

Dalijimosi žiniomis raiška virtualiose interesų bendruomenėse: skaitytojų bendruomenės tyrimas

Daiva Siudikienė

Vilniaus universitetas, Komunikacijos fakultetas, Lietuva
Vilnius University, Faculty of Communication, Lithuania
daiva.siudikiene@kf.vu.lt
<https://orcid.org/0000-0002-0412-6028>

Saulė Jokūbauskienė

Vilniaus universitetas, Komunikacijos fakultetas, Lietuva
Vilnius University, Faculty of Communication, Lithuania
saule.jokubauskiene@kf.vu.lt
<https://orcid.org/0000-0003-1218-5105>

Santrauka. Šiuolaikinės visuomenės nariai, būdami aktyviais medijų naudotojais, gyvena bei vykdo profesinę, visuomeninę ar laisvalaikio veiklas, pasitelkdami medijas, o tai keičia iki tol įprastus būdus bei formas, kaip jie realizuoja savo poreikius bei tikslus. Skaitmenizacijos eroje iškyla įvairios virtualios bendruomenės, kurių nariai daug dėmesio skiria žinių kūrimo, apdorojimo ir dalijimosi praktikoms. Tyrėjai daug dėmesio skiria virtualioms praktikoms bendruomenėms, tačiau mažiau tyrinėtą fenomeną – interesų bendruomenės. Įvairių interesų bendruomenių kontekste aktyviai veikia skaitytojų bendruomenės, besidalijančios savo žiniomis bei skaitymo patirtimi tarpusavyje. Straipsnyje pristatomas atliktas tyrimas, kurio metu buvo siekiama iširti žinių dalijimosi raišką ir ją skatinančius veiksnius skaitytojų kaip bendrų interesų pagrindu besitelkiančioje bendruomenėje socialiniame tinkle *Facebook*. Tyrimo metu buvo tirta didžiausių narių skaičių turinti lietuviška skaitytojų bendruomenė, pritaikant kokybinės turinio analizės metodą. Galima teigti, kad su socialinių tinklų plėtra pastebimas įvairių interesų pagrindu besitelkiančių virtualių bendruomenių augimas, kuriose dalyviai veikia savanoriškais pagrindais, siekia realizuoti įvairius savo poreikius ir aktyviai dalyvauja kolektyvinio bendradarbiavimo procesuose.

Pagrindiniai žodžiai: socialiniai tinklai; medijų naudotojai; virtualios interesų bendruomenės; žinios; dalijimasis žiniomis.

Expression of Knowledge Sharing in Virtual Communities of Interest: A Reading Community-Based Research

Abstract. Members of modern society, being active media users, live and carry out professional, social or leisure activities with and on the media, which changes the previously usual ways and forms of how they realize their needs and goals. In the era of digitization, various virtual communities are emerging, whose members focus on the practices of knowledge creation, processing and sharing. Virtual communities of practice have received much attention from researchers, but communities of interest are a less researched phenomenon. In the context of communities of various interests, communities of readers are active, sharing their knowledge

Received: 2022-06-12. Accepted: 2023-01-31.

Copyright © 2022 Daiva Siudikienė, Saulė Jokūbauskienė. Published by Vilnius University Press. This is an Open Access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution Licence](#), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

and reading experience with each other. The article presents the conducted research, during which the aim was to investigate the expression of knowledge sharing and the factors promoting it in a reading community on the social network Facebook. With the development of social networks, the growth of various virtual communities of interest is noticeable, in which participants operate on a voluntary basis, seek to realize their various needs and participate in collective cooperation processes. Community members have been found to have the knowledge to share. This awareness of the opportunity to benefit others and the resulting feedback empowers actors to create value for the community.

Keywords: social networks; media users; virtual communities of interest; knowledge; knowledge sharing.

Įvadas

XXI a. virtualioje aplinkoje vis aktyviau veikia tiek fiziniai, tiek juridiniai asmenys ir tai iš esmės keičia visas gyvenimo sritis, nusistovėjusias veiklos organizavimo formas, užimtumo struktūras, darbo ir laisvalaikio sampratas, bendravimo, bendradarbiavimo ir bendruomeniškumo formas šiuolaikinėje visuomenėje. S. Hjarvardo (2013) teigimu, visuomenės mediatizacijos procese pagrindiniai socialinės ir kultūrinės veiklos elementai (darbas, laisvalaikis, žaidimai) įgauna medijų formą, o skaitmeninės technologijos suteikia galimybę mediatizacijai įsiskverbti į visiškai naujas sritis (politiką, religiją, kultūrą, net į šeimą ar kitas institucijas). Medijų naudojimas tampa svarbiu kiekvieno individo kasdienio gyvenimo elementu ir susipina su daugybe kitų jo atliekamų veiklų. Šiuolaikinės visuomenės nariai, būdami aktyviais medijų naudotojais, gyvena bei vykdo profesinę, visuomeninę ar laisvalaikio veiklas pasitelkdami medijas, o tai keičia iki tol įprastus būdus bei formas, kaip jie realizuoja savo poreikius bei tikslus.

Interneto eroje vis aktyviau veikia įvairios virtualios bendruomenės, kuriose telkiasi panašių asmeninių, socialinių ir profesinių interesų turintys žmonės, tarpusavyje bendraujantys jiems reikšmingomis temomis. Tyrėjai pabrėžia augantį virtualių bendruomenių reikšmingumą ekonominiame kontekste (Porter, 2004; Klang, Olsson, 1999), jos vis dažniau įvardijamos svarbia kolektyvinio mokymosi forma, o dalijimosi žiniomis veikla virtualiose bendruomenėse yra laikoma socialinių mainų elgesio tipu (Yen, 2022; Jinyang, 2015; Fulk et al., 1996). Žinių dalijimosi procesai organizaciniame kontekste aktyviai tyrinėjami kelis dešimtmečius (Kim, Choi, 2022; Xiao, Wang, 2021; Vandavasi et al., 2020; Probst et al., 2006; Davis, Botkin, 1994, ir kt.), akcentuojama tinkamos žinių vadybos nauda ir praktinė vertė organizacijoms (Collison, Parcell, 2010; Atkočiūnienė et al., 2009; Probst et al., 2006). Vis dėlto pažymima, kad virtuali erdvė keičia žmonių informacinę elgseną (Li et al., 2016), žinių dalijimosi praktikas (Yen, 2022; Xu et al., 2021), socialumo ir bendravimo formas (Yen, 2022). Virtualios bendruomenės sulaukia tyrėjų dėmesio, ypač tiriant virtualių bendruomenių vaidmenį organizacijų veikloje ir jų sukuriamą pridėtinę vertę organizacijoms (Wen-Hai et al., 2017; Chen, Hew, 2015; Abuhamedieh, 2006, ir kt.). Teigiama, kad virtualių bendruomenių telkimas aplink organizacijas ir jų valdomus prekės ženklus padeda stiprinti ir palaikyti glaudžius ryšius su jų vartotojais (Porter, 2004). Daug akademinio pasaulio atstovų dėmesio sulaukia virtualios praktikos bendruomenės (Hernández-Soto et al., 2021; Jinyang, 2015; Ardichvili et al., 2003, ir kt.). Tarporganizaciniame lygmenyje veikiančiose praktikos bendruomenėse susiburia skirtin-

goms organizacijoms priklausantys specialistai, kurie keičiasi, dalijasi žiniomis, mokosi vieni iš kitų (Zhao et al., 2016), kartu sprendžia jiems išskylančias profesines problemas (Chiu et al., 2006). Žinių ekonomikoje žinios tampa konkurencinio pranašumo pagrindu, todėl vis daugiau dėmesio organizaciniame kontekste skiriama tam, kaip paskatinti žmones dalytis žiniomis, padedančiomis sukurti pridėtinę vertę (Kim, Choi, 2022; Liao, 2008; Chiu et al., 2006; Davis, Botkin, 1994).

Tačiau virtualių bendruomenių spektras yra gana platus, o greta praktikos bei prekės ženklų virtualių bendruomenių aktyviai veikia ir interesų bendruomenės, vienijančios bendrų interesų narius, kurie nebūtinai susiję su komercine ar profesine veikla. Reikia pastebėti, kad ir bendrų interesų pagrindu besitelkiančios bendruomenės yra reikšmingos žinių dalijimosi veiklomis, nes pačių narių kuriamas turinys ir dalijimasis žiniomis yra esminis veiksnys, sutelkiantis tokias bendruomenes (Chiu et al., 2006). Tokio tipo bendruomenės daro įtaką bendruomenės narių elgesiui ir jų pasirinkimams (Zhao et al., 2016; Abuhamdieh, 2006), pasižymi reikšmingomis socialinių mainų praktikomis (Chen, Hew, 2015; Jinyang, 2015), yra reikšmingos vartotojams dėl gaunamos informacijos (Ridings, Gefen, 2004), tačiau pasigendama išsamesnių tyrimų bei diskusijų, kurie atskleistų, kas skatina žinių dalijimosi procesus virtualiose interesų bendruomenėse ir kaip šie procesai vyksta (Liao et al., 2013), kas skatina tokių bendruomenių bendruomeniškumo jausmą (González-Anta et al., 2019). Tokio pobūdžio tyrimai yra itin reikalingi siekiant suprasti kintančią medijų auditorijų informacinę elgseną bei naujas virtualaus bendruomeniškumo formas, pasižyminčias įvairiomis besiformuojančiomis žinių dalijimosi praktikomis. Šį tyrimą paskatino atlikti diskusijos ir aktualūs klausimai apie tokias interesų bendruomenes, kaip plėtojami jos narių bendruomeniškumo ryšiai, skatinantys bendradarbiavimą ir dalijimąsi žiniomis tarp jos narių bei užtikrinantys tokių socialinių mainų vertingumą jų nariams. Įvairių bendruomenių kontekste aktyviai veikia skaitytojų bendruomenės, besidalijančios savo žiniomis bei skaitymo patirtimi tarpusavyje. Šiame straipsnyje pristatomas tyrimas, kuriuo buvo siekiama ištirti žinių dalijimosi raišką ir ją skatinančius veiksnius skaitytojų kaip bendrų interesų pagrindu besitelkiančioje bendruomenėje socialiniame tinkle *Facebook*.

