si) ter načrtovanja in oblikovanje produktov in storitev. Med slednje lahko uvrščamo spletno skupnost statističnega programa R (r-project.org), pri katerem je uporabnikom omogočeno, da razvijajo funkcije in ukaze, prav tako pa te lahko delijo tudi z drugimi uporabniki, ki pogosto razvijajo in oblikujejo programje, ki je v pomoč pri raziskovanju ali izobraževanju in učnih procesih. Podoben primer je tudi spletna skupnost OLAT (Online Learning and Training), v okvirih katere so razvili odprtokodni sistem izobraževalnega menedžmenta, ki ga lahko člani spletne skupnosti tako uporabljajo kot tudi razvijajo.

V okviru spletnih skupnosti s prevladujočo komercialno naravo odnosa in raznolikimi skupnimi nameni umeščamo:

vii. Potrošniške spletne skupnosti, ki se osredotočajo na potrošnike določenih produktov in storitev, pri čemer sta v ospredju druženje in izmenjava znanja, in ne prodaja produktov ali storitev (Shang in dr. 2006). Kot primera lahko navedemo npr. spletno skupnost, ki je namenjena ličenju in kozmetiki (npr. diva.si/forum), ter spletno skupnost nakupovalcev v trgovski verigi Ikea (ikeafans.com/forums).

V spletne skupnosti s prevladujočo komercialno naravo odnosa in posameznimi skupnimi nameni uvrščamo:

viii. Spletne skupnosti ugleda, ki so namenjene ponudnikom in prejemnikom produktov ali storitev, ki s svojim delovanjem gradijo določen status (Stanoevska-Slabeva 2002). Takšne skupnosti predpostavljajo kupoprodajne odnose med potrošniki ali kupci in prodajalcem izdelkov ali ponudnikom storitev, pri čemer ti ocenjujejo drug drugega oz. njihove produkte/storitve. Primer takih skupnosti so npr. spletne skupnosti v okviru spletnih trgovin ebay.com in amazon.com.

V kontekste spletnih skupnosti s prevladujočo neprofitno naravo odnosa in raznolikimi skupnimi nameni umeščamo:

ix. Aktivistične spletne skupnosti, ki se osredotočajo na oblikovanje spletnih peticij, spletnih organizacij in spletnih mest, s katerimi poskušajo izražati določeno politično držo, podpirati ideje, ponuditi državljanom dodatne informacije ali pa je to način izražanja protesta in nasprotovanja določeni družbeni problematiki (McCaughey in Ayers 2003: 1). Kot primer bi lahko navedli spletne skupnosti, ki se borijo za določene pravice – npr. spletna skupnost Ženski forum Socialnih demokratov, ki se bori za pravice žensk (zenski-forum.si), ali pa spletne skupnosti nevladnih organizacij in društev, ki delujejo na različnih družbenih področjih – npr. na področju varstva okolja (Ekologi brez meja - ebm.si/).

Spletne skupnosti s prevladujočo neprofitno naravo odnosa in posameznimi skupnimi nameni so:

x. Spletne skupnosti soustvarjanja, ki jih veže baza uporabnikov, ki na neprofitni bazi skupaj soustvarjajo ter izmenjujejo produkte in storitve. Uporabniki ustvarjajo storitve, znanje in spretnosti, ki jih posedujejo ter si jih med seboj izmenjujejo. Kot primere lahko navedemo slovensko android skupnost (slo-android.si), v okviru katere gre za skupno ustvarjanje aplikacij za mobilne telefone, ali pa spletno skupnost časovne banke (casovnabanka.mojforum.si). V mednarodnem merilu je ena najbolj priljubljenih tovrstnih spletnih skupnosti kickstarter.com, v kateri uporabniki sofinancirajo izdelavo nekega produkta in storitve.

V spletne skupnosti s prevladujočo državljansko naravo odnosa in raznolikimi skupnimi nameni umeščamo:

xi. Politične spletne skupnosti, za katere so značilne nestrukturirane razprave med predstavniki lokalne/nacionalne oblasti in državljani. Pod ta tip lahko uvrstimo tudi lokalne in nacionalne medijske spletne skupnosti, ki omogočajo razprave o javnih problemih, ki se tičejo politike, ekonomije, kulture, družbe ipd. (npr. sobotainfo.com/forum, rtvslo.si/forum). Nadalje sodijo v ta tip tudi spletne skupnosti različnih političnih strank, ki omogočajo razpravo med državljani in člani teh strank.

Spletne skupnosti s prevladujočo državljansko naravo odnosa in posameznimi skupnimi nameni se predstavljajo kot:

xii. Participatorne spletne skupnosti, ki se osredotočajo na razpravljanje o specifičnih vprašanih in doseganje odločitev z zvezi s temi vprašanji. Glavni namen je sodelovanje pri oblikovanju vladnih politik in ukrepov, podajanje predlogov, izmenjevanje idej, glasovanje zanje itd. Kot primer lahko podamo spletno skupnost predlagam.vladi.si, v tujini pa je soroden primer spletna skupnost eparticipacija.euprava.gov.rs, v okviru katere člani podajajo predloge in ideje za izboljšanje srbske e-uprave.

