

91

PROPOZYCJE I MATERIAŁY

Marta Tyszkowska

JAK KORZYSTAĆ Z WEB 2.0 W KAŻDEJ BIBLIOTECZE?



Jak korzystać z Web 2.0 w każdej bibliotece?

STOWARZYSZENIE BIBLIOTEKARZY POLSKICH

91

PROPOZYCJE I MATERIAŁY

Marta Tyszkowska

Jak korzystać z Web 2.0 w każdej bibliotece?



Warszawa 2015

Komitety Redakcyjne serii wydawniczej
«Propozycje i Materiały»

Elżbieta STEFAŃCZYK (przewodnicząca), Helena BEDNARSKA,
Barbara BUDYŃSKA, Krzysztof MARCINOWSKI, Marzena PRZYBYSZ

Projekt graficzny okładki
Studio Kałamarnica

Redaktor prowadzący
Marta LACH

Redakcja techniczna i korekta
Magdalena ORCZYKOWSKA

© Copyright by Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich

ISBN 978-83-64203-55-8

CIP – Biblioteka Narodowa
Tyszkowska, Marta
Jak korzystać z Web 2.0 w każdej bibliotece? /
Marta Tyszkowska. - Warszawa : Wydawnictwo
Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich, 2015. -
(Propozycje i Materiały / Stowarzyszenie
Bibliotekarzy Polskich ; 91)

Spis treści

Wykaz skrótów użytych w pracy	7
Wstęp.....	9
Rozdział 1. Koncepcja Internetu Drugiej Generacji	15
1.1 Powstanie i rozwój sieci Internet oraz narodziny Web 2.0	15
1.2 Charakterystyka zjawiska Internetu Drugiej Generacji oraz pojęcia z nim związane.....	22
1.2.1 Zjawisko Web 2.0 i media społecznościowe	22
1.2.2 Kultura konwergencji	32
Rozdział 2. Wykorzystanie koncepcji Web 2.0 w bibliotekach ..	35
2.1 Charakterystyka Biblioteki 2.0	35
2.2 Cechy Bibliotekarza 2.0	39
2.2.1 Kształcenie przyszłych bibliotekarzy z wykorzystaniem Web 2.0	42
2.3 Znaczenie koncepcji Biblioteki 2.0 we współczesnym bibliotekarstwie	44
Rozdział 3. Kontrowersje dotyczące narzędzi Web 2.0	49
3.1 Problem zmian w aspekcie kulturowym i naukowym.....	49
3.2 Komercyjne wykorzystanie treści tworzonych przez internautów	51
3.3 Problem praw autorskich w kontekście utrzymania serwisów Web 2.0.....	52

Rozdział 4. Charakterystyka narzędzi i funkcji Web 2.0	57
4.1 Serwis społecznościowy	57
4.2 Mechanizm Wiki	61
4.3 Blog	64
4.4 Zjawisko folksonomii	70
4.5 Kanały RSS	75
4.6 Komunikatory internetowe	76
4.7 Pozostałe narzędzia Web 2.0	79
4.7.1 Listy dyskusyjne	79
4.7.2 Forum dyskusyjne	79
4.7.3 Podcasty i wideocasty	80
4.7.4 Indywidualizacja usług i narzędzi	81
4.7.5 Społeczny katalog biblioteczny	82
4.7.6 Geolokalizacja	84
Zakończenie	85
Bibliografia	87
I. Opracowania	87
II. Źródła	97

Wykaz skrótów użytych w pracy

API	(ang. <i>Application Programming Interface</i>) – interfejs programowania aplikacji
ARPA	(ang. <i>Advanced Research Projects Agency</i>) – Agencja Zaawansowanych Projektów Badawczych
CERT	(ang. <i>Computer Emergency Response Team</i>) – Zespół Reagowania na Przypadki Naruszenia Bezpieczeństwa Teleinformatycznego
CSNET	(ang. <i>Computer Science Network</i>) – Naukowa Sieć Komputerowa
DARPA	(ang. <i>Defence Advanced Research Projects Agency</i>) – Agencja Zaawansowanych Projektów Badawczych w Obszarze Obronności
ISOC	(ang. <i>Internet Society</i>) – międzynarodowe stowarzyszenie mające na celu dbanie o harmonijny rozwój Internetu
IRC	(ang. <i>Internet Relay Chat</i>) – chat internetowy
MMO	(ang. <i>Massive Multiplayer Online Games</i>) – masowe gry wieloosobowe online
NSFnet	(ang. <i>National Science Foundation</i>) – Narodowa Fundacja na rzecz Nauki
OECD	(ang. <i>Organisation for Economic Cooperation and Development</i>) – Organizacja Współpracy Międzynarodowej i Rozwoju
OPAC	(ang. <i>Online Public Access Catalogue</i>) – katalog biblioteczny publicznie dostępny przez Internet
QR	(ang. <i>Quick Response</i>) – dwuwymiarowy kod umożliwiający natychmiastowe odczytanie przez przeznaczone do tego czytniki
RSS	(ang. <i>Really Simple Syndication</i>) – umowna rodzina języków znacznikowych, służących do przesyłania nagłówków wiadomości, pojawiających się w wybranych serwisach internetowych
SOPAC	(ang. <i>Social Online Public Access Catalogue</i>) – społeczny katalog biblioteczny publicznie dostępny przez Internet
UGC	(ang. <i>User Generated Content</i>) – treść tworzona przez użytkowników

Wstęp

Internet jest jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się mediów, wywierającym coraz większy wpływ na codzienne funkcjonowanie ludzi w różnych aspektach ich aktywności. Zmiany te dotyczą nie tylko infrastruktury technicznej, która zaskakuje coraz bardziej zaawansowanymi i udoskonalonymi rozwiązaniami, lecz także kwestii oprogramowania i narzędzi internetowych. Jak stwierdził Manuel Castells, socjolog podejmujący problem wpływu rewolucji technologicznej na współczesnego człowieka, żyjemy obecnie w galaktyce Internetu, która wyparła galaktykę Gutenberga¹. Sieć wirtualna rozrasta się gwałtownie, choć nierównomiernie w różnych rejonach świata, ewoluuje i tym samym powoduje powstanie różnego typu narzędzi i rozwiązań. Takie zmiany w aspekcie społeczno-organizacyjnym przyczyniły się do powstania i rozwoju Web 2.0, czyli Internetu Drugiej Generacji (społecznościowego). Współcześnie w wielu dziedzinach życia, zwłaszcza w biznesie, nauce czy mediach, spotkać można pojęcie Web 2.0 oraz inne terminy zawierające oznaczenie „2.0”, które wskazuje na społeczny charakter serwisów internetowych. Społeczny wymiar Internetu Drugiej Generacji odnosi się do specyficznej roli, jaką odgrywa użytkownik Sieci. Internauta stał się bowiem w dobie Web 2.0 współtwórcą, komentatorem i moderatorem treści zamieszczanych w serwisach internetowych.

Rozwój koncepcji Internetu Drugiej Generacji stanowił podwaliny do powstania i rozpowszechnienia idei Biblioteki 2.0, wykorzystywanej w placówkach bibliotecznych różnego typu. Biblioteki, mające za zadanie m.in. wspieranie edukacji, procesu samokształcenia i nauki, poprzez dostarczanie rzetelnej informacji w szybki i dogodny dla użytkownika sposób, powinny dostosowywać się do wymagań i oczekiwań swoich klientów. Niekiedy oznacza to zmianę form ich działania lub wykorzystanie nowych rozwiązań i narzędzi, co może prowadzić do budowy innego modelu funkcjonowania placówki. Wykorzystanie koncepcji i narzędzi Web 2.0 w bibliotekach powoduje zmianę schematu ich funkcjonowania, dzięki czemu biblioteki mogą zwiększyć zasięg

¹ M. Castells, *Galaktyka Internetu: refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań: Rebis, 2003, s. 12.

swojego oddziaływania na środowisko i aktywnie budować społeczność wokół swoich usług i zasobów.

Celem pracy jest ukazanie znaczenia koncepcji Internetu Drugiej Generacji dla współczesnych bibliotek oraz ich użytkowników, co w dobie rosnącego zainteresowania narzędziami Web 2.0 i szerokiego ich wykorzystania staje się niezwykle istotne. Na przestrzeni ostatnich kilku lat zauważa się rosnącą uwagę środowiska bibliotekarskiego kierowaną ku tematyce Web 2.0 i możliwościom zastosowania założeń tej koncepcji w bibliotekach polskich. Temat wykorzystania Internetu Drugiej Generacji w bibliotekach poruszano w licznych publikacjach zagranicznych, m.in. *Library 2.0: A Guide to Participatory Library Service* autorstwa Michaela Casey i Laury C. Savastinuk², *What is Library 2.0?* autorstwa Kim Holmberg, Isto Huvila, Marii Kronqvist-Berg, Gunilli Widén-Wulff³, *Library 2.0 Initiatives in Academic Libraries* pod redakcją pod redakcją Laury B. Cohen⁴, jak również na forum internetowym Biblioteka 2.0, konferencjach i sympozjach naukowych, konferencjach wirtualnych Library 2.011⁵, Library 2.012⁶ i Library 2.013⁷ oraz w licznych artykułach naukowych.

Stan badań nad zjawiskiem Internetu Drugiej Generacji jest bardzo bogaty. Jednymi z pierwszych autorów publikacji i prezentacji na temat Web 2.0 byli Tim O'Reilly⁸, uznawany za twórcę tego pojęcia, Bryan Alexander⁹ z Narodowego Instytutu Technologii i Wolnej Edu-

² M. Casey, L.C. Savastinuk, *Library 2.0: A Guide to Participatory Library Service*, New Jersey: Information Today, 2007.

³ K. Holmberg, I. Huvila, M. Kronqvist-Berg, G. Widén-Wulff, *What is Library 2.0?*, "Journal of Documentation", Vol. 65, Iss. 4, p. 668-681.

⁴ Library 2.0 Initiatives in Academic Libraries, ed. by L.B. Cohen, Association of College & Research Libraries, 2007.

⁵ Library 2.011 [online] [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.library20.com/page/2011-conference>.

⁶ Library 2.012 [online] [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.library20.com/page/2-012-conference>.

⁷ Library 2.013 [online] [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.library20.com/page/2-013-conference>.

⁸ Zob. T. O'Reilly, *What is Web 2.0?* [online] [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.

⁹ Zob. B. Alexander, *Web 2.0: A New Wave of Innovation for Teaching and Learning?*, "EDUCAUSE Review" 2006, Vol. 41, No. 2, p. 32-44; B. Alexander, *Social Networking in Higher Education*, [in:] Richard Katz, ed., *The Tower ... Computing*, Berkeley: Educause, 2008, p. 197-201; B. Alexander, *Deepening the Chasm: Web 2.0, Gaming, and Course Management System*. Journal of Online Learning and Teaching [online] 2008, Vol. 4, No. 2 [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://jolt.merlot.org/Vol4_No2.htm.

kacji w Teksasie, Paul Anderson¹⁰, John Musser¹¹, San Murugesan¹² i inni. Pierwsze prace poświęcone temu zjawisku skupiały się przede wszystkim na próbie zdefiniowania Sieci 2.0, określenia ram tej koncepcji oraz wytypowaniu charakterystycznych narzędzi i usług. Uwaga autorów koncentrowała się na zmianie roli użytkowników serwisów internetowych i próbie opisanie cech charakterystycznych Web 2.0. Z czasem podjęto się analizy Internetu Drugiej Generacji w odniesieniu do konkretnych dziedzin i obszarów życia, stąd powstały takie pojęcia jak Biznes 2.0, Nauka 2.0, Kultura 2.0 i wreszcie Biblioteka 2.0.

Nurt badań nad Biblioteką Drugiej Generacji rozwijał się za sprawą: początkowo Paula Millera¹³, Michaela Casey'a¹⁴, a następnie Janka Manessa¹⁵, Kim Holmberg¹⁶, Walta Crawforda¹⁷ i innych. Badania

¹⁰ Zob. P. Anderson, *What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education* [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>; P. Anderson, *All That Glitters Is Not Gold – Web 2.0 And The Librarian*, "Journal of Librarianship and Information Science", Vol. 39 (4), p. 195-198.

¹¹ Zob. J. Musser, T. O'Reilly, *Web 2.0: principles and best practices*, Sebastopol, Calif.: O'Reilly Media, 2007.

¹² Zob. S. Murugesan, *Understanding Web 2.0*, "IT Professional", 2007, Vol. 9, Iss. 4, p. 34-41; S. Murugesan, *Handbook of Research on Web 2.0, 3.0, and X.0: Technologies, Business, and Social Applications*, Sydney: Multimedia University, Malaysia & University of Western Sydney, 2009, p. 1116.

¹³ Zob. P. Miller, *Web 2.0: Building the New Library*. Ariadne [online] 2005, Iss. 45 [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller>; P. Miller, *Coming Together around Library 2.0: A Focus for Discussion and a Call to Arms*. D-Lib Magazine [online] 2006, Vol. 12, No. 4 [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.dlib.org/dlib/april06/miller/04miller.html>.

¹⁴ Zob. M. Casey, *Working Towards a Definition of Library 2.0*. Library Crunch [online] 2005 [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://librarycrunch.com/2005/10/working-towards-a-definition-o.html>; M. Casey, L.C. Savastinuk, G. Whitney, *Library 2.0: A Guide to Participatory Library Service*, "Library Quarterly" 2008, No. 78 (2), p. 229-230; M. Casey, L.C. Savastinuk, *Service for the next-generation library*, "Library Journal" 2006, No. 131 (1), p. 40-42.

¹⁵ Zob. J. Maness, *Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries*. Webology [online] 2006, Vol. 3, No. 2 [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html>; J. Maness, *Social Presence: a theoretical construct for evaluation of the participatory catalog*. Conversants [online] 2008, Vol. 1 [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://conversants.syr.edu/2008/05/01/social-presence-a-theoretical-construct-for-evaluation-of-the-participatory-catalog/>.

¹⁶ Zob. K. Holmberg, I. Huvila, M. Kronqvist-Berg, G. Widén-Wulff, *What is Library 2.0?*, "Journal of Documentation" 2009, Vol. 65 (4), p. 668-681.

¹⁷ Zob. W. Crawford, *Library 2.0 and ,Library 2.0'. Cities and Insights* [online] 2006, Vol. 6, No. 2 [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://citesandinsights.info/v6i2a.htm>.

nad wykorzystaniem narzędzi Web 2.0 w bibliotekach akademickich, nasilone szczególnie po 2010 r., prowadzili m.in. Yong-Mi Kim, June Abbas¹⁸, Brian McManus¹⁹, Chen Xu²⁰, Khalid Mahmood²¹ dla bibliotek amerykańskich, Sandip Majumdar²² dla bibliotek bengalskich, Helena Sophia Coelho²³ dla bibliotek portugalskich, Manorama Tripathi i Sunil Kumar²⁴ dla bibliotek australijskich, kanadyjskich, amerykańskich i brytyjskich oraz Wawta Techataweewan²⁵ dla bibliotek tajlandzkich.

W Polsce badania nad Biblioteką 2.0 rozwinęły się szczególnie wśród bibliotekarzy zaangażowanych w rozwój nowych koncepcji i rozwiązań dla środowiska bibliotekarskiego. Do grona autorów podejmujących temat Biblioteki Drugiej Generacji zaliczyć można m.in. Agnieszkę Ko-

¹⁸ Zob. Y. Kim, J. Abbas, *Adoption of Library 2.0 functionalities by academic libraries and users: A knowledge management perspective*, "Journal of Academic Librarianship" 2010, Vol. 36 (3), p. 211-218; Y. Kim, *Factors affecting university library website design*, "Information Technology and Libraries" 2011, Vol. 30 (3), p. 99-107; Y. Kim, *Users' perceptions on university library website: A unifying view*, "Library & Information Science Research" 2011, Vol. 33 (1), p. 63-72.

¹⁹ Zob. B. McManus, *The Implications of Web 2.0 for Academic Libraries*. Electronic Journal of Academic and Special Librarianship [online] 2009, Vol. 10, No. 3 [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v10n03/mcmanus_b01.html.

²⁰ Zob. Ch. Xu, *The Academic Library Meets Web 2.0: Applications & Implications* [online] [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://eprints.rclis.org/10750/1/The_Academic_Library_Meets_Web_2.0_Applications_%26_Implications.pdf.

²¹ Zob. K. Mahmood, K., J.V. Richardson Jr., *Adoption of Web 2.0 in US academic libraries: A survey of ARL library websites*, "Program: Electronic Library and Information Systems" 2011, Vol. 45 (4), p. 365-375.

²² Zob. S. Majumdar, *Web 2.0 Tools in Library Web Pages: Survey of Universities and Institutes of National Importance of West Bengal*, "DESIDOC Journal of Library & Information Technology", Vol. 32, No. 2, March 2012, p. 167-170.

²³ Zob. H.S. Coelho, *Web 2.0 in Academic Libraries in Portuguese Public Universities: A Longitudinal Study*, "Libri", Vol. 61, December 2011, p. 249-257.

²⁴ Zob. M. Tripathi, S. Kumar, *Use of Web 2.0 tools in academic libraries: A reconnaissance of the international landscape*, "The International Information & Library Review" 2010, Vol. 42, Iss. 3, p. 195-207.

²⁵ Zob. W. Techataweewan, *Perceptions and Use of Web 2.0 of Thai Academic Librarians* [online] [dostęp 06.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://pa-arl.wikispaces.com/file/view/FINAL%20Full%20paper_Wawta.pdf/398645794/FINAL%20Full%20paper_Wawta.pdf.

szowską²⁶, Bożenę Jaskowską²⁷, Adama Dudczaka²⁸, Grzegorza Gmiterka²⁹, Marcina Werłę³⁰, Danutę Ostrowską³¹, Marcina Malinowskiego³², Małgorzatę Filipczak³³, Marię Miller i Elżbietę Mroczek³⁴. Większość wskazanych osób aktywnie działa w ramach forum Biblioteka 2.0³⁵, zrzeszającego bibliotekarzy i czytelników. Publikacje odnoszące się do zjawiska Biblioteki 2.0 prezentują najczęściej koncepcje i narzędzia 2.0 wykorzystywane w jej ramach, porządkują pojęcia z nią związane i ukazują przykłady zastosowania idei Biblioteki drugiej Generacji w wybranych placówkach. Wielu autorów porusza również temat współtworzenia zasobów i usług przez użytkowników bibliotek w kontekście ich oczekiwań i potrzeb w tym zakresie.

²⁶ Zob. A. Koszowska, *Jack Maness o teorii Biblioteki 2.0 oraz o tym, co Web 2.0 oznacza dla bibliotek*. Biuletyn EBIB [online] 2007, nr 85 [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.ebib.info/2007/85/a.php?koszowska>; Eadem, *O bibliotecznych forach dyskusyjnych słów kilka*. Biblioteka 2.0 [online] [dostęp 10.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://blog.biblioteka20.pl/?p=30>; Eadem, *Tagowanie i biblioteczne katalogi 2.0*. Biblioteka 2.0 [online] [dostęp 27.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://blog.biblioteka20.pl/?p=66>.

²⁷ Zob. B. Jaskowska, *Jak łąpać użytkownika w sieć? Elementy marketingu 2.0 w bibliotece*, [w:] *Zarządzanie marketingowe biblioteką*, Poznań: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, 2008; Eadem, *O kulturze konwergencji słów kilka*. Biuletyn EBIB [online] 2008, nr 1 (92) [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.ebib.info/2008/92/a.php?jaskowska>.

