

@yhteisöt

**Verkkokesäpäivät
Lahti 18.8.2004**

*professori Pekka Aula
Helsingin yliopiston viestinnän laitos
pekka.aula@helsinki.fi
www.aula.fi*

© Pekka Aula 2004

verkostoyhteiskunta

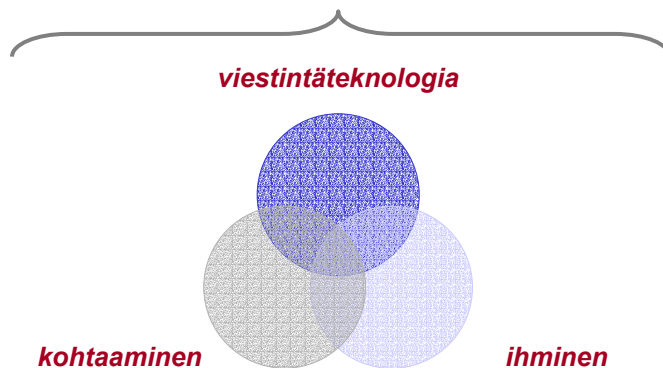
- **globalisaatio**
 - *talous, kulttuuri*
- **teknologia**
 - *viestintäteknologia (mobiili, internet), media*
- **verkotot, verkottuminen**
- **organisaationäkökulma**
 - *virtuaaliset organisoitumismuodot*
 - *medioiden vaikutus on lisääntynyt*
 - *huomion saaminen on vaikeutunut*
 - *aineettomat tekijät*
 - *verkon, verkkoyhteisöjen vaikutukset*
 - *verkon käyttäjät: ketä, missä, milloin?*

© Pekka Aula 2004

Verkkokesäpäivät 18.8.2004 Lahti

2

organisaatioiden toimintaympäristö (@)yhteisöjen näkökulmasta?



viestinnän uudet välineet

online communications

- *digital content creation, online editorial outreach, content partnerships, online communities, webcasts, e-newsletters, promotions, viral marketing, search engine targeting, chat/bb monitoring, online newsrooms . . .*

website design/development

- *strategy, assessments, interface design, applications, rich media, interactive programming, personalization, database engineering . . .*

online research/measurement

- *site usage analysis, tracking, monitoring, online polls, audits, surveys . . .*

» Wickenden (2002)

viestintäteknologia = ihmisen arjen kaikkialle tunkeva ICT-ympäristö

- **leimallista:**
 - *teknologian kehitys, leviäminen*
 - *informaatiota enemmän kuin koskaan*
 - *informaatio paremmin saatavilla kuin koskaan*
 - *informaatiotulva*
 - *informaation inflaatio*
 - *verkostoituminen, verkottuminen*
- **"pääsyn" aikakausi**
- **ennen kaikkea:**
 - *verkon sosiaaliset*
 - *struktuurit,*
 - *järjestelmät,*
 - *prosessit*

sosiaalisten stuktuurien metaforia

- *keskusteluryhmät ("discussion groups")*
- *uutisryhmät*
- *sosiaaliset verkostot*
- *virtuaaliryhmät, -tiimit*
- *"smart mobs": mobiilit ad-hoc verkostot*
- **yhteisöt**
 - *@yhteisöt*
- **yhteistä verkottumisen mahdollistava viestintäteknologia**
 - *internet*
 - *www*
 - *mobiilit formaatit*

<http://www.bahai.fi/>

"Suomen bahá'í-yhteisö on osa maailmanlaajuista bahá'í-yhteisöä, jonka jäsenmäärä on tällä hetkellä n. 6 miljoonaa. Sen pitkän aikavälin tavoitteena on muuttaa käytännön todellisuudeksi yhteisön perustajan Bahá'u'lláhin (1817-1892) visio Maapallo on vain yksi maa ja ihmiskunta sen kansalaiset."

yhteisö – klassisten synteesi

- *"community as a fixed and bounded locality"*
 - maantieteellinen, asuminen
 - paikka, rajat
 - kunta, kaupunki
- *"community as a local social system"*
 - asuminen
 - paikalliset sosiaaliset suhteet
 - "kaikki tuntee kaikki"
 - kylä, seurakunta, urheiluseura
- *"community as type of relationship"*
 - yhteisön henki, sielu
 - "communion", (uskon)yhteys
 - ei sidottu paikkaan
 - » Newby (1980)

verkon Gemeinschaft(?)