4 Temeljne značilnosti spletnih skupnosti

Spletnih skupnosti ne moremo izčrpno popisati z zgornjo tipologijo, temveč lahko to naredimo šele s podrobnejšim proučevanjem značilnosti, ki posamezne spletne skupnosti delajo edinstvene. V tem poglavju želimo na osnovi sinteze ključnih avtorjev na področju raziskovanja spletnih skupnosti identificirati bistvene značilnosti, ki pomagajo

natančno specificirati neko spletno skupnost. Na podlagi izsledkov številnih avtorjev (Aoki 1994; Lazar in Preece 1998; van Dijk 1998; Preece 2000; Stanoevska-Slabeva in Schmid 2001; Maloney-Krichmar in dr. 2002; Stanoevska-Slabeva 2002; Preece in dr. 2003; de Souza in Preece 2004; Plant, 2004; Porter, 2004; Dubé in dr. 2006; Peters 2006; Petrič in Petrovčič 2008; Stommel 2008; Hara in dr. 2009; Matzat 2009) je mogoče identificirati množstvo značilnosti, ki jih spletne skupnosti lahko posedujejo. S pregledom širokega nabora značilnosti spletnih skupnosti smo ugotovili, da jih lahko razvrstimo v okvire dveh glavnih komponent spletnih skupnosti, kot jih definira Jennifer Preece (2000). Temeljne značilnosti spletnih skupnosti lahko delimo glede na to, ali zadevajo družbeno interakcijo ali družabnost (*sociability*) ali se nanašajo na tehnološko-uporabniške vidike ali uporabnost (*usability*). Značilnosti družabnosti spletnih skupnosti lahko nadalje delimo glede na njihovo podrobnejšo vezanost na akterje, namene ali politiko spletne skupnosti, medtem ko se značilnosti uporabnosti nanašajo na programsko opremo ali tehnologijo spletne skupnosti. Z natančnim razvrščanjem značilnosti spletnih skupnosti, ki so podane v spodnjem predlaganem seznamu (Tabela 2), smo ugotovili, da lahko značilnosti, ki se vežejo na akterje spletnih skupnosti, nadalje razdelimo na tri ravni: (1) raven komunikacije, (2) raven članstva in (3) raven skupnosti.

Tabela 2: Značilnosti spletnih skupnosti.

družabnost				uporabnost
akterji		namen	politika	tehnologija/programska oprema
raven komunikacije	raven skupnosti	multifunkcionalnost spletne skupnosti	proces ustvarjanja spletne skupnosti	platforma spletne skupnosti
formalnost komunikacije	stopnja občutka pripadnosti spletni skupnosti	specifični razlogi združevanja	formalne in neformalne norme	stopnja odvisnosti od IKT
tip komunikacijskega razmerja	starost spletne skupnosti	skupne vrednote	skupni jezik	vezanost na fizične skupnosti
kultura izmenjave znanja ali informacij	zrelost spletne skupnosti	skupna zgodovina	oblike sankcij	komunikacijska odzivnost platforme glede na tehnologijo
značaj komunikacijskega razmerja	stopnja odprtosti skupnosti		stopnja istovetnosti z normami	podpora in omogočanje vrste vsebine
način interakcije	stopnja ugleda skupnosti		načini prijav kršitev norm	
raven članstva	geografska disperzija članov		struktura vodstva	
velikost skupnosti	stopnja solidarnosti, zaupanja, recipročnosti in podpore med člani		načini reševanje konfliktov	
vloge članov in vodstvo			stopnja hierarhije v spletni skupnosti	
kulturna raznolikost članov			stopnja regulacije spletne skupnosti	
proces izbire članov			proces odločanja v spletni skupnosti	
proces včlanjenja			stopnja formalne institucionalizacije spletne skupnosti	
stabilnost članstva				
stopnja povezanosti članov				

Značilnosti na ravni komunikacije akterjev spletnih skupnosti se podrobneje nanašajo na formalnost (formalno, neformalno), tipe (eden-z-enim, mnogi-z-mnogimi, eden-z-mnogimi, mešana razmerja), kulturo (nizka, visoka), značaj (javno, zasebno) in načine (diadično-multiplo, mešano) komunikacijsko-interakcijskega razmerja. Na ravni članstva akterjev spletnih skupnosti značilnosti nakazujejo na specifična razmerja