²⁸ Zob. B. Jaskowska, A. Dudczak, *Library 2.0 – rewolucja i przełom, czy kolejny etap rozwoju współczesnego bibliekarstwa?*, „Przegląd Biblioteczny” 2007, R. 75, z. 3, s. 354-365.

²⁹ Zob. G. Gmiterek, *Biblioteka w środowisku społecznościowego Internetu: Biblioteka 2.0*, Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2012.

³⁰ Zob. M. Werla, *Web 2.0 i (polskie) biblioteki cyfrowe*. Biuletyn EBIB [online] 2012, nr 2 (129) [dostęp 12.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://www.ebib.pl/images/stories/numery/129/129_werla_.pdf.

³¹ Zob. D. Ostrowska, *Od Web 2.0 do Biblioteki 2.0*, „Bibliotekarz” 2008, nr 3, s. 10-13.

³² Zob. M. Malinowski, *Blogi, blogomania, blogosfera*. Biuletyn EBIB [online] 2008, nr 7 (8) [dostęp 12.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.ebib.info/2007/88/a.php?malinowski>.

³³ Zob. M. Filipczak, *Jak daleko stąd do nowoczesności – w stronę biblioteki drugiej generacji*. Biuletyn EBIB [online] 2008, nr 92 [dostęp 30.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.ebib.info/2008/92/a.php?filipczak>.

³⁴ M. Miller, E. Mroczek, *Profil użytkownika i inne elementy Web 2.0 w bibliotekach cyfrowych*. Biuletyn EBIB [online] 2007, nr 88 (7) [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://www.ebib.info/2007/88/a.php?miller_mroczek.

³⁵ Biblioteka 2.0: Forum społeczności czytelników i bibliotekarzy cyfrowych [online] [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://forum.biblioteka20.pl/>.

Praca składa się z czterech rozdziałów. Rozdział pierwszy poświęcony został koncepcji Internetu Drugiej Generacji. Starano się wskazać i opisać cechy charakterystyczne zjawiska oraz streścić historię i rozwój omawianej koncepcji. Szczególną uwagę, oprócz samego zjawiska Web 2.0, poświęcono takim pojęciom, jak kultura konwergencji, media społecznościowe (ang. *social media*), zbiorowa inteligencja, a także różnicom pomiędzy Siecią 1.0 i 2.0. Omówiono również typologię mediów społecznościowych oraz problem tworzenia się grup wirtualnych.

Rozdział drugi dotyczy obecności Internetu Drugiej Generacji w bibliotekach i wykorzystania koncepcji Biblioteki 2.0 na gruncie polskim. Przedstawiono rolę pracowników bibliotek w zmianie podejścia do zasad działalności tych placówek, konieczność usunięcia barier w kontaktach z użytkownikami oraz zogniskowania się na ich potrzebach. Dodatkowo podjęto problem wykorzystania narzędzi Web 2.0 w kształceniu przyszłych bibliotekarzy. Celem tej części rozdziału było scharakteryzowanie nowej koncepcji, próba analizy jej znaczenia dla współczesnego bibliotekarstwa, a także określenie możliwości jej wykorzystania w praktyce.

Trzecia część pracy obejmuje krytyczną analizę zjawiska Web 2.0 i próbę określenia konsekwencji jego rozwoju na szeroką skalę. Pod uwagę wzięto zarówno kulturowy, prawny, ekonomiczny, jak i naukowy aspekt wykorzystania narzędzi i serwisów Internetu Drugiej Generacji.

W ostatnim rozdziale omówione zostały poszczególne narzędzia Web 2.0, w szczególności serwisy społecznościowe i blogi, będące czołowymi przykładami omawianego nurtu, a także zjawisko folksonomii i serwisy stosujące mechanizm wiki, jako przykłady wykorzystania Internetu Drugiej Generacji w praktyce. Następnie przedstawiono mniej znane narzędzia, charakterystyczne dla nurtu Web 2.0, takie jak kanały RSS, komunikatory internetowe, fora dyskusyjne czy podcasty, a także narzędzia Web 2.0 charakterystyczne dla bibliotek, takie jak np. społeczny katalog biblioteczny (SOPAC). Autorka starała się nie tylko ukazać funkcje i teoretyczne założenia omawianych narzędzi, lecz także wskazać na praktyczne aspekty z nimi związane oraz wady i zalety ich wykorzystania.

Rozdział 1. Koncepcja Internetu Drugiej Generacji

1.1 Powstanie i rozwój sieci Internet oraz narodziny Web 2.0

Powstanie sieci Internet związane jest z pracami badawczymi prowadzonymi na rzecz rządowych agencji wojskowych Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej. W okresie zimnej wojny Departament Obrony USA powołał specjalną Agencję Zaawansowanych Projektów Badawczych (ang. Advanced Research Projects Agency – ARPA). Zadaniem ARPA stało się stworzenie zdecentralizowanej, odpornej na zniszczenie sieci komunikacyjnej dla celów wojskowych³⁶. W 1969 r. przeprowadzono eksperyment, w wyniku którego połączono cztery komputery zlokalizowane w różnych jednostkach naukowych, tj. Uniwersytecie Kalifornijskim w Los Angeles, Uniwersytecie Kalifornijskim w Santa Barbara, Instytucie Stanforda oraz Uniwersytecie Stanowym Utah. Architekturę sieci oparto na projekcie Paula Barana, przedstawionym w 1962 r., opisującym koncepcję sieci wymiany danych polegającą na dzieleniu informacji na mniejsze części (pakiety), przesyłaniu ich osobno przez sieć, a następnie, po dotarciu do adresata, ponownym łączeniu ich w jedną całość. Obowiązujące standardy oraz formalny opis reguł, które muszą realizować komunikujące się ze sobą komputery, zostały zebrane w elektronicznych dokumentach zwanych Request for Comments (RFC). RFC funkcjonują do dzisiaj jako podstawowa forma dokumentowania standardów w Internecie (www.rfc.org). Pierwsze dostępne usługi sieciowe obejmowały zdalne logowanie (Telnet) i transmisję plików (ang. File Transfer Protocol – FTP)³⁷.

³⁶ G. Chodak, *Efektywne wykorzystanie Internetu w biznesie* [online] [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://www.ioz.pwr.wroc.pl/Praconicy/Chodak/wykorzystanie_internetu.htm.

³⁷ Ibid.

W następnej kolejności pojawiła się możliwość przesyłania poczty elektronicznej (e-mail). E-mail jako taki został wymyślony w roku 1965 przez Louisa Pouzina, Glendę Schroeder i Pata Crismana i służył jedynie do przesyłania wiadomości od jednego użytkownika danego komputera do innego użytkownika tej samej maszyny. Wysyłanie wiadomości od użytkownika jednego komputera do użytkownika innej maszyny wymyślił w 1971 r. Ray Tomlinson. Rok później zaprezentowano publicznie możliwości ARPAnetu. Sieć powiększała systematycznie listę użytkowników akademickich i rządowych, a instytucją koordynującą jej rozwój została DARPA (ang. *Defence Advanced Research Projects Agency*). W 1975 r. utworzono pierwszą listę mailingową, a rok później królowa Elżbieta II wysłała list przy użyciu poczty elektronicznej. W roku 1979 powstały tekstowe grupy dyskusyjne (Usenet)³⁸.

Za początek Internetu uznaje się połączenie pomiędzy siecią ARPAnet a siecią CSNET (ang. *Computer Science Network*), przeznaczoną dla naukowców, na początku 1983 r. Jednocześnie powstały połączenia do Europy, Ameryki Południowej, Japonii i Australii. Wraz z rozwojem Internetu pojawiły się pierwsze zagrożenia w postaci wirusów internetowych, co stało się impulsem przyczyniającym się do zawiązania w 1988 r. CERT (ang. *Computer Emergency Response Team*) – organizacji mającej na celu zapewnienie bezpieczeństwa w Sieci. W tym samym roku powstała usługa IRC (ang. *Internet Relay Chat*), umożliwiająca prowadzenie rozmów w czasie rzeczywistym, stworzona przez studenta z Finlandii – Jarkko Oikarinena. Rok później powstał pierwszy katalog zasobów sieciowych – program ARCHIE przeglądał regularnie serwery FTP i tworzył indeks ich zawartości z możliwością wyszukiwania plików. Agencja ARPAnet zakończyła swoją działalność w 1990 r., a zarząd nad Internetem przejęła funkcjonująca od czterech lat fundacja NSFnet (ang. *National Science Foundation*)³⁹.

Prawdziwym przełomem w historii rozwoju Internetu okazał się rok 1991, kiedy Timowi Berners-Lee⁴⁰ udało się przy pomocy hiperłączy połączyć ze sobą dokumenty znajdujące się na różnych serwerach World Wide Web (WWW). Umożliwiło to połączenie tekstu, grafiki i dźwięku, a w tym samym roku powstała pierwsza przeglądarka tekstowa. Aby umożliwić udostępnianie różnych zasobów (tekstowych, graficznych, muzycznych itp.) oraz usług sieciowych, na Uniwersytecie Minnesota w USA powstał system informacyjny Gopher, który okazał się prost-

³⁸ M. Mikołajewski, *Historia sieci, czyli od ARPANET-u do Internetu* [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://pclab.pl/art33917-2.html>.

³⁹ G. Chodak, op. cit.

⁴⁰ *The birth of the Web*. CERN [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://home.web.cern.ch/about/birth-web>.

szy od programu ARCHIE i szybko zdobył popularność. Systematycznie zwiększająca się liczba serwerów internetowych, tworzonych przez kolejne ośrodki naukowe, przyczyniła się do powstania Społeczności Internetowej (ang. *Internet Society – ISOC*), czyli międzynarodowej organizacji zajmującej się wspieraniem rozwoju Internetu⁴¹.

W 1993 r. powstała pierwsza przeglądarka graficzna do odczytywania stron WWW o nazwie Mosaic⁴², a rok później w instytucie CERN odbyła się pierwsza międzynarodowa konferencja poświęcona stronom internetowym (Woodstock of the Web), która zgromadziła ponad 400 uczestników. W tym samym roku, z inicjatywy Tima Berners-Lee w Massachusetts Institute of Technology, powstała organizacja World Wide Web Consortium (W3C)⁴³. W3C zajmuje się rozwojem otwartych standardów i technologii oraz zatwierdzaniem oficjalnych specyfikacji, jak np. języka HTML czy arkuszy stylów. Członkami W3C są naukowcy, programiści, twórcy stron internetowych, firmy, instytucje oraz stowarzyszenia⁴⁴. Rok 1994 był również początkiem funkcjonowania jednego z najpopularniejszych katalogów stron internetowych – Yahoo! David Filo i Jerry Yang stworzyli serwis jako spis interesujących ich miejsc w Internecie. W tym samym okresie powstały dwa kluczowe dla sektora handlu elektronicznego serwisy, sklep Amazon.com i serwis aukcyjny eBay, uruchomione w 1995 roku. Firmą, której powstanie odznaczyło się w historii rozwoju Internetu, jest Google Inc., założona przez dwóch doktorantów Uniwersytetu Stanforda, Larry'ego Page'a oraz Sergeya Brina⁴⁵.

Kolejnym kamieniem milowym w rozwoju dostępu do usług internetowych było stworzenie w 2000 r. technologii WAP (ang. *Wireless Application Protocol*), umożliwiającej korzystanie z Internetu przy pomocy urządzeń mobilnych, takich jak telefony komórkowe czy palmtopy.

Tempo rozwoju Internetu było bardzo duże, zwłaszcza w początkowej fazie. W roku 1997 istniało ponad 19 milionów serwerów, ponad 70 tysięcy grup dyskusyjnych oraz około miliona stron WWW. Rok później było już około 300 milionów stron internetowych, wśród których zaczęły powstawać portale internetowe. Dla porównania obecnie szacuje się, że tempo przyrostu ilości stron internetowych wynosi średnio

⁴¹ G. Chodak, op. cit.

⁴² *The birth of the Web*, op. cit.

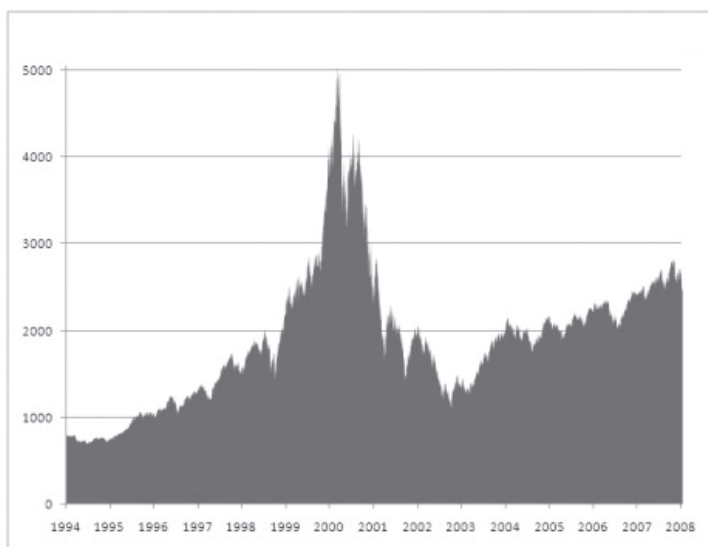
⁴³ About W3C. W3C [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.w3.org/Consortium/>.

⁴⁴ G. Chodak, op. cit.

⁴⁵ Firma. Google [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.google.com/intl/pl/about/company/>.

2,7-5% rocznie⁴⁶. Według szacunków firmy Netcraft, liczba stron internetowych w sierpniu 2013 roku wyniosła ponad 716 milionów⁴⁷.

Wzrost liczby powstających stron internetowych oraz ogromne fundusze przeznaczane na ich rozwój doprowadziły do zjawiska tzw. bańki internetowej. Ogromne zainteresowanie różnorodnymi projektami internetowymi powodowało diametralny wzrost nakładów finansowych, zwłaszcza w zakresie rozwoju sklepów internetowych. Tak niebotyczne inwestycje w projekty, które najczęściej nie miały szans na powodzenie, spowodowały sztuczne zawyżenie ich wartości. Bańka internetowa pękła na przełomie 2000 i 2001 r., powodując kilkudziesięcioprocentowe spadki wartości akcji spółek internetowych na giełdzie.



Wykres 1. Wykres indeksu giełdowego *NASDAQ Composite*, w latach 1994-2005 ze szczytem na początku 2000 r., ukazujący wzrost zainteresowania akcjami spółek internetowych, a następnie jego nagły spadek.

Źródło: M. Mikołajewski.

⁴⁶ M. Kasperski, *Ile jest stron internetowych na świecie?* Komputer Świat [online] 2012, nr 11 [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.komputerswiat.pl/nawosci/internet/2012/11/ile-stron-internetowych-jest-na-swiecie.aspx>.

⁴⁷ *August 2013 Net Server Survey*. Netcraft [online] [dostęp 29.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://news.netcraft.com/archives/2013/08/09/august-2013-web-server-survey.html>.

Internet funkcjonował początkowo podobnie do systemu tablicy ogłoszeń, która umożliwiała użytkownikom wymianę oprogramowania, danych i wiadomości. Dopiero pod koniec lat 90. ubiegłego wieku przeciętny internauta mógł podzielić się informacjami dotyczącymi życia prywatnego na domowej stronie internetowej, czego dzisiejszym odpowiednikiem są popularne blogi.

Stacyczna forma przekazywania informacji, opierająca się głównie na jednostronnym przekazie tekstowym bez możliwości ingerencji użytkowników w publikowane treści określona została mianem sieci Web 1.0. Strony internetowe oparte o język HTML najczęściej zawężyły grono osób posiadających własne witryny do specjalistów z odpowiednią wiedzą techniczną. Dopiero pojawienie się nowych języków programowania (m.in. PHP, XHTML, ASP) umożliwiło wprowadzenie nowych usług w Internecie i stworzenie dynamicznych stron WWW, dających ich użytkownikom sposobność komentowania treści, polemizowania lub współpracy z ich redaktorami. Od tej pory odbiorcy zawartości stron internetowych mogli mieć wpływ na pojawiające się w nich treści, stworzenie indywidualnej strony WWW stało się dla przeciętnych internautów nieskomplikowane, powstały liczne społeczności internetowe, a wszystkie te elementy zapoczątkowały erę sieci Web 2.0⁴⁸.

Termin *Web 2.0*, używany zamiennie z określeniem *Internet Drugiej Generacji* czy *Web społecznościowy*, został po raz pierwszy użyty w 2004 r. przez Dale'a Doughtera, wiceprezesa firmy O'Reilly Media Inc., a rozpowszechniony przez Tima O'Reilly, założyciela wydawnictwa O'Reilly Media, w artykule *What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Do powszechnego użycia pojęcie *Web 2.0* weszło po serii konferencji organizowanych w 2004 r. przez wydawnictwo O'Reilly Media Inc., poświęconych nowym technikom internetowym⁴⁹. Do tego czasu kwestia Internetu Drugiej Generacji pojawiała się jedynie w kręgach pasjonatów lub futurologów Internetu⁵⁰. O ile samo pojęcie pojawiło się na początku XXI wieku, o tyle rozwiązania i narzędzia, będące składowymi Internetu Drugiej Generacji, istniały i były wykorzystywane już wcześniej. Mechanizm wiki, uznawany za sztandarowy przykład narzędzia z nurtu

⁴⁸ B. Gregor, T. Kubiak, *Pomiar mediów społecznościowych Web 1.0 a Web 2.0*. Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych [online] 2013, nr 2 (8) [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://minib.pl/pomiar-mediow-spo-locznosciowych-web-1-0-web-2-0-2/>.

⁴⁹ R.R. Gajewski, *Web 2.0 i multimedia w rapid e-learningu*, [w:] *Nowe media w edukacji 2008. Zastosowanie technik informacyjnych i komunikacyjnych w kształceniu*, Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, 2008, s. 32.

⁵⁰ P. Siuda, *Jakość życia i cyberwykluczenie w dobie Web 2.0*, „Tolerancja” 2007/2008, T. 13/14, s. 310.

Web 2.0, powstał w 1994 r., a koncepcja kanałów RSS została wprowadzona w życie około 1999 r. Serwis Amazon.com udostępnił otwarty interfejs programowania aplikacji (API – ang. *Application Programming Interface*) w 2002 r.⁵¹ Otwarte API umożliwia programistom z całego świata pisanie i rozwijanie aplikacji, co również jest przykładem współpracy w ramach danej społeczności. Niektórzy badacze dopatrują się w pojęciu *Web 2.0* jedynie chwytu marketingowego, który miał wesprzeć e-biznes, odradzający się po słynnej klęsce tzw. dot-comów, czyli przedsiębiorstw prowadzących działalność w Internecie po roku 2001. Krytycy *Web 2.0* twierdzą, że większość zmian wprowadzonych w ramach Internetu Drugiej Generacji sprowadza się do unowocześnienia wizualizacji serwisów i poprawy ich wyglądu, a nie do transformacji oferowanych funkcji i mechanizmów. Wiele rozwiązań pozostających w konwencji *Web 2.0* nie wprowadza żadnych nowości, a jedynie dopisuje do nich element komunikacji użytkowników z twórcami bądź administratorami serwisu⁵². Z drugiej strony *Web 2.0* określany jest też często mianem nowego oblicza Internetu i stanowi przełom w rozwoju wirtualnej rzeczywistości. Zjawisko to wprowadza nowe technologie do powszechnego użycia, inwestorzy kapitału wysokiego ryzyka (ang. *venture capital*) przeznaczają coraz większe fundusze na rozwój serwisów z kręgu *Web 2.0*, a grono użytkowników sieci społecznościowej rozrasta się w bardzo szybkim tempie.