Tyrimo objektas – žinių dalijimosi raiška virtualiose interesų bendruomenėse. *Tyrimo tikslas* – ištirti žinių dalijimosi raišką ir ją skatinančius veiksnius skaitytojų kaip bendrų interesų pagrindu besitelkiančioje bendruomenėje socialiniame tinkle *Facebook*. *Tyrimo uždaviniai*: išnagrinėti virtualių bendruomenių sampratą teoriniu požiūriu bei narių sąveikos ypatumus jose pagal socialinių mainų teoriją; išanalizuoti teorinius požiūrius į žinių dalijimosi procesus ir jų pokyčius interneto eroje; ištirti žinių dalijimosi raiškos formas, ypatumus ir ją skatinančius veiksnius socialinių mainų kontekste virtualioje skaitytojų bendruomenėje socialiniame tinkle *Facebook*. *Taikyti tyrimo metodai*: mokslinės literatūros analizės ir sintezės metodai, antrinių duomenų analizė, kokybinė turinio analizė.

Tyrimo rezultatų reikšmingumas grindžiamas tuo, kad kintančios žinių dalijimosi praktikos performuoja tradicinius žmonių profesinius ir laisvalaikio veiklų organizavimo bei bendradarbiavimo modelius. Rezultatai atskleidžia, kad vykstantys procesai padeda veikėjams įprasminti socialinėje erdvėje savo galią ir įgalina bendruomenės narius dalintis žiniomis, taip sukuriant pridėtinę vertę visai bendruomenei. Su socialinių tinklų plėtra pas-

tebimas įvairių interesų pagrindu besitelkiančių virtualių bendruomenių augimas, kuriose dalyviai veikia savanoriškais pagrindais, siekia realizuoti įvairius savo poreikius ir aktyviai dalyvauja kolektyvinio bendradarbiavimo bei mokymosi procesuose. Tyrimo rezultatai rodo, kad interneto eroje socialinių tinklų naudotojai žinių ir patirties įgyja naujais formatais virtualiose bendruomenėse. Šiuo tyrimu buvo apibrėžti veiksniai, darantys įtaką narių įsitraukimui ir tęstinių santykių plėtojimui dalijantis žiniomis interesų bendruomenėse, ir apibendrinti narių bendradarbiavimą ir žinių dalijimosi raišką motyvuojantys faktoriai.

Virtualiųjų bendruomenių veikla socialinių mainų teorijos požiūriu

Virtualių bendruomenių formavimasis ir raiška glaudžiai susiję su interneto ir socialinių tinklų plėtra (Sari, Othman, 2018; Abouzahra, Tan, 2014; Siudikienė, 2013). Ši platforma sujungia įvairių socialinių interesų grupes globalioje erdvėje ir yra pagrįsta bendradarbiavimu, dalyvavimu bei tarpusavio sąveika, kurioje mezgasi horizontalūs ryšiai ir vyrauja *daugelis–daugeliui* komunikacijos modelis (Siudikienė, 2013). Šioje erdvėje iškyla virtualios bendruomenės, kurios apibrėžiamos kaip kompiuteriniai, savaime besiorganizuojantys atviri tinklai, kuriuose žmonės savanoriškai bendrauja ir dalijasi žiniomis (Abouzahra, Tan, 2014). Daugelis autorių, apibrėždami virtualias bendruomenes, akcentuoja savanorišką žmonių grupių susitelkimą virtualioje erdvėje (Gupta, Kim, 2004; Klang, Olsson, 1999; Rheingold, 1993, ir kt.) pagal bendrus jų interesus (Sari, Othman, 2018; Li et al., 2016; Chen, Hew, 2015; Porter, 2004; Hagel, Armstrong, 1997) bei technologijų panaudojimą tarpusavio sąveikai plėtoti (Leimeister et al., 2006; Preece, 2001). Pasak J. Preece, virtualias bendruomenes nusako šie bruožai:

- žmonės, kurie sąveikauja tarpusavyje, siekdami patenkinti savo poreikius ar atlikti socialinius vaidmenis;
- *bendras tikslas*, interesas, poreikis, apsikaitimo informacija galimybė, paslauga ar kita veikla, suteikianti svarią priežastį prisijungti prie bendruomenės;
- *pasikartojantis įsitraukimas*, grįstas stipriais emociniais ryšiais ir bendra veikla, kurią vykdo bendruomenės nariai;
- *bendra politika*, nuostatai, ritualai, protokolai, taisyklės ar įstatymai, kurie reguliuoja narių tarpusavio sąveiką;
- *abipusiškumas*, pasireiškiantis kaip informacijos mainai, tarpusavio parama ar kitos paslaugos tarp bendruomenės narių;
- *kompiuterinės technologijos*, pasitelkiamos socialinei sąveikai plėtoti ir taip palengvinti narių prisijungimą prie bendruomenės (Preece, 2007).

M. Klango ir S. Olsono (1999) teigimu, visas virtualias bendruomenes galima suskaidyti į komercines ir nekomercines, atsižvelgiant į jų veiklos tikslus bei veikimo specifika. J. Hagelas ir A. G. Armstrongas (1997) teigia, kad atitinkamai pagal vartotojų poreikius tikslinga išskirti tokius virtualių bendruomenių tipus: interesų, santykių kūrimo, sandorių bei fantazijos. Nuoseklesnė ir aprėpianti įvairius tipus yra C. E. Porter (2004) taikoma tipologija virtualioms bendruomenėms suklasifikuoti, kuri apima tokias dvi pirmojo lygio kategorijas: narių iniciuotas ir konkrečios organizacijos remiamas bendruomenes. Narių iniciuotos bendruomenės yra tos, kuriose bendruomenę įkūrė ir tebevaldo patys nariai.

Organizacijų remiamos bendruomenės yra tos, kurias remia komercinės arba nekomercinės organizacijos, įtraukdamos į komunikaciją įvairias jų suinteresuotąsias šalis ir (arba) naudos gavėjus, bei yra susijusios su remiančiosios organizacijos misijos ir tikslų įgyvendinimu. Antrajame tipologijos lygyje virtualios bendruomenės skirstomos į kategorijas pagal bendrąją bendruomenės santykių orientaciją. Narių iniciuotoje bendruomenėje patys nariai palaiko socialinius arba profesinius tarpusavio santykius, kai organizacijos remiama bendruomenė puoselėja santykius tiek tarp narių (pvz., klientų, darbuotojų), tiek tarp atskirų narių ir remiančiosios organizacijos.

Virtualios interesų bendruomenės yra virtualių bendruomenių tipas, kurios susiformuoja bendrų interesų ir temų pagrindu (Sari, Othman, 2018; de Valck et al., 2007), o jų spektras apima visas įmanomas temas – nuo muzikos iki politikos ir nuo švietimo iki technologijų (Abuhamdieh, 2006). Šio tyrimo dėmesio centre yra skaitytojų bendruomenės, kurias galima įvardyti kaip skaitymo pomėgį turinčių pačių narių iniciatyva suburta bendrija ir jų palaikomus tarpusavio ryšius, prie kurios prisijungimas yra atviras, o tarpusavio sąveika vyksta tarp pačių narių be jokių įsipareigojimų konkrečios organizacijos misijos ir jos tikslų realizavimui.

Šio tyrimo kontekste pasitelkta socialinių mainų teorija, kuri buvo sukurta žmonių elgesiui grupėse analizuoti (Homans, 1958), vėliau pritaikyta žmonių sąveikai organizacijose suprasti (Cropanzano, Mitchell, 2005; Blau, 1964; Emerson, 1976), o šiandien vis aktyviau taikoma socialinei virtualių bendruomenių narių sąveikai tirti (Zhang et al., 2021; Yan et al., 2016; Jinyang, 2015; Shiao, Luo, 2012, ir kt.). Ši teorija ypač naudinga siekiant rasti atsakymus, kas skatina žmonių sąveiką ir kas sudaro šios sąveikos būtinumą ir vertingumą žmonėms. Pažymima, kad socialiniai mainai tarp žmonių gali vykti įvairiomis formomis, skatinamomis materialių ir nematerialių, apčiuopiamų ir nepachuopiamų naudų, kuriomis žmonės mainosi tarpusavio sąveikos metu (Lambe et al., 2001). Pagal šią teoriją žmonių santykius galima vertinti kaip socialinius mainus, kuriems vykti svarbi sąlyga yra kiekvieno individo indėlis ir gaunamas apdovanojimas tarpusavio sąveikos procesuose, o tarpasmeninė sąveika yra procesas, kuriame įvairios šalys siekia vykdyti veiklą ir keistis vertingais ištekliais vieni su kitais. L. Jinyang (2015) teigia, kad socialinių mainų teorija yra svarbi tarpasmeninių santykių virtualiose bendruomenėse tyrimo perspektyva, kuri skatina įvertinti, kas būdinga socialinių mainų elgesiui ir kas skatina socialinių mainų procesus virtualiose bendruomenėse. Teorijos esmė yra abipusiškumo principas, kuriuo paremti tarpasmeniniai santykiai. Apdovanojimas už mainus apima ne tik materialinį atlygį, bet gali būti ir psichologinis atlygis, pavyzdžiui, parama, pasitikėjimas, savigarba ir prestižas. Remiantis šia teorija socialinis elgesys gali būti nagrinėjamas kaip tiesioginis kontaktas tarp individų vertybių mainų procese. Geros tarpusavio paslaugos tarp lygių sukuria socialinius ryšius, o neabipusės paslaugos ir darbai atskiria ir nutolina žmones ar žmonių grupes (Tidikis, 2003, p. 259). Visi žmonių veiksmai susiję su kokia nors veikla, kuri vykdoma konkrečioje grupėje, o grupės narių sąveika suprantama kaip procesas, kuriame vienas grupės narys skatina kito grupės nario veiklą. Pažymima, kad virtualioje bendruomenėje asmenys yra pagrindiniai subjektai, kurie yra dalijimosi žiniomis veiklos vykdytojai (Jinyang, 2015; Shiao, Luo, 2012). Dalijimosi žiniomis veikla tarp asmenų yra žinių mainai tarp jų turėtojų ir žinių reikalaujančių asmenų. Socialinių mainų

teorijos požiūriu, žinių dalijimasis virtualios bendruomenės gali būti vertinamas kaip tam tikra mainų forma tarp bendruomenės narių. Viena vertus, virtualios bendruomenės nariai perduoda savo individualias žinias kitiems, kita vertus, atranda galimybę tapti kolektyvinio bendravimo ir bendradarbiavimo procesų dalimi, kurie sukuria vertę visiems dalyviams.

