

Marcin Komańda

Akademia Ekonomiczna w Katowicach

SPOŁECZNE UWARUNKOWANIA TRANSFERU WIEDZY PRZY WYKORZYSTANIU INTERNETU

1. Wstęp

Rozwój technologii informacyjnych, w tym szczególnie informatycznych, sprawił, że doszło do głębokich zmian nie tylko w obszarze sposobów prowadzenia biznesu, ale również w zakresie relacji społecznych. Dla społeczeństwa informacyjnego/wiedzy, które wyłoniło się w wyniku owych wzajemnych przekształceń technologiczno-społecznych, przestało mieć znaczenie wiele ograniczeń w komunikowaniu się i w przekazywaniu informacji/wiedzy, a jednocześnie nowo powstałe narzędzia wykorzystywane w tym procesie pozwoliły uczestnikom społeczeństwa na realizowanie w pełni swoich funkcji (np. zapewnienie jednoczesnej swobody mobilności i wykonywania obowiązków zawodowych).

Szczególną rolę w tym procesie rozwoju społeczeństwa informacyjnego odgrywa Internet. Jest to wyjątkowa rola, ponieważ pozwala on na przejmowanie inicjatywy przez jednostki, grupy i organizacje, prowadząc do powstania wirtualnej społeczności i wielu form komunikowania się jej członków.

2. Istota sieci społecznej

Istotną rolę w funkcjonowaniu organizacji przypisuje się więziom społecznym. Jest tak, gdyż to ludzie tworzą podmioty gospodarcze, są ich najistotniejszym elementem, a jednocześnie nie jest możliwe oddzielenie relacji o różnorodnym charakterze pomiędzy ludźmi (każda osoba zatrudniona w przedsiębiorstwie nie tylko uczestniczy w powiązaniach zawodowych z innymi członkami organizacji, lecz jest także uwikłana w wiele innych relacji, w tym prywatnych, wychodzących wręcz poza firmę) [Komańda 2006, s. 190].

Biorąc pod uwagę tak skomplikowane powiązania międzyludzkie, mamy do czynienia z siecią społeczną. Jest to ogólnie mówiąc „grupa ludzi, którzy kontaktują się ze sobą, wymieniają informacje i doświadczenia w celach zawodowych, jak i prywatnych” [Network News 2005, s. 8].

Można zatem przebieg relacji w owej sieci opisać poprzez, jak wcześniej wspomniano, osoby, których one dotyczą, a także ich pozycję w tymże układzie. Należy również zaznaczyć, że przebieg powiązań w sieci społecznej, jak i sam jej skład jest dynamiczny. Ludzie zmieniają miejsca zamieszkania i pracę, nawiązują nowe znajomości i kończą z dotychczasowymi [Strahilevitz 2005, s. 941].

Próbując opisać owe relacje w sieci społecznej, można przypomnieć, że wyróżnia się następujące ich cechy [Krupski, Łobos 2004; Komańda 2005, s. 382-384]:

- systemowość – każdy z elementów sieci jest wiązany z innym (przy czym charakter tychże powiązań może być różny, a wzór owych powiązań jest wyróżniony na dany moment w konkretnym otoczeniu);
- spójność – odnosi się do stałości sieci (tzn. przyciągania się jej elementów lub też przeciwstawiania się próbom ich rozdzielenia);
- istnienie tzw. koordynatorów, którzy niekoniecznie posiadają władzę formalną, ale poprzez swoje usytuowanie w sieci społecznej i dostęp do zasobów determinują funkcjonowanie układu.

Dzięki szerokim relacjom w sieci społecznej określona organizacja jest w stanie pozyskiwać informacje o rezultatach swojej działalności z szerszego zakresu źródeł czy też ze źródeł o szerszym kontekście analizy. Jednak wiąże się to bardzo często z dużym wysiłkiem wkładanym w kształtowanie tych relacji, a także w ich monitorowanie.

Tabela 1. Potencjalne pozytywne i negatywne aspekty funkcjonowania w sieci więzi społecznej

Potencjalne pozytywne strony	Potencjalne negatywne strony
• możliwa kontrola efektów działalności, • propagowanie uczenia się oraz zaangażowania, • możliwość dostrzegania nowych aspektów mogących mieć wpływ na działanie	• zaangażowanie czasu i środków w przebieg procesów społecznych, • spowolnienie podejmowania decyzji, • ograniczone możliwości wprowadzania zmian na większą skalę

Źródło: [Van Alstyne 1997, s. 30].