Obecnie szacuje się, że liczba internautów na świecie w styczniu 2015 r. sięgnęła 3 miliardów osób, z czego ponad 2 miliardy to użytkownicy mediów społecznościowych. Przyrost liczby internautów rok do roku wyniósł aż 21%, a użytkowników mediów społecznościowych – 12%. Zadziwiający jest niezwykle szybki przyrost liczby użytkowników mediów społecznościowych korzystających z urządzeń mobilnych (ich liczba wzrosła o 23% rok do roku, osiągając w styczniu 2015 roku wartość 1,68 miliarda osób). Serwis społecznościowy Facebook⁵³ liczył w tym okresie 1,36 miliarda użytkowników, a drugim najbardziej popularnym serwisem społecznościowym na świecie okazał się serwis Qzone⁵⁴, rozpowszechniony głównie w Chinach, z liczbą 629 milionów użytkowników. Tuż za nimi uplasowały się Google +⁵⁵

⁵¹ P. Frankowski, *Firmowa strona WWW. Idee, strategia, realizacja*, Gliwice: Helion, 2010, s. 88.

⁵² P. Siuda, op. cit., s. 310.

⁵³ Facebook [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.facebook.com/>.

⁵⁴ Qzone [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://qzone.qq.com/>.

⁵⁵ Google + [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://plus.google.com/>.

z liczbą 343 milionów użytkowników, Instagram⁵⁶ – 300 milionów użytkowników, oraz serwis Twitter⁵⁷ – 284 miliony użytkowników. Wśród najpopularniejszych komunikatorów internetowych znalazły się komunikator QQ z liczbą 829 milionów użytkowników, Whatsapp – 600 milionów, Facebook Messenger – 500 milionów, Wechat – 468 milionów oraz Skype – 300 milionów⁵⁸. Z badania Megapanel PBI/Gemius za marzec 2015 r. wynika, że w badanym okresie aż 79% polskich internautów korzystało z serwisu społecznościowego Facebook⁵⁹. Drugim najpopularniejszym serwisem społecznościowym w Polsce był Google+ (w marcu 2015 roku korzystało z niego 43% polskich internautów)⁶⁰. Średni czas spędzany przez polskiego internautę w Sieci wynosi 4,9 godziny na dobę, w tym 2,1 godziny poświęcone są na korzystanie z mediów społecznościowych⁶¹.

Przedstawione dane wskazują na ogromną popularność i niezwykle dynamiczny rozwój narzędzi i serwisów Web 2.0 w ostatnich latach. Obserwuje się także wydłużenie czasu poświęcanego na korzystanie z narzędzi Web 2.0. Obywatele państw rozwiniętych spędzają jedną trzecią czasu wolnego kontaktując się z członkami internetowych grup społecznych lub z osobami poznanymi w wirtualnym świecie⁶². 23% użytkowników serwisu Facebook sprawdza swoje konto w portalu 5 razy dziennie lub częściej⁶³. Według portalu statystycznego Statista w 2014 r. co czwarty człowiek na świecie (1,82 miliarda ludzi) będzie

⁵⁶ Instagram [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://instagram.com/>.

⁵⁷ Twitter [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://twitter.com/>.

⁵⁸ *Liczby polskiego internetu 2015*. Social Media Measure [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://smmeasure.eu/liczby-polskiego-internetu-2015/#>.

⁵⁹ Zasięg serwisu Facebook, definiowany jako stosunek liczby użytkowników, którzy dokonali przynajmniej jednej odsłony na wybranej witrynie w wybranym okresie do całkowitej liczby internautów w miesiącu, do którego należyabrany okres, wyniósł w marcu 2015 roku 79%. Zob. *Witryny zasięg*. Gemius Audience [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.audience.gemius.pl/>.

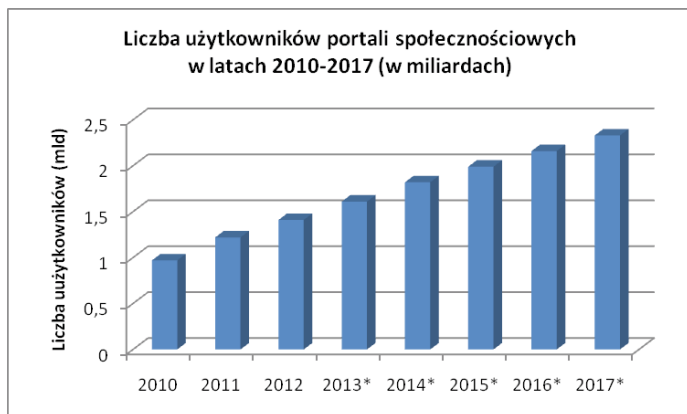
⁶⁰ *Megapanel marzec 2015 – kategorie tematyczne*. Media2.pl [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://media2.pl/badania/122443-megapanel-marzec-2015-kategorie-tematyczne/16.html>.

⁶¹ *Liczby polskiego Internetu...*, op. cit.

⁶² W. Gogołek, *Komunikacja sieciowa. Uwarunkowania, kategorie i paradoksy*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, 2010, s. 159.

⁶³ *Social Media Statistics for 2013*. Digital Buzz Blog [online] [dostęp 09.11.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.digitalbuzzblog.com/infographic-social-media-statistics-for-2013/>.

korzystał z serwisów bądź aplikacji społecznych⁶⁴. Sieć, a szczególnie jej społeczna część, stała się zatem integralną częścią życia codziennego wielu użytkowników na świecie.



Wykres 2. Liczba użytkowników portali społecznościowych w latach 2010-2017 (w miliardach)⁶⁵.

Źródło: *Number of social network users worldwide from 2010 to 2017 (billions)* Statista [online] [dostęp 09.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>.

1.2 Charakterystyka zjawiska Internetu Drugiej Generacji oraz pojęcia z nim związane

1.2.1 Zjawisko Web 2.0 i media społecznościowe

Mimo częstego używania terminu *Web 2.0* w mediach różnego typu, pojęcie to nie doczekało się jednej, ogólnie przyjętej definicji. Podjęto wiele prób wyjaśnienia tego, jak dotąd nieprecyzyjnie rozumianego, zjawiska. Internet Drugiej Generacji bywa często definiowany jako taki, w którym treść jest tworzona także przez internautów odwiedzających serwis, a jej wymiana między internautami staje się ułatwiona⁶⁶. Główną

⁶⁴ *Number of social network users worldwide from 2010 to 2017 (billions)*. Statista [online] [dostęp 09.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>.

⁶⁵ Gwiazdką oznaczono estymację liczby użytkowników.

⁶⁶ P. Frankowski, op. cit., s. 88.

cechą Web 2.0 jest porzucenie archaicznego podziału na twórców i odbiorców, co charakteryzowało Internet Pierwszej Generacji (Web 1.0). W przypadku serwisów Web 1.0 ich użytkownicy mogą jedynie przeglądać udostępniane informacje w postaci tekstowej, graficznej i multimedialnej. W przypadku Web 2.0 każdy może być zarówno odbiorcą, jak i twórcą. Nastąpiło tym samym uwolnienie informacji za sprawą tworzenia treści serwisów internetowych przez ich użytkowników. Koncepcja ta umożliwia zaangażowanie wielu twórców oraz pojawienie się wielu form ekspresji, które wcześniej nie miały szans zaistnienia, ze względu na ich pominięcie przez pierwotnych twórców lub redaktorów serwisów. Niektórzy autorzy próbują wytyczyć granicę między Web 1.0 a Web 2.0 poprzez opisywanie pierwszego z nich jako „miejsca, w które się idzie, aby coś otrzymać”, a drugiego z nich jako „miejsca, w którym się jest i w którym się tworzy”⁶⁷. Według Andreasa M. Kaplana i Michaela Haenleina Web 2.0 jest nowym sposobem, w jaki twórcy oprogramowania oraz użytkownicy końcowi wykorzystują sieć WWW, i stanowi platformę, w której treść i aplikacje nie są tworzone i publikowane przez pojedynczych użytkowników, ale sukcesywnie rozwijane poprzez uczestnictwo wszystkich zainteresowanych w pracach nad nimi⁶⁸.

Znawca Sieci, wspomniany wcześniej Tim O'Reilly, definiuje Web 2.0 jako opozycję do stron i rozwiązań Web 1.0. W swoim artykule *What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*⁶⁹ O'Reilly podkreśla, iż jedną z ważniejszych cech Web 2.0 jest postrzeganie Internetu jako platformy. Już w czasach dominacji sieci Web 1.0 pojawiły się nowe usługi, takie jak np. reklama internetowa, które dały początek fali nowych zachowań i z których rozwinął się Internet Drugiej Generacji. Pionierami w tym zakresie były takie firmy jak DoubleClick czy Akamai, których usługi zostały obecnie wyparte przez GoogleAds (serwis zajmujący się płatnymi reklamami). O'Reilly wymienia przykłady serwisów i narzędzi nowej generacji, a następnie zestawia je ze stronami Web 1.0. Jednym z przykładów trafnie obrazujących różnice pomiędzy Web 1.0 i Web 2.0 jest zestawienie statycznej, centralnie redagowanej encyklopedii internetowej Britannica Online (jako przykładu serwisu Web 1.0) ze sztywną dla webu społecznościowego Wikipedią, czyli encyklopedią internetową współtworzoną przez internautów. Według Tima O'Reilly charakterystycznym momen-

⁶⁷ Ch. Peltier-Davis, *Web 2.0, Library 2.0, Library User 2.0, Librarian 2.0: Innovative Services for Sustainable Libraries*, "Computers in Libraries" 2009, Vol. 29, Iss. 10, p. 16.

⁶⁸ A.M. Kaplan, M. Haenlein, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, "Business Horizons" 2010, Vol. 53 (1), p. 61.

⁶⁹ T. O'Reilly, op. cit.

tem, wskazującym na rozwój Sieci Drugiej Generacji, było pojawienie się serwisów typu *mashup*⁷⁰, łączących w sobie pochodzące z różnych źródeł, udostępniane publicznie aplikacje online. Inną cechą Web 2.0, podkreślaną przez autora artykułu, jest zjawisko tagowania, czyli dodawania osobistych znaczników (etykiet) do określonego fragmentu informacji, jednak bez ich hierarchizacji. Znaczący jest wzrost roli internauty nie będącego twórcą treści (czy administratorem) w funkcjonowaniu sieci. Przejawia się to m.in. w możliwości oceny przydatności i jakości poszczególnych treści (artykułów) w niektórych serwisach, np. Digg, Wykop. Im lepiej dany artykuł jest oceniony przez internautów, tym lepszą pozycję zajmuje w serwisie. Innym sposobem oceny np. rzetelności użytkowników jest możliwość komentowania transakcji w takich serwisach jak Allegro czy eBay. Tim O'Reilly wskazuje także na znaczenie strategii długiego ogona (ang. *The long tail*) we współczesnym Internecie, charakterystycznej dla koncepcji Web 2.0. Zasada ta przeniesiona została ze statystyki na grunt biznesu (także tego elektronicznego) przez Chrisa Andersona⁷¹ i jest zaprzeczeniem zasady Pareto, która mówi, iż tylko 20% asortymentu dostępnego w ofercie danego przedsiębiorstwa generuje aż 80% przychodów firmy. Wynika z tego, że najbardziej popularne produkty tworzą zysk w przedsiębiorstwie. Jednak tak duże serwisy jak Google, Allegro, eBay, iTunes czy Amazon zdobyły swoją silną pozycję, ogromną popularność i odniosły sukces właśnie dzięki zastosowaniu zasady długiego ogona, co przekłada się na miliony oferowanych przez nie produktów i reklam, a co za tym idzie – całą rzeszę użytkowników. Strategia tych firm opiera się więc na sprzedaży pojedynczych sztuk z długiego ogona asortymentu, których jest na tyle dużo, że w sumie generują najwięcej przychodu. Dla użytkowników sytuacja taka jest gwarancją znalezienia pojedynczych, rzadkich produktów, których poszukują⁷².

⁷⁰ *Mashup* jest to aplikacja wykorzystująca istniejące już programy lub bazy danych (wraz z danymi), których kompilacja dostarcza nowego doświadczenia. Architektura tej aplikacji łączy trzy oddzielne składniki: strony dostarczające kodu API (ang. *application programming interface*) oraz treści stanowiących zawartość mashupu, witrynę typu mashup, zawierającą program aplikacyjny oraz przeglądarkę internetową użytkownika, za pomocą której odbiera on graficzny obraz aplikacji. Określenie *mashup* oznacza również dzieło powstałe w wyniku przetworzenia i połączenia elementów innych dzieł, często reprezentujących różne gatunki i formy. Zob. O. Pankiewicz, *Mashup w prawie* [online] [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://www.bibliotekacyfrowa.pl/Content/22314/Mashup_w_prawie.pdf.

⁷¹ T. Frontczak, *Empikowi wyrósł długi ogon. Czym jest the long tail?* Sprawny Marketing [online] 2006 [dostęp 06.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.sprawnymarketing.pl/artykuly/empik-dlugi-ogon/>.

⁷² Ibid.

Web 2.0 rozumiany jest przez Marię Miller i Elżbietę Mroczek⁷³ jako interaktywny Internet, którego podstawą jest tworzenie grup i sieci znajomych, co umożliwia wyszukiwanie danych, ich ocenę, polecenie linków i samodzielne umieszczanie danych w Internecie. Kluczowe jest jednak zaangażowanie samych użytkowników w tworzenie treści serwisów, łatwość obsługi i popularyzacja otwartych standardów⁷⁴. Koncepcja nie bazuje zatem na stosowaniu nowoczesnych, nieznanym dotąd technologii informatycznych, a jedynie na zmianie podejścia do samego Internetu oraz na możliwości współtworzenia witryn i serwisów przez użytkowników. Podobnie Internet Drugiej Generacji definiują Sarah Hayman i Nick Lothian, mianowicie jako klaster usług opartych na technologiach internetowych z elementami współpracy społecznej i wymiany, gdzie wspólnota jako całość wnosi treść, kontroluje, głosi i ocenia zawartość serwisów⁷⁵.

W literaturze związanej z Internetem Drugiej Generacji spotkać można pojęcia nawiązujące do terminu Web 2.0 lub stosowane zamiennie z omawianym określeniem, jak np. *media społecznościowe* (ang. *social media*). Relacje między pojęciami *Web 2.0* i *media społecznościowe* nie są jednoznacznie określone. Pojęcie *Web 2.0* definiowane jest jako filozofia obejmująca rozwiązania internetowe, w tym budowę aplikacji oraz wykorzystanie kolektywnej inteligencji. *Web 2.0* jest terminem szerszym od terminu *media społecznościowe* i obejmuje swoim zakresem koncepcję wykorzystania środowiska Internetu jako platformy współpracy między użytkownikami, posługując się przy tym zestawem gotowych komponentów (aplikacji), iteracyjnie rozwijanych i wykorzystywanych na różnych typach urządzeń⁷⁶. Termin *media społecznościowe* odnosi się natomiast do konkretnych przejawów filozofii Web 2.0, czyli aplikacji i rozwiązań⁷⁷. Podobne definicje spotkać można w literaturze anglojęzycznej, gdzie termin *social media* definiowany jest jako zbiór aplikacji internetowych, zbudowanych na bazie ideologicznych i technologicznych rozwiązań Web 2.0, pozwalających na tworzenie i wymianę treści przez ich użytkowników⁷⁸.

⁷³ M. Miller, E. Mroczek, op. cit.

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ S. Al-Daihani, *The knowledge of Web 2.0 by library and information science academics*, "Education for Information" 2009, Vol. 27, p. 39.

⁷⁶ D. Kaznowski, *Definicja Web 2.0, definicja social media*. Networked Digital [online] 09.04.2010 [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://networkeddigital.com/2010/04/09/definicja-web-2-0-definicja-social-media/>.

⁷⁷ D. Kaznowski, *Definicja social media*. Networked Digital [online] 17.04.2010 [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://networkeddigital.com/2010/04/17/definicja-social-media/>.

⁷⁸ A.M. Kaplan, M. Haenlein, op. cit., s. 61.

Zazwyczaj przez pojęcie *media społecznościowe* rozumie się aplikacje sieciowe, takie jak Twitter, Facebook, Flickr⁷⁹ czy YouTube⁸⁰, a przymiotnik *społeczne* bądź *społecznościowe* odnosi się do masowego uczestnictwa internautów w ich tworzeniu i funkcjonowaniu. Omawiany termin wzbudza pozytywne skojarzenia dzięki sugestii, że użytkownicy aplikacji przynależą do pewnej grupy i łączy ich wspólne doświadczenie społeczne. Podkreślić należy również łatwość publikowania w serwisach społecznościowych oraz swobodę udostępniania materiałów przygotowanych przez innych użytkowników⁸¹. W takim znaczeniu pojęcie *media społecznościowe* używane jest również przez autorkę w pracy.

Media społecznościowe nie stanowią jednolitej grupy. Wraz z rozwojem koncepcji Internetu Drugiej Generacji pojawiają się nowe narzędzia sieciowe przeznaczone do celów społecznych. Wielu autorów i badaczy próbowało sklasyfikować poszczególne media społeczne ze względu na rozmaite cechy, m.in. stosowane rozwiązania sieciowe czy spełniane przez nie funkcje. Jedną z bardziej znanych typologii jest ta zaproponowana przez Dominika Kaznowskiego, oparta o funkcje mediów społecznościowych. Wyszczególnia się w niej⁸²:

1. Media służące **prezentacji** (publikowaniu) opinii i poglądów – grupa aplikacji zapewniających możliwość swobodnego wypowiedzania się i zamieszczania treści, publikowania opinii i sądów. W tej kategorii znajdują się sztandarowe narzędzia będące symbolami nurtu Web 2.0, zapewniające realizację podstawowej funkcji omawianej koncepcji, czyli tworzenia treści przez użytkowników serwisów. Przykładami serwisów służących publikowaniu opinii są blogi, serwisy oparte na mechanizmach typu wiki czy serwisy dziennikarstwa internetowego.
2. Media służące **współdzieleniu** zasobów, czyli aplikacje umożliwiające zamieszczanie w serwisie mediów, takich jak filmy wideo, zdjęcia, nagrania audio, prezentacje oraz media innego typu, a także przechowywanie ich w sieci i udostępnianie pozostałym użytkow-

⁷⁹ Flickr [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.flickr.com/>.

⁸⁰ YouTube [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.youtube.com/>.

⁸¹ M.T. Schaefer, *Kultura 2.0: Społeczne „media społecznościowe”?* Dwutygodnik.com [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.dwutygodnik.com/arttykul/4038-kultura-20-spoleczne-media-spolecznosciowe.html>.

⁸² D. Kaznowski, *Podział i klasyfikacja social media*. Networked Digital [online] 10.05.2010 [dostęp 01.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://networked-digital.com/2010/05/10/podzial-i-klasyfikacja-social-media/>.

nikom. Popularnymi serwisami w tej kategorii są m.in. YouTube, Flickr, Wrzuta, SlideShare⁸³.