Kitų autorių atliktų tyrimų rezultatai rodo, kad tokios virtualios bendruomenės sudaro bendruomenių nariams galimybes plėtoti socialinį kapitalą (Chiu et al., 2006), kalbėti apie savo problemas ir dalintis sukaupta patirtimi (Ardichvili et al., 2003), megzti draugystę, romantiškus santykius, formuoti nuomonę (Hagel, Armstrong, 1997), taip pat nulemia bendruomenės narių pirkimo sprendimus (Zhao et al., 2016). A. A. Najafipouras ir kt. (2014) apibendrina, kad virtualios bendruomenės padeda vartotojams tenkinti jų funkcinius (tokius kaip informacija, pramoga, susitarimai, patogumas, vertė), socialinius (tokius kaip santykiai, interaktyvumas, komunikacija, pasitikėjimas, eskapizmas) bei psichologinius poreikius (tokius kaip identifikacija, išitraukimas, ryšiai, priklausomybė, kūrybiškumas).

Pažymėtina, kad nemažai vidinių ir išorinių veiksnių yra svarbūs virtualių bendruomenių raidai, tačiau teorinė analizė atskleidė, kad stiprūs bendruomeniniai ryšiai, narių tarpusavio pasitikėjimas ir gaunama nauda yra itin reikšmingi veiksniai, skatinantys žinių dalijimąsi virtualiose interesų bendruomenėse.

Žinių dalijimosi raiška teoriniu požiūriu

Žinios suprantamos kaip konkurencinis veiksnys (Probst et al., 2006, p. 12), įveiklinta informacija (Jashapara, 2004, p. 16), susijusios su procedūromis, faktais, sąvokomis, idėjomis ir sprendimais, galinčiais padėti asmenims imtis veiksmų ir spręsti įvairias su veikla susijusias problemas (Chen, Hew, 2015). Dalijimasis žiniomis gali būti suprantamas kaip procesas dalijimosi žiniomis kultūrose tarp organizacijos narių per socialinius ir elektroninius tinklus (Jashapara, 2004, p. 199). Žinios gali būti analizuojamos ir kaip produktas, kurį perduoti paprastai galima tik asmeniniais mainais (Probst et al., 2006, p. 171) bei asmenų įgalinimu (Chen, Hew, 2015). Ir nors žinių vadybos procesai tradiciškai analizuojami organizaciniame kontekste, pasitelkiant įgalinančią žinių dalijimuisi palankią organizacijos kultūrą, taip pat visa tai taikytina ir kintančios aplinkos kontekste – socialinėse medijose.

Virtualias bendruomenes savo forma ir požymiais galima sieti su virtualių organizacijų charakteristikomis: besieniškumu, geografinės imties apribojimo panaikinimu, veiklos vykdymu virtualioje erdvėje, pasitelkiant informacijos ir ryšių technologijas (IRT), dominuojančiomis socialinėmis vertėmis, bendruomenės vienijančia kultūros kryptimi, vienijančiu tikslu, bendrais interesais – nagrinėjamu atveju skatinti ir patarti aktyviai dalyvauti skaitymo kultūros idėjos sklaidoje ir dalintis, mainytis sukaupta patirtimi bei žiniomis (Ekoy Investment, 2018). Skaitmeninės transformacijos veikia organizacijas – kaip ir daugelis paslaugų, jos persikelia į virtualią erdvę, formuojasi virtualios praktikos bendruomenės, žinių dalijimasis tampa lengvesnis ir įgalintas naudojant IRT. Žinių dalijimosi procesai nagrinėjami įvairiais aspektais: organizacijoje remiantis individualia perspektyva (Andolšek, Andolšek, 2015); identifikuojant projekto sėkmes akcentuojama socialinių medijų, *Facebook* bendruomenės vystymasis ir susitelkimas per bendradarbiavimą (Brown, Dustman, 2019), aptariamas abipusis žinių dalijimasis darbo komandose ir

dalijimosi socialinė vertė (Kim, Choi, 2022), pozityvus abipusis dalijimasis ir pasitikėjimo kūrimas dalijantis žiniomis (Xiao, Wang, 2021), tiriami žmonių jausmai – pavydas žiniomis besidalijančiam kolegai (Xu et al., 2021), žinių dalijimosi samprata virtualiose bendruomenėse tinklo perspektyvoje (Xiao, Guo, 2018) ir pan. Žinių dalijimasis yra individualus, ne automatinis procesas – žmonės kaip bendruomenės nariai nurodo vidines žinių dalijimosi priežastis, remdamiesi prosocialinėmis, kolektyvinėmis vertybėmis (Kim, Choi, 2022). Tokiu būdu keliami prielaida, kad kitų individų priėmimo būdai, socialinio lūkesčio sąlyga formuoja žinių dalijimosi procesą (Coleman, 2005). Žinių dalijimasis suprantamas kaip užduoties pateikimas ir žinojimo atskleidimas kitiems, bendradarbiavimas su kitais, siekiant spręsti problemas, plėtoti naujas idėjas (Kim, Choi, 2022). Tokiu būdu teigiama, kad dalijimasis žiniomis ne tik reikalauja laiko ir pastangų, kurias darbuotojai (vartotojai) galėtų skirti individualioms užduotims atlikti, asmeniniam tobulėjimui, bet taip pat kelia riziką prarasti išskirtines teises į savo žinias (Xiao, Wang, 2021). Kita vertus, interaktyvus žinių dalijimosi procesas formuoja naujus įgūdžius, patirtį, ožinių kūrimas ir dalijimasis savo esme yra labiau socialinis nei individualus procesas, formuojamas pasitelkus tinklus, kurie suprantami kaip žmonių grupės, besidalijančios bendrais interesais, idėjomis bei padedančios vienos kitoms (Gudauskas, 2010).

Bendruomenės dalyviams atradus, kad jiems priimtina bendruomenė gali atitikti jų lūkesčius, patenkinti poreikius, suteikti malonios patirties arba turtingų, naudingų žinių ar išteklių, virtualios bendruomenės dalyviai yra labiau patenkinti ir motyvuoti dalintis žiniomis, būdami bendruomenės dalimi (Zhang et al., 2021). Pavyzdžiui, kompiuterinių žaidimų žaidėjų virtualios interesų bendruomenės sprendžia žaidėjams kylančias problemas (Hau, Kim, 2011), todėl daroma prielaida, kad, nepaisant skirtingų interesų, į kylančias problemas, klausimus gali atsakyti, pateikti sprendinius konkrečios interesų bendruomenės dalyviai kolektyviai, o įsitraukimas ir įtraukusis dalyvavimas šiandien yra itin reikšmingi šiuolaikinės komunikacijos kontekstuose. Kiekvienas turi kuo dalytis, kiekvienas turi ko mokytis, todėl svarbu suprasti, kad dalijimasis žiniomis padeda ugdyti savigarbą ir žmonės labiau linkę mokytis iš tų, kurie pasakoja *savo pačių patirtį* (Collison, Parcell, 2010). Egzistuoja socialinės komunikacijos tinklai, suteikiantys galimybę dalytis išreikštomis ir neišreikštomis žiniomis tuo pačiu metu, t. y. tuomet, kai bendruomenė kuria naujas idėjas bei realiai jas taiko (Gudauskas, 2010). Asinchroninės technologijos, kaip socialinės medijos, įgalina individus bendrauti taikant skirtingus būdus ir skirtingomis priemonėmis (Brown, Dustmann, 2019). Potradicinei visuomenei būdinga refleksija – šiandienos pasaulyje visuomenės nariai aktyviai naudojami informacija, sprenddami, kaip elgtis; nuolatos renka informaciją, analizuoja situaciją ir tuo pagrindu atlieka veiksmus (Giddens, 2005). Refleksyvumas ir individų – bendruomenės narių motyvacija išlieka aktuali ir šių dienų kontekste (Zhang et al., 2021). Galima teigti, kad išlaisvintas žmonių kūrybiškumas atveria plačias saviraiškos galimybes, o tarpasmeninis ir kolektyvinis bendravimas leidžia sukurti vertę visiems bendruomenės nariams.

Anot G. Probsto ir kt. (2006), yra išskiriami tokie šeši pagrindiniai žinių vadybos procesai: žinių identifikavimas, žinių išgavimas, žinių vystymas, žinių dalijimasis ir sklaidimas, žinių panaudojimas, žinių išlaidymas (Probst et al., 2006), tačiau šiame straipsnyje susitelkiama į vieną iš šios proceso elementų – dalijimąsi žiniomis, remiantis prielaida,

kad dalijimasis ir žinių mainai kuria reikšmingą socialinę vertę individams. Teigtina, kad žinių dalijimasis – tai sėkmės istorijų perdavimas siekiant įprasminti geras patirtis. Ateities žinių valdymo procesų kontekste žinių dalijimosi esmė – bendradarbiavimo paieškos, socialinių lūkesčių išpildymas, savirealizacija. Ateities žinių tendencijos – bendradarbiavimas kaip viena esminių ateities kompetencijų (Jokūbauskienė, 2013). Žinių dalijimasis paprastai suprantamas kaip perėjimas nuo individualių prie grupinių ar organizacinių žinių (Probst et al., 2006), todėl grupės vaidmuo šiuo atveju aiškinamas kaip virtualios bendruomenės raiška.

