

VIRTUÁLNÍ KOMUNITY, REÁLNÉ VÝSLEDKY

PROPOJOVÁNÍ LIDÍ NA INTERNETU NA PŘÍKLADU GUG.CZ

Daniél Franc

Internet, jak každý ví, je celosvětová síť vzájemně propojených počítačů, že? Nikoli! Není to už pouze propojení hardware a software do mezinárodní sítě. Přichází doba, kdy lze internet chápat spíše jako globální síť propojených lidí, umožňující společnou tvorbu a sdílení znalostí, ve které počítače hrají roli pouze prostředníků sociálních vazeb, fungujících tiše a skoro neviditelně kdesi na pozadí. V tomto článku se podíváme, co online sociální síť a komunity umožňují personalistům a prozkoumáme jednu z možností využití propojení lidí online na příkladu nově vzniklé české skupiny uživatelů aplikací Google. Vítejte ve věku "webu druhé generace"!

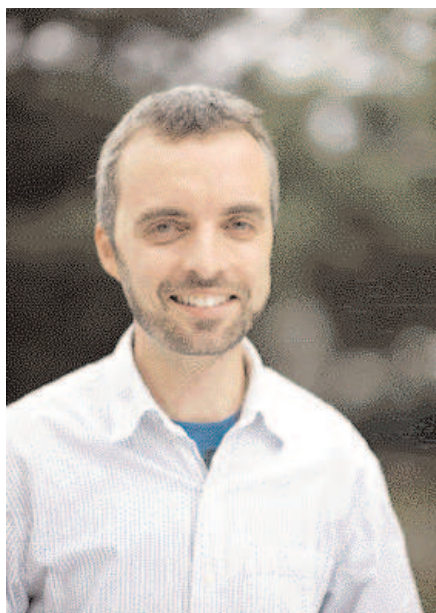


Online networking: Každý s každým!

Web skutečně už není, co býval. Kdeže jsou ty staré časy, kdy online prostoru dominovaly stránky, na kterých "webmasteři" zveřejňovali obsah a návštěvníci byli pouze pasivními příjemci informací. Za posledních pár let se objevily "Weby 2.0", které staví do popředí právě návštěvníky online stránek. Tyto nově koncipované stránky umožňují právě uživatelům vytvářet na daném webu obsah, komentovat ho, zveřejňovat informace o sobě pomocí uživatelských profilů a všelijak se vzájemně propojovat. Hovoří se o nové generaci internetových aplikací, protože takto uživatelsky orientované webové stránky přestávají být statickým prostorem, ale neustále se mění a vyvíjí primárně zásluhou svých návštěvníků. Správci webů se pak mění pouze na jakési facilitátory interakcí mezi svým webem a jeho návštěvníky - tvůrci obsahu.

Nás na tomto trendu pak obzvláště bude zajímat oblast aplikací, kterým můžeme říkat Sociální síť a Online komunity. Obě umožňují sdružit velké množství lidí a zároveň nám k nim poskytují přístup. V důsledku umožňují i zapojení těchto lidí do tvorby znalostí a obsahu v rozsahu, který v historii lidské spolupráce skutečně nemá obdoby.

Sociální síť jsou jednoznačným hitem internetu posledních pár let. Smyslem webových aplikací typu facebook.com, orkut.com nebo



linkedin.com (u nás to jsou pak aplikace typu lide.cz, orientované zejména na mladé lidi) je umožnit svým návštěvníkům vytvořit si svůj soukromý online prostor a pomocí různých online nástrojů se propojit s dalšími návštěvníky. Každý člověk si zde může vytvořit vlastní "online sociální síť" - seznam svých přátel, taktéž registrovaných na dané stránce, nahrát informace o sobě, své práci a projektech, umístit fotografie, texty, pracovní nabídky, otázky k zodpovězení, zkrátka jakýkoli obsah. Ještě zajímavější je možnost "surfovat" po své sociální síti: vaši přátelé mají opět svoji síť přátel, mezi kterými můžete najít někoho, kdo by mohl být pro

vás zajímavým kontaktem pro soukromé nebo pracovní účely; případně známý vašeho známého zná někoho, s kým byste se rádi propojili. Sociální "sítování" můžete využít i obráceně, třeba narazíte na někoho, s kým byste se rádi seznámili, a zjistíte, že máte nějakého společného známého, který vám může pomoci dostat se dohromady.