med člani spletnih skupnosti, ki lahko zadevajo tako kvantitativne (majhne, srednje, velike spletne skupnosti) kot tudi kvalitativne opise članstva. Slednje se podrobneje kažejo skozi določanje vlog članov spletnih skupnosti (npr. novi člani, aktivni člani, moderatorji, *lurkerji*⁸), njihovo kulturno raznolikost (homogena, heterogena), procese izbire članov (zaprt, odprt) in njihovega včlanjenja (prostovoljen, obvezen), kar lahko govori tudi o stabilnosti članstva (nizka, visoka) in o stopnji njihove povezanosti (šibka, močna). Značilnosti na ravni skupnosti se za razliko od tistih na ravni članstva nanašajo na delovanje spletne skupnosti kot povezovalnega jedra ali po »združevalnem (kondenzacijskem) principu« (Bahovec 2005: 13). Pri tem pomembno vlogo igrajo stopnja občutka pripadnosti spletni skupnosti, stopnja solidarnosti, zaupanja, recipročnosti in podpore med člani, ki se pomembno povezujejo s starostjo, zrelostjo, odprtostjo, geografsko disperzijo in uglednostjo spletne skupnosti.

Značilnosti namena spletnih skupnosti se podrobneje povezujejo z drugo spremenljivko tipologije spletnih skupnosti, ki pa za razliko od te natančneje razlagajo specifičnost motivov, ciljev, interesov, razlogov, vrednot članov in s tem zgodovino spletnih skupnosti. Spletne skupnosti, ki imajo jasno opredeljene cilje, v večji meri pritegnejo posameznike, ki so si na ravni interesov precej podobni, kar pomembno vpliva na večjo stabilnost spletne skupnosti (Preece 2000: 81). Na podlagi tega lahko tudi ugotovimo, da se nekatere opredeljene temeljne značilnosti spletnih skupnosti med seboj tesno povezujejo, dopolnjujejo in posledično določajo druga drugo. To tudi pomeni, da lahko identifikacija temeljnih značilnosti spletnih skupnosti uporabno služi kot dobro izhodišče raziskovanja posameznih delov in elementov spletnih skupnosti ter njihovega povezovanja.

Spletne skupnosti sestavljajo tudi specifične družbene strukture, ki se podrobneje kažejo v značilnostih politike spletnih skupnosti, ki natančneje določajo pogoje včlanjenja, tipe in značaj komuniciranja med člani ter potrebne ukrepe pri odstopanjih od pravil spletne skupnosti (Preece 2000: 94). Značilnosti politike spletnih skupnosti tako zajemajo načine procesa ustvarjanja in upravljanja spletnih skupnosti (*bottom-up*, *top-down*),⁹ nabor formalnih in neformalnih norm, skupni jezik, oblike sankcij (pozitivne, negativne), strukturo vodstva, hierarhije in stopnjo reguliranja spletne skupnosti, proces odločanja v spletni skupnosti (individualen, konsenzualen, s strani vodstva) in stopnjo formalne institucionalizacije spletne skupnosti. Čeprav so značilnosti vedno specifične glede na posamezen primer spletne skupnosti, se za nekatere tipe spletnih skupnosti pogosto odražajo podobne značilnosti. Tako je npr. za spletne

8. S pojmom *lurker* se označuje člane spletnih skupnosti, ki pasivno sodelujejo v spletnih skupnostih, kar pomeni, da le prebirajo sporočila in komentarje drugih članov spletnih skupnosti ter na ta način pridobivajo odgovore na lastna vprašanja, v pogovore pa se sami zelo redko ali nikoli ne vključujejo (Nonnecke in Preece 1999; Preece in dr. 2004).

9. V okviru načina procesa ustvarjanja spletnih skupnosti lahko ločujemo med (1) *bottom-up* spletnimi skupnostmi, ki so jih ustvarili in vpeljali sami člani skupnosti; ti jih v času njihovega življenjskega cikla tudi upravljajo, in (2) *top-down* spletnimi skupnostmi, ki so jih ustvarile in vpeljale organizacije ter lahko sledijo tako komercialnim kot tudi nekomercialnim interesom (Porter 2004).

skupnosti prakse pogosto značilen proces ustvarjanja »od zgoraj navzdol« ali s strani organizacije ali profesionalne skupine, jasno določena hierarhija in vodstvo ter višja stopnja formalne institucionalizacije spletne skupnosti (Dubé in dr. 2006; Hara in dr. 2009).

Vsaka spletna skupnost sestoji tudi iz specifične programske opreme in tehnologije, ki pomembno nakazujejo tudi na značilnosti posameznih spletnih skupnosti. Značilnosti uporabnosti spletne skupnosti se tako nanašajo na podrobnejšo tehnološko platformo, ki spletno skupnost podpira (IRC, mailing lista, BBS, MUD, spletna socialna omrežja, forum, wiki itd.), stopnjo odvisnosti od IKT in s tem povezano stopnjo vezanosti na fizične skupnosti. Le spletna skupnost, ki je delno vezana na IKT, je lahko delno ali v celoti utemeljena skozi fizično skupnost. Značilnosti uporabnosti spletne skupnosti pomembno govorijo tudi o komunikacijski odzivnosti platforme glede na tehnologijo (sinhrona, asinhrona, mešana) in omogočanju vrste vsebine (tekstovna, grafična, video, mešana).