Atlikus teorinę analizę buvo išskirti tyrimo problemai svarbūs aspektai ir suformuotos tokios reikšmingos tyrimo kategorijos žinių dalijimosi procesams virtualioje interesų (skaitytojų) bendruomenėje ištirti (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Tyrimo sąvokų operacionalizacija

Tyrimui reikšminga kategorija	Kategorijos detalizacija
Žinios	Elementas, įgalinantis veikti ir priimti sprendimus (Atkočiūnienė et al., 2009); Intelektiniai išteklių (Chen, Hew, 2015); Mokymosi ir įgūdžių visuma, naudojama problemoms spręsti (Probst et al., 2006).
Žinių dalijimosi procesai kaip socialinių mainų formos	Žinojimo atskleidimas kitiems, bendradarbiavimas su kitais, siekiant spręsti problemas, plėtoti naujas idėjas (Kim, Choi, 2022); Pagalba kitiems bendruomenės nariams sprendžiant problemas (Chen, Hew, 2015; Hau, Kim, 2011); Savo pačių patirties perteikimas (Collison, Parcell, 2010); Naujų idėjų kūrimas ir praktinis jų taikymas (Gudauskas, 2010); Sėkmės istorijų perdavimas siekiant įprasminti geras patirtis (Jokūbauskienė, 2013); Situacijos analizė ir veiksmų priėmimas (Gudauskaitė, 2007); Intelektinių išteklių keitimosi procesai (Atkočiūnienė et al., 2009).
Įsitraukimą į bendruomenę skatinantys veiksniai	Bendri narių interesai, tikslai, poreikiai (Sari, Othman, 2018; Preece, 2007); Dominančios bendros temos (de Valck et al., 2007; Abuhamdieh, 2006); Vartotojų informaciniai poreikiai (Ridings, Gefen, 2004); Bendruomenės patrauklumas vartotojui (Ridings, Gefen, 2004); Socialumo ir bendravimo poreikiai (Preece, 2001); Geros tarpusavio paslaugos ir vienas kito skatinimas (Tidikis, 2003, p. 259); Pasitenkinimas sąveika ir su tuo susijęs dažnas įsitraukimas į bendruomenės veiklą ir komunikaciją (de Valck et al., 2007); Technologijų patogus naudojamumas (Leimeister et al., 2006; Preece, 2001).
Bendruomeniškas kaip esminė bendradarbiavimo sąlyga	Savęs identifikavimas su kitais nariais (Ju et al., 2006); Bendra politika, nuostatai, ritualai, protokolai, taisyklės (Preece, 2007); Tarpusavio pasitikėjimas ir pagarba, tarpasmeninis bendravimas ir abipusiškumas (Jinyang, 2015); Tarpusavio parama ar kitos paslaugos tarp bendruomenės narių (Preece, 2007).

Tyrimui reikšminga kategorija	Kategorijos detalizacija
Veiksniai, skatinantys dalijimąsi žiniomis virtualioje bendruomenėje	<p>Apdovanojimai, atlygis (materialinis arba psichologinis, pavyzdžiui, parama, pasitikėjimas, savigarba ir prestižas) (Jinyang, 2015);</p> <p>Asmeniniai veiksniai (priklausomybės grupei poreikis, ekspertiškumo siekis tam tikroje srityje, informacijos kokybė, asmeniniai lūkesčiai, altruizmas), tarpasmeniniai veiksniai (pasitikėjimas, poreikis plėtoti socialinius ryšius, siekis pademonstruoti lyderystę, bendruomenės narių įgalinimas), kontekstiniai veiksniai (bendruomenės atvirumas, jos kultūra, teikiama parama, komunikacijos būdas, galimybė dalintis žiniomis ir dalyvauti šiuose procesuose; gaunamų žinių patikimumas) ir technologiniai veiksniai (technologijų kokybė, jų naudojimo paprastumas, narių ekspertiškumas (Hernández-Soto et al., 2021);</p> <p>Vidiniai (pasitenkinimas dalijimosi žiniomis veikla) ir išoriniai (apčiuopiama grąža, siekiamas konkurencinis pranašumas, prieiga prie informacijos ir žinių) veiksniai (Chen, Hew, 2015).</p>
Nauda bendruomenės nariams	<p>Mainų vertingumas (Jinyang, 2015);</p> <p>Suvokiama kokybė ir kitos svarbios aukšto lygio išraiškos; Vertę kurianti patirtis (Heinonen et al., 2018);</p> <p>Patenkinti poreikiai, suteikta maloni patirtis arba naudingos žinios (Zhang et al., 2021).</p>

Sudaryta autorių.

Socialiniai žinių mainų procesai palaiko žinių jungtis, kaupia patyrimą, bendruomenės dalyvių įtrauktis į žinių dalijimąsi metu vykstantys intelektualinių išteklių keitimosi procesai skatina interesų bendruomenių kūrimąsi ir palaikymą. Apibendrinant galima teigti, kad patirties, interesų bendruomenės sėkmingai formuojasi tinkle ir tampa virtualios, o intelektualinių išteklių kaita stiprina jų gyvavimo ciklo poreikį, kurio esminė vertė kuriama per žinių dalijimosi proceso mainus.

Empirinio tyrimo metodologija

Knyga yra dvasinės ir materialinės kultūros objektas, kuris atspindi visuomenės vertybes, poreikius bei jos raidą apskritai. Daugiau nei penkis amžius knyga buvo pagrindinė masinio informavimo priemonė, ji atlikdavo ne tik žinių perdavimo, bet ir laisvalaikio leidimo, linksminimo (pramogines) funkcijas (Knygų leidybos sektoriaus vystymasis Lietuvoje, 2017). Šias funkcijas knygos atlieka ir šiuolaikinėje visuomenėje, kurioje skaitytojų pasirinkimo galimybės yra itin plačios. Šiuolaikiniai knygų leidybos procesai neatsiejami nuo informacinių technologijų plėtros, kuri taip pat keičia ir knygų skaitymo įpročius bei visą skaitymo kultūrą visuomenėje apskritai. Ir nors knygų skaitymas laikytinas iš esmės individualia veikla, ši pomėgį puoselėjantys žmonės taip pat telkiasi į virtualias bendruomenes ir aktyviai jose veikia.

Atlikta mokslinės literatūros analizė leido operacionalizuoti tyrimui reikšmingas sąvokas ir vykstančius procesus (žr. 1 lentelę). Tyrimui atlikti buvo pasirinktas socialinis tinklas *Facebook* kaip didžiausių aktyvių vartotojų skaičių turinti platforma Lietuvoje ir

joje veikianti skaitytojų bendruomenė. Skaitytojų bendruomenės pasirinkimui taikytas šis tikslinės atrankos kriterijus – pasirinkta viena didžiausių narių skaičių turinti lietuviška skaitymo pomėgį puoselėjančių žmonių bendruomenė (25 tūkstančiai narių), kurioje vyksta reguliari kasdienė bendruomenės narių komunikacija. Ši bendruomenė yra vieša ir atvira, prie kurios prisijungimą turi patvirtinti jos administratorius. Šios bendruomenės pasirinkimas buvo grindžiamas prielaida, kad ilgą veiklos istoriją ir didelį narių skaičių turinti bendruomenė ir joje vykstanti komunikacija yra prisotinta tyrimui reikšmingų duomenų ir sudarys galimybes nuodugniai ištirti pasirinktą fenomeną.

Šiame tyrimo etape buvo atlikta skaitytojų bendruomenės tinklalapyje socialiniame tinkle *Facebook* skelbiamų įrašų ir po jais matomų komentarų kokybinė turinio analizė. Šis metodas pasirinktas kaip tinkamiausias, kadangi jis taikytinas, kada svarbu nustatyti esminius tiriamojo fenomeno ypatumus, išryškinti naujus aspektus, iliustruojančius tiriamą fenomeną, o tekstuose atsispindi žmonių patirtys, nuostatos, jausmai ir konkretizuojamas kontekstas (Morse, 1997, iš Bitinas et al., 2008, p. 229). Kokybinė tyrimo prieiga sudaro galimybes gautą informaciją sugrupuoti, susisteminti, palyginti tarpusavyje ir tirti ne tik faktus ar simbolius, bet ir galimus ryšius tarp jų bei ryšius su kontekstu ir aplinka (Riffe et al., 2005, p. 25). Pasak K. Kardelio (2016), turinio analizės esmė yra informacijos grupavimas į kategorijas, kurių kiekviena atstovauja atskiriems kintamiesiems, numatytiems tyrimo uždaviniuose. Turinio analizei atlikti buvo suformuluotos tokios tyrimui reikšmingos kategorijos pagal 1 lentelėje išskirtus esminius temos aspektus:

- Bendruomenės narių dalijimosi žiniomis formos ir jų raiška;
- Bendruomenės narių motyvavimas ir jų įsitraukimo skatinimas;
- Bendruomeniškumo raiška ir socialinių mainų formos;
- Barjerai, trukdantys dalijimąsi žiniomis.

Darbas su duomenimis buvo vykdomas tokia seka: teksto skaitymas ir analizė; refleksyvių pastabų fiksavimas; aprašomoji ir interpretacinė teksto analizė; pagrindinių temų išskyrimas; duomenų sutvarkymas pagal temas (atviras teksto kodavimas); temų, kurias jungia bendra mintis, sujungimas į subkategorijas; subkategorijų jungimas į kategorijas pagal jas siejančią bendrą idėją. Išskirtos kategorijos ir subkategorijos papildomos interviu citatomis ir pateikiamos lentelėje (Kardelis, 2016; Zhang, Wildemuth, 2009; Luobikienė, 2006). Tyrimo metu išskirtos subkategorijos ir kategorijos yra pateikiamos lentelėse empirinio tyrimo rezultatų skiltyje.

Tyrimui atlikti buvo pasirinkti įrašai bei jų komentarai, paskelbti nuo 2021 m. kovo 1 d. iki 2022 m. balandžio 1 d. (N = 1 200). Tyrimo laikotarpis buvo pasirinktas gana ilgas, taip siekiant surinkti daugiau objektyvių duomenų ir sugeneruoti naujų įžvalgų. Šiame tyrimo etape buvo atlikta kokybinė turinio analizė, kuri leido identifikuoti svarbius žinių dalijimosi praktikų virtualiose bendruomenėse aspektus, siekiant tikslingiau suformuluoti planuojamo kiekybinio tyrimo metodologines nuostatas tolesniame etape.

Tyrimo rezultatų analizė

Žinių dalijimosi procesai organizaciniame kontekste yra susiję su žiniomis, kurios yra reikalingos organizuoti veiklą ir kurti pridėtinę vertę organizacijai. Interesų bendruomenių

veikloje informacijos ir žinių dalijimosi procesai nėra taip aiškiai išreikšti ir taip kryptingai valdomi. Vis dėlto siekiant identifikuoti skirtumus tarp informacijos ir žinių, galima teigti, kad, vadovaujantis teorinėje dalyje išdėstytais požiūriais, žinios yra apibrėžiamos kaip žmonių patirties, kontekstinės informacijos, vertinimų ir įžvalgų pateikimas, kurios sudaro pagrindą kurti žmonėms naujas patirtis, spręsti kylančias problemas ir kryptingiau plėtoti jiems reikšmingą veiklą.