3. Media społeczne nastawione na **współtworzenie** – występujące rzadziej niż pozostałe kategorie. Tworzone są przez wąskie grono twórców nastawionych na realizację konkretnego celu, wykorzystujących zjawisko zbiorowej inteligencji. Uczestnicy zwykle nawiązują krótkotrwałą współpracę *ad hoc*. Jeśli kooperacja trwa dłużej, zaangażowane grono twórców zwykle rzadko dopuszcza nowych członków i stanowi relatywnie zamkniętą grupę. Przykładem tego typu mediów są Google Docs czy gry MMO (ang. *Massive Multiplayer Online Games* – masowe gry wieloosobowe online).
4. Media społeczne nastawione na **budowanie relacji** między użytkownikami – przejawem ich funkcjonowania są platformy łączące internautów, głównie serwisy typu *social networking*, wykorzystujące podtrzymywanie relacji między uczestnikami serwisu jako działanie zrzeszające ludzi wokół danej aplikacji. Celem tego typu serwisów jest przede wszystkim umożliwienie nawiązania relacji międzyludzkich, bardziej niż generowanie treści. Jest to jedna z najbardziej rozwiniętych obecnie kategorii mediów społecznych, do której zaliczyć można m.in. serwis Facebook, nk.pl, MySpace oraz tzw. wirtualne światy⁸⁴.
5. Media społeczne nastawione na **komunikację i dyskusję** – w tej kategorii mieszczą się przede wszystkim fora internetowe, komunikatory, chaty, czyli aplikacje umożliwiające prowadzenie dyskusji i debat. Omawiane rozwiązania powstały znacznie wcześniej niż zostało zdefiniowane samo zjawisko Web 2.0.
6. Media odnoszące się do aktualności – nastawione na **relacjonowanie i informowanie** o bieżących wydarzeniach, wśród których wyróżnić można mikroblogi, serwisy oferujące *livestreaming*⁸⁵ czy *webcast*⁸⁶.

⁸³ SlideShare [online] [dostęp dnia 01.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.slideshare.net/>.

⁸⁴ Wirtualne światy to inaczej symulowane komputerowo środowiska, zasiedlone przez trójwymiarowe awatary (A.M. Kaplan, M. Haenlein, op. cit., s. 63)

⁸⁵ *Livestreaming* jest to transmisja strumieniowa, przekazy telewizyjne świadczane przez dostawców usług medialnych, umożliwiające równoczesny dla wszystkich użytkowników odbiór audycji w ramach pewnego układu tych audycji. Źródło: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji [online] [dostęp 01.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/unia-europejska/dyrektywa-medialna/pytania-i-odpowiedzi/index,1.html>.

⁸⁶ *Webcast* jest to transmisja materiału audio/video w czasie rzeczywistym do dużej liczby użytkowników Internetu. Źródło: *Raport: Webinaria w Polsce* [online] [dostęp 01.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://z.nf.pl/img_observatorium/Raport_Webinary_w_Polsce_2012.pdf.

Inna znana próba sklasyfikowania mediów społecznościowych przedstawiona została przez Kaplana i Haenleina w 2010 r. W artykule *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media* autorzy podjęli się zdefiniowania mediów społecznościowych i typologii poszczególnych aplikacji wchodzących w ich skład. W artykule opisano sześć grup mediów społecznościowych, wyróżnionych ze względu na różnorodność (bogactwo form) i ich „uspołecznienie” oraz poziom autoprezentacji użytkownika. Pierwsza cecha definiowana jest przez bezpośredni kontakt oferowaną przez dane narzędzie oraz różnorodność multimediów przez nie dostarczaną. Im kontakt między użytkownikami jest bardziej bezpośredni, a oddziaływanie mediów bardziej efektywne, tym wyżej dane narzędzie będzie ocenione. Druga cecha definiowana jest przez poziom informacji osobistych wymaganych przez serwis podczas rejestracji lub możliwości autoprezentacji użytkownika oferowanych przez dane narzędzie. Im więcej informacji o charakterze osobistym (dane osobowe, myśli, uczucia, „polubienia”) wymaga od użytkownika bądź oferuje dane narzędzie, tym wyżej jest ocenione w typologii. Omawiany podział narzędzi przedstawiony został w Tabeli 1.

Tabela 1. Typologia mediów społecznościowych ze względu na bogactwo form mediów oraz poziom autoprezentacji użytkownika.

		Bogactwo form mediów		
		niskie	średnie	wysokie
Autoprezentacja użytkownika	wysoka	blogi	serwisy społecznościowe (np. Facebook)	wirtualne światy (np. Second Life)
	niska	projekty współtworzone (np. Wikipedia)	społeczności zgromadzone wokół treści (np. You Tube)	wirtualne światy gier (np. World of Warcraft)

Źródło: opracowanie własne na podstawie A.M. Kaplan, M. Haenlein, op. cit., s. 62

Jedną z bardziej szczegółowych kategoryzacji mediów społecznościowych jest ta zaproponowana przez Lianę Evans w pracy *Social Media Marketing*. Na jej podstawie powstało wiele pochodnych ikonografik i podziałów dotyczących narzędzi i mediów społecznościowych. Na gruncie polskim próbę scharakteryzowania rynku mediów społecznościowych podjął m.in. Jarosław Roszkowski, analityk firmy Brand 24,

który uaktualnił kategoryzację o serwisy popularne w Polsce. Wśród serwisów dominujących na rynku polskim autor wyszczególnił m.in. fora internetowe, serwisy społecznościowe, serwisy typu wiki, blogi, serwisy treściowe, mikroblogi, internetowe serwisy informacyjne, serwisy Q&A (pytanie-odpowiedź) oraz społecznościowe serwisy geolokalizacyjne. Szczegółowy podział mediów społecznościowych na rynku polskim wraz z przykładami serwisów należących do poszczególnych grup przedstawia Ilustracja 1.

Media społecznościowe rozpatrywać można również z perspektywy ich funkcji, najczęściej wykorzystywanych przez użytkowników bibliotek publicznych. Według tego kryterium aplikacje społecznościowe pozwalają użytkownikom na:

- wyszukiwanie osób i instytucji,
- budowanie sieci społecznościowych i katalogów,
- zapraszanie użytkowników do już działających sieci społecznościowych,
- zarządzanie dostępem użytkowników do sieci,
- komunikowanie się użytkowników sieci poprzez różne media,
- współpracę z innymi użytkownikami (tworzenie zasobów),
- dzielenie się treścią z użytkownikami⁸⁷.

Pojęciem węższym od terminów *Web 2.0* czy *media społecznościowe* jest przejęty z języka angielskiego zwrot *User Generated Content* (UGC), spopularyzowany w 2005 r., oznaczający treść tworzoną przez użytkowników danego serwisu czy aplikacji. Według Organizacji Współpracy Międzynarodowej i Rozwoju (ang. *Organisation for Economic Cooperation and Development*, OECD), treść tworzona przez użytkownika spełnia trzy warunki – jest opublikowana na ogólnodostępnej stronie internetowej lub w serwisie społecznym przeznaczonym dla wyznaczonej grupy odbiorców, jest efektem pracy twórczej i została opracowana poza działalnością profesjonalną⁸⁸. Pierwszy warunek wyklucza treści zamieszczane m.in. w korespondencji elektronicznej czy rozmowach prowadzonych poprzez komunikatory internetowe, drugi wyłącza z omawianej kategorii treści kopiowane z innych serwisów bądź mediów, a ostatni wskazuje, że UGC obejmuje przekazy niekomercyjne. Treści tworzone przez użytkowników rozpowszechniane są dzięki narzędziom Web 2.0, a wpływ na upowszechnienie się UGC mają zarówno czynniki technologiczne (rozwój sieci szerokopasmowej i pojemności sprzętu komputerowego), jak i ekonomiczne (zwiększona dostępność narzędzi do tworzenia treści) oraz społeczne (pojawienie się generacji cyfrowych tubylców – ang. *digital natives*, czyli

⁸⁷ A.V. Anttiroiko, R. Savolainen, *Towards Library 2.0: The Adoption of Web 2.0 Technologies in Public Libraries*, "Libri" 2011, Vol. 61, p. 91.

⁸⁸ A.M. Kaplan, M. Haenlein, op. cit., p. 61.

grup młodych użytkowników odznaczających się dużą wiedzą z zakresu nowych technologii i zaangażowaniem w korzystaniu z nowych rozwiązań technologicznych).



Ilustracja 1. Media społecznościowe w Polsce.

Źródło: opracowanie własne na podst. J. Roszkowski, *Rynek mediów społecznościowych w Polsce*, [w:] *Social media marketing w praktyce* [online] 24.10.2012 [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://jarekroszkowski.pl/rynek-mediow-spolecznosciowych-w-polsce/>.

Zmiany i cechy charakterystyczne Web 2.0, w stosunku do serwisów internetowych pierwszej generacji, można podzielić na dwie zasadnicze grupy – zmiany o charakterze technologicznym oraz zmiany społeczne. Rozwój technologiczny Internetu Drugiej Generacji polega głównie na wykorzystaniu interaktywnych technik, takich jak AJAX, interfejsy XML, kanały RSS, XHTML, RDF oraz rozpowszechnieniu usług internetowych. Do zmian społecznych, jakie niesie za sobą Web 2.0, zaliczyć można⁸⁹:

- dostarczenie użytkownikowi nowego rodzaju doświadczenia (tzw. *user experience*),
- generowanie treści serwisu przez użytkowników,
- tworzenie społeczności wokół serwisów,

⁸⁹ P. Siuda, op. cit., s. 314.

- wykorzystanie zbiorowej inteligencji,
- powstanie zjawiska folksonomii.

Dostarczanie użytkownikowi nowego rodzaju doświadczenia polega na sprawieniu, że internauta, wchodząc na stronę Web 2.0, spodziewa się, że jest to strona stworzona w tej właśnie konwencji. Serwis powinien wskazywać swój „społecznościowy” charakter już poprzez sam wygląd, przyjazny użytkownikowi, opierający się m.in. na charakterystycznych zaokrągleniach i gradientach, dużej czcionce, oznaczeniu serwisu jako stale będącego w trakcie zmian (w fazie beta). Podobne cechy wizualne występują także w innych serwisach internetowych, nie będących serwisami Web 2.0, jednak można je uznać za charakterystyczne zwłaszcza dla „dwuzerowych” stron internetowych.

Ciekawym aspektem Internetu Drugiej Generacji jest jego społeczny charakter, odnoszący się przede wszystkim do powstawania nowego rodzaju zbiorowisk – grup wirtualnych. Społeczności te są najczęściej zgromadzone wokół danej aplikacji lub serwisu⁹⁰ (w tym także aplikacji i serwisów Web 2.0, w szczególności serwisów społecznościowych), a relacje między członkami grup wirtualnych „są niekiedy silniejsze niż te, które powodują, że jednostki łączą się w grupy w prawdziwym życiu”⁹¹. Grupy wirtualne odpowiadają na naturalne potrzeby człowieka realizowane w każdej społeczności, czyli potrzebę przynależności (więzi społecznej), struktury, komunikowania się oraz poczucia sensu, jednak członkowie grup wirtualnych coraz częściej zastępują chwile przeżywane w świecie realnym czasem spędzonym w świecie wirtualnym⁹². Społeczności wirtualne pozwalają na nawiązanie kontaktów wolnych od uprzedzeń w większym stopniu niż grupy realne. Możliwe

⁹⁰ Aplikacja internetowa (webowa) jest to oprogramowanie działające na zewnętrznym serwerze internetowym i dostępne dla użytkownika za pomocą Internetu, w większości za pośrednictwem przeglądarki internetowej. Aplikacje internetowe umożliwiają użytkownikom interakcję i ingerencję w dalsze ich działanie, np. sklepy internetowe, serwisy aukcyjne. Serwis internetowy (witryna internetowa) jest natomiast zestawem stron internetowych i innych dokumentów udostępnianych w sieci Internet z jednego adresu domenowego (internetowego) za pośrednictwem usługi WWW. Serwis internetowy jest zatem zbiorem podstron (dokumentów), których początek adresu (domena) jest identyczna. Zob. *Słownik monitoringu stron*. Super Monitoring [online] [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.supermonitoring.pl/p/s-aplikacja-internetowa>; *Co to jest aplikacja webowa?* Magnetic Point [online] [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.magneticpoint.com/co-to-jest-aplikacja-webowa>; *Serwis internetowy*. FocusWeb.pl [online] [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.focusweb.pl/slownik/30-serwis-internetowy-definicja>.

⁹¹ P. Wallace, *Psychologia Internetu*, Poznań: Rebis, 2001, s. 79.

⁹² W. Gogolek, op. cit., s. 159.

jest uniknięcie kategoryzowania czy stygmatyzowania członków grup na podstawie widocznych cech⁹³. Członkowie społeczności wirtualnych budują sieci kontaktów i dzięki nim zaspokajają potrzeby współpracy, wymiany doświadczeń, informacji i zainteresowań. Użytkownicy tworzą w ramach serwisu listy znajomych, komunikują się z nimi bezpośrednio, prowadzą dyskusje w szerokim gronie i wymieniają się multimediami. Działania uczestników społeczności osiągają niekiedy efekty na wysokim poziomie, dzięki wykorzystaniu kolektywnej inteligencji. Z kolei zjawisko zbiorowej inteligencji polega na tworzeniu nowej wiedzy przez użytkowników będących członkami danej społeczności, przy wykorzystaniu relacji między nimi. Internauci rozwijają, upowszechniają, wymieniają oraz wykorzystują wiedzę, głównie dzięki współpracy i dyskusjom. Elementami łączącymi uczestników społeczności są wzajemne zrozumienie i zgodność zainteresowań.

Serwisy Web 2.0 pozwalają internautom na przybranie roli twórców i komentatorów dzięki możliwości generowania przez nich treści serwisów. Autorzy (administratorzy) ograniczają się do zapewnienia ram działania (stworzenia serwisu), jednak to użytkownicy dostarczają zawartość treściową, najczęściej w postaci wpisów, komentarzy, plików muzycznych, grafiki, zdjęć, nagrań wideo, linków do zasobów internetowych itp. Użytkownicy serwisów Web 2.0 mogą porządkować treści stron internetowych przy pomocy tagów, czyli etykiet. Oznaczanie poprzez tagi (folksonomia) jest działaniem polegającym na opisywaniu treści przy pomocy słów języka naturalnego, według uznania autora, w przeciwieństwie do taksonomii, która opiera się na hierarchicznym porządkowaniu zasobów⁹⁴ (por. rozdział 4.4).

1.2.2 Kultura konwergencji

Przy okazji omawiania założeń koncepcji Web 2.0 bardzo często w literaturze pojawiają się określenia *konwergencja* (np. mediów) czy *kultura konwergencji*. Najczęściej występują one w kontekście dyskusji o uspołecznianiu Internetu, współczesnych mediach oraz niekonwencjonalnych sposobach na pozyskiwanie klientów⁹⁵. Według definicji *Słownika języka polskiego*⁹⁶ konwergencja polega na powstawaniu zbieżności, np. w aspekcie biologicznym przejawia się to występowaniem podobnych cech u organizmów niespokrewnionych ze sobą, żyjących

⁹³ M. Kisilowska, *Biblioteka w sieci – sieć w bibliotece*, Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2010, s. 22.

⁹⁴ P. Siuda, op. cit., s. 315.

⁹⁵ B. Jaskowska, *O kulturze konwergencji...*, op. cit.

⁹⁶ *Konwergencja*. Słownik języka polskiego PWN [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://sjp.pwn.pl/szukaj/konwergencja>.

w zbliżonych warunkach, natomiast w aspekcie kulturowym konwergencja objawia się powstawaniem podobnych wytworów kulturowych niezależnie od siebie u różnych ludów i społeczności.

Zjawisko Web 2.0 i kultura konwergencji coraz śміiej wkraczają w świat edukacji i nauki, w tym również w życie bibliotek. Bożena Jaskowska definiuje kulturę konwergencji jako „zjawisko lub pewien proces, w którym obserwować możemy zmieniające się i wzajemnie przenikające zależności pomiędzy treściami medialnymi, kulturowymi i komercyjnymi oraz ich twórcami i odbiorcami. Za pomocą technologii producenci szukają nowych rynków zbytu i sposobów promowania swych marek, nadawcy medialni szukają dodatkowych kanałów prezentowania swych treści i nowych form ich zawartości, a klienci, widzowie, czytelnicy, słuchacze, tj. odbiorcy, chcą znaleźć inne, ciekawe i kreatywne formy współuczestniczenia w tych zjawiskach oraz ich współtworzenia.” Zatem kultura konwergencji polega w głównej mierze na wykorzystywaniu różnych systemów medialnych, w których pojawiają się, przepływają i przenikają te same treści i przekazy. Twórcą terminu *kultura konwergencji* jest Henry Jenkins, który scharakteryzował omawiane zjawisko w publikacji *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*⁹⁷ poprzez wyszczególnienie trzech obszarów konwergencji: mediów, kultury uczestnictwa i zbiorowej inteligencji. Konwergencja kultury obejmuje przepływ treści pomiędzy różnymi platformami medialnymi, zaangażowanie odbiorców w wyszukiwanie informacji i tworzenie połączeń między rozproszonymi treściami⁹⁸.

W kontekście mediów konwergencja oznacza ich przenikanie się, dzięki czemu możliwe jest powstanie nowych treści przez mieszanie się tekstu, grafiki, nagrań dźwiękowych i audiowizualnych oraz interakcję z użytkownikami⁹⁹. Mieczysław Muraszkiewicz interpretuje konwergencję mediów szerzej, jako integrowanie radia, telewizji, Internetu, gazet, telefonu, co prowadzi do powstania *uniwersum informacyjnego (hiperprzestrzeni)*¹⁰⁰. Dla wielu internautów młodszego pokolenia życie toczy się równolegle w obu rzeczywistościach – realnej oraz hiperprzestrzeni, która często zaczyna dominować w procesie budowania tożsamości. Przyczyną integracji mediów jest digitalizacja informacji, której różne formy można przetwarzać, dowolnie łączyć i zestawiać ze sobą.

⁹⁷ H. Jenkins, *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007, s. 10 i nast.

⁹⁸ Ibid., s. 15.

⁹⁹ Z.E. Zieliński, *Spółeczeństwo informacyjne w dobie Web 2.0. Portal Elearningonline.pl* [online] [dostęp 17.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://www.elearningonline.pl/wp-content/upload/konf_wsh08.pdf.

¹⁰⁰ M. Muraszkiewicz, *Spółeczeństwo informacyjne i praca* [online] [dostęp 17.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.bbc.uw.edu.pl/Content/41/04.pdf> s. 4.

Nastąpiła więc swego rodzaju unifikacja informacji i odejście od świata synchronicznego, linearnego.

Wyszczególniona przez H. Jenkinsa kultura partycypacji jest jednym z głównych przejawów zjawiska Web 2.0 i opiera się na możliwości tworzenia treści przez użytkowników Sieci (User Generated Content)¹⁰¹. Wyrazem kultury uczestnictwa jest m.in. blogosfera, dziennikarstwo obywatelskie, amatorskie tworzenie nagrań audio-wizualnych, wykorzystywanie mechanizmu wiki, możliwość publikowania treści i komentowania w serwisach społecznościowych¹⁰². W kulturze partycypacji internauci zapraszani są do aktywnego uczestnictwa w tworzeniu i redystrybucji nowych treści¹⁰³. Ostatnim obszarem konwergencji, wskazanym przez Jenkinsa, jest tzw. *zbiorowa inteligencja*¹⁰⁴. Pojęcie to zostało stworzone i spopularyzowane przez francuskiego filozofa i cybernetyka – Pierre’a Levy’ego¹⁰⁵, który mawiał, że „nikt nie wie wszystkiego, ale każdy wie coś. Całą wiedzę ma ludzkość”¹⁰⁶. Zbiorową inteligencję określić można jako zdolność wirtualnych społeczności do wykorzystywania połączonych uzdolnień wszystkich ich członków poprzez ich współpracę i debatę, efektem czego może być podniesienie wiedzy bądź kompetencji członków społeczności. Internauci generują wiedzę, która kryje się w relacjach między ludźmi partycypującymi w społecznościach wirtualnych. Wiedza ta jest procesem, a dzięki relacjom ludzkim następuje jej wymiana, rozwój, upowszechnienie oraz absorpcja¹⁰⁷. Zarówno siłą, jak i słabością kolektywnej inteligencji, jest niezorganizowanie, brak dyscypliny i zasad. W celu nazwania omawianego zjawiska zamiennie stosuje się też zwroty *crowdsourcing*, oznaczający oddawanie określonych zadań w ręce tłumu, *smart mobs*, czyli bystry tłum, *crowd wisdom* – mądrość tłumu czy też *usieciowiona inteligencja*¹⁰⁸.