V okviru predstavljenih temeljnih značilnosti spletnih skupnosti (Tabela 2) je treba izpostaviti, da imajo te v realnih družbenih primerih notranjo in zunanjo pojavno obliko. Značilnosti notranje pojavnosti spletne skupnosti so dinamične in hitro spremenljive, saj jih ustvarjajo ter jim dajejo pomene družbeni akterji z lastnim delovanjem v spletnih skupnosti, izkušnjami in subjektivnim doživljanjem realnosti (npr. občutek pripadnosti spletni skupnosti, stopnja zaupanja in recipročnosti med člani itd.) (Fernback 2007). Takšne vpogled v spletne skupnosti lahko dobimo le z vključevanjem njihovih članov in uporabnikov v okviru raziskovanja, pri čemer ti s svojimi perspektivami poznavanja določijo posamezne značilnosti spletnih skupnosti (Stommel 2008). Na drugi strani se značilnosti zunanje pojavnosti spletne skupnosti kažejo kot lupina ali kot razsežnost, ki jih lahko opredelijo ali določijo tudi zunanji opazovalci (npr. raziskovalci) kot objektivne kriterije (npr. tehnološka platforma, ki spletno skupnost podpira, starost, velikost, formalne norme (zapisane v obliki *netiquette*) spletne skupnosti itd.) (Bahovec 2005). V okviru raziskovanja specifičnih značilnosti spletnih skupnosti je tako potrebno zavedanje o dvojnosti njihovih pojavnih oblik, pri čemer se značilnosti zunanje pojavnosti spletne skupnosti spreminjajo počasneje kot tiste notranje narave. Predstavljene značilnosti spletnih skupnosti s tega vidika lahko služijo kot dodatni raziskovalni okvir razumevanja spletnih skupnosti, njihove kompleksnosti in specifičnosti ter s tem komplementirajo raziskovalna izhodišča, ki jih začrtajo idealni tipi spletnih skupnosti.

5 Sklep

V prispevku smo izhajali iz predpostavke, da je družbena realnost, za katero se danes uporablja označevalec »spletna skupnost«, preveč kompleksna in raznolika, da bi bilo iskanje enotne, najbolj veljavne opredelitve tega pojma smiselno. Zato se nam zdi bolj plodno v prostor raziskovanja tega pojma vnašati določeno urejenost z iskanjem splošnih tipologij spletnih skupnosti na osnovi sinteze in kritike že obstoječih. Predstavljena tipologija sestoji iz dvanajstih idealnih tipov, ki ne govorijo nujno o

trdnih lastnostih posameznosti, temveč predstavljajo glavno ali prevladujoče načelo, ki se v spletnih skupnostih uveljavlja. Prevladujoče načelo se v predstavljeni tipologiji spletnih skupnosti odraža skozi naravo odnosa in multifunkcionalnost spletne skupnosti, ki skupaj gradita klasifikacijski mehanizem tipov spletnih skupnosti. Na podlagi predstavljene tipologije spletnih skupnosti lahko te razvrščamo v dvanajst različnih idealnih tipov, ki pa ne zmorejo brezmejno popisati posamičnih primerov spletnih skupnosti, temveč vsaka spletna skupnost poseduje sebi lastne specifične značilnosti, na podlagi katerih se odraža njena edinstvenost.

Širina kontekstov, značilnosti in dejavnikov, ki jih je pri raziskovanju spletnih skupnosti treba upoštevati, tako govorijo o naravi tega vse prej kot enostavno opredeljivega družbenega konstrukta. Čeprav izoblikovana tipologija predstavlja dvanajst tipov spletnih skupnosti, pri tem ne zanikamo možnih prepletanj med njimi v okviru družbene realnosti. O tem v pričujočem prispevku nazorno govori obravnava spletnih skupnosti kot hibridov, v okviru katerih se združujejo, prepletajo in dopolnjujejo različne značilnosti posameznih predstavljenih tipov spletnih skupnosti; tako se v interesnih spletnih skupnostih lahko izoblikujejo odnosi socialne opore in pomoči, zasleduje določen projekt ali aktivističen del skupnosti ipd. Tipi spletnih skupnosti tako govorijo o prevladujočem načelu, ki ne izključuje drugih načinov delovanja, značilnih za druge tipe (Weber 1949).