Surinktų įrašų turinio analizė parodė, kad virtualiose interesų bendruomenėse vyksta intensyvūs informacijos ir žinių dalijimosi procesai, realiu laiku įtraukiantys didžiąją bendruomenės narių dalį į šiuos mainus. Pirmiausia buvo siekiama iširti, kaip ir kokiais būdais vyksta dalijimasis žiniomis. Galima konstatuoti, kad virtualios interesų bendruomenės veikia kaip informacijos sklaidos erdvės, kolektyvinio žinių organizavimo ir rekomendacijų teikimo platformos, asmeninės patirties dalijimosi, tyrimų, bendradarbiavimo bei naujų idėjų generavimo erdvės.

2 lentelė. Žinių dalijimosi formos ir jų raiška virtualiose interesų bendruomenėse

Kategorija	Subkategorijos	Iliustruojančios teiginius citatos
Žinių dalijimosi raiška	Socialinės informacijos sklaida	„Susitikimas su rašytojomis [...]“ „Kviečiu užsukti...“
	Kolektyvinis žinių organizavimas	„Sveiki, gal kas žinote Jude Deveraux Montgomerių serijos eiliškumą?“ „Kaip žinoti knygų serijų eiliškumą? Vien Montgomerių linija turi 27 knygas. Daugelis jos knygų sudaro linijas 3–4 knygų. Jei domina, einat į wikipediją, pasirenkat ją ir ten net yra genealoginiai medžiai sudaryti ir sužymėtos visos knygos.“
	Rekomendacijų teikimas	„Rekomenduoju visiems, dar norintiems sugrįžti į vaikystės ir jaunystės nerūpestingumo laikus, visiems, kuriems įdomios nuostabios iliustracijos (be jų knyga nebūtų tokia miela). Visiems, kas siekia grožio ir jaukumo širdyje.“ „Niekaip negalėjau atsisipirti šios grupės narių rekomendacijoms!“
	Dalijimasis asmenine patirtimi	„Kaip jums karališkoji šeima? Ar domitės ja? Kai tik pasirodė ši knyga, aš jos labai norėjau. Meghan atradau iš seriale „Kostiumuotieji“ ir dar labiau ja susidomėjau, kai vis dažniau pradėjo rodyti jos ir Hario draugystę. Peržiūrėdavau visas jos kalbas, pasisakymus ir sekiau jos kelią iki pat tapimo hercogiene.“
	Narių bendradarbiavimo idėjos	„Noriu pasidžiaugti mūsų su Nijole [...] kūryba, kuri užgimė eilėraščių knygoje.“
	Bendruomenės narių įsitraukimas į tyrimus	„Galbūt grupėje yra Šiaulių rajono savivaldybės viešosios bibliotekos vartotojų? Labai padėtuotė skirdami porą minučių ir atsakydami į anketoje pateiktus klausimus.“ „Sveiki, esu A... K..., Vilniaus universiteto ... mokslų magistro studentė. Atlieku apklausą, orientuotą į spausdintas knygas skaitančius socialinių tinklų vartotojus.“

Kategorija	Subkategorijos	Iliustruojančios teiginius citatos
	Naujų idėjų generavimas	„Ieškantiems idėjų, kokias knygas pasiūlyti vaikams, iššūkiui „Vasara su knyga“ (2022).“ „Kokia gera idėja, pavyzdžiui, bibliotekai“ [namų bibliotekos interjero nuotrauka]
	Dalijimasis knygų naujienomis ir apžvalgomis	„Mano vasario ir kovo mėnesio knygų apžvalga“ [vaizdo įrašas]
	Dalijimasis nariams naudinga komercine informacija	„Maxima“ 12–18 d. 40 % nuolaida knygoms“ „Aš irgi jų labai norėčiau, kur pirkote? Nes mačiau buvo parašyta, kad išparduota.“

Sudaryta autorių.

Interesai yra tam tikros veiklos pagrindas, kurių dalyviams organizuoti galima gerokai efektyviau ir sklandžiau, kada savo įžvalgomis, žiniomis ir rekomendacijomis dalijasi įvairios patirties nariai. Bendruomenės narių prašymas suteikti rekomendacijų ir atsiliepimų labai konkrečiomis temomis sudaro galimybę skaitytojams tinkamiau suformuoti savo ieškomų ir įsigyjamų knygų sąrašus, sumažinti leidinių, kurie nepateisino lūkesčių, pasirinkimą. Žinių dalijimosi raiška vyksta įvairiais pavidalais, o ją inicijuoja atskiri individai savo iniciatyva dėl jiems išskylančių klausimų ar problemų, o suformuoti bendruomeniniai ryšiai skatina narių įsitraukimą į komunikaciją reikalingiems sprendimams surasti. Matoma akivaizdi gaunama vertė – tinkamai paskirstomas laikas skaitymo veiklai ir lėšos, skirtos knygoms įsigyti. Akivaizdu, kad bendruomenių nariai skiriasi savo aktyvumo laipsniu ir įsitraukimu į vykstančius procesus skaitytojų bendruomenėse, tačiau tokios bendruomenės kaip ryšių tinklas aprėpia panašių interesų žmones, kurie bendraudami socialiniame tinkle tampa susieti tarpusavyje. Bendruomenės nariai per įvairias kolektyvinio bendradarbiavimo formas kuria vieni kitiems vertę, padėdami realizuoti kiekvienam nariui reikšmingus tikslus bei spręsti kylančius iššūkius.

Galima pastebėti, kad dalis bendruomenės narių yra aktyvūs ir ryšių palaikymas jiems svarbių interesų pagrindu yra jų dienotvarkės dalis. Tačiau akivaizdu, kad bendruomenės aktyvumą būtina palaikyti per narių motyvavimą ir jų įsitraukimo skatinimą. Turinio analizės metodas leidžia labiau susitelkti į išorinio motyvavimo ir dalyvių įsitraukimo į komunikaciją procesus. Pastebėtina, kad narių įsitraukimą paskatina tiek bendruomenės administratorė, tiek ir patys bendruomenės nariai per tradicinėmis tapusias temas ir rubrikas.

3 lentelė. Bendruomenės narių motyvavimas ir jų įsitraukimo skatinimas

Kategorija	Subkategorijos	Iliustruojančios teiginius citatos
Bendruomenės narių motyvavimas ir jų įsitraukimo skatinimas	Diskusijų inicijavimas	„Ką skaitote šį mėnesį?“, „Ką skaitėt jūs? Kas labiausiai patiko?“

Kategorija	Subkategorijos	Iliustruojančios teiginius citatos
	Kvietimas išreikšti nuomonę	„Kas skaitėte, ar patiko?“ [Knygos nuotrauka] „Norėčiau atsilieptimų apie šias knygas. Prašau publikos nuomonės. Kas skaitėte, kuri įtraukianti, įdomi?“ [Knygų nuotraukos]
	Žaidimai	„Siūlau žaidimuką savaitgalio nuotaikėlei. PA-FANTAZUOJAM. Kaip įsivaizduojate savo mėgstamiausios/ių knygos/ų herojus, herojų, kaip realų asmenį?“
	Kvietimas veiksmui	„Pasidalinkite, kiek šios leidyklos knygų turite.“
	Klausimai ir prašymai pasidalinti žiniomis konkrečiomis temomis (literatūra apie vaikus, vaikams, graikų mitologija, fantastika, istorija, nerimas, netekčių įveika ir pan.)	„Sveiki, norėtųsi perskaityt jautrią istoriją, kuri stipriai sukrėstų.“ „Sveikos, mielosios, planuoju važiuoti atostogų ir galvoju, gal pasiūlytumėt kokią knygą pasiimti su savimi? Ką jūs skaitote per atostogas?“ „Esu įsimylėjusi Carterio, Gerritsen, Gardner knygas. Koks dar autorius rašo panašiu stilium, kad po šių netektų nusivilti?“
	Perskaitytų knygų refleksijos	„Ši knyga yra vienas iš tų itin retų atvejų mano skaitytojos karjeroje, kai aš nežinau, kaip ją (i) vertinti. Po galais, aš net nežinau, ar ji man patiko, ar ne. Ne tas žodis, kokio esu suglumus. Perskaičiau ir neapleidžia jausmas, kad taip ir nesupratau jos, niekaip neužčiuopiau šios knygos esmės/gelmės.“
	Grįžtamasis ryšys ir knygų aptarimas	„Pritariu dėl abiejų, „Grėsmė Venecijoje“ visai nesiskaitė ir matyt labiausiai nuvylė.“
	Asmeninis knygų reitingavimas (TOP5, TOP20 ir pan.) ir paskatinimas dalintis savo įžvalgomis	„Trumpai apie šią knygą... 10/10“ „Noriu ir aš pasidalinti labiausiai įstrigusiomis 2021 metais perskaitytomis knygomis.“
	Nuomonės formuotojų pasakymai ir rekomendacijos (Vaiva Rykštaitė ir kt.)	„Viena gražiausių knygų apie motinystę“

Sudaryta autorių.

Skaitytojų bendruomeniškumui plėtoti yra svarbus abipusiškumas ir bendrystės palaikymas. Bendri interesai jungia žmones, o virtuali bendruomenės erdvė sudaro galimybę ne tik keistis savo įžvalgomis bei patirtimi, tačiau taip pat plėtoti tarpusavio bendrystę bei socialinį gyvenimą per bendrų išgyvenimų sukūrimą, dalijimąsi savo patirtomis emocijomis bei įspūdziais skaitant knygas. Reikia pastebėti, kad virtualioje erdvėje vykstantys įvykiai (susitikimai su rašytojais, interviu su žymiais žmonėmis) persikelia ir į fizines erdves (knygų šventės, fiziniai knygų klubo susitikimai ir pan.).