¹⁰¹ Por. rozdział 1.2.1.

¹⁰² B. Jaskowska, op. cit.

¹⁰³ Ibid.

¹⁰⁴ Por. rozdział 1.2.1.

¹⁰⁵ B. Jaskowska, op. cit.

¹⁰⁶ K. Urbanowicz, *Łebski Web*, „Newsweek” 2007, nr 51-52, s. 112-113.

¹⁰⁷ P. Siuda, *Jak Web 2.0 stymuluje amatorskie dziennikarstwo i co z tego wynika dla społeczeństwa obywatelskiego* [online] [dostęp 23.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/984/Piotr_Siuda_Jak_web_2.0_stymuluje_amatorskie_dziennikarstwo.pdf?sequence=1.

¹⁰⁸ P. Tafilewski, *Etykietowanie treści w serwisie podaj.net*. Biuletyn EBIB [online] 2010, nr 4 (113) [dostęp 23.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.ebib.pl/2010/113/a.php?tafilewski>.

Rozdział 2.

Wykorzystanie koncepcji Web 2.0 w bibliotekach

2.1 Charakterystyka Biblioteki 2.0

Web 2.0 jest ogólnym pojęciem obejmującym nowe technologie, aplikacje i serwisy umożliwiające ich użytkownikom m.in. współtworzenie i personalizację stron internetowych. Terminem pochodnym w stosunku do niego jest określenie *Biblioteka 2.0*, powstałe około 2005 r., kiedy wraz z rozwojem koncepcji i narzędzi Internetu Drugiej Generacji biblioteki zmuszone zostały do przededefiniowania swojej roli jako instytucji lokalnych, wnoszących znaczący wkład w rozwój społeczności, w których funkcjonują. Za twórcę terminu *Biblioteka 2.0* uznaje się Michaela Casey'a, który w prowadzonym przez siebie blogu Library Crunch jako pierwszy opisał tę koncepcję. Podobnie jak pojęcie Internetu Drugiej Generacji, tak i termin *Biblioteka 2.0* nie jest łatwy do zdefiniowania. Wyszczególnić można kilka cech charakterystycznych dla omawianej koncepcji, m.in. ciągła zmiana, polegająca na permanentnym dostosowywaniu się do wymagań współczesnych odbiorców, przekazywanie użytkownikom kontroli poprzez ich uczestnictwo w realizowanych projektach oraz rozwijanie usług bibliotecznych w celu dotarcia do obecnych i potencjalnych czytelników. Casey zwraca uwagę, że Biblioteka 2.0 jest nowym pomysłem, stawiającym pod znakiem zapytania rozwiązanie i technologie stosowane od lat w bibliotekarstwie i pozwalającym użytkownikowi biblioteki porzucić typową do tej pory bierną rolę petenta oraz podjąć zadania projektanta czy moderatora¹⁰⁹. Obecnie większość bibliotek znajduje się pomiędzy tradycyjnym modelem tej instytucji a koncepcją Biblioteki Drugiej Generacji.

Jedną z definicji Biblioteki 2.0 zaproponował Jack Maness, bibliotekarz Gemmill Engineering Library w Boulder, Kolorado, autor tekstu *Biblioteka 2.0 w teorii: co Web 2.0 oznacza dla bibliotek*. Według nie-

¹⁰⁹ M. Casey, *Working Towards...* op. cit.

go Biblioteka Drugiej Generacji polega na „zastosowaniu interaktywnych, współtworzonych oraz multimedialnych technologii sieciowych do udostępniania w Internecie bibliotecznych zasobów i usług”¹¹⁰. Koncepcja Manessa opiera się na założeniu, że Biblioteka 2.0 jest skoncentrowana na użytkowniku, oferuje mu doświadczenie o charakterze multimedialnym, tworzy kapitał społeczny, a także jest innowacyjna społecznie¹¹¹. Jednak w definicji J. Manessa brakuje wyraźnego podkreślenia zmiany roli użytkownika z biernego odbiorcy na współtwórcę i komentatora.

Z kolei Kim Holmberg i inni ujmują istotę Biblioteki 2.0 jako zmianę interakcji pomiędzy użytkownikami a bibliotekarzami w nowej kulturze uczestnictwa, napędzanej przez technologie społecznościowe¹¹². Również w polskiej wersji Wikipedii znaleźć można wyjaśnienie terminu Biblioteki 2.0 jako „takiego modelu biblioteki, w którym realizacja tradycyjnych procesów bibliotecznych, projektowanie i udostępnianie nowych usług informacyjnych oraz kształtowanie zasobu biblioteki odbywa się w ścisłej współpracy bibliotekarzy i czytelników”¹¹³. Obie definicje trafnie podkreślają pojawienie się nowych form interakcji między użytkownikami, a pracownikami bibliotek.

Definicję cech Biblioteki 2.0, przedstawioną za pomocą mapy nawiązującej do schematu Web 2.0 Tima O'Reilly, zaproponowała Bonaria Biancu¹¹⁴, pracująca w Bibliotece Uniwersytetu w Mediolanie, interesująca się nowymi technologiami w bibliotekarstwie. Mapa przedstawia szczegółowo cechy charakterystyczne Biblioteki Drugiej Generacji, ze szczególnym naciskiem na potrzeby użytkowników, nowe technologie wykorzystywane w pracy biblioteki, a także pewną liberalizację zachowań i podejścia do czytelników¹¹⁵. Podkreśla się z jednej strony konieczność wprowadzania coraz nowszych narzędzi do pracy oraz kształcenie użytkowników w tym zakresie, a z drugiej strony – likwidowanie wszelkich barier w dostępie do zasobów biblioteki. W definicji Biancu zwraca się szczególną uwagę na czytelnika, a zwłaszcza na jego nową rolę – twórcy w bibliotece. Użytkownik powinien czuć, że jest najważniejszy, że działania instytucji są na nim zogniskowane

¹¹⁰ A. Koszowska, *Jack Maness o teorii Biblioteki 2.0...*, op. cit.

¹¹¹ Ibid.

¹¹² K. Holmberg, op. cit., p. 672.

¹¹³ *Biblioteka 2.0*. Wikipedia [online] [dostęp 24.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://pl.wikipedia.org/wiki/Biblioteka_2.0.

¹¹⁴ B. Biancu, *Library 2.0 Meme Map*. DocSlice [online] [dostęp 24.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://docslide.us/documents/going-social-the-librarians-bag-of-tricks-bonaria-biancu-informare-a-distanza-20-condividere-e-cooperare-nel-reference-oggi-firenze-12-aprile-2007.html>.

¹¹⁵ M. Filipczak, *Jak daleko stąd do nowoczesności...* op. cit.

oraz że może zaspokoić swoje potrzeby informacyjne w dogodnym dla siebie czasie, miejscu i w oczekiwany przez siebie sposób. Biblioteka powinna być przez niego postrzegana jako ludzka, pozbawiona barier, dostępna, pełna akceptacji. Również budynek biblioteki powinien być dostosowany do potrzeb czytelnika, m.in. poprzez utworzenie pokoi pracy grupowej, pozwalanie na prowadzenie głośnych rozmów w wyznaczonych miejscach i pewną swobodę. Pracownicy Biblioteki Drugiej Generacji powinni zdywersyfikować księgozbiór oraz inne źródła informacji pod względem treściowym dla różnego rodzaju czytelników, aby nie preferować jedynie nowości wydawniczych i popularnych publikacji, ale udostępniać także dzieła starsze oraz klasykę.



Ilustracja 2. Cechy Biblioteki 2.0 według Bonarii Biancu.

Źródło: opracowanie własne na podst. M. Filipczak, op. cit.

Powinnością bibliotekarzy jest również rozpoznawanie nowych technologii bibliotecznych i informacyjnych oraz monitorowanie środowiska czytelniczego i bibliotekarskiego pod względem nowinek. Kolejnym wymaganiem w stosunku do Biblioteki 2.0 jest dostęp do nowoczesnych, inteligentnych technologii, a zwłaszcza zapewnienie użytkownikom dostępu do przenośnych urządzeń, programów komputerowych, zasobów przeznaczonych dla więcej niż jednego typu urządzenia, aplikacji Web 2.0, a zwłaszcza kanałów RSS, katalogu OPAC oraz wyszukiwania zintegrowanego. Nowoczesna biblioteka powinna stosować otwarte standardy, oprogramowanie komponentowe, elastyczny system biblioteczny umożliwiający ciągłe zmiany i aktualizacje na wszystkich poziomach operacji bibliotecznych oraz e-learning.

Wyjątkową rolę zjawisko Web 2.0 odgrywa w bibliotekach szkolnych i akademickich, w których ma ono potencjał do rozwoju nowych modeli interakcji i nowych form edukacji. Internet Drugiej Generacji może posłużyć do zmiany modelu szkolnictwa z tradycyjnych ram klasowych na asynchroniczny model typu 24/7¹¹⁶. W szczególności posłużyć mogą temu narzędzia Web 2.0, dostępne w serwisach internetowych bibliotek, takie jak specjalistyczne wikipedie zapewniające dostęp do podstawowych, uporządkowanych informacji przez całą dobę, siedem dni w tygodniu, kanały RSS, informujące na bieżąco o najnowszych zmianach w serwisie, profile biblioteczne w serwisach społecznościowych, pozwalające na stałe uzyskiwanie informacji na temat działalności bibliotek i angażujące użytkowników w interakcję czy komunikatory internetowe umożliwiające bezpośredni, synchroniczny kontakt z bibliotekarzami. Powyższe narzędzia i ich rola w internetowych serwisach bibliotecznych zostały szczegółowo omówione w rozdziale 4.

Podsumowując powyższe definicje można wysnuć wniosek, że Biblioteka 2.0 jest koncepcją organizacji wykorzystującej w swojej działalności nowe technologie, które, najczęściej bezpłatnie, dostępne są w Internecie, a także modelem organizacji zmieniającej podejście do użytkownika, pozwalającej mu na ingerencję w jej działalność, współtworzenie zasobów oraz współdecydowanie o jej polityce. Można więc rozumieć pojęcie Biblioteki 2.0 w dwojaki sposób. W szerszym znaczeniu (przyjętym w dalszej części pracy jako definicja pojęcia *Biblioteka 2.0*) podkreśla się przede wszystkim zmianę nastawienia do użytkownika i umożliwienie mu podejmowania większej liczby działań związanych z biblioteką, zarówno bezpośrednio, jak i wykorzystując nowe technologie. W węższym znaczeniu Biblioteka Drugiej Generacji obejmuje tylko działania użytkownika, jakich może on do-

¹¹⁶ S. Al-Daihani, op. cit., s. 40.

konać poprzez sieć internetową. Także i w tym przypadku niezbędna jest zmiana statusu czytelnika z biernego użytkownika na aktywnego współtwórcę i decydena.

2.2 Cechy Bibliotekarza 2.0

Wraz z rozwojem koncepcji Biblioteki 2.0 pojawiło się również stosowne określenie na pracownika takiej placówki. Niezwykle humorystyczną definicję Bibliotekarza 2.0 przedstawiła w swoim blogu Library 2.0: An Academic's Perspective¹¹⁷ (zawieszonym od lutego 2008 r.) w 2006 r. Laura Cohen, bibliotekarz Uniwersytetu w Albany, w stanie Nowy Jork, nazywając ją *Manifestem Bibliotekarza 2.0*. Manifest wskazuje, jakie cechy powinien mieć bibliotekarz, aby móc nosić miano Bibliotekarza 2.0. Tekst wpisu przetłumaczyła na język polski Małgorzata Filipczak. Poniżej zamieszczona została lista cech charakterystycznych dla Bibliotekarza Drugiej Generacji¹¹⁸:

1. Będę dostrzegał, że świat kultury informacji ulega szybkim zmianom oraz że biblioteki powinny na te zmiany szybko reagować, wprowadzając takie źródła i usługi, jakich potrzebują i domagają się użytkownicy.
2. Będę samodzielnie zdobywał wiedzę o kulturze informacyjnej użytkowników mojej biblioteki i będę poszukiwał sposobów, aby tę wiedzę zastosować do usług bibliotecznych.
3. Nie będę obstawał przy zachowaniu *status quo* odnośnie zasobów i usług w bibliotece, będę obiektywnie oceniał sytuację i dokonywał uczciwej oceny, co się da zrobić.
4. Będę aktywnie uczestniczył we wprowadzaniu postępu w mojej bibliotece.
5. Będę zauważał, że biblioteki zmieniają się zbyt wolno, będę współpracował z moimi kolegami, aby przyspieszyć reakcję biblioteki na pojawiające się zmiany.
6. Wykażę się odwagą w proponowaniu nowych usług i nowych sposobów ich świadczenia, nawet jeśli moi koledzy będą im przeciwni.
7. Będę odczuwał entuzjazm i radość z powodu wprowadzania pozytywnych zmian, będę się starał przekazać te uczucia kolegom i użytkownikom.
8. Zmienię dotychczasowe sposoby pracy, jeśli istnieją obecnie lepsze, nawet jeżeli te dotychczasowe początkowo wydawały się doskonałe.

¹¹⁷ *A Librarian's 2.0 Manifesto* [online] [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://liblogs.albany.edu/library20/2006/11/a_librarians_20_manifesto.html.

¹¹⁸ M. Filipczak, op. cit.

9. Będę chętny do wszelkich eksperymentów z nowościami w pracy, a nawet będę chętny do popełniania przy tym błędów.
10. Nie będę czekał z zastosowaniem rozwiązań aż będą doskonałe. Będę wprowadzał poprawki na bieżąco, w oparciu o potrzeby i opinie użytkowników.
11. Nie będę się bał Google ani innych wyszukiwarek, będę się starał przy ich użyciu zaspokoić potrzeby użytkowników, stosując również zasoby i serwisy posiadane przez bibliotekę.
12. Nie będę wymagał od użytkownika stosowania słownictwa bibliotecznego. Wszelkie usługi i ich opisy dostosuję do oczekiwań i preferencji użytkownika.
13. Będę chętny do podążania tam, gdzie są użytkownicy zarówno online, jak i w sensie fizycznym, aby doskonalić swój warsztat zawodowy.
14. Będę tworzył otwarte strony WWW, pozwalające na dołączenie się użytkowników do bibliotekarzy i na taki udział, który usprawni i ulepszy proces uczenia się oraz wzajemnego przekazywania sobie doświadczeń przez użytkowników.
15. Będę wywierał nacisk na powstanie otwartego katalogu, spersonalizowanego i interaktywnego, gdyż takiego domagają się użytkownicy informacji online.
16. Będę zachęcał dyrekcję i kierownictwo biblioteki do prowadzenia blogów bibliotecznych.
17. Każdym swoim służbowym działaniem będę potwierdzał decydującą rolę bibliotekarza w dziedzinie pozyskiwania informacji.

Mimo swojego żartobliwego charakteru manifest zwraca uwagę na konieczność zmiany podejścia do użytkowników bibliotek, zapoznanie się z ich potrzebami i oczekiwaniami, usunięcie barier w kontaktach z nimi oraz zogniskowanie uwagi na czytelnikach. Szczególnie podkreślona została w nim konieczność stałego samokształcenia bibliotekarzy w dziedzinie nowych technologii i rozwiązań stosowanych w bibliotekach, głównie poprzez przegląd dostępnej literatury, blogów bibliotekarskich, forów dyskusyjnych z tej dziedziny i innych źródeł. Wymaga to od pracowników entuzjazmu i chęci przełamania dotychczas obowiązujących relacji z czytelnikami, które mają często formę urzędnik – petent. W manifestie podkreślono także potrzebę zdobywania wiedzy o kulturze informacyjnej samych użytkowników bibliotek, aby móc jak najlepiej dostosować się do ich wymagań. Poruszony został także problem tempa i sposobu przeprowadzania zmian w bibliotekach. Instytucje te, postrzegane często jako tradycjonalistyczne i skostniałe, rzeczywiście nie zawsze reagują na zmiany w otoczeniu tak szybko, jak organizacje komercyjne czy rządowe. Rolą bibliotekarza 2.0 jest

zatem próba usprawnienia działania biblioteki, nadążenie za zmianami w otoczeniu, promowanie nowych form działalności także poprzez swoje zaangażowanie i pracę. Bibliotekarz Drugiej Generacji powinien iść o krok dalej i nie bać się kreatywności, wprowadzania w życie własnych pomysłów i eksperymentowania. Manifest zachęca do wdrażania niektórych rozwiązań w fazie beta, w wersji próbnej i niedoskonałej, aby także pod wpływem opinii użytkowników ulepszać i rozwijać te sposoby działania. Jedną z najważniejszych kwestii poruszonych w manifestie jest tworzenie otwartego serwisu internetowego oraz katalogu biblioteki, dzięki czemu czytelnicy mogą wprowadzać do nich swoje treści, a także komentować i edytować już istniejące, wykorzystując przy tym fora, blogi, możliwość dodawania tagów i wiele innych. Nie należy jednak zapominać o istniejącej nadal decyzyjnej i kontrolnej funkcji bibliotekarza.

Manifest Bibliotekarza 2.0 zyskał ogromną popularność. Pomysł został podchwycony przez bibliotekarzy z różnych krajów, którzy podzieliли się swoim entuzjazmem z autorką wpisu, zaczęli propagować manifest w swoich miejscach pracy, a nawet umieszczać jego zmienione wersje – *mashups* (tekst wraz z muzyką, obrazem itp.) w serwisach internetowych takich jak YouTube i inne¹¹⁹. Podobny zestaw kompetencji, zarówno zawodowych, jak i osobistych, którymi powinien wyróżniać się Bibliotekarz 2.0, określiła Cheryl Peltier-Davis, bibliotekarka z Alvin Sherman Library na Florydzie¹²⁰. Poza cechami wymienionymi w Manifestie Bibliotekarza, autorka podkreśliła także konieczność współpracy z innymi bibliotekarzami i wymienianie się doświadczeniami, umiejętność pracy indywidualnej i grupowej czy popularyzację idei Web 2.0 i Biblioteki 2.0.

Podsumowując cechy idealnego Bibliotekarza Drugiej Generacji należy podkreślić przede wszystkim odpowiednie jego nastawienie wobec czytelników i ich roli w bibliotece, chęć wprowadzania zmian, entuzjazm i zaangażowanie. Nie jest wymagana szczególna wiedza z dziedziny technologii informatycznej, choć samokształcenie w tej tematyce jest mile widziane. Podkreśla się przede wszystkim konieczność zainteresowania kulturą informacyjną¹²¹ użytkowników i chęć dotarcia do nich przy pomocy różnych kanałów komunikacyjnych.

¹¹⁹ *A Librarian's 2.0 Manifesto*. YouTube [online] [dostęp 05.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.youtube.com/watch?v=ZblRrs3fkSU>.

¹²⁰ Ch. Peltier-Davis, op. cit., p. 18.