- *Tönnies: Gemeinschaft (yhteisö, kiinteä sosiaalinen verkosto) ja Gesellschaft (yhteiskunta, irralliset suhteet, asiointi, markkinat)*
- *Durkheimin yhteisö: keskeistä yhteisöllisyyden tunne, jota yhteisön jäsenet kokevat.*
- *Tiiviin (gemeinschaft-tyyppisen) yhteisön kriteerejä on listattu seuraavasti (Brint 2001, 3):*
 - *tiivit ja vaativat sosiaaliset siteet*
 - *vakiintunut ja hyväksytty asema jäseniensä arjessa*
 - *rituaalisia yhteisön jakamia tapahtumia*
 - *suhteellisen pieni ryhmäkoko*
 - *jäsenet kokevat samanlaisuutta (esim. historia, elämäntyyli, sama ilmaisutyyli, ulkonäkö)*
 - *jaettu moraalinen tai uskomusjärjestys.*
 - » *Mäyrä, www.m-cult.net/mediumi/article.html?id=30*
- *Sopiiko verkkoyhteisöihin?*

@-yhteisöjen moninaiset, limittäiset funktiot

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• <i>informaatiofunktio</i><ul style="list-style-type: none">• <i>informaation käyttöarvo</i>• <i>halu tietää</i>• <i>osallistumisfunktio</i><ul style="list-style-type: none">• <i>sosiaaliset tarpeet</i>• <i>päätöksenteon reunaehdot</i>• <i>identiteettifunktio</i><ul style="list-style-type: none">• <i>tarve kuulua johonkin</i>• <i>perinteiset rajat ylittävä identiteetin rakentuminen</i> | <ul style="list-style-type: none">• <i>vaikuttamisfunktio</i><ul style="list-style-type: none">• <i>lokaali, globaali</i>• <i>aktivismi, kansalaisliikkeet</i>• <i>suhde osallistumiseen(?)</i>• <i>kuluttamisen funktio</i><ul style="list-style-type: none">• <i>kaupanteko</i>• <i>viihdyttämisen funktio</i><ul style="list-style-type: none">• <i>ajan kuluttaminen</i>• <i>"laiduntaminen" (browsing)</i>• <i>viihdepalvelut</i> |
|--|--|

uskomuksia verkkoyhteisöistä

- **liioitellaan**
 - *verkkoyhteisöjen koko*
 - *osallistujien aktiivisuus*
 - *globaali (bisnes)potentiaali*
- **vähätellään**
 - *pienien tekijöiden kumulatiivinen potentiaali*
 - *globaali aktivismivoima*

erilaisia @yhteisöjä

- **lukuisia erilaisia**
 - *työryhmät*
 - *harrastukset*
 - *kansalaisliikkeet*
 - *uskonnolliset ryhmät*
- *kuulumineen moneen erilaiseen yhteisöön*
- *monien samanaikaisten, limittäisten funktioiden toteuttaminen*
- **verkosto ≠ yhteisö**
 - *interaktiot, kommunikaatio*
 - *identiteetti*
 - *tavoitteet*
 - *"sielu"*
- **yhteisöroolit**
- *esim. online-kuluttajat*

online kuluttajat (1/2)

- *Eri tyyppisiä kuluttajia; Turban et al. (2002)*
 - *utilitaarinen kuluttaja*
 - *rationaalinen*
 - *tavoitteen saavuttamiseksi*
 - *tehtävän suorittamiseksi*
 - *hedoninen kuluttaja*
 - *tunnepohjainen*
 - *huvin ja mukavuuden vuoksi*

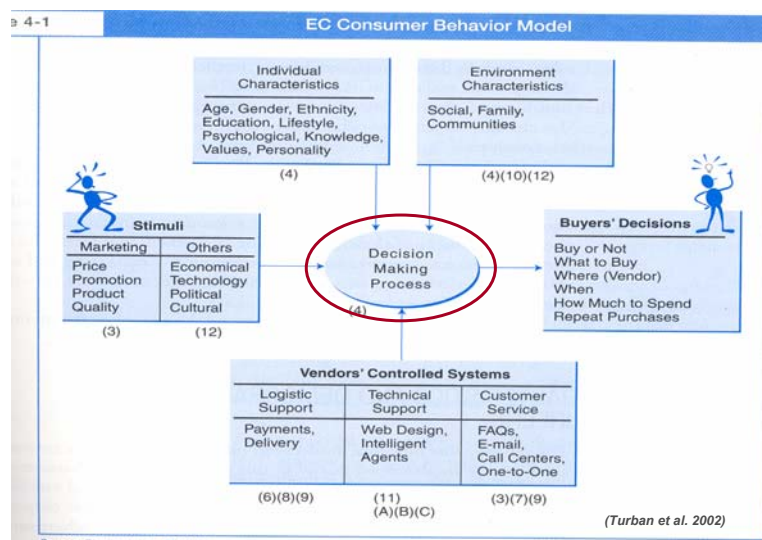
online kuluttajat (2/2)