3. Transfer wiedzy a społeczność w Internecie

Mówiąc o transferze wiedzy (a więc komunikowaniu wiedzy/informacji od jej źródła do odbiorcy [King 2006, s. 538]), trzeba pamiętać, że zależy on od kilku kwestii: po pierwsze – charakteru wiedzy, jaka ma zostać przekazana, po drugie – od samego procesu przekazywania tejże wiedzy, po trzecie – od absorpcji tej wiedzy przez odbiorcę.

Jeden z najpowszechniejszych podziałów wiedzy (przyjęty również na potrzeby tej pracy) mówi o wiedzy jawnej oraz cichej (ukrytej). Pierwsza z nich jest sformalizowana, usystematyzowana, w miarę obiektywna, łatwo podzielna i dostępna – co wynika m.in. z tego, że jest wyrażona w postaci książek, dokumentów, opracowań graficznych, zestawień liczbowych itd. Drugi rodzaj wiedzy

(ukryta) gromadzi się wraz z doświadczeniem, obejmując często osobiste umiejętności, a więc jest ona związana z każdym indywidualnie.

Proces przekazywania wiedzy obejmuje dobranie odpowiednich środków przekazu oraz formy przekazu konkretnej „porcji wiedzy” (co wydaje się szczególnie ważne i trudne w przypadku wiedzy cichej), a także zależy od realizacji samego tego procesu (wpływają więc na niego wszelkie czynniki, które mogą ów proces zakłócić). Etap ten z kolei wpływa na poprawność ostatniego kroku, czyli absorpcji wiedzy, która powinna w rezultacie pozwolić na zdobycie pożądanej wiedzy i zgodnej z tym, co w zamierzeniu miało podlegać transferowi [Komańda 2005, s. 189, 190].

Można również wymienić inne czynniki, które będą wpływać na realizację procesu przekazywania wiedzy w sieci społecznej [King 2006, s. 539-540]:

- charakter relacji pomiędzy elementami/podmiotami sieci (może tu chodzić np. o reputację osób, które uczestniczą w procesie przekazywania wiedzy, co przekłada się albo na szacunek wobec nich i przyjmowanie od nich informacji w sposób bezwarunkowy, albo też na nieufność wobec nich i dość dwuznaczny stosunek wobec tychże informacji);
- zdolności absorpcyjne adresatów transferu wiedzy (chodzi tu m.in. o zdolność rozumienia informacji, znajomości standardów prezentacji informacji);
- przekonanie co do poziomu ważności/wartości danych informacji/wiedzy (przekłada się to m.in. na zdeterminowanie do ich pozyskania i zrozumienia).

Przekładając powyższe rozważania na uwarunkowania funkcjonowania sieci społecznej w warunkach wirtualnych (a więc w Internecie), należy zaznaczyć, że sieć społeczna w tym przypadku będzie charakteryzować się powiązaniami informacyjnymi, siłą przyciągającą jej elementy będzie chęć pozyskania informacji/wiedzy lub też podzielenia się nimi (można badać relacje między wiedzą przekazywaną/pozyskiwaną przez dany podmiot/element układu a wiedzą powszechną w tejże sieci, a także można analizować układ ośrodków koordynujących sieć, czyli podmiotów dysponujących odpowiednią wiedzą/informacjami do tego, by skupiać wokół siebie innych) [Dekker, Hendriks 2006, s. 819, 820].

Jeśli chodzi o sam proces transferu wiedzy, to możliwości elektronicznej komunikacji są bardzo duże – można przekazywać informacje w formie graficznej, tekstowej, filmowej, dźwiękowej (głównym problemem oczywiście jest dobór odpowiedniego środka przekazu). Możliwy jest również transfer czy też dostęp do skomplikowanych struktur informacyjnych, jak np. bazy danych.

Istotna z punktu widzenia komunikowania się jest możliwość bezpośredniego porozumiewania się osób wchodzących w skład sieci społecznej (np. poprzez komunikatory, fora dyskusyjne), a także możliwość archiwizacji danych i powracanie do nich wtedy, gdy jest to niezbędne. Należy również zwrócić uwagę, że w Internecie funkcja koordynatora sieci może być pełniona przez wiele podmiotów jednocześnie w różnym stopniu/zakresie – rolę koordynatora oferującego informację/wiedzę na określone tematy może mieć portal (np. Gazeta Wyborcza), natomiast kieruje on (koordynator) określone informacje do różnych grup w sieci społecznej (np. jak to jest w powyższym przykładzie – oparte na kryterium podzia-

tu regionalnego lub tematycznego), a jednocześnie w tychże grupach następuje również komentowanie/ wymiana wiedzy/informacji w oparciu o inicjatywę samych uczestników układu (forum dyskusyjne) – a więc w ramach ogólnej koordynacji portalu kreowane są wirtualne wspólnoty na mniejszą skalę ze swoimi samoistnymi koordynatorami [Muter 2002, s. 70].