¹²¹ Kultura informacyjna rozumiana jest jako sposób poszukiwania, gromadzenia, oceniania i prezentowania informacji oraz wykorzystywania jej w rozwiązywaniu problemów życia codziennego przez użytkowników. Zgodnie z definicją prof. H. Batorowskiej stanowi ona cel człowieka rozwijającego swoje kompetencje informacyjne. Bibliotekarze posiadający cechy Bibliotekarza 2.0 powinni wykazy-

2.2.1 Kształcenie przyszłych bibliotekarzy z wykorzystaniem Web 2.0

Narzędzia Web 2.0 mają duży potencjał do zaistnienia w placówkach edukacyjnych, zwłaszcza szkołach wyższych i uczelniach akademickich, w tym związanych z kształceniem przyszłych bibliotekarzy i pracowników informacji. Według niektórych badaczy nauczyciele akademicy powinni angażować studentów w wykorzystanie narzędzi Web 2.0 w celach edukacyjnych, ponieważ umiejętności rozwijane dzięki nim są pożądane na rynku pracy¹²². Dodatkowo nowe pokolenie studentów, nazywane często Generacją Net (ang. Net Generation), obejmujące osoby urodzone między 1977 a 1997 r., jest przyzwyczajone do komunikowania się przy pomocy poczty elektronicznej, sieci społecznościowych, udostępniania plików czy tworzenia treści w sieci¹²³. Ich potrzeby i sposób pracy stanowią coraz większe wyzwanie dla treści programowych obowiązujących na uczelniach. Z badań przeprowadzonych wśród studentów brytyjskich wynika, że dwie trzecie z nich regularnie korzysta z portali społecznościowych takich jak Facebook, ponad jedna czwarta z nich używa często serwisów opartych na mechanizmie wiki lub blogów, a około jedna piąta to członkowie wirtualnej rzeczywistości, takiej jak np. Second Life¹²⁴. Większość tych osób posiada umiejętności pracy w grupie, również przy wykorzystaniu sieci społecznościowych. Nauczyciele akademicy powinni zatem wziąć pod uwagę zmiany, jakie nastąpiły w sposobach pracy i zdobywania informacji przez współczesną młodzież i próbować je uwzględnić w dydaktyce. Dobrą praktyką może być wykorzystanie cech i narzędzi Web 2.0 w procesie nauczania, dzięki czemu możliwe jest stworzenie unikalnych i niezwykle interesujących projektów e-learningowych.

Wykorzystanie koncepcji i narzędzi Web 2.0 podczas zajęć akademickich wymaga od wykładowców ich dobrej znajomości. Badania poruszające kwestie oswojenia narzędzi Internetu Drugiej Generacji przez nauczycieli akademickich, kształcących przyszłych bibliotekarzy i pracowników informacji, przeprowadzone zostały m.in. przez Sultana Al-Daihani na próbie czterdziestu czworga wykładowców z dwóch uni-

wać się pewną dozą samouctwa i dążenia do rozwoju umiejętności poznawania potrzeb użytkowników bibliotek w zakresie kultury informacyjnej. Zob. H. Batrowska, *Od alfabetyzacji informacyjnej do kultury informacyjnej: rozważania o dojrzałości*, Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2013.

¹²² P. Sendall, W. Ceccucci, A. Peslak, *Web 2.0 Matters: An Analysis of Implementing Web 2.0 in the Classroom*, "Information Systems Educational Journal" 2008, Vol. 64, p. 5.

¹²³ A. Postoła, *Generacja Net*, „Wprost” 2009, nr 3, s. 22.

¹²⁴ T. Tysome, *Sixth-formers object to educational space invaders*, "Times Higher Education Supplement" 2007, Vol. 1812, p. 6-7.

wersytetów w Kuwejcie oraz Uniwersytetu Wisconsin-Milwaukee. Wyniki opublikowane w 2009 r. wskazały, że ponad 40% wykładowców nie orientuje się, czy w ich jednostkach uczelnianych wykorzystywane są narzędzia Web 2.0, a jedynie co czwarty nauczyciel akademicki deklaruje, że są używane¹²⁵. Aż 78% respondentów nie potrafiło również stwierdzić, czy ich jednostki uczelniane planują wprowadzenie narzędzi i aplikacji Web 2.0 do użycia.

Wśród nauczycieli akademickich najbardziej znanymi narzędziami Internetu Drugiej Generacji okazały się blogi i nagrania wideo (np. w serwisie YouTube), z których ponad 70% respondentów korzystało biernie (oglądało, czytało), a wśród narzędzi wymagających czynnego udziału użytkowników dominowały sieci społecznościowe (np. Facebook) oraz narzędzia komunikacyjne (np. komunikatory internetowe), używane przez prawie 35% respondentów.

Najmniej znanymi wśród wykładowców akademickich narzędziami były serwisy zakładkowe (ang. social bookmarking), np. Delicious, CiteUlike, których nieznajomość deklarowało 78% badanych, narzędzia komunikacyjne (51%) i internetowe kalendarze (48%)¹²⁶.

Nauczyciele akademicy określili również częstotliwość korzystania z poszczególnych narzędzi Web 2.0, wykorzystując przy tym skalę Likerta, obejmującą odpowiedzi odnoszące się do częstotliwości: *ni-gdy, rzadko, okazjonalnie, często, bardzo często*. Najczęściej używanymi (odpowiedzi *często* i *bardzo często*) przez respondentów narzędziami były nagrania wideo dostępne w serwisie YouTube, serwis Wikipedia, Facebook oraz komunikator MSN Messenger. Często wykorzystywane były także blogi, w tym profesjonalne – tematycznie związane z bibliotekoznawstwem i informacją naukową oraz edukacyjne. Najrzadziej wykorzystywanymi narzędziami okazały się serwisy zakładkowe, kalendarze internetowe i serwisy pozwalające na dzielenie się obrazami (np. Flickr).

Respondenci w większości nie wykorzystywali narzędzi Web 2.0 w procesie dydaktycznym. Z grupy czterdziestu czworga badanych jedynie pięcioro zadeklarowało korzystanie ze wspomnianych narzędzi podczas zajęć wprowadzających do zagadnień bibliotekoznawczych, troje podczas zajęć dotyczących alfabetyzacji informacyjnej, a także kursów użytkowania aplikacji internetowych, dwoje podczas zajęć dotyczących zarządzania wiedzą i pojedyncze osoby podczas zajęć dotyczących bibliotek cyfrowych i informacji w społeczeństwie¹²⁷.

¹²⁵ S. Al-Daihani, op. cit., p. 45.

¹²⁶ Ibid.

¹²⁷ Ibid.

Wykładowcy określili główne bariery, które ograniczają lub uniemożliwiają stosowanie narzędzi Web 2.0 w obecnych programach kształcenia. Jako najważniejsze przeszkody wskazano brak szkoleń w zakresie wykorzystania narzędzi Web 2.0, brak adekwatności (znaczenia) tych narzędzi dla pracy oraz brak czasu. Dodatkowo, jako mniej znaczące bariery, wskazano brak wsparcia technicznego, zbyt niską przepustowość łącza internetowego i preferowanie tradycyjnych metod nauczania. Wśród przeszkód do stosowania narzędzi Internetu Drugiej Generacji w programach nauczania na kierunkach związanych z bibliotekoznawstwem i informacją naukową pojawiły się również powody religijne oraz brak pozwolenia na ich wykorzystanie¹²⁸.

Wyniki badań wskazują na niską świadomość i brak znajomości narzędzi Web 2.0 przez kuwejskich i amerykańskich nauczycieli akademickich w badanym okresie. Duży odsetek respondentów nie był pewien, czy w ich placówkach wspomniane narzędzia są wykorzystywane. Większość wykładowców miała jednak okazję korzystać z wybranych narzędzi Web 2.0 w sposób czynny lub bierny we własnym zakresie. Respondenci byli częściowo świadomi narzędzi Web 2.0 – rozpoznawali niektóre z nich, jednak część nie była powszechnie znana. Zauważa się, że efektywne korzystanie z aplikacji Web 2.0 jest uzależnione od znajomości i dotychczasowych interakcji naukowców z omawianymi narzędziami. Pomocne okazać by się mogły warsztaty zapoznające wykładowców z narzędziami Web 2.0 i doskonalące techniki ich wykorzystania w procesie dydaktycznym.

Wszechobecne wykorzystanie i popularność koncepcji Internetu Drugiej Generacji stawia przed specjalistami informacji i bibliotekarzami nowe wyzwania. Web 2.0 wpływa na tworzenie, dystrybucję i rozprzestrzenianie informacji oraz dzielenie się wiedzą, zatem absolwenci kierunków związanych z informacją naukową i bibliotekoznawstwem powinni posiadać kompetencje umożliwiające im wykorzystanie nowych technologii w przyszłym środowisku pracy, co wymaga z pewnością zmian w treści programów nauczania na tych kierunkach¹²⁹.

2.3 Znaczenie koncepcji Biblioteki 2.0 we współczesnym bibliotekarstwie

Zjawisko Web 2.0 opanowało już wiele dziedzin życia, kultury i nauki, a jego wpływ jest coraz silniej odczuwany. Również koncepcja Biblioteki 2.0 może mieć duże oddziaływanie na współczesne bibliotekarstwo, zwłaszcza w dziedzinie marketingu bibliotecznego. Przy po-

¹²⁸ Ibid., p. 51.

¹²⁹ Ibid., p. 40.

mocy narzędzi Web 2.0, a także w środowisku świadomych odbiorców treści internetowych, zaznajomionych z tematyką Internetu Drugiej Generacji, możliwe jest efektywne promowanie usług biblioteki i tworzenie nowych potrzeb użytkowników. Marketing 2.0 stosowany w bibliotece służy nie tylko dostarczaniu czytelnikom informacji na temat jej usług, budowaniu wizerunku czy kreowaniu potrzeb użytkowników, ale zapewnia także informację zwrotną od klienta biblioteki adresowaną do organizacji¹³⁰. Narzędzia Internetu Drugiej Generacji umożliwiają użytkownikom wypowiadanie się, komentowanie czy samodzielne dodawanie treści na stronach internetowych bibliotek, dzięki czemu pracownicy bibliotek mogą w łatwy sposób badać satysfakcję czytelników, ocenę jakości usług według użytkowników, ich stosunek do organizacji czy zaangażowanie w sprawy biblioteki. Ponadto w ten sposób wokół serwisów bibliotek budowane są społeczności czytelników, które mogą zachęcać do częstszego korzystania z zasobów, interesowania się sprawami biblioteki oraz kreują pozytywny wizerunek organizacji, jako przystępnej, przyjaznej użytkownikom, nowoczesnej i zachęcającej do uczestnictwa. Narzędzia charakterystyczne dla Web 2.0, omówione w rozdziale 4, służą promowaniu usług bibliotecznych, a także budowaniu pozytywnego wizerunku biblioteki jako organizacji nowoczesnej i otwartej na użytkowników. Mogą one usprawnić komunikację i przynieść obopólne korzyści, zarówno dla czytelników, jak i bibliotekarzy.

Jednym z istotnych celów, realizowanym m.in. przez biblioteki akademickie, jest rozwój umiejętności korzystania z informacji (ang. *information literacy*). Użytkownicy cechujący się tą umiejętnością coraz częściej uznają potrzebę bieżącego uzupełniania wiedzy z danej dziedziny przy wykorzystaniu narzędzi społecznościowych. Umiejętność korzystania z informacji jest ściśle powiązana z technologią informacyjno-komunikacyjną i wymaga sprawności w posługiwaniu się technologią cyfrową, narzędziami komunikacyjnymi i sieciowymi, w celu rozwiązywania problemów informacyjnych w społeczeństwie opartym na wiedzy¹³¹.

Skutkiem stosowania narzędzi Web 2.0 w bibliotecznych serwisach internetowych oraz szkolenia użytkowników w zakresie ich wykorzystania jest budowanie pozytywnego wizerunku biblioteki jako instytucji nowoczesnej, idącej z duchem czasu, oferującej wygodne, funkcjonalne narzędzia służące do zdobywania informacji i zarządzania nimi. Pojawienie się nowych narzędzi, m.in. narzędzi Web 2.0, pozwala bi-

¹³⁰ B. Jaskowska, *Jak łąpać użytkownika w sieć...*, op. cit., s. 85.

¹³¹ C. Mu, *The Impact of New Technologies on Current Awareness Tools in Academic Libraries*, "Reference & User Services Quarterly" 2011, Vol. 51, No. 2, p. 93.

bliotekom na przyjęcie roli przewodnika po świecie współczesnych, coraz bardziej zaawansowanych technologii informacyjno-komunikacyjnych. Zwłaszcza pracownicy bibliotek akademickich powinni wspomagać rozwój wiedzy i umiejętności w zakresie zarządzania informacją oraz wykorzystania współczesnych narzędzi komunikacyjnych wśród użytkowników bibliotek.

Narzędzia Web 2.0 dostępne w bibliotecznych serwisach internetowych nie tylko wspierają pozytywny wizerunek tych instytucji, ale są też niezwykle pomocne i użyteczne dla klientów bibliotek. Odpowiednio wykorzystane pozwalają czytelnikom zaoszczędzić ich czas, np. kanały RSS umożliwiają automatyczne otrzymywanie powiadomień o aktualnościach bibliotecznych, zmianach na stronie, nowych wpisach itp. bez konieczności nieustannego śledzenia treści pojawiających się w serwisie¹³². Również system tagów dodawanych przez użytkowników bibliotek, zarówno w ramach katalogu online, jak i w obrębie strony internetowej, pozwala na szybkie znalezienie interesujących treści. Dodatkowo narzędzia te podnoszą wiedzę użytkowników w zakresie nowości pojawiających się na stronie internetowej, blogach czy bazach danych. Tagi i zakładki społecznościowe pozwalają na wgląd w sposoby charakteryzowania i klasyfikowania dokumentów przez innych użytkowników, umożliwiając znalezienie informacji w źródłach z pozoru niezwiązanych z poszukiwanym tematem.

Zastosowanie koncepcji Web 2.0 w bibliotece wiąże się z koniecznością ciągłego aktualizowania i oceniania zarówno kolekcji i materiałów, jak i usług bibliotecznych zgodnie z oczekiwaniami i sugestiami użytkowników. Biblioteka 2.0 powinna wykorzystywać ich umiejętności także w projektowaniu i implementacji innowacyjnych usług bibliotecznych poprzez uczestnictwo i informację zwrotną ze strony zaangażowanych czytelników. Wymaga to ogromnego zaufania i budowy silnych relacji między biblioteką a jej użytkownikami, jednak zwolennicy koncepcji Biblioteki 2.0 twierdzą, że taki model świadczenia usług ostatecznie zdominuje i zastąpi tradycyjny, jednokierunkowy wzorzec dostarczania informacji w bibliotece¹³³. Omawiana koncepcja zmienia interakcję pomiędzy użytkownikami a bibliotekami w nowej kulturze partycypacji, napędzanej przez technologie i narzędzia społecznościowe. Ponadto Biblioteka 2.0 zrewolucjonizowała zawód bibliotekarza i pracownika informacji¹³⁴.

¹³² Ibid.

¹³³ Ch. Peltier-Davis, op. cit., p. 18.

¹³⁴ U.C. Esse, *Library 2.0: Perception, Knowledge and Reception among Information Professionals at Covenant University Library*, "IFE Psychologia" 2013, Vol. 21, Iss. 2, p. 181.

Publikacje podejmujące temat Biblioteki 2.0 poruszają zwykle problem wykorzystania narzędzi Web 2.0 w bibliotekach, opisując nie w pełni jeszcze wykorzystany potencjał bibliotek w tym zakresie, analizując wdrożenia narzędzi Web 2.0 na podstawie wybranych przykładów (*case study*), bądź stanowią przewodniki dla bibliotekarzy, ukazujące w jaki sposób wdrożyć aplikacje 2.0 w organizacji. Badania własne autorów obejmują najczęściej biblioteki publiczne, rzadko biblioteki akademickie, stąd istnieje duża potrzeba poddania analizie tej grupy bibliotek.

Biblioteki adaptują zasady Internetu Drugiej Generacji w swoich strukturach organizacyjnych ze względu na cztery zasadnicze cele, jakimi są:

- rozwój i poprawa komunikacji w organizacji,
- dzielenie się zasobami,
- rozwój społeczności zgromadzonej wokół biblioteki,
- wykorzystanie idei crowdsourcingu¹³⁵.

Do realizacji wyżej wymienionych zadań biblioteki wykorzystują najczęściej narzędzia takie jak kanały RSS i komunikatory internetowe, blogi i serwisy pozwalające na publikowanie multimediów (np. YouTube czy Flickr), serwisy społecznościowe (np. Facebook), tagi (zjawisko folksonomii) oraz możliwość dodawania recenzji lub oceny zbiorów biblioteki przez czytelników. Powyższe narzędzia zostały szczegółowo omówione w rozdziale 4.

Integracja narzędzi Web 2.0 w serwisach bibliotecznych wydaje się nieunikniona, a w opinii wielu autorów może dostarczyć natychmiastowych korzyści i wzmocnić pozytywne doświadczenia użytkowników bibliotek. Współcześni czytelnicy w coraz większym stopniu przyzwyczajeni są do korzystania z narzędzi takich jak blogi, serwisy stosujące mechanizmy wiki, serwisy społecznościowe czy komunikatory internetowe, zatem biblioteki powinny aktywnie wychodzić im naprzeciw i proponować usługi świadczone przy pomocy wymienionych narzędzi. Niektóre z nich, jak np. serwisy społecznościowe czy serwisy oparte na mechanizmach wiki, służą nie tylko komunikacji zewnętrznej z użytkownikami, ale także wzmacniają komunikację wewnętrzną i proces dzielenia się wiedzą w organizacji. Bibliotekarze powinni niezwłocznie podjąć problem wykorzystania narzędzi Web 2.0 w bibliotekach, aby móc odpowiedzieć na powstające w szybkim tempie konkurencyjne serwisy zapewniające dostęp do informacji i danych źródłowych, takie jak np. Google Book Search.

¹³⁵ A.V. Anttiroiko, R. Savolainen, op. cit., p. 87.

Rozdział 3.

Kontrowersje dotyczące narzędzi Web 2.0

3.1 Problem zmian w aspekcie kulturowym i naukowym

Zalety i możliwości wykorzystania Sieci 2.0 zostały w pracy omówione przy okazji wyjaśnienia pojęcia, opisu cech charakterystycznych tego zjawiska oraz przedstawienia poszczególnych narzędzi Web 2.0. Warto natomiast przyjrzeć się pewnym niepokojom, jakie wzbudza rozwój koncepcji Web 2.0. Internet Drugiej Generacji miał być z założenia synonimem wolności i podmiotowości, jednak mało kto obecnie uważa jego wady oraz niebezpieczeństwa, jakie może on ze sobą nieść. Wielu współczesnych badaczy Web 2.0 podnosi kwestię lekkiego traktowania kultury oraz obniżenia poziomu informacji, które pojawiają się zarówno w serwisach informacyjnych w Internecie, jak i w wiadomościach zamieszczanych przez prywatnych użytkowników forów oraz serwisów społecznościowych¹³⁶. Popularność w Sieci zdobywają obecnie plotkarskie bądź wulgarne doniesienia, najczęściej z życia znanych osób, umieszczane w przeznaczonych do tego serwisach informacyjnych. Przykładami takich witryn są m.in. Pudelek.pl, Plotek.pl czy fora dyskusyjne w dużych serwisach jak Onet.pl. Innym przejawem nowego trendu w Internecie jest upadek powszechnie akceptowanych autorytetów na rzecz kolektywnej wiedzy użytkowników Sieci czy amatorów podających się za ekspertów. Należy przy tym pamiętać, że mądrość tłumu zredukowana jest do najniższego wspólnego dla wszystkich jednostek mianownika. Profesor Jaron Lanier, jeden z twórców pojęcia *rzeczywistość wirtualna*, w swoim eseju *Cyfrowy maoizm* ostrzega przed bezkrytycznym zaufaniem do anonimowej współpracy w Internecie,

¹³⁶ J. Szubrycht, *Stuknij się w Web 2.0*, „Przekrój” 2007, nr 48, s. 56.

którą nazywa *duchem roju*¹³⁷. O ile zbiorowa mądrość sprawdza się w niektórych dziedzinach życia, jak np. podczas ustalania ceny na wolnym rynku, to w dziedzinie twórczości powinna ona ustąpić miejsca jednostkowemu geniuszowi i ludzkiej wyobraźni¹³⁸.