4 lentelė. **Bendruomeniškumo raiška ir socialinių mainų formos**

Kategorija	Subkategorijos	Iliustruojančios teiginius citatos
Mainų formos ir abipusiškumas	Bendruomenės identiteto palai- kymas	„Kad visi žinotų...“, „Būtent... aš bibliotekoje“, „Skaitom iki pažaliavimo“ [Dalijimasis memais, nuotraukomis apie skaitymo aistrą]
	Bendruomenės parama	„Labas, ar jums taip būna, paimate knygą į rankas, pradėdat skaityti ir matai, kad jau nuo pirmų puslapių nesiskaito? / Neskaityk šios knygos, nesikankink, kam kankinti save.“ „O koks šaunus jūsų mėnuo, skaitytos 7 knygos ir tikrai visos puikios [...]“
	Dalijimasis emocijomis ir išgyvenimais	„Jausmų ir reakcijų amplitudė. Nuo juoko (dažniausiai dėl juodoko humoro) iki pasibaisėjimo. Ir suvokimo: taip, visa tai buvo įmanoma šlykščiais stokos, kyšių, ryšių, veidmainystės, niveliacijos, išgyvenimo laikais.“ „Jaučiuos laimėjusi LOTERIOJE– šios naujienos iš Kretingos bibliotekos jau pas mane.“
	Įspūdžių aptarimas	„Mano vasaris. Labiausiai patiko „Keturi vėjai“, o tikrai nuvylė „Vieną gruodžio dieną“.“ [8 knygų viršelių nuotraukos] „Man, istorijos, Italijos ir šeimos sagų gerbėjai, Danielos Raimondė „Pirmasis rudens rūkas“ padovanojo keletą jaukių vakarų. Istorijos pynėsi lengvai, tarsi klausant močiutės pasakojamų šeimos legendų. Ir nors neskirsiu romanui aukščiausio balo, nes turiu prie ko prikibti, bendrai viduje liko geras įspūdis.“
	Įkvėpiančių knygų citatų skelbimas	„Žmonės kaip knygos. Vieni apgaudinėja viršeliais, kiti stebina turiniu.“ „Lengva teisti kitų žmonių pasirinkimus. Daug sunkiau rinktis pačiam.“
	Asmeninio tobulėjimo idėjos	„Rekomenduokite dvasinį augimą skatinančią knygą. Gali būti ir sudėtinga. Nepatinka primityvios.“
	Tarpusavio motyvavimas	„Sveiki! Ieškau motyvuojančios knygos – kad susivokt, pakilt, kai, rods, viskas griūva, kai prarandam save, kai gyvenam ne taip, kaip reikia, bet privalom stotis, keistis ir judėt pirmyn!“ [Perskaičiau] „Aš prieš tave“ ir į anglų kalbos kursus užsirašiau, ir tatuškę pasidariau, ir darbą pakeičiau.“
	Sveikinimai švenčių proga	„Šiandien Motinos diena. Sveikinimai grupės mamoms.“
	Palinkėjimai	„Gražaus savaitgalio su knyga!“ „Ramaus savaitgalio“
	Problemos iškėlimas ir kolektyvinė sprendimų paieška	„Sveiki, visi skaitytojai, gal galite padėti, buvau apgauta perkant iš senas lt, kuo niekada nebūčiau patikėjusi. Maniau, kad tai saugus pirkimas, bet va, apgavo. Kreipiausi į senas lt, jie niekuo negali padėti, tai davė kur rašyti, bet, pasirodo, klaidingas emailas. Gal jau iš Jūsų kas buvo su tai susidūrę, kur būtų galima rašyt?“
	Knygų mainai	„Gal parduodi perskaičiusi visą kolekciją?“

Kategorija	Subkategorijos	Iliustruojančios teiginius citatos
	Susitikimai fizini-je erdvėje	„Sveiki! Kviečiu skaityti ir susitikti aptarimui. Knygų klubas Antakalnyje.“
	Bendruomenės normos ir taisyklės	„Dalinkimės perskaitytomis knygomis, rekomendacijomis apie knygas, knygų norų sąrašais, patarimais.“ „Šioje grupėje galima dalintis knygų apžvalgomis, diskusijomis, susijusiomis su knygomis, skaitymu, akcijomis knygynuose, knygų mugėmis.“

Sudaryta autorių.

Stebint dalyvių komunikaciją, galima konstatuoti, kad nariai išreiškia vieni kitiems paramą sudėtingose situacijose, siekia patarti, pasidalinti savo sėkmingais sprendimais. Vykstantys mainai nariams turi tiek nematerialinę, tiek ir materialinę naudą. Iki tam tikrų apribojimų įvedimo nariai noriai dalijosi informacija apie turimas knygų kolekcijas, stebimi įvairūs mainų bei pirkimo sandorių pavyzdžiai. Toliau bendruomenės nariai dalijasi informacija apie knygų pardavimo akcijas, primena knygų įsigijimo nuolaidų kodus, perduoda ieškomas senesnio leidimo knygas ir pan.

Virtualios interesų bendruomenės neturi formalios struktūros, kiekvienos jų realybę formuoja bendruomenės taisyklės, administratorių primenamos veiklos gairės, todėl nariai dėl savo veiklos, susijusios su jų pomėgiais, pasižymi didesniu entuziazmu dalyvauti bendruomenės narių veikloje. Siekiant identifikuoti veiksnius, kurie tokių bendruomenių atveju trukdo dalintis žiniomis, galima teigti, kad bendruomenės taisyklės ir veiklos apribojimai gali būti laikomi tokiais barjerais.

5 lentelė. Barjerai, trukdantys dalijimasi žiniomis

Kategorija	Subkategorijos	Iliustruojančios teiginius citatos
Barjerai, trukdantys dalintis žiniomis	Turinio apribojimai dėl nustatytų bendruomenės taisyklių	„Knygynų reklama nepageidaujama“ „Draudžiamas turinys, nesusijęs su knygomis!“
	Veiklos apribojimai dėl nustatytų bendruomenės taisyklių	„Nuo šiol šioje grupėje bus draudžiama parduoti / ieškoti / dovanoti / rengti konkursus knygoms.“
	Administratorės įspėjimai	„Būkit geri, bent jau ne čia kapokitės, kas čia geresnis, kas blogesnis, kas kenčia, kas ne.“ „Prašau nebekelti knygų pardavimų arba ieškojimų post'ų!“
	Konkrečių organizacijų leidinių atsisakymas	„Aš pati [...] leidyklos knygų neperku, neskaitau ir tos leidyklos neremiu iš principo, nes puikiai žinau, kaip ten buvo dirbama. Ir principai neleidžia remti tokio verslo, kuris yra labai ydingas.“

Sudaryta autorių.

Atlikus tyrimą išryškėjo, kad tirtų interesų bendruomenių narių komunikacija yra intensyvi, dažna ir įtraukianti dalyvius per visiems reikšmingų temų iškėlimą, kvietimą dalintis savo patirtimi, skatinimą išreikšti savo poziciją, padėti spręsti kilusias problemas ir rasti jų sprendimus.

Tyrimo rezultatų aptarimas ir diskusija

Nuo tradicinių bendruomenių virtualios interesų grupės skiriasi tuo, kad jos nėra susietos geografiniu pagrindu, prisijungimas prie jų vyksta laisva valia, o narius sieja bendri tikslai ir interesai. Konstatuota, kad tokios bendruomenės yra gausesnės, pasižymi didesne narių socialine įvairove. Šios žmonių grupės neturi formalios struktūros, nors grupės administratoriai stebi ir prižiūri jų veiklą. Patys bendruomenės nariai gali skirtis savo aktyvumo lygiu ir įsitraukimo į bendruomenės komunikacijos procesus laipsniu.

Interesų bendruomenės nariai turi bendrą tikslą, juos vienijančių interesų, kompetencijų ir sukauptą patirtį atitinkamoje srityje. Ši bendra interesų sritis sukuria bendrą veiklos pagrindą, įkvepia narius dalyvauti šioje veikloje ir palaikyti dalijimąsi žiniomis kaip savi-realizacijos ir altruizmo raišką, skatina kiekvieno tobulėjimą ir įprasmina narių veiksmus. Bendruomenės nariai siekia šių interesų realizacijos per bendrą veiklą, diskusijas, problemų sprendimo galimybes, dalijimąsi informacija bei žiniomis ir santykių kūrimą. Intensyvi narių komunikacija padeda sukurti aktyvią bendruomenę, kurios tapatumui stiprinti yra reikšmingos bendros pasikartojančios veiklos, įvykiai, temos ir ritualai. Šiame kontekste išryškėja kolektyvinis mokymasis ir vykstantys įvairaus pobūdžio socialiniai mainai kaip bendruomenės kuriama pridėtinė vertė jos nariams. Bendruomenės nariai yra tam tikros juos dominančios srities dalyviai, o jų tarpusavio sąveika sukuria bendrą išteklių ir idėjų repertuarą, palaiko kolektyvinį bendradarbiavimą ir dalijimąsi žiniomis.

Teorinis ir empirinis tyrimas parodė, kad interesų bendruomenės žinių dalijimosi procesams įtakos turi įvairūs asmeniniai, tarpasmeniniai, grupės, kontekstiniai ir technologiniai veiksniai. Detalizuojant kiekvieną veiksmų grupę būtų galima išskirti šiuos kiekvieno lygmens svarbius aspektus:

- asmeninio lygmens veiksniai – nario pasitikėjimas bendruomene, savirealizacijos siekis, galimybės laisvai reikšti savo įžvalgas ir emocijas, asmeniniai lūkesčiai, altruizmas, entuziazmas;
- tarpasmeniniai veiksniai – poreikis plėtoti socialinius ryšius ir kaupti socialinį kapitalą, įsitraukimas į tarpasmeninį bendravimą, dalyvavimas knygų mainuose;
- grupės veiksniai – bendri interesai, bendruomenės narių diskusijos, parama ir įgalinimas, bendruomenės narių ekspertiškumas, narių susitelkimas esant poreikiui ir kolektyvinis iškilusių klausimų bei problemų sprendimas, naujų temų ir idėjų sklaida;
- kontekstiniai veiksniai – bendruomenės tikslų patrauklumas, priimtina bendruomenės kultūra ir komunikacijos stilius, bendruomenės taisyklės ir veiklos apribojimai, socialiniai-kultūriniai įvykiai ir realijos, atsispindinčios bendruomenės veikloje;
- technologiniai veiksniai – prisijungimo prie bendruomenės aiškumas, technologijų vartojimo paprastumas ir kokybė, ateinantys priminimai apie naujus įrašus bendruomenės tinklalapyje.