- *impulsiivinen ostaja*
 - *ostaa nopeasti*
- *kärsivällinen ostaja*
 - *vertailee ennen ostoa*
- *analyttinen ostaja*
 - *tekee huomattavan tutkimuksen ja vertailun eri vaihtoehtojen välillä ennen lopullista valintaa*
- *ikkunaostaja*
 - *"surffailee huvin vuoksi"*

informaation kalkyylistä hedonistisiin elämyksiin



kuluttajakäyttäytyminen online- ympäristössä



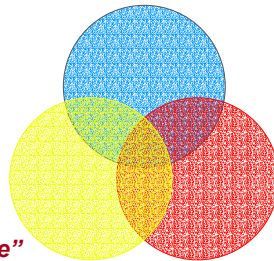
kohtaamisia verkossa, verkostoissa

- verkko on kohtaamispaikka
 - kokemukset
 - mielikuvat
- verkko on paikka, jossa tarinat rakentuvat ja leviävät,
 - ”verkko on elämysvetoisen mielikuvayhteiskunnan, tarinatalouden teknologinen infrastruktuuri”
- viestintä **online**
- **online**-viestintä
- @yhteisöt kohtaamisen areenoita
- “public zones” (Walsh)

verkon kohtaamispaikat

laaja yleisö, kuluttajat
mielipiteenkerääjät
mielipidefasilitaattorit,
uutisryhmät,
keskusteluryhmät
ilmoitustaulut

”the public opinion zone”



”the battle zone”

”the business opinion zone”

sijoittajat, rahoittajat,
analyttikot
performance score sites
sijoittajasivustot
uutisryhmät,
keskusteluryhmät
”death sites”

aktivistit, kansalaisjärjestöt,
vihaajat, cyberterroristit
antikorporaatio
online-aktivismi
painostusryhmät

Walsh (2002): ”Internet opinion zones”



the public opinion zone

- *laaja yleisö, kuluttajat*
 - *mielipiteenkerääjät*
 - *mielipidefasilitaattorit,*
 - *uutisryhmät, keskusteluryhmät*
 - *ilmoitustaulut*
- **kaupat:** www.amazon.com; www.ebay.com
- **hakukoneet:** *yahoo, lycos, looksmart*
- **weblogit, blogit:** www.daypop.com
- **kuluttuja:** www.ecomplaints.com
- **shopbots:** www.pricewatch.com,
www.mbnet.fi

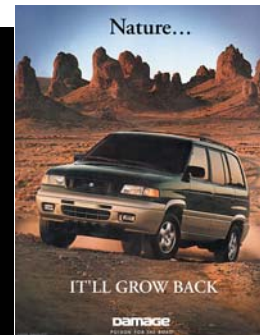
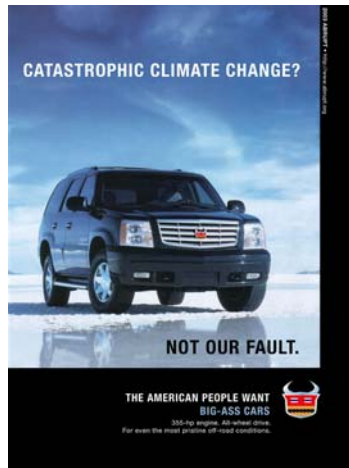
the business opinion zone

- *sijoittajat, rahoittajat, analyytikot*
 - *performance score sites*
 - *sijoittajasivustot*
 - *uutisryhmät, keskusteluryhmät*
 - *"death sites"*
- www.arvopaperi.fi
- www.etrade.com
- www.hoover.com
- www.fuckedcompany.com (*vrt. fast company*)

the battle zone

- **aktivistit, kansalaisjärjestöt, vihaajat, cyberterroristit**
 - **antikorporaatio**
 - **online-aktivismi**
 - **painostusryhmät**
- **hyökkäyssivut: www.chasemanhattansucks.com, www.sucks500.com**
- **"vastahyökkäys"sivut: www.nike.com**
- **culturejamming**
- **"adbusting": www.adbusters.org**





ihminen kohtaa verkon eri rooleissa



kiitos ajastanne!

www.aula.fi