Sztandarowym przykładem serwisu Web 2.0 jest Wikipedia oraz wszelkie pomniejsze encyklopedie, które tworzone są przez internautów. Są to serwisy otwarte dla wszystkich, a więc narażone także na ataki wandalii, czego dobrym przykładem może być mistyfikacja zamieszczona w polskiej wersji Wikipedii, polegająca na opublikowaniu biografii fikcyjnej postaci, jaką był Henryk Batuta. Dla urzeczywistnienia mistyfikacji zamieszczono informację, że jego imieniem została nazwana jedna z ulic w Warszawie i dodano zdjęcie podrobionej tabliczki¹³⁹. W rzeczywistości nazwa ulicy Batuty związana jest z muzyką, a nie z fikcyjną postacią¹⁴⁰. Niestety niewielu użytkowników, zwłaszcza młodych, zdaje sobie sprawę z niskiej jakości, lub wręcz nieprawdziwości informacji umieszczonych w Internecie. Są oni bardzo ufni w stosunku do osób podających się za ekspertów z danej dziedziny i nie są świadomi zagrożeń, jakie na nich czyhają. Sieć 2.0 stworzyła także doskonałe warunki do rozwoju manipulacji i kłamstwa, co może być wykorzystane przez niektórych przestępców, np. dorosłych osób podających się za nastolatków i nawiązujących z nimi kontakt w celu naruszenia prawa.

Powszechne staje się także zakładanie profili fikcyjnych osób w różnych serwisach społecznościowych w celu nawiązania osobistych kontaktów z potencjalnymi klientami i sprzedaży reklamowanych przez nie produktów. Takie fałszywe tożsamości, tworzone w celu sprzedaży określonych produktów, noszą nazwę pacynek (ang. *sock puppets*). Specjaliści Public Relations lub pracownicy działu marketingu wielu firm tworzą tzw. flogi (ang. *fake blogs*), czyli fałszywe blogi, które mają na celu budowanie pozytywnego wizerunku firmy oraz przekazywanie zawołowanej reklamy innym użytkownikom. Często praktyką jest także usuwanie niewygodnych dla danej firmy informacji umieszczonych w Wikipedii oraz oczernianie konkurencji. Wszystkie te zagrożenia są rezultatem rezygnacji z redagowania serwisów i zatrudniania specjalistów czuwających nad poprawnością pojawiających się informacji.

¹³⁷ Z. Basara, *Czytelnicy do klawiatur*, „Gazeta Wyborcza” nr 52 z dn. 02.03.2007, s. 15.

¹³⁸ Ibid.

¹³⁹ J. Szubrycht, op. cit., s. 58.

¹⁴⁰ *Henryk Batuta*. Wikipedia [online]. Wikipedia [dostęp 29.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://pl.wikipedia.org/wiki/Henryk_Batuta.

3.2 Komercyjne wykorzystanie treści tworzonych przez internautów

Internet Drugiej Generacji sprzyja rozwojowi współpracy, współuczestnictwa i kreatywności, jednak niekiedy sprzyja także nadużyciom w wymienionych obszarach. Wśród określeń o pozytywnym wydźwięku, takich jak media społecznościowe, dziennikarstwo obywatelskie, oprogramowanie społeczne, pojawiają się również terminy o zabarwieniu pejoratywnym, jak wyzysk, darmowa praca, przegrani. Treść generowana przez użytkowników bywa często wykorzystywana przez firmy do realizacji ich celów biznesowych. Soren Mork Peterson nazywa to „zamianą architektury uczestnictwa w architekturę eksploatacji”¹⁴¹. Architektura Sieci bazująca na narzędziach Web 2.0 umożliwia łatwe przesyłanie treści tworzonych przez użytkowników pomiędzy różnymi platformami i serwisami. Jest to główna przyczyna istnienia tak nikłej granicy pomiędzy pozytywnymi a negatywnymi skutkami wykorzystywania technologii i treści. Internet stanowi zdecentralizowany system komunikacji, w którym koszty publikacji są niskie i niezwykle łatwo o naruszenie praw autorskich. Łatwo jest przenieść treści stworzone przez użytkowników w sferę komercyjną (Peterson określa to zjawisko mianem reterytorializacji), jednak działa to również w drugą stronę – łatwość kopiowania i przenoszenia treści online umożliwia nielegalną dystrybucję mediów (np. filmów, muzyki) i innych treści komercyjnych pomiędzy użytkownikami, o czym szerzej w podrozdziale 3.3.

Przykładem wykorzystania treści wygenerowanej przez użytkowników do celów komercyjnych może być zakupienie w 2001 r. przez Google archiwum list dyskusyjnych Deja News (Usenet), w którym zarchiwizowane zostały posty pojawiające się w grupach dyskusyjnych od 1995 r. wraz z interfejsem wyszukiwawczym, i wprowadzenie tych elementów do Google Groups, a więc wykorzystanie repozytorium wiedzy tworzego przez internautów przez lata. Formalnie Google nie jest właścicielem komentarzy i wpisów tworzonych przez lata przez użytkowników list dyskusyjnych, a jedynie interfejsu wyszukiwawczego, który jest tak cenny¹⁴². Dodatkowo istnieją organizacje oparte na idei crowdsourcingu, wykorzystujące treści tworzonych przez użytkowników (oparte na modelu otwartej współpracy), zorientowane na maksymalizację zysków, np. TripAdvisor, IMDB¹⁴³. Nie wszystkie projekty oparte

¹⁴¹ S. M. Peterson, *Loser Generated Content: from Participation to Exploitation*. First Monday [online] 2008, Vol. 13, Iss. 3, [dostęp 01.06.2015]. Dostępny w World Wide Web <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2141/1948>.

¹⁴² Ibid.

¹⁴³ D. Jemielniak, *Życie wirtualnych dzikich. Netografia Wikipedii, największego projektu współtworzonego przez ludzi*, Warszawa: Poltext, 2013, s. 265.

na współprodukcji noszą znamiona wyzysku, czego przykładem mogą być inicjatywy fundacji Wikimedia, takie jak Wikipedia, Wikisłownik itp. Omawiane projekty rozwijane są w trybie non profit, a korzyści z nich wynikające służą ogółowi społeczeństwa, a nie pojedynczym organizacjom. Uczestnictwo w otwartych społecznościach opartych na współpracy kształtuje wspólne wartości uczestników, często wbrew tradycyjnej koncepcji własności intelektualnej, wykorzystując przy tym pasję internautów i dążenie do stworzenia dzieł wartościowych społecznie.

Istnieją zatem dwa podejścia do współpracy i współprodukcji w ramach sieci społecznościowych. Z jednej strony korporacje takie jak Google czy Microsoft¹⁴⁴ starają się zwiększyć swoje wpływy oraz dążą do maksymalizacji zysków, korzystając przy tym także z treści generowanej przez internautów. W tym przypadku realizacja celów komercyjnych jest nadrzędna w stosunku do ideologii kolektywistycznej. Z kolei przedstawiciele cyberlibertarianizmu, eksponowanego m.in. w projektach Wikimedii, ruchu Creative Commons czy społeczności Linuxa¹⁴⁵, propagują altruistyczną współpracę na rzecz ogółu, równość uczestników i kierowanie się określonymi wartościami.

3.3 Problem praw autorskich w kontekście utrzymania serwisów Web 2.0

Inną bolączką epoki Web 2.0 jest kwestia nagminnego łamania praw autorskich w Sieci. Przykładem takich praktyk jest m.in. serwis YouTube, zawierający filmy będące treściami skopiowanymi z oryginalnych pierwowzorów lub dziełami zależnymi (remiksami, transformacjami)¹⁴⁶, serwis MySpace¹⁴⁷, w którym użytkownicy umieszczają cudze piosenki i zdjęcia bez zgody właścicieli, a także Wikipedia, w której hasłach znajdują się całe fragmenty opublikowanych prac, przy czym nie podaje się informacji o autorstwie bądź źródle cytatu, a internauci przedstawiają cudze opinie na blogach i forach jako swoje¹⁴⁸. Nawet serwis Google News nie utrzymuje redakcji i korespondentów na całym świecie, którzy dostarczaliby bieżących informacji, lecz pobiera i segreguje wiadomości z innych serwisów, dzięki specjalnemu

¹⁴⁴ Ibid., s. 265.

¹⁴⁵ Ibid.

¹⁴⁶ K. Gienas, *Naruszenie praw autorskich w związku z funkcjonowaniem serwisów Web 2.0*, „Radca Prawny” 2008, nr 6, s. 49.

¹⁴⁷ MySpace [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://myspace.com>.

¹⁴⁸ J. Szubrycht, op. cit., s. 57.

algorytmowi wyszukującemu¹⁴⁹. Ciekawym zagadnieniem jest zatem próba określenia skali omawianego problemu.

Wyniki badań prowadzonych przez Mirosława Filiciaka, Justynę Hofmokl oraz Alka Tarkowskiego, opublikowane w raporcie *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści* wskazują, że aż 33% Polaków uczestniczy w różnych typach nieformalnej wymiany treści cyfrowej, obejmującej m.in. ściąganie treści z serwisów WWW, sieci wymiany typu peer-to-peer, wymianę treści poprzez e-mail lub komunikator internetowy, korzystanie z treści multimedialnych w przekazie strumieniowym, w tym odtwarzanie filmów i muzyki, czytanie książek w Sieci itp.¹⁵⁰. Już jedna czwarta Polaków to osoby, które nie nabywają dostępu do żadnych treści (książek, filmów, muzyki itp.) w obiegu formalnym, a jedynie uczestniczą w obiegu nieformalnym¹⁵¹. Pozostała grupa to osoby korzystające z obu obiegu kultury, wyłącznie obiegu formalnego lub żadnego z nich. Co ciekawe, autorzy raportu wskazują, że osoby korzystające z treści w nieformalnym obiegu stanowią jednocześnie duży segment wśród kupujących treści w obiegu formalnym (muzykę, filmy, książki), tj. „stanowią 32% kupujących książki, 31% kupujących filmy i ponad połowę grupy osób kupujących muzykę. Tworzą oni również największy segment wśród osób pożyczających sobie treści. Osoby znajdujące się w tej grupie traktują najprawdopodobniej różne obiegi treści jako komplementarne. Co istotne, [...] istnieje związek między odsetkiem korzystających a wiekiem: największy procent jednocześnie kupujących i korzystających w Sieci stanowi grupa wiekowa 15-24 lata”¹⁵². Na tej podstawie wysnuto wniosek, że nieformalne obiegi treści nie zastępują obiegu formalnych, a internauci uczestniczący w obu obiegach treści traktują je jako komplementarne¹⁵³. Według autorów raportu dzięki nieformalnemu dostępowi do treści takich jak nagrania audiowizualne, książki, muzyka itp. poszerza się grupa osób kupujących treści tego rodzaju w obiegu formalnym.

Przedstawione dane wskazują, że rola Internetu jako narzędzia bezpośredniego dostępu do zdigitalizowanych treści systematycznie wzrasta, co może rodzić problemy związane z opłacalnością kopiowanych treści oraz wynagradzaniem ich twórców. Korzystanie z darmowych treści i multimediiów dostępnych w Internecie nie wynika jedynie

¹⁴⁹ Ibid.

¹⁵⁰ M. Filiciak, J. Hofmokl, A. Tarkowski, *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści* [online]. Warszawa 2012 [dostęp dnia 8.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://obiegiukultury.centrumcyfrowe.pl/>, s.35.

¹⁵¹ Ibid., s. 38.

¹⁵² Ibid., s. 5.

¹⁵³ Ibid., s. 41.

z czynników materialnych, ale również z łatwości dostępu i swobody ich użycia. Potwierdza to m.in. popularność płatnych serwisów takich jak iTunes, które pokazały, że użytkownicy są skłonni opłacać treści pod warunkiem szybkiego dostępu do nich i późniejszego wygodnego wykorzystywania¹⁵⁴.

Naruszanie praw autorskich w serwisach społecznościowych, polegające zwłaszcza na przesyłaniu utworów pomiędzy użytkownikami danego serwisu, nie jest kwestią oczywistą i łatwo interpretowaną. Polskie prawo autorskie dopuszcza korzystanie z pojedynczych egzemplarzy utworów przez krąg osób pozostających w związku osobistym, w szczególności pokrewieństwa, powinowactwa lub stosunku towarzyskiego¹⁵⁵. Większość serwisów społecznościowych stanowi strefę relacji towarzyskich, w której więc wynika z samego faktu potwierdzenia relacji za pomocą odpowiedniej funkcji serwisu, a wzmacniana jest praktyką wymiany recenzji, rekomendacji i treści¹⁵⁶. Tak więc problem dozwolonego użytku danego utworu w kręgu osób pozostających w stosunku towarzyskim przy wykorzystaniu serwisów społecznościowych stanowi ciekawy przypadek wymagający nowego spojrzenia na to zagadnienie. Również kwestia odpowiedzialności prawnej operatorów serwisów społecznościowych za przypadki naruszenia praw autorskich przez poszczególnych użytkowników jest niejasna. W grę wchodzi dwa rozwiązania. Jeśli przyjąć, że operatorzy serwisów Web 2.0 działają analogicznie do tradycyjnych usługodawców hostingowych, a więc oferują jedynie możliwość przechowywania danych, to mogą oni korzystać z ograniczenia odpowiedzialności za utrzymywanie nielegalnych danych na podst. art 14 ustawy z dn. 18 lipca 2002 o świadczeniu usług drogą elektroniczną¹⁵⁷. W tym przypadku usługodawca nie ponosi odpowiedzialności za dane pochodzące od osób trzecich. Operator jest zobowiązany do aktywnych działań dopiero gdy będzie świadomy nielegalności materiałów (na podstawie otrzymania urzędowego zawiadomienia bądź wiarygodnej informacji o bezprawnym charakterze danych). Reakcją na takie doniesienie powinno być wówczas niezwłoczne zawiadomienie internauty publikującego treści o zamiarze ich zablokowania, a następnie uniemożliwienie dostępu do tych danych.

W drugim przypadku zarządzający serwisami społecznościowymi mogą zostać zaklasyfikowani jako odpowiedzialni wydawców. Wówczas są oni w znacznym stopniu odpowiedzialni za udostępniane materia-

¹⁵⁴ Ibid., s. 79.

¹⁵⁵ Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych Dz. U. 1994, nr 24, poz. 83.

¹⁵⁶ M. Filiciak i in., op. cit., s. 25.

¹⁵⁷ K. Gienas, op. cit., s. 49.

ły. Z tego powodu operatorzy serwisów zastrzegają w regulaminach, że nie odpowiadają za przypadki naruszeń praw autorskich przez użytkowników serwisu. Usługodawcy nie są jednak zwolnieni z odpowiedzialności, jeśli podejmują działania merytoryczne, np. moderują wprowadzane przez użytkowników treści¹⁵⁸.

Powyższe rozważania pokazują, że problem odpowiedzialności za treści zamieszczane w serwisach Web 2.0 jest złożony, a różnorodność działań i aktywności prowadzonych przez operatorów serwisów sprawia, że zaklasyfikowanie ich jako usługodawców hostingowych nie jest oczywiste. Jedynie bierne przechowywanie danych przez operatorów umożliwia im ochronę przed odpowiedzialnością prawną związaną z naruszeniem praw autorskich. Wszelkie ingerencje merytoryczne w treści zamieszczane w serwisach mogą pozbawić zarządzających serwisami ograniczenia ich potencjalnej odpowiedzialności¹⁵⁹.

¹⁵⁸ Ibid., s. 52.

¹⁵⁹ Ibid., s. 53.

Rozdział 4.

Charakterystyka narzędzi i funkcji Web 2.0

Koncepcja Internetu Drugiej Generacji opiera się na dążeniu do zapewnienia użytkownikom serwisów internetowych jak największego możliwego wpływu na kształt i zawartość serwisów. Dzięki temu stają się one dynamiczne, elastyczne i bardzo często tworzą się wokół nich społeczności internautów. Aby móc wykorzystać założenia Web 2.0, użytkownicy serwisów internetowych muszą mieć do dyspozycji narzędzia, które pozwolą im oceniać, komentować, polecać znajomym, współdzielić i tagować treści zamieszczane na stronach. Z tego względu serwisy mieszczące się w konwencji Web 2.0 wykorzystują szereg narzędzi posiadających wymienione funkcje, takich jak mechanizmy wiki, blogi, społecznościowe znacznikowanie, tagowanie (folksonomia), współdzielenie mediów, sieci społecznościowe czy systemy notyfikacji¹⁶⁰. Poniżej omówiono narzędzia Web 2.0 najczęściej spotykane w środowisku polskim.

4.1 Serwis społecznościowy

Jednym ze sztandarowych dla koncepcji Web 2.0 narzędzi, często przywoływanym jako przykład wykorzystania Internetu Drugiej Generacji w praktyce, jest serwis społecznościowy (ang. *social networking*). Narzędzie to można zdefiniować jako rodzaj społeczności internetowej, zgrupowanej w konkretnym serwisie internetowym, której użytkownicy mają poczucie przynależności do pewnej grupy społecznej, a interakcje pomiędzy nimi są rozbudowane i dynamiczne (członkowie społeczności wymieniają informacje, doświadczenia i zainteresowania).

Serwisy społecznościowe oferują określone funkcje, wśród których najczęściej spotykane to:

¹⁶⁰ P. Frankowski, op. cit., s. 88.

- Tworzenie profilu użytkownika (konta) i podanie podstawowych informacji osobowych.
- Wyszukiwanie znajomych na podstawie określonych cech, np. imię i nazwisko, miejsce zamieszkania, miejsce pracy, zainteresowania lub poprzez książkę adresową e-mail (wyszukiwanie automatyczne).
- Budowanie list znajomych – zapraszanie internautów do grona znajomych w danym serwisie, grupowanie profili, przyjmowanie zaproszeń od innych użytkowników itp.
- Formowanie grup łączących użytkowników według różnych kluczy, np. zainteresowań, doświadczeń zawodowych i dołączanie do istniejących grup.
- Miejsca do prowadzenia dyskusji, głównie za pomocą postów, czatów, blogów, tablic, forów dyskusyjnych czy stron pogawędek.
- Możliwość dodawania zdjęć, filmów, nagrań dźwiękowych i opisów.
- Wysyłanie prywatnych wiadomości między użytkownikami lub rozmowy prowadzone na żywo za pomocą komunikatora.
- Wymiana plików oraz ich wspólna edycja¹⁶¹.