Příležitosti pro networking a recruitment se takto nesmírně rozšiřují a online sociální síť zaměřené zejména na pracovní networking bývají velice intenzivně využívány headhuntery či personalisty velkých firem pro nacházení talentů, ke kterým by jinak byl komplikovaný přístup. Největší z online sítí mají desítky milionů členů a dají se tam najít skutečně zajímaví lidé. Nejnovější výzkum společnosti Anderson Analytics mezi členy globální pracovní orientované sítě LinkedIn.com (která má i silné zastoupení Čechů a Slováků) ukázal zajímavá čísla: roční příjem více než 60 % procent členů je vyšší než 1.6 milionů Kč, 28 % členů patří k vyššímu managementu. Skutečně zajímavou vazbu ukázalo, že u nevydělečnějších členů této aplikace (lidé s příjmem nad 3.5 milionu Kč ročně) je pravděpodobnost, že mají jako své přímé kontakty 150 a více lidí, až sedmkrát vyšší, než u členů z "normálních" příjmových skupin. Neboli, pořídte si velkou sociální síť, a podle statistiky byste měli časem také patřit mezi boháče. Ve věku "Webu druhé generace" jsou nejceněnější nikoli už pouhé informace, ale kontakty...

➤ **Online komunity** jsou pak dalším z možných využití principu propojování lidí na internetu. Základ je stejný jako u sociálních sítí: určitá webová stránka nebo aplikace umožní svým návštěvníkům registraci, vyplnění svého profilu, tvorbu dalšího obsahu a pak různé způsoby propojování se mezi sebou na základě společných zájmů, potřeb, místa bydliště apod. Online komunity však často spojuje nějaké konkrétní téma nebo zájem, ať už pracovní nebo volnočasové. Může to být komunita velice volně definovaná, např. YouTube nebo Flickr, kde milióny lidí publikují víceméně nezávisle na sobě videa nebo fotografie, nebo oproti tomu tematicky výrazně vyhraněná a lidi intenzivněji propojující projekty, např. společenství chovatelů koček nebo amatérských fotografů. Online komunity často mívají i výrazný pracovní rozměr (např. komunita středoškolských pedagogů implementujících nové vzdělávací plány). Existuje i velké množství "znalostních komunit", v angličtině označované termínem Communities of Practice, kde hlavní oblastí aktivit členů je tvorba a sdílení znalostí v určitém konkrétním oboru. Velké firmy budují aktivně takovéto znalostní komunity i interně pro mezi-oborové, často i nadnárodní sdílení a tvorbu znalostí v rámci konkrétních oborů činností daného podniku.

Členové online společenství pak získávají nejen možnost najít spřízněné duše, ale získat i přístup k informacím z dané oblasti a podporu pro své aktivity a samozřejmě i tento druh obsahu vytvářet. A pozor: v množství větším než malém, protože nezapomeňme, že tyto informace nezveřejňuje jen jediný webmaster, ale tisíce či přímo statisíce lidí. V důsledku pak lze říci, že společenství lidí kolem libovolného tématu bude vždy schopné poskytnout více informací a rychleji, než kdyby byl autorem webu sebevětší expert. Úkol pro správce online komunit se mění: musí zajistit, že množství informací soustavně vytvářené členy komunity je přehledně archivováno a prezentováno, že v rámci společenství nedochází k negativnímu chování mezi jednotlivými účastníky a že nástroje, které komunita členům nabízí, členům konstruktivně umožňují zapojení se do společného vytváření obsahu. Pokud byli webmasteři minulé dekády zejména programátoři a vůbec "ajtáci", webmaster nové generace je spíše technologicky osvěcený sociolog, psycholog či personalista...