W przypadku komunikacji (transferu wiedzy) w Internecie szczególnego znaczenia nabiera problem zaufania. Członkowie wirtualnej sieci społecznej bardzo często pozostają dla siebie nawzajem anonimowi, co powoduje, że powinni cechować się oni ostrożnością w ocenie otrzymywanych informacji/wiedzy [Mercer 2002, s. 232].

4. Przykład *Allegro Cafe: Antyki i sztuka*

Allegro to serwis aukcyjny, w którym osoby prywatne, podmioty gospodarcze oferują swoje dobra na sprzedaż. Serwis ten prowadzi również współpracę z innymi podmiotami w zakresie programów partnerskich, pośredniczy w realizacji transakcji (jeśli strony umowy kupna tego chcą) czy też udostępnia sprzedającym odpowiednie narzędzia do realizacji ich działalności, natomiast wszystkim użytkownikom zostało udostępnione *Cafe* (czyli forum dyskusyjne).

Forum to jest podzielone zgodnie z podziałem kategorii oferowanych produktów w serwisie. Stało się ono wirtualną przestrzenią, w której użytkownicy serwisu dzielą się swoimi doświadczeniami. Należy przy tym zastrzec, że bardzo często w poszczególnych segmentach tego forum uczestniczą w wymianie informacji grupy użytkowników o dość stałym składzie osobowym (inaczej mówiąc – istnieją pewnego rodzaju ośrodki koordynujące/integrujące poszczególne części forum, co sprawia, że charakter więzi społecznych jest trwały, a więc możemy mówić tu o sieci społecznej).

Jedną z tych części forum jest *Cafe: Antyki i sztuka*. Skupia ona zarówno osoby zajmujące się zawodowo handlem tymi przedmiotami, jak i osoby sprzedające okazjonalnie, a także kupujące (zarówno kolekcjonerów o różnego rodzaju profilach zainteresowania, jak i osoby chcące kupić jednorazowo coś interesującego i wartościowego). Osoby zakładające nowe wątki poszukują wiedzy/informacji na temat różnego rodzaju nurtujących ich problemów: często jest to sprawa identyfikacji producenta i datowania (np. w przypadku porcelany czy platerów/srebra), czy też np. rozpoznania autora obrazu; pojawiają się również zapytania związane z wyceną przedmiotów; poruszane są także sprawy związane z transportem przedmiotów i finalizacją transakcji zawieranych w serwisie, omawianiu podlega także sprawa funkcjonowania samego serwisu.

Głównym zagadnieniem w upowszechnianiu wiedzy na forum staje się kwestia odpowiedniego przedstawienia pytania – w przypadku np. porcelany, obrazów, platerów, mebli nie wystarczy tylko opis słowny, niezbędne staje się bardzo często przedstawienie zdjęć tych obiektów. Pozwala to osobom posiadającym odpowiednią wiedzę na zajęcie stanowiska. Zainteresowani, którzy kierują zapytania do społeczności serwisu, otrzymują różnego rodzaju odpowiedzi – czasem jest to

konkretna odpowiedź, czasem jest to odesłanie do fachowej literatury/zasobów internetowych, podejmowane są też próby doprecyzowania problemu i udzielenia ewentualnej odpowiedzi.

Transfer wiedzy w tych warunkach może więc być wspomagany możliwościami, jakimi dysponuje elektroniczna wymiana danych (nie tylko tekst, ale również zdjęcia, linki do innych stron, a więc odsyłanie do już istniejącej i dostępnej powszechnie wiedzy jawnej, usystematyzowanej), a także dzięki prowadzeniu dialogu (czyli pozyskiwaniu wiedzy ukrytej, wyływającej z osobistego doświadczenia innych). Istnieje również możliwość skorzystania z archiwum i sprawdzenia, czy problem, który ma zostać poruszony, nie był już omawiany kiedyś na forum.

Interesujące są również inne czynniki wpływające na realizację procesu transferu wiedzy (niewynikające ze stosowanej technologii, lecz głównie z interakcji pomiędzy użytkownikami serwisu). Chodzi tu przede wszystkim o osobiste odczucia uczestników forum i ich stosunek do innych, jak i ogólny styl funkcjonowania danej części *Cafe* (co wynika z poprzednich dwóch elementów).