Žinių dalijimosi virtualiose interesų bendruomenėse raišką skatina tokie reikšmingi aspektai: bendruomenės patrauklumas ir bendri tikslai bei interesai formuoja stiprius bendruomenės narių tarpusavio ryšius, o stiprūs ryšiai ir abipusiškumas skatina dalijimąsi žiniomis. Bendruomenės narių poreikiai ir problemos, jų kvietimas padėti vieni kitiems surasti sprendimus skatina aktyviau išreikšti neišreikštas žinias, jas apibendrinti, organizuoti kolektyvinę mokymąsi, bendradarbiavimą ir idėjų mainus.

Identifikavus skaitytojų bendruomenės narių žinių dalijimosi raišką, galima pastebėti, kad vidiniai individualūs poreikiai lemia aiškiai išreikštą siekį dalytis žiniomis (skaitytomis knygomis, rekomendacijomis, reaguoti į klausimus, atlikti pasikartojančias užklausas, reitinguoti skaitytas knygas ir pan.), todėl reikšmingi tampa asmeniniai individo motyvai bei siekis priklausyti bendruomenei – asmeniškumo motyvų paieškos, individualios raiškos siekis galėtų tapti tolesniu tyrimo objektu. Pastebima ryškėjanti tvarumo aspekto svarba bendruomenėje, kuris itin aktualus šiuo pasaulinio klimato kaitos laikotarpiu, tvarumą užtikrina galimybės keistis skaitytomis knygomis, įsigyti ieškomą knygą. Atliktas tyrimas parodė, kad tarp skaitytojų bendruomenių funkcijų išryškėjo ir bendravimo trūkumo atsvara pandemijos laikotarpiu, kada bendrų interesų bendruomenės dalyvių komunikacija suaktyvėjo ir leido realizuoti jos nariams aktualius poreikius, ypač bendravimo ir problemų sprendimo. Galima teigti, kad tokios bendruomenės tampa jos nariams reikšminga socialinio ir kultūrinio kapitalo kaupimo forma. Atliktas tyrimas leido įvertinti lietuvišką vykstančių procesų kontekstą ir nuosekliau detalizuoti kiekvieną veiksmų grupę virtualioje skaitytojų bendruomenėje ieškant atsakymų, kas skatina bendruomenės narius dalintis žiniomis. Konstatuota, kad bendruomenės nariai turi žinių, kuriomis gali dalintis, ir veikėjus šis žinojimas apie galimybę duoti naudą kitiems ir gaunamas grįžtamasis ryšys įgalina kurti vertę bendruomenei. Veikėjai jaučia galią kurti pokytį ir būti šio pokyčio dalimi.

Išvados

Išanalizavus virtualių bendruomenių sampratą, galima teigti, kad virtualios interesų bendruomenės – tai susitelkusios žmonių bendrijos virtualioje aplinkoje, vienijamos bendrų pomėgių bei interesų, kurioms būdinga interaktyvi ir grįsta dalyvavimu komunikacija. Vadovaujantis socialinės mainų teorijos principais, remiantis tirtos skaitytojų bendruomenės pavyzdžiu, galima atskleisti narių sąveikos ypatumus: bendri interesai vienija didelį ratą žmonių, pasižyminčių socialinių charakteristikų įvairove, skirtinga patirtimi bei aktyvumo laipsniu. Narių įvairovė yra labai svarbus veiksnys, skatinantis bendruomenės reikšmingumą jos nariams, kadangi tokiu būdu plėtojami ryšiai leidžia kolektyvinėmis pastangomis diskutuoti ir spręsti daugelį klausimų bei kurti naudą jos nariams. Taip pat virtuali bendruomenių aplinka sudaro galimybes jos nariams veikti paprasčiau, lanksčiau ir efektyviau dėl kelių priežasčių. Pirma, šiuolaikinių technologijų patogumas leidžia nariams operatyviai prisijungti ir dalyvauti bendruomenės komunikacijoje. Antra, interesų bendrumas ir sukaupta narių patirtis yra varomosios jėgos, skatinančios narių aktyvumą visiems aktualiomis temomis.

Socialinių mainų teorijos pritaikomumas virtualios bendruomenės žinių dalijimosi procesams suteikia pagrindą identifikuoti skaitytojų bendruomenės narių sąveikos ypatumus ir vertinti žinių dalijimosi procesus platesniame kontekste. Galima teigti, kad dalijimasis žiniomis, kaip žinių valdymo proceso dalis, palaiko kolektyvinės veiklos formas ir užtikrina tinkamą individų sąveiką ir socialinio kapitalo kaupimą bei mainus. Formuojama išvalga, kad patirties, interesų bendruomenės sėkmingai formuojasi tinkle ir tampa virtualios, o intelektualinių išteklių kaita stiprina jų gyvavimo ciklo poreikį, kurio esminė vertė kuriama per žinių dalijimosi proceso mainus.

Virtualios bendruomenės narių įsitraukimo metu vykstantys žinių dalijimosi procesai rodo, kad atskirų narių keliami klausimai bei išsakomos problemos skatina bendruomenės susitelkimą į sprendimų paieškas ir konkretaus rezultato pasiekimą. Tyrimo metu buvo nustatyta, kad pagarba bendruomenės nariams, tarpusavio pasitikėjimas ir parama, patrauklus komunikacijos stilius, narių motyvavimas ir jų įsitraukimo skatinimas yra socialinių mainų formos, skatinančios kolektyvinį bendradarbiavimą ir dalijimąsi žiniomis. Bendruomeniniai ryšiai ir bendruomeniškumo jausmas yra svarbus pagrindas socialiniams mainams ir žinių dalijimuisi įvykti. Gausios bendruomenės narių diskusijos, situacijų vertinimai, savo patirčių pristatymas, išvalgų ir reikalingos informacijos pateikimas – visa tai rodo, kad tokios praktikos sudaro jos nariams galimybes gana operatyviai įgyti ir efektyviai panaudoti žinias labai konkrečiose situacijose. Inicijuojamos diskusijos, klausimų–atsakymų sesijos, naudingos nuorodos į įvairius šaltinius, įrašai su papildoma informacija apie knygas bei jų autorius ir pan. leidžia bendruomenės nariams gauti naujų idėjų, reikalingų išvalgų bei patirčių patogią ir koncentruotą formą. Bendruomeniškumas sudaro tinkamas sąlygas bei sukuria erdvę kolektyviniam keitimuisi nariams reikšminga informacija bei žiniomis. Tyrimo metu buvo nustatyta, kad žinių dalijimosi raišką gali veikti tokie barjerai kaip bendruomenės taisyklėse numatyti tam tikri skelbiamo turinio ar bendruomenės veiklos apribojimai, taip pat įvairūs socialiniai įvykiai, kurie gali lemti narių tarpusavio nesutarimus, skirtingas nuomones bei požiūrius į su bendruomenės veikla susijusius objektus. Šie aspektai galėtų tapti tolesnių tyrimų kryptimis.

Literatūra

- Abouzahra, M., & Tan, J. (2014). The effect of community type on knowledge sharing incentives in online communities: a meta-analysis. *2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences, Waikoloa, HI, USA*, 1765–1773. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.224>
- Abuhamdieh, A. (2006). Knowledge transfer in virtual communities. *Review of Business Information Systems*, 10(4), 23–36. <https://doi.org/10.19030/rbis.v10i4.4434>
- Andolšek, D. M., & Andolšek, S. (2015). Knowledge sharing in an organization from the perspective of the individual. *International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education (IJCRSEE)*, 3(2), 65–76. <https://doi.org/10.5281/zenodo.59399>
- Ardichvili, A., Page, V., & Wentling, T. (2003). Motivation and barriers to participation in virtual knowledge sharing communities of practice. *Journal of Knowledge Management*, 7(1), 64–77. <https://doi.org/10.1108/13673270310463626>
- Atkočiūnienė, Z., Janiūnienė, E., Matkevičienė, R., Pranaitis, R., & Stonkienė, M. (2009). *Informacijos ir žinių vadyba verslo organizacijose*. Vilniaus universiteto leidykla.
- Bitinas, B., Rupšienė, L., & Žydžiūnaitė, V. (2008). *Kokybinių tyrimų metodologija*. Socialinių mokslų kolegija.