GUG.cz: Komunita kolem Google

Českou "Google User Group" (nezávislou na společnosti Google, která je jedním z partnerů projektu) jsme s kolegy po uvážlivém plánování a přípravách otevřeli veřejnosti v září 2008 a od samého začátku jsme ji koncipovali jako znalostní a podpůrnou komunitu s prvky sociální sítě. Pojďme si na jejím příkladě ilustrovat základní prvky a výhody online komunit v oblasti, která může být stejně tak pracovní jako volnočasová. Je dost možné, že vás inspiruje k přemýšlení o využití sociálních sítí a komunit ve vaší práci nebo firmě...

Prvním krokem při tvorbě online společenství je úvaha o smyslu projektu. Pro každé online společenství je nutné, aby jeho "mise" byla reálná, tzn. umožňovala naplnit reálně existující potřebu reálným lidem, proto je stanovení smyslu projektu a jeho přínosů konkrétním lidem prvním krokem v tvorbě jakékoli komunity. Vše, co GUG.cz nabízí, se proto odvíjí od základní mise tak, jak byla popsána průběhu tvorby návrhu: *pomoci lidem s využíváním Google aplikací*. "Lidé" jsou pak v této koncepci jednak vlastní uživatelé Google aplikací (kam patří např. zmíněný YouTube, Picasa, ale i Docs - tedy kancelářský balík od Google, a mnoho dalšího), ale i vývojáři, kteří s těmito aplikacemi programátorsky pracují a konečně se komunita obrací i na pracovníky škol, neziskovek a menších a středních firem, kteří často přecházejí se svými organizacemi právě na kancelářské aplikace, poskytované Googlem. "Pomoci s využíváním" pak znamená najít řešení nějakého problému, získat inspiraci pro využívání určité aplikace nebo poradit s přechodem na využívání Google aplikací.

Druhým krokem je rozhodnout se, jak tuto misi naplnit za pomoci jakých aktivit. V GUG.cz je to kombinace aktivit online a "offline". "Offline aktivity", kterými byl projekt pilotně již vloni spuštěn, jsou představovány setkáními cca 1x měsíčně, která mají podobu volně přístupných přednášek, na kterých různí zajímaví lidé blíže představují určitou konkrétní oblast. Online aktivity, které si detailně přiblížíme níže, pak zajišťují funkce jednak přímo naplňující misi GUG.cz, zároveň ji nepřímo podporují zejm. komunitním zacílením projektu, tzn. smyslem je, aby informace a podpora přicházela nikoli primárně od realizačního týmu, ale přímo od vlastních uživatelů.

V této fázi bývá již poměrně jasná představa o povaze projektu a je nutné pro jeho roz-

jezd a první období zajistit zdroje a lidi. Zde se samozřejmě postup liší v závislosti na daném projektu - zdroje lze zajistit přímo od "mateřské" firmy, pokud se jedná o interní projekt, případně z některého grantu či projektu, nebo od sponzorů. Reálný je i model, kdy je komunita koncipována jako výdělečný projekt, který se "zaplatí sám", nebo je komunita postavena marketingovou agenturou pro určitého klienta jako součást jeho marketingových aktivit. Může to být ale i úplně jinak a velice často zejména v případě volnočasových aktivit dochází k situaci, kdy realizační tým pracuje bez nároku na odměnu a základní investice financuje ze svých zdrojů. V případě GUG.cz byly zdroje zajištěny partnerskými společnostmi, které do projektu vstupují.

Online aktivity v GUG.cz jsou pak navrženy tak, aby umožňovaly naplnit misi komunity na třech základních úrovních: 1) sdílení informací, 2) vzájemná podpora, 3) vzájemné propojení lidí a networking. V současnosti je tedy projekt tvořen následujícími nástroji, které jsou stejně tak použitelné i pro komunitní projekty, o kterých budete třeba sami uvažovat.