U osób pojawiających się na *Cafe: Antyki i sztuka* sporadycznie lub pierwszy raz można zauważyć często zdezorientowanie i podenerwowanie otrzymywanymi odpowiedziami (chodzi tu przede wszystkim o nieznaną przez te osoby zadające pytania charakteru analizy obiektów tego typu, a co za tym idzie – niemożność udzielenia im często satysfakcjonującej odpowiedzi na podstawie tych informacji, które przedstawili, a także o to, że dyskusja nad danym problemem często jest wielowątkowa i tylko w części dotyczy w pełni poruszanego problemu, co wynika ze wskazanej przed chwilą kwestii, jak i z relacji pomiędzy uczestnikami forum).

Czynnikiem, który wpływa również na proces transferu wiedzy na *Cafe* jest jego regulamin (mamy więc do czynienia również z formalnymi ograniczeniami). Nie jest możliwe taka forma aktywności na *Cafe*, która miałaby charakter reklamy czy też dotyczyć aktualnych aukcji (zasady te ograniczają więc potencjalny zakres przedmiotowy czy też podmiotowy transferu wiedzy).

5. Podsumowanie

Transfer wiedzy w społeczności internautów jest zjawiskiem wieloaspektowym. Z punktu widzenia udostępniania wirtualnej przestrzeni dla tego procesu można wyróżnić następujące wskazania:

- Powinny zostać sformułowane zasady funkcjonowania danej społeczności (ważne jest jednak, aby były one stosowane elastycznie; ważny jest nie tylko ich zapis formalny/literalny, ale także ich „duch”; przykładem może być *Allegro Cafe* – pomimo wspomnianego powyżej zakazu odnoszenia się do aktualnych aukcji – w celu zakazu korzystania z tego forum jako nośnika reklamy – nikt nie interweniuje, jeśli pojawi się takie odniesienie, np. w celu sprostowania fałszywych informacji zawartych w opisie aukcji).
- Istotne jest, aby dana społeczność wirtualna miała możliwość korzystania z wielu narzędzi wykorzystywanych w dyskusji (np. opcje bezpośredniego cytowania cudzych wypowiedzi, możliwość korzystania z archiwum forum czy nawet z

tw. emotikonów wzbogacających wypowiedzi o dodatkowy ładunek emocjonalny, co pozwala często lepiej zrozumieć intencje osoby zabierającej głos).

- Potrzeba wypracowania wzajemnego szacunku wśród członków społeczności (może on niejako być wymuszany „odgórnie” przez moderatora, ale powinno się dążyć raczej do „uczulenia” uczestników forum dyskusyjnego na „oddolne” i bieżące zwracanie uwagi na kwestie związane z tym problemem).

Literatura

- Dekker D.J., Hendriks H.J., *Social Network Analysis*, [w:] D.G. Schwartz (red.), *Encyclopedia of Knowledge Management*, Idea Group Reference, Hershey, London, Melbourne, Singapore 2006.
- King R., *Knowledge Transfer*, [w:] D.G. Schwartz (red.), *Encyclopedia of Knowledge Management*, Idea Group Reference, Hershey, London, Melbourne, Singapore 2006.
- Komańda M., *Kontekst społeczny procesu rozpowszechniania wiedzy w strukturze sieciowej*, [w:] M. Trocki, S. Gregorczyk (red.), *Nowoczesne zarządzanie. Koncepcje i instrumenty*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2006.
- Komańda M., *Struktura sieciowa a dyfuzja wiedzy*, [w:] A. Stabryła (red.), *Innowacyjność we współczesnych organizacjach*, AE, Kraków 2005.
- Krupski R., Łobos K., *Cechy organizacji sieciowych*, [w:] A. Stabryła (red.), *Instrumenty i formy organizacyjne procesów zarządzania w społeczeństwie informacyjnym*, t. 1, AE, Kraków 2004.
- Mercer D., *New Economy Expression: Redefining Marketing in the Multichannel Age*, John Wiley & Sons Ltd., Chichester 2002.
- Muter A., *Customer Relationship Management. Electronic Customer Care in the New Economy*, Springer, Heidelberg 2002.
- Network News*, „Community Care” 2005, nr 1594.
- Strahilevitz L.J., *A Social Network Theory of Privacy*, „The University of Chicago Law Review” 2005, vol. 72, nr 3.
- Van Alstyne M., *The State of Network Organization: A Survey in Three Frameworks 1997*, www.2.fmg.uva.nl/sociosite/topice/organization.

THE SOCIAL ISSUES OF THE KNOWLEDGE TRANSFER IN INTERNET

Summary

In the case of Internet we can mark out the virtual community with specific network relations between people, that are systematic and integrated by coordinators. This phenomenon together with the technological aspects determine the knowledge transfer.