Pojem hibridna spletna skupnost vnaša zavedanje, da predstavljenih dvanajst tipov spletnih skupnosti ne odraža izčrpane slike realnosti, temveč govori predvsem o potrebi dopolnjevanja, analiziranja in raziskovanja ter služi kot izhodišče nadaljnjih družboslovnih razprav. Naloga nadaljnega raziskovanja namreč je, da razkriva, v kolikšni meri se izoblikovani idealni konstrukti približujejo ali oddaljujejo družbeni realnosti (Weber 2009: 388), in na ta način presegati »splošnost«, ki jo tipologija vnaša na raven razumevanja družbenega sveta. Kljub splošnosti, ki je neizogibna lastnost tipologij, pa smo z vzpostavitev nove, sintetične tipologije spletnih skupnosti v določeni meri skušali zmanjšati stopnjo splošnosti, ki je značilna za obstoječe tipologije (Hagel in Armstrong 1997; Stanoevska-Slabeva in Schmid 2001; Stanoevska-Slabeva 2002; Porter 2004), a hkrati ohraniti njihovo izčrpnost. Pri tem se je treba zavedati, da je v procesu abstrakcije in logičnega povezovanja, ki gradi idealne tipe, vedno prisotna določena mera subjektivnosti (Weber 1949), zaradi katere je predlagano tipologijo v nadaljnjem raziskovanju treba presojati z vidika logične koherentnosti in veljavnosti.

Predstavljeni tipi spletnih skupnosti in njihove značilnosti lahko vodijo k preciznejšemu, predvsem pa bolj uporabnemu opredeljevanju pojma, kar podaja tudi metodološke nastavke za nadaljnje analize. Tipi spletnih skupnosti in njihove značilnosti lahko služijo kot usmeritev pri izbiranju tako teoretskih kot tudi metodoloških okvirov pri raziskovanju spletnih skupnosti; tipologija kar vabi k nadaljnjemu raziskovanju spletnih skupnosti z metodami virtualne etnografije, spletnimi anketami, študijami primerov, analizo socialnih omrežij ter drugimi postopki kvantitativne in kvalitativne metodologije, posebej prilagojenih za raziskovanje spletnih skupnosti.

Literatura

- Abras, Chadia, in dr. (2003): Evaluating an Online Academic Community: 'Purpose' is the Key. V C. Stephanidis in J. Jacko (ur.): *Human-Computer Interaction, Theories and Practice (Part 1): Proceedings of the 10th International Conference on Human-Computer Interaction*: 829–833. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Aoki, Kumiko (1994): *Virtual Communities in Japan*. Prispevek na Pacific Telecommunication Council 1994 Conference, 16.–20. januarja, Honolulu, Hawaii.
- Bahovec, Igor (2005): *Skupnosti: teorije, oblike, pomeni*. Ljubljana: Sophia.
- Bane, Cynthia M. H., in dr. (2005): Social Support as a Moderator of the Big-fish-in-a-little pond Effect in Online Self-help Support Groups. *Journal of Applied Biobehavioral Research*, 10 (4): 239–261.
- Barak, Azy, in dr. (2008): Forstering Empowerment in Online Support Groups. *Computer in Human Behavior*, 24 (5): 1867–1883.
- Bateman Driskell, Robyn, in Lyon, Larry (2002): Are Virtual Communities True Communities? Examining the Environments and Elements of Community. *City & Community*, 1 (4): 373–390.
- Baym, Nancy K. (2000): *Tune In, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bourdieu, Pierre (1991): *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Brint, Steven (2001): Gemeinschaft Revisited: A Critique and Reconstruction of the Community Concept. *Sociological Theory*, 19 (1): 1–23.
- Burnett, Gary (2000): Information Exchange in Virtual Communities: A Typology. *Information Research*, 5 (4). Dostopno prek: <http://informationr.net/ir/5-4/paper82.html> (25. 5. 2013).
- Cerulo, Karen A., in Ruane, Janet M. (1998): Coming Together: New Taxonomies for the Analysis of Social Relations. *Sociological Inquiry*, 68 (3): 398–425.
- de Souza, Clarisse Sieckenius, in Preece, Jenny (2004): A Framework for Analyzing and Understanding Online Communities. *Interacting with Computers*, 16 (3): 579–610.
- Dubé, Line, in dr. (2006): Towards a Typology of Virtual Communities of Practice. *Interdisciplinary Journal of Information Knowledge and Management*, 1 (1): 69–93.
- Etzioni, Amitai, in Etzioni, Oren (1999): Face-to-Face and Computer-Mediated Communities: A Comparative Analysis. *The Information Society*, 15 (4): 241–248.
- Fernback, Jan (1999): There is There There: Notes Toward a Definition of Cybercommunity. V S. Jones (ur.): *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*: 203–220. Thousand Oaks, CA: Sage.
- (2007): Beyond the Diluted Community Concept: A Symbolic Interactionist Perspective on Online Social Relations. *New Media & Society*, 9 (1): 49–69.
- Foster, Derek (1996): *Community and Identity in the Electronic Village*. V D. Porter (ur.): *Internet Culture*: 23–37. New York: Routledge.
- Franz, Reinhard, in Wolkinger, Thomas (2003): Customer Integration with Virtual Communities. Case study: The Online Community of the Largest Regional Newspaper in Austria. Prispevek na 36th Hawaii International Conference on System Sciences, 6.–9. januarja, Big Island, Hawaii, ZDA.