- Blau, P. M. (1964). Justice in social exchange. *Sociological Inquiry*, 34(2), 193–206. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1475-682X.1964.tb00583.x>
- Brown, M. E., & Dustman, P. A. (2019). Identifying a project's greatest 'hits': meaningful use of Facebook in an underserved community's development and mobilisation effort. *Journal of Social work practice*, 33(2), 185–200. <https://doi.org/10.1080/02650533.2019.1597694>
- Chen, Y., & Hew, K. F. (2015). Knowledge sharing in virtual distributed environments: main motivators, discrepancies of findings and suggestions for future research. *International Journal of Information and Education Technology*, 5(6), 466–471. <http://dx.doi.org/10.7763/IJNET.2015.V5.551>
- Chih, W.-H., Hsu, L.-C., & Liou, D.-K. (2017). Understanding virtual community members' relationships from individual, group, and social influence perspectives. *Industrial Management & Data Systems*, 117(6), 990–1010. <https://doi.org/10.1108/IMDS-03-2016-0119>
- Chiu, C.-M., Hsu, M.-H., & Wang, E. T. G. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities: An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision Support Systems*, 42(3), 1872–1888. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.04.001>
- Coleman, J. S. (2005). *Socialinės teorijos pagrindai*. Margi raštai.
- Collison, C., & Parcell, G. (2010). *Ismokite skristi. Praktinė žinių vadyba*. Alma littera.
- Cropanzano, R., & Mitchell, M.S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874–900. <https://doi.org/10.1177/0149206305279602>
- Davis, S., & Botkin, J. (1994). The coming of knowledge-based business. *Harvard Business Review*, 72(5), 165–170.
- Deng, X., & Guo, K. (2021). Understanding knowledge sharing in virtual communities: a network perspective. *Library Hi Tech*, 39(4), 1174–1186. <https://doi.org/10.1108/LHT-09-2018-0119>
- De Valck, K., Langerak, F., Verhoef, P. C., & Verlegh, P. W. J. (2007). Satisfaction with virtual communities of interest: effect on members' visit frequency. *British Journal of Management*, 18(3), 241–256. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2006.00499.x>
- Emerson, R. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*, 2, 335–362. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.02.080176.002003>
- Fulk, J., Flanagan, A. J., Kalman, M. E., Monge, P. R., & Ryan, T. (1996). Connective and communal public goods in interactive communication systems. *Communication Theory*, 6(1), 60–87.
- Gaoshuang, X., Yi, S., Shunhong, J., & Qihang, X. (2021). Knowledge sharing of employees who are envied by their workmates: A resource perspective. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 49(12). <https://doi.org/10.2224/sbp.10859>
- Giddens, A. (2005). *Sociologija*. Poligrafija ir informatika.
- González-Anta, B., Orengo, V., Zornoza, A., Peñarroja, V., & Martínez-Tur, V. (2019). Understanding the sense of community and continuance intention in virtual communities: the role of commitment and type of community. *Social Science Computer Review*, 39(3), 335–352. <https://doi.org/10.1177/0894439319859590>
- Gudauskaitė, S. (2007). Žinių visuomenės link: organizacijos darbuotojų kompetencijų poreikis. *Informacijos mokslai*, 40, 66–72. <https://doi.org/10.15388/Im.2007.0.3467>
- Gudauskas, R. (2010). Socioedukaciniai žinių vadybos aspektai: patyrimo bendruomenių formavimasis. *Socialinis ugdymas*, 11(22), 65–74.
- Gupta, S., & Kim, H.-W. (2004). Virtual community: concepts, implications, and future research directions. *Proceedings of the Tenth Americas Conference on Information Systems (AMCIS)*, 2679–2687.
- Hagel, J., & Armstrong, A. G. (1997). Net gain: expanding markets through virtual communities. *McKinsey Quarterly*, (1), 140–153.
- Hau, Y. S., & Kim, Y. (2011). Why would online gamers share their innovation-conducive knowledge in the online game user community? Integrating individual motivations and social capital perspectives. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 956–970. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.11.022>
- Heinonen, K., Campbell, C., & Ferguson, S.L. (2018). Strategies for creating value through individual and collective customer experiences. *Business Horizons*, 62(1), 95–104. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.09.002>
- Hernández-Soto, R., Gutiérrez-Ortega, M., & Rubia-Avi, B. (2021). Key factors in knowledge sharing behavior in virtual communities of practice: a systematic review. *Education in the Knowledge Society*, 22, Article e22715. <https://doi.org/10.14201/eks.22715>

- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597–606.
- Yan, Z., Wang, T., Chen, Y., & Zhang, H. (2016). Knowledge sharing in online health communities: A social exchange theory perspective. *Information & Management*, 53(5), 643–653. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.02.001>
- Yen, C. (2022). Exploring member's knowledge sharing intention in online health communities: The effects of social support and overload. *PLoS ONE*, 17(3), Article e0265628. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0265628>
- Jashapara, A. (2004). *Knowledge management. An integrated approach*. Pearson Education.
- Jinyang, L. (2015). Knowledge sharing in virtual communities: a social exchange theory perspective. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 8(1), 170–183. <http://dx.doi.org/10.3926/jiem.1389>
- Jokūbauskienė, S. (2013). Informacijos ir komunikacijos specialistų strateginės lyderystės kompetencijų formavimo tendencijos žinių visuomenėje. *Informacijos mokslai*, 64, 90–112. <https://doi.org/10.15388/Im.2013.0.1598>
- Jokūbauskienė, S., & Gudauskas, R. (2012). Besimokančios organizacijos ir žinių visuomenės kompetencijų integralumas. *Socialinis ugdymas*, 21(32), 45–61.
- Ju, T. L., Chen, H., & Ju, P. H. (2006). Social capital and knowledge sharing in virtual communities. In M. Khosrow-Pour (Ed.), *Emerging trends and challenges in information technology management* (pp. 409–411). Idea Group Publishing.
- Kardelis, K. (2016). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras.
- Kim, H. H., & Choi, J. N. (2022). Why and when others reciprocate my knowledge sharing in work teams: Attribution of intention and social values. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 50(1), Article e10693. <https://doi.org/10.2224/sbp.10693>
- Klang, M., & Olsson, S. (1999). Virtual communities. In T. K. Kähkölä (Ed.), *Enterprise architectures for virtual organisations. Proceedings of the 22nd information systems research seminar in Scandinavia* (pp. 249–260). Jyväskylä University Printing House.
- Lambe, C. J., Wittmann, C., & Spekman, R. E. (2001). Social exchange theory and research on business-to-business relational exchange. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 8(3), 1–36. https://doi.org/10.1300/J033v08n03_01
- Leimeister, J. M., Sidiras, P., & Kremer, H. (2006). Exploring success factors of virtual communities: the perspectives of members and operators. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 16(3-4), 279–300. <https://doi.org/10.1080/10919392.2006.9681204>
- Li, Y., He, X., & Hu, D. (2016). Information seeking and sharing in virtual communities: a case study of Chinese IT professionals. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1), 1–10. <https://doi.org/10.1002/pra2.2015.145052010030>
- Liao, C., To, P.-L., & Hsu, F.-C. (2013). Exploring knowledge sharing in virtual communities. *Online Information Review*, 37(6), 891–909. <https://doi.org/10.1108/OIR-11-2012-0196>
- Liao, L.-F. (2008). Knowledge-sharing in R&D departments: a social power and social exchange theory perspective. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(10), 1881–1895. <https://doi.org/10.1080/09585190802324072>
- Lietuvos leidėjų asociacija. (2017). *Knygų leidybos sektoriaus vystymasis Lietuvoje*. http://www.kulturostyrimai.lt/wp-content/uploads/2017/08/Knygu_leidybos_sektoriaus_vystymasis_Lietuvoje_apzvalga.pdf.
- Luobikienė, I. (2006). *Sociologinių tyrimų metodika*. Technogija.
- Mayring, P. (2000). Qualitative content analysis. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), Article 20. <https://doi.org/10.17169/fqs-1.2.1089>
- Najafipour, A. A., Heidari, M., & Foroozafar, M. H. (2014). Describing the virtual reality and virtual tourist community: applications and implications for tourism industry. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 3(12), 12–23. <http://dx.doi.org/10.12816/0018842>
- Porter, C. E. (2004). A typology of virtual communities: a multi-disciplinary foundation for future research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(1). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00228.x>
- Preece, J. (2007). Online communities: researching sociability and usability in hard to reach populations. *Australasian Journal of Information Systems*, 11(2), 146–152. <https://doi.org/10.3127/ajis.v11i2.132>
- Preece, J. (2001). Online communities: usability, sociability, theory and methods. In R. Earnshaw, R. Guedj,

- A. van Dam & T. Vince (Eds.), *Frontiers of human-centred computing, online communities and virtual environments* (pp. 263–277). Springer Verlag.
- Probst, G., Raub, S., & Romhardt, S. (2006). *Žinių vadyba: sėkmės komponentai*. Vaga.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Ridings, C. M., & Gefen, D. (2004). Virtual community attraction: why people hang out online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(1). <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00229.x>
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. G. (2005). *Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Sari, H., & Othman, M. (2018). Factors affecting participants' knowledge-sharing behaviors in online communities: a systematic review. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.35), 378–382.
- Shiau, W.-L., & Luo, M. M. (2012). Factors affecting online group buying intention and satisfaction: A social exchange theory perspective. *Computers in Human Behavior*, 28(6), 2431–2444. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.07.030>
- Siudikienė, D. (2013). Nacionalinio identiteto raiškos socialiniuose tinkluose. *Informacijos mokslai*, 64, 19–34. <https://doi.org/10.15388/Im.2013.0.1602>
- Tidikis, R. (2003). *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Lietuvos teisės universitetas.
- Understanding the concept and structure of virtual organizations. Ekoy Investment, 2018. [Interaktyvus]. <https://www.ekoyinvest.com/blogposts/2018/6/1/understanding-the-concept-and-structure-of-virtual-organizations>.
- United Nations Development Programme, UNDP. (2022). *Future of knowledge. A foresight report. Leveraging transformative capacities to meet future risks*. <https://www.undp.org/publications/future-knowledge-foresight-report-%E2%80%93leveraging-transformative-capacities-meet-future>.
- Xiao, D., & Guo, K. (2018). Understanding knowledge sharing in virtual communities: a network perspective. *Emerald Publishing Limited*. DOI 10.1108/LHT-09-2018-0119
- Xiao, Z., & Wang, Y. (2021). Positive reciprocity belief moderates the effects of trust and felt trust on knowledge-sharing intention. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 49(12), e10956. <https://doi.org/10.2224/sbp.10956>
- Xu, G., Shen, Y., Ji, S., & Xing, Q. (2021). Knowledge sharing of employees who are envied by their workmates: A resource perspective. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 49(12), e10859. <https://doi.org/10.2224/sbp.10859>
- Vandavasi, R. K. K., McConville, D. C., Uen, J. F., & Yepuru, P. (2020). Knowledge sharing, shared leadership and innovative behaviour: a cross-level analysis. *International Journal of Manpower*, 41(8), 1221–1233. <https://doi.org/10.1108/IJM-04-2019-0180>
- Wang, S., & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review*, 20(2), 115–131. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2009.10.001>
- Wen-Hai, Ch., Li-Chun, H., & Dah-Kwei, L. (2017). Understanding virtual community members' relationships from individual, group, and social influence perspectives. *Industrial Management & Data Systems*, 117(6), 990–1010. DOI: <https://doi.org/10.1108/IMDS-03-2016-0119>
- Zengrui, X., & Ying, W. (2021). Positive reciprocity belief moderates the effects of trust and felt trust on knowledge-sharing intention. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 49(12), Article e10956. <https://doi.org/10.2224/sbp.10956>
- Zhang, Y., & Wildemuth, B. M. (2009). *Qualitative analysis of content*. https://www.ischool.utexas.edu/~yanz/Content_analysis.pdf.
- Zhang, J., Ma, Y., & Lyu, B. (2021). Relationships between user knowledge sharing in virtual community with community loyalty and satisfaction. *Psychology Research & Behavior Management*, 14, 1509–1523. <https://doi.org/10.2147/prbm.s331132>
- Zhao, K., Zhang, B., & Bai, X. (2016). Who motivates my participation in virtual interorganizational communities of practice: self, peers, or the firm? *ICIS 2016 Proceedings*, 25. <https://aisel.aisnet.org/icis2016/SocialMedia/Presentations/25>