- **Všeobecná diskusní fóra.** V různých diskusních skupinách se členové mohou ptát na jakékoli otázky v dané oblasti.
- **Diskusní fóra pro lidi z IT.** Každý, kdo viděl alespoň jednu epizodu kultovního seriálu "Ajtáci" nebo měl co do činění s IT oddělením své firmy, ví, že pracovníci v IT mají úplně jiné potřeby a často i jiný druh komunikace, než ostatní profese. Proto byla vytvořena separátní diskusní zóna právě pro počítačové odborníky.
- **Společně tvořené články.** Autoritativní informace jsou nezbytnou součástí každého společenství a nelze spoléhat pouze na informace v diskusních fórech. Proto na GUG.cz existuje i oblast, ve které publikuje realizační tým a nově i někteří členové společenství, delší návody, náměty a inspirace, které mají již povahu klasického článku. V této sekci jsou vyhlášovány i různé soutěže, informace o partnerských projektech, zprávy o dění kolem Google apod.
- **Blogy, bleskovky, zážitky.** Často je žádoucí publikovat informace subjektivní až spekulativní, bleskové, nebo tématu se týkající pouze nepřímo; už jen proto, že návštěvníky tento formát zajímá.

Nejsou to nicméně klasické články a proto je pro ně vyhrazený blog, kam přispívají vybraní členové.

- **"Výkladní skříň"** je oblast, ve které bude od zimy 2008 umožněno propojení firem a organizací, které pracují s Google aktivitami, zároveň zde bude pro ně prostor prezentovat sebe a svoji práci. Cílem je umožnit networking na pracovním základě a zároveň demonstrovat šíři profesionálního využití Google aplikací.
- **Člen měsíce a uživatelské profily** je obdobná oblast pro networking na osobní úrovni. GUG.cz nepoužívá sice sofistikované nástroje pro networking, přesto si lze vytvořit uživatelský profil a tak se prezentovat ostatním členům komunity.
- **Online propojení s offline aktivitami.** Z webu komunity se lze registrovat na nadcházející akce, vidět jejich seznam, ale třeba se i podívat na záznamy proběhlých akcí.

Vlastní spouštění komunity pak probíhá vícefázově - nejprve je třeba koncept otestovat na několika vybraných lidech, pak již se širší skupinou lidí vytvořit zárodečný obsah

(to je klíčová fáze, kterou nedoporučujeme přeskočit!) a až poté otevřít brány komunitě i veřejnosti (a i toto spouštění lze fázovat). Možností je samozřejmě řada a konkrétní postup se již odvíjí od povahy daného komunitního projektu.

Závěrem

Online komunity a sociální sítě lze z pohledu personalisty využít jako jejich účastník (získávání informací a podpory v určitém konkrétním oboru nebo získávání propojení s profesionály v dané oblasti) nebo z pozice vyhledavatele zdrojů (sociální sítě a komunity často sdružují aktivní, znalé a dostupné lidi). Zároveň je možné vytvářet sociální sítě a komunity buď interně v rámci konkrétní společnosti (tvorba znalostí, sdílení know-how) nebo i externě (pro účely identifikace talentů, vytváření znalostí týkající se dané firmy, nebo pro nejrůznější marketingové účely). Možností je mnoho a je jen na vás a vaší kreativě (... a jistě dávce odvahy), jak se zapojíte do společného vytváření společenství, která sice vznikají ve virtuálním prostředí, přinášejí ale reálné výsledky.



Daniel Franc, MSA (35), vystudovaný personalista, zároveň někdejší vedoucí softwarového vývoje; ředitel spol. Unisona Studio a manažer projektu Gug.cz. Najdete ho na LinkedIn, Facebooku a samozřejmě Gug.cz.