- Giese, Mark (1998): Self without Body: Textual Self-Representation in an Electronic Community. *First Monday*, 3 (4/6). Dostopno prek: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/587/508> (25. 5. 2013).
- Hagel, John, in Armstrong, Arthur G. (1997): *Net Gain: Expanding Markets Through Virtual Communities*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Hara, Noriko, in Hew, Khe Foon (2007): Knowledge-sharing in an Online Community of Healthcare Professionals. *Information Technology & People*, 20 (3): 235–261.
- Hara, Noriko, in dr. (2009): Online Communities of Practice Typology Revisited. *Journal of Information Science*, 35 (6): 740–757.
- Jones, Quentin (1997): Virtual-Communities, Virtual Settlements & Cyber-Archeology: A Theoretical Outline. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3 (3). Dostopno prek: <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue3/jones.html> (25. 5. 2013).
- , in Rafaeli, Sheizaf (2000): Time to Split Virtually: 'Discourse Architecture' and Community Building' Create Vibrant Virtual Publics. *Electronic Markets*, 10 (4): 214–223.
- Katzy, Bernhard R., in Ma, Xiaofeng (2002): Virtual Professional Communities – Definitions and Typology. V K. Pawar, in dr. (ur.): *The 8th International Conference on Concurrent Enterprising*. Rim, Nottingham: Centre for Concurrent Enterprising, School of Mechanical Materials, Manufacturing Engineering & Management, University of Nottingham.
- Kim, Amy Jo (2000): *Community Building on the Web: Secret Strategies for Successful Online Community*. Berkley, CA: Peachpit Press.
- Kling, Rob (1996): Social Relationships in Electronic Forums: Hangouts, Salons, Workplaces and Communities. V R. Kling (ur.): *Computerization and Contraversy: Value Conflicts and Social Choice*: 426–456. San Diego: Academic Press.
- Kozmus, Davor (2004): *Skupnosti v kiberprostoru: Znanost kot virtualni kolaboratorij*, doktorska disertacija, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Lazar, Jonathan, in Preece, Jennifer (1998): Classification Schema for Online Communities. Prispevek na Americas Conference on Information Systems, 14.–16. avgusta, Baltimore, Maryland, ZDA.
- Lechner, Ulrike, in Hummel, Johannes (2002): Business Models and System Architecture of Virtual Communities: From a Sociological Phenomenon to Peer-to-Peer Architectures. *International Journal of Electronic Commerce*, 6 (3): 41–53.
- Lenarčič, Blaž (2010): *Socialni kapital v virtualnih skupnostih*. Koper: Univerza na Primorskem.
- Li, Honglei (2004): Virtual Community Studies: A Literature Review, Synthesis and Research Agenda. Prispevek na Americas Conference on Information Systems, 6.–8. avgusta, New York, ZDA.
- Lieberman, Morton A., in Goldstein, Benjamin A. (2006): Not All Negative Emotions are Equal: The Role of Emotional Expression in Online Support Groups for Women with Breast Cancer. *Psycho-Oncology*, 15 (2): 160–168.
- Loomis, Charles P., in McKinney, John C. (1999): Prispevki k ameriškim izdajam. V F. Tönnies: *Skupnost in družba: temeljni pojmi čiste sociologije*: 294–330. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Luthar, Breda (2002): Boj za okus in moralno odličnost: tipologija vrednostnih habitusov. *Družboslovne razprave*, XVIII (39): 87–108.

- Maloney-Krichmar, Diane, in dr. (2002): Revitalizing an Online Community. Prispevek na ISTAS'02 International Symposium on Technology and Society, 6.–8. junija, North Carolina, ZDA.
- Matzat, Uwe (2009): A Theory of Relational Signals in Online Groups. *New Media & Society*, 11 (3): 375–394.
- (2010): Reducing Problems of Sociability in Online Communities: Integrating Online Communication With Offline Interaction. *American Behavioral Scientist*, 53 (8): 1170–1193.
- McCaughey, Martha, in Ayers, Michael D. (2003): *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*. New York in London: Routledge.
- Nonnecke, Blair, in Preece, Jennifer (1999): Shedding Light on Lurkers in Online Communities. Prispevek na *Ethnographic Studies in Real and Virtual Environments: Inhabited Information Spaces and Connected Communities*, 24.–26. januarja, Edinburgh, Velika Britanija.
- Oblak, Tanja, in Petrič, Gregor (2005): *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Peters, Linda D. (2006): Conceptualising Computer-Mediated Communication Technology and Its Use in Organisations. *International Journal of Information Management*, 26 (2): 142–152.
- Petrič, Gregor, in Petrovčič, Andraž (2008): Strukturni in upravljalški dejavniki družbene kohezije, zaupanja in participacije v spletnih skupnostih. *Družboslovne razprave*, XXIV (58): 45–67.
- Petrovčič, Andraž (2011): Nove komunikacijske tehnologije in preoblikovanje družbenosti v pozni moderni, doktorska dizertacija, Fakulteta za družbene vede, Univerza v Ljubljani.
- Plant, Robert (2004): Online Communities. *Technology in Society*, 26 (2004): 51–65.
- Porter, Constance Elise (2004): A Typology of Virtual Communities: A Multi-Disciplinary Foundation for Future Research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10 (1). Dostopno prek: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue1/porter.html> (25. 5. 2013).
- Praprotnik, Tadej (2003): *Skupnost, identiteta in komunikacija v virtualnih skupnostih*. Ljubljana: Institutum Studiorum Humanitatis.
- Preece, Jenny (2000): *Online Communities: Designing Usability, Supporting Sociability*. Chichester [etc.]: Wiley.
- , in dr. (2003): History and Emergence of Online Communities. V B. Wellman (ur.): *Encyclopedia of Community*. Thousand Oaks, CA: Berkshire Publishing Group, Sage.
- (2004): The Five Top Reasons for Lurking: Improving Community Experiences for Everyone. *Computers in Human Behavior*, 20 (2): 201–223.
- Rheingold, Howard (1993): *Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World*. Boston, MA: Addison-Wesley Longman Publishing Co.
- (2000): *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Cambridge, London: MIT.
- (2008): Virtual Communities – Exchanging Ideas through Computer Bulletin Boards. *Journal of Virtual Worlds Research*, 1 (1). Dostopno prek: <http://journals.tdl.org/jvwr/article/view/293> (25. 5. 2013).
- Scherer, Jacqueline (1972): *Contemporary Community: Sociological Illusion or Reality?* London: Tavistock.
- Shang, Rong-An, in dr. (2006): The Value of Participation in Virtual Consumer Communities on Brand Loyalty. *Internet Research*, 16 (4): 398–418.

- Smith, Marc A., in Kollock, Peter (ur.) (1999): *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.
- Sproull, Lee, in Arriga, Manuel (2007): *Online Communities*. Dostopno prek: <http://pages.stern.nyu.edu/~marriaga/papers/sproull%20and%20arriaga-2007.pdf> (25. 5. 2013).
- Stanoevska-Slabeva, Katarina (2002): *Toward a Community-oriented Internet Design of Internet Platforms*. *International Journal of Electronic Commerce*, 6 (3): 71–95.
- , in Schmid, Beat F. (2001): *A Typology of Online Communities and Community Supporting Platforms*. Prispèvek na 34th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 3.–6. januarja, Maui, Hawaii, ZDA.
- Stommel, Wyke (2008): *Conversation Analysis and Community of Practice as Approaches to Studying Online Community*. *Language@Internet*, 5 (2008). Dostopno prek: <http://www.languageatinternet.org/articles/2008/1537> (25. 5. 2013).
- Tönnies, Ferdinand (1999): *Skupnost in družba: temeljni pojmi čiste sociologije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Trček, Franc (1995): *Virtualne skupnosti: onkraj teritorialnih meja*. V Z. Mlinar, in dr. (ur.): *Osamosvajanje in povezovanje v evropskem prostoru*: 341–355. Ljubljana: FDV.
- (2003): *Problem informacijske (ne)dostopnosti*. Ljubljana: Center za prostorsko sociologijo, FDV.
- Turkle, Sherry (1995): *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Valauskas, Edward J. (1996): *Lex Networkia: Understanding the Internet Community*. *First Monday*, 1 (4). Dostopno prek: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/490> (25. 5. 2013).
- van Dijk, Jan A. G. M. (1998): *The Reality of Virtual Communities*. *Trends in Communication*, 1 (1): 39–63.
- van Uden-Kraan, Cornelia F., in dr. (2008): *Empowering Processes and Outcomes of Participation in Online Support Groups for Patients with Breast Cancer, Arthritis, or Fibromyalgia*. *Qualitative Health Research*, 18 (3): 405–417.
- Vivian, Nathan, in Sudweeks, Fay (2003): *Social Networks in Transnational and Virtual Communities*. Dostopno prek: http://proceedings.informingscience.org/IS2003_Proceedings/docs/192Vivia.pdf (25. 5. 2013).
- Zhao, Shanyang (2006): *The Internet and the Transformation of the Reality of Everyday Life: Toward a New Analytic Stance in Sociology*. *Sociological Inquiry*, 76 (4): 458–474.
- Watson, Nessim (1997): *Why we Argue about Virtual Community: A Case Study of the Phish.net Fan Community*. V S. Jones (ur.): *Virtual culture: Identity and Communication in Cybersociety*: 102–132. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Weber, Max (1949): *The Methodology of the Social Sciences*. New York: Free Press of Glencoe.
- (2009): *The Essential Weber: A Reader*. London, New York: Routledge.
- Wilbur, Shawn P. (2012): *An Archeology of Cyberspace: Community, Virtuality, Mediation, Commerce*. Dostopno prek: http://project.cyberpunk.ru/idb/archeology_of_cyberspace.html (25. 5. 2013).
- Wilson, Samuel, in Peterson, Leighton (2002): *The Anthropology of Online Communities*. *Annual Review of Anthropology*, 31 (2002): 449–467.
- Wu Song, Felicia (2010): *Theorizing Web 2.0: A Cultural Perspective*. *Information, Communication & Society*, 13 (2): 249–275.

SUMMARY

The main purpose of this paper is to establish a typology of online communities and identify the essential characteristics of these emerging social entities, with the intention to offer a systematic heuristic tool for researching, exploring and understanding the complex reality of online communities. With the integration of the Web into the self-evident routines of social reality, online communities are increasingly considered as important spatio-temporal zones of everyday life. The immense growth of a number of various supporting platforms for online communities – blogs, web forums, and social networking sites – is closely connected with findings that online communities play important roles in terms of identity, social relations, knowledge, consumption and politics, just to name some. However, researchers are often faced with troubles regarding the essential questions of online communities: What are they? How can we define them? What are their main characteristics?

The complex and dynamic nature of online communities does not allow a simple and unambiguous definition of this concept, which results in a plurality of definitions and conceptualizations. In the paper we present and reflect on some of the most “popular” definitions of online communities in the scientific literature, but rather than falling into a trap of searching for yet another more or less valid definition of online communities, we focus on forming a valid and comprehensive typology of online communities. To pursue this task, we conduct a critical analysis and synthesis of three key typologies of online communities in the field of internet research and identify their fundamental characteristics. The typology is based upon three variables which are used to define individual ideal-types of online communities: (1) the prevailing relationship orientation of the online community, (2) multifunctionality of the online community, and (3) types of online communities. The prevailing relationship orientation pertains to the dominant sort of social actors and types of relationships among them in an online community and is manifested through five orientations: social, professional, commercial, non-profit and civil. The second-level classificatory variable is multifunctionality of online community, which pertains to the homo-/heterogeneity of the common interest of online community. This variable contains two values: specific or varied common interest. Combining the two classificatory variables we arrive on the third level, which consists of twelve different ideal-types of online communities: interpersonal relationship online communities, social support online communities, demographic online communities, lifestyle online communities, online communities of practice, project online communities, consumer online communities, online communities of reputation, online communities of activism, online communities of collaboration, political online communities and participatory online communities. The paper presents main characteristics of each of this type and exemplifies them with several empirical cases in Slovenia or abroad. Further on, in line with the intention of the paper to offer a set of useful heuristic tools for research of online communities, authors complement the typology by identifying more specific, but essential characteristics of online communities, which represent each online community as a unique social entity. On the

basis of the synthesis of relevant literature on online communities these characteristics broadly refer to usability and sociability perspective of online communities. The first one refers mainly to the issues of supportive web platform and technological aspects, while the second one is further partitioned into dimensions of people, purposes and policies. The dimension of people among other things pertains to the type, mode and channels of communication, quantitative and qualitative aspects of membership, type and social roles of users. The dimension of purpose refers to aspects of multifunctionality, common values and history and reasons for joining the online community, while the dimension of policies involves issues of regulation, norms, sanctions, language and other aspects of online community governance. In the paper we try to argue why typology needs to be complemented with understanding of essential characteristics of online communities in order to proceed with further analyses, research, theorizations and accumulation of new knowledge about online communities.

The paper concludes by emphasizing the need for establishing typologies in the scientific research of online community phenomena as a tool that brings order and structure in the rich, but opaque reality of online communities. Typologies are always a reduction, as each online community possess unique characteristics, which cannot be grasped by generality of a typology. The paper derives from the realization that online communities can be understood as hybrids or as a combination of various components, elements and characteristics of particular types of online communities. However, by establishing a new, condensed and comprehensive typology, which builds on the synthesis of existing ones, and by complementing it with essential characteristics, we believe that this paper contributes to lower level of such reduction.

Keywords: *online communities, typology, community, ideal types, characteristics of online communities.*

Podatki o avtorjih:

Sara Atanasova, mlada raziskovalka
Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede
Center za metodologijo in informatiko
Kardeljeva ploščad 5, 1000 Ljubljana
e-mail: sara.atanasova@fdv.uni-lj.si

dr. Gregor Petrič, docent
Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede
Center za metodologijo in informatiko
Kardeljeva ploščad 5, 1000 Ljubljana
e-mail: gregor.petric@fdv.uni-lj.si
telefon: 01 5805 361