Pierwszym serwisem społecznościowym, powstałym w 2002 r., umożliwiającym użytkownikom nawiązanie i utrzymanie kontaktów towarzyskich, był Friendster¹⁶². W szczytowym okresie popularności serwis obejmował nawet 100 milionów użytkowników. W 2011 roku został przekształcony w serwis gromadzący społeczność fanów gier komputerowych i w tym okresie posiadał ponad 8 milionów użytkowników¹⁶³. Innym serwisem, założonym w sierpniu 2003 r., posiadającym 250 milionów kont¹⁶⁴, jest MySpace, umożliwiający komunikację i nawiązywanie nowych znajomości za pomocą tzw. profilu, czyli prywatnej strony użytkownika. Internauci posiadający konta w serwisie podają informacje na swój temat, prowadzą własne blogi, zamieszczają multimedia oraz tworzą galerie zdjęć. MySpace upodobały sobie szczególnie młode grupy muzyczne, które promują swoją twórczość poprzez zamieszczanie nagrań dla potencjalnych nabywców lub wydawców¹⁶⁵. W 2011 roku nastąpił masowy odpływ użytkowników tego serwi-

¹⁶¹ Ibid., s. 90.

¹⁶² Friendster [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.friendster.com>.

¹⁶³ Friendster. Wikipedia [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://en.wikipedia.org/wiki/Friendster>.

¹⁶⁴ MySpace. Wikipedia [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Myspace>.

¹⁶⁵ P. Siuda, *Jakość życia i cyberwykluczenie...*, s. 312.

su do innych portali społecznościowych. Obecnie serwis rozwinął się w kierunku udostępniania multimediów (głównie plików audio, wideo oraz transmisji radiowych online) i gromadzi społeczność fanów muzyki oraz przedstawicieli branży filmowej i telewizyjnej.

Jednym z najpopularniejszych i obecnie najbardziej dynamicznie rozwijających się serwisów społecznościowych jest Facebook¹⁶⁶. Serwis podawany jest jako sztandarowy przykład serwisu Web 2.0, dlatego funkcje z nim związane zostaną szczegółowo omówione poniżej.

Serwis Facebook został założony w lutym 2004 r. przez studentów Uniwersytetu Harvardzkiego, Marka Zuckerberga, Eduarda Saverina, Andrew McColluma, Dustina Moskovitza i Chrisa Hughesa. Członkostwo w serwisie było początkowo ograniczone do studentów Uniwersytetu Harvardzkiego, następnie rozszerzone o studentów innych uczelni. Obecnie konto w serwisie może założyć każda osoba, która zadeklaruje ukończenie trzynastego roku życia. Użytkownicy muszą zarejestrować się na stronie, aby móc stworzyć swój osobisty profil, zamieszczać multimedia i wpisy, wyszukiwać i dodawać znajomych do grona przyjaciół, wymieniać korespondencję i otrzymywać automatyczne powiadomienia. Dodatkowo możliwa jest kategoryzacja znajomych według wybranych cech, np. znajomi z pracy, ze szkoły, bliscy znajomi itp. We wrześniu 2012 r. liczba użytkowników serwisu Facebook przekroczyła 1 miliard, z czego szacuje się, że około 8,7%¹⁶⁷ (ponad 83 miliony profili) to konta fałszywe, obejmujące głównie profile zduplikowane, konta stworzone dla organizacji, zwierząt domowych lub wykorzystywane do tzw. spamowania. Na koniec stycznia 2015 roku liczba aktywnych użytkowników serwisu wyniosła 1,36 mld osób. Dostęp do serwisu zapewniony jest także poprzez urządzenia mobilne, np. smartfony i tablety, dzięki wykorzystaniu odpowiednich aplikacji lub poprzez przeglądarki internetowe. Liczba użytkowników mobilnych aplikacji serwisu wzrasta szybciej niż ogólna liczba jego użytkowników¹⁶⁸. Aplikacje na urządzenia mobilne stają się coraz bardziej popularne dzięki temu, że użytkownicy serwisów mogą z nich skorzystać łatwiej i szybciej niż z tradycyjnych urządzeń komputerowych, często będąc

¹⁶⁶ Facebook [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.facebook.com>.

¹⁶⁷ M. Sweney, *Facebook quarterly report reveals 83m profiles are fake*. The Guardian [online] [dostęp 01.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.theguardian.com/technology/2012/aug/02/facebook-83m-profiles-bogus-fake>.

¹⁶⁸ P. Kreft, Facebook: coraz więcej użytkowników. Zwłaszcza mobilnych. Komputer Świat [online] [dostęp 05.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.komputerswiat.pl/nawosci/internet/2013/30/facebook-coraz-wiecej-uzytkownikow-zwlaszcza-mobilnych.aspx>.

w drodze. Już ponad połowa użytkowników serwisu Facebook korzysta z jego zasobów za pomocą urządzeń mobilnych¹⁶⁹.

W Polsce z serwisu Facebook korzysta już ponad 13,4 mln osób (stan na luty 2015 roku). Około 49% użytkowników serwisu Facebook stanowią mężczyźni, 51% – kobiety¹⁷⁰. Podobnie jest w Rosji, na Ukrainie czy Węgrzech. Proporcje te są różne w zależności od kraju lub regionu geograficznego, np. w Niemczech proporcje są odwrócone – to mężczyźni stanowią większość użytkowników, w krajach afrykańskich mężczyźni prowadzą ok. 80% kont w serwisie, a w Kanadzie, USA czy Australii 54% profili należy do kobiet¹⁷¹. Wpływ na omawiane proporcje mają nie tylko czynniki demograficzne, ale przede wszystkim społeczno-kulturowe i religijne.

Wśród osób korzystających z serwisu największą grupę stanowią użytkownicy poniżej 18. roku życia (2,8 mln internautów), a w drugiej kolejności Facebookowicze między 25. a 34. rokiem życia (1,9 mln internautów). Dynamicznie rośnie też odsetek osób nieco starszych – w wieku powyżej 55 lat – w ciągu roku przybyło ich 30%¹⁷².

Oprócz prywatnych profili (osobistych stron internetowych użytkowników serwisu), Facebook umożliwia założenie publicznych profili osób, firm, organizacji, produktów, marek itp. (tzw. fanpage). Służą one głównie działaniom promocyjnym oraz umożliwiają sprawną komunikację z odbiorcami profilu. Facebook wykorzystywany jest zatem również w sposób komercyjny – miarą sukcesu prowadzonych działań marketingowych jest bardzo często liczba fanów danej strony publicznej, ale także możliwość interakcji, czyli liczba fanów aktywnie komunikujących się z daną marką czy ideą, komentujących i lubiących daną stronę.

W serwisach społecznościowych, takich jak Facebook, Nasza Klasa, Twitter, Grono, z powodzeniem tworzone są także profile biblioteczne, których głównym zadaniem jest zbudowanie społeczności użytkowników oraz usprawnienie procesu komunikacji z osobami zainteresowanymi działalnością poszczególnych bibliotek. Wśród aktywności

¹⁶⁹ *Fascinating #SocialMedia Stats 2015: Facebook, Twitter, Pinterest, Google + . Digital Information World*[online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.digitalinformationworld.com/2015/02/fascinating-social-networking-stats-2015.html>.

¹⁷⁰ *Facebookowi przybyło w Polsce ponad 1 mln użytkowników*. Socialpress [online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://socialpress.pl/2015/03/facebookowi-przybylo-w-polsce-ponad-1-mln-uzytkownikow/#>.

¹⁷¹ *Facebook Overview Statistics*. Social Bakers [online] [dostęp dnia 05.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.socialbakers.com/facebook-overview-statistics/>.

¹⁷² *Facebookowi przybyło w Polsce...*, op. cit.

najczęściej prowadzonych w ramach profili bibliotecznych wymienić należy informowanie o nowościach pojawiających się w zbiorach oraz zmianach w usługach bibliotecznych, promowanie wydarzeń kulturalno-naukowych odbywających się w placówkach, informowanie o zmianach godzin pracy czy innych kwestiach organizacyjnych, a także prowadzenie konkursów i angażowanie użytkowników bibliotek w interakcję przy pomocy innych, mniej standardowych metod.

Działalność bibliotek przy wykorzystaniu serwisów społecznościowych może zostać rozwinięta w bardziej kreatywny i nietypowy sposób, podobnie jak miało to miejsce w przypadku wielu bibliotek amerykańskich, które funkcjonują w świecie mediów społecznościowych dłużej niż większość bibliotek polskich. Jednym z bardziej zaawansowanych rozwiązań i udogodnień zaproponowanych m.in. przez Bibliotekę Uniwersytetu w Michigan, Bibliotekę Uniwersytetu Ryerson czy Bibliotekę Hrabstwa Hennepin jest stosowanie na fanpage'u biblioteki zakładki, dzięki której internauci mogą przeglądać katalog biblioteczny, zamawiać publikacje oraz udostępniać wyniki wyszukiwania znajomym, nie opuszczając serwisu Facebook oraz bez konieczności uruchamiania strony internetowej biblioteki¹⁷³. W niektórych bibliotecznych profilach publicznych możliwe jest prowadzenie rozmowy z bibliotekarzem w czasie rzeczywistym, tzw. usługa *zapytaj bibliotekarza* (ang. *ask a librarian*), dostępne są wideorelacje z wydarzeń kulturalno-naukowych na żywo (*livestreaming*), bieżący obraz z wnętrza gmachu dostępny online czy lista odnośników do pozostałych serwisów społecznościowych wykorzystanych do komunikacji z użytkownikami, np. YouTube, Twitter, Instagram, Foursquare itp.¹⁷⁴.

4.2 Mechanizm Wiki

Charakterystyczne dla zjawiska Web 2.0 są serwisy internetowe oparte na mechanizmie wiki, ukierunkowane na wspólną pracę użytkowników nad interesującą ich treścią. Środowisko wiki cechuje się prostotą oraz łatwością tworzenia i aktualizowania stron internetowych, umożliwia współpracę wielu użytkowników, nie wymaga autoryzacji i pozwala na zamieszczanie linków wewnętrznych i zewnętrznych oraz tagów w opracowywanej treści¹⁷⁵.

¹⁷³ B. Jaskowska, *Bądźmy tam, gdzie oni! Elementy social media marketingu w bibliotece* [online] [dostęp 06.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/2518/Jaskowska_BADZMY_TAM_GDZIE_ONI.pdf?sequence=1.

¹⁷⁴ Ibid.

¹⁷⁵ P. Frankowski, op. cit., s. 93.

Określenie *wiki wiki* pochodzi z języka hawajskiego i oznacza *bardzo szybko*. Zostało po raz pierwszy użyte przez programistę Howarda Cunninghama na określenie stron internetowych modyfikowalnych przez ich użytkowników. Cunningham stworzył w 1994 r. pierwszą stronę internetową opartą na mechanizmie wiki¹⁷⁶, służącą do wymiany poglądów między programistami, zarejestrowaną pod adresem www.c2.com¹⁷⁷. Obecnie strony internetowe wykorzystujące mechanizm wiki powstają na bazie oprogramowania posiadającego zróżnicowane funkcje, takiego jak np. MediaWiki, UseMod, TWiki, MoinMoin, DokuWiki i PhpWiki.

Platformy wykorzystujące mechanizm wiki mogą posłużyć do tworzenia¹⁷⁸:

- edytowalnych dokumentów (publikacji),
- repozytoriów plików,
- słowników tematycznych i branżowych,
- supportów (stron wsparcia dla klientów),
- intranetu w organizacjach (publikowanie i wymiana informacji między pracownikami),
- współpracy grupowej (kalendarze, listy zadań do zrobienia, strony projektów),
- projektów – bieżące informowanie o stanie projektu, współpraca nad dokumentacją,
- wiedzy w organizacji – gromadzenie, dzielenie się i rozpowszechnianie informacji.

Jednym z najbardziej znanych serwisów wykorzystujących mechanizm wiki jest Wikipedia. Strona internetowa Wikipedii powstała 15 stycznia 2001 r. jako otwarta encyklopedia internetowa, którą może redagować każdy internauta¹⁷⁹. Serwis wykorzystuje oprogramowanie MediaWiki i umożliwia użytkownikom aktualizowanie treści w czasie rzeczywistym. Wikipedia istnieje w ponad 200 wersjach językowych i łącznie obejmuje aż 27 milionów artykułów. Najpopularniejszą i posiadającą najwięcej haseł jest wersja anglojęzyczna (4,3 mln artykułów). Wersja polska posiada ich ponad milion¹⁸⁰.

Prace nad artykułami Wikipedii opierają się na zasadach, które muszą być przestrzegane przez wszystkich redaktorów strony. Jedną z nich jest zasada neutralności punktu widzenia. Zagadnienia powin-

¹⁷⁶ R.R. Gajewski, op. cit., s. 32.

¹⁷⁷ *WikiWikiWeb*. Wikipedia [online] [dostęp 06.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://pl.wikipedia.org/wiki/WikiWikiWeb>.

¹⁷⁸ P. Frankowski, op. cit., s. 94.

¹⁷⁹ *Wikipedia*. Wikipedia [online] [dostęp 08.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>.

¹⁸⁰ Ibid.

ny być przedstawiane w sposób obiektywny, opierać się na możliwie najbardziej aktualnym stanie wiedzy, a autorzy haseł powinni unikać subiektywizmu, nie powinni powoływać się na własne wyniki analiz lub dane niepublikowane wcześniej w źródłach zewnętrznych¹⁸¹. Zasady ustalane są w ramach dyskusji i konsensusu w gronie edytorów, a w przypadku ich braku – podczas głosowania.

Ze względu na otwartość i możliwość wprowadzania zmian w artykułach przez dowolnych użytkowników, Wikipedia była narażona na ataki wandalii, polegające głównie na usuwaniu wartościowych treści lub wprowadzaniu niepotrzebnych zmian. Aby chronić użytkowników przed działaniami wandalii wprowadzono w 2008 r. wymóg akceptacji zmian przez redaktorów Wikipedii¹⁸². Ponadto każda modyfikacja hasła odnotowywana jest w jego historii, zatem wszelkie próby jego niszczenia mogą zostać wykryte i udaremnione. Z wojną edycyjną mamy do czynienia wtedy, gdy internauci mający odmienne poglądy na dany temat wprowadzają zmiany w hasła według własnych informacji, usuwając nawzajem swoje wpisy (wycofując modyfikacje użytkowników, z którymi się nie zgadzają). W przypadku haseł szczególnie narażonych na ataki wandalii lub wojny edycyjne, ich modyfikowanie może być czasowo zablokowane lub ograniczone tylko do zalogowanych użytkowników.

Encyklopedia rozwijana jest w oparciu o pięć filarów (zasad)¹⁸³:

1. Wikipedia to encyklopedia – co oznacza, że hasła powinny mieć encyklopedyczny charakter. W Wikipedii nie powinny być zamieszczone artykuły promocyjne, hasła słownikowe, dane źródłowe czy osobiste opinie.
2. Wikipedia charakteryzuje się neutralnym punktem widzenia, treści haseł powinny być opracowane na podstawie wiarygodnych i rzetelnych źródeł, a informacja o ich pochodzeniu powinna być zamieszczona w przypisach. W przypadku tematów kontrowersyjnych i spornych przedstawia się wiele punktów widzenia bez wskazania jednoznacznej racji.
3. Wikipedia opiera się na wolnych licencjach, co oznacza że żaden autor nie może rościć sobie prawa do wyłącznej własności artykułów, a treść artykułu może być swobodnie modyfikowana i rozpowszechniana. Niedozwolone jest zamieszczanie treści łamiących prawa autorskie, w szczególności plagiatów.

¹⁸¹ Ibid.

¹⁸² Ibid.

¹⁸³ *Wikipedia: Pięć filarów*. Wikipedia [online] [dostęp 13.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Pi%C4%99%C4%87_filar%C3%B3w.

4. Prace w ramach Wikipedii opierają się na zasadach netykiety, zwłaszcza na kulturalnym odnoszeniu się do pozostałych autorów, pohamowaniu emocji, unikaniu osobistych ataków czy nieuzasadnionych uogólnień.
5. Wikipedia to brak sztywnych reguł, poza omówionymi pięcioma filarami. Internauci namawiani są do swobodnego modyfikowania i ciągłego ulepszania treści.

Serwisami wykorzystującymi mechanizm wiki, poza Wikipedią, są jej siostrzane projekty, tj. Wikisłownik, Wikiźródła, Wikinews, Wikibooks itp. Zauważa się znaczący wzrost popularności stron oferujących możliwość edycji ich treści przez użytkowników, również tych związanych z działalnością bibliotek. Serwis LibraryWikis¹⁸⁴ podaje listę stron internetowych opartych na mechanizmie wiki, a dotyczących działalności bibliotek lub ich zasobów, w podziale na kilka kategorii, m.in. współpraca między bibliotekami (46% wymienionych serwisów wiki), współpraca między pracownikami bibliotek (31%), współpraca między pracownikami bibliotek a czytelnikami (14%) i wreszcie współpraca między czytelnikami (9%). Dodatkowo podano adresy poszczególnych stron oraz rodzaje systemów wiki, które zostały wykorzystane w wymienionych serwisach bibliotecznych. Wśród serwisów opierających się na mechanizmie wiki, wskazanych w LibraryWikis, prym wiodą te związane z bibliotekami uniwersyteckimi i naukowymi. Wskazuje to na duże zaangażowanie pracowników tego typu bibliotek we współpracę z innymi placówkami i wykorzystanie narzędzi Web 2.0 w swojej działalności.

4.3 Blog

Blog jest obecnie niezwykle popularnym rodzajem serwisu internetowego, prostego w tworzeniu i edycji, mającego najczęściej osobisty i indywidualny charakter. Narzędzie to jest częścią istotnej przemiany sposobu komunikowania się, w którym to zwykli ludzie tworzą media i dzielą się informacjami. Blog bywa często nazywany elektronicznym pamiętnikiem. Autorzy książki *Blogging – przewodnik* definiują blog jako „stronę WWW zawierającą krótkie, rozłączne porcje informacji, zwane artykułami (postami). Artykuły są ułożone w kolejności chronologicznej – od najnowszego do najstarszego. Każdy artykuł jest jednoznacznie identyfikowany przez znacznik zakotwiczenia, a także oznaczony przez trwałe łącze, za pomocą którego można się do danego artykułu

¹⁸⁴ *Welcome to Library Wikis!* LibraryWikis [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://librarywikis.pbworks.com/w/page/17064487/FrontPage>.

odwoływać z zewnętrznych stron WWW”¹⁸⁵. Jill Walker Rettberg podaje, że blog jest „rodzajem często uzupełnianej strony internetowej, złożonej z datowanych wpisów, uporządkowanych w odwróconym porządku chronologicznym tak, że jako pierwsze prezentowane są wpisy najnowsze”¹⁸⁶.

Pierwotna nazwa bloga to *weblog* (dziennik sieciowy), która wskazuje, że opisuje on miejsca w Sieci, które odwiedza autor bloga. Termin ten został po raz pierwszy użyty w omawianym znaczeniu w 1997 r. przez Jorna Barger'a w tytule jego bloga – Robot Wisdom: A weblog by Jorn Barger. Wspomniany dziennik sieciowy był często aktualizowaną listą linków odwiedzanych i polecanych przez autora, opatrzonych niekiedy krótkim komentarzem. Równie znanym dziennikarzem sieciowym, który po raz pierwszy w 1999 r. użył sformułowania *blog*, zamiast *weblog*, jest Peter Merholz¹⁸⁷. Wpisy na prowadzonym przez niego blogu były znacznie bardziej rozbudowane i eseistyczne niż wpisy Barger'a¹⁸⁸.

Termin *weblog* odwołuje się do angielskiego słowa *log*, oznaczającego chronologiczny rejestr zdarzeń w trakcie podróży morskiej. Chronologia poszczególnych wpisów zachowana jest także we współczesnych blogach, chociaż ich treść nie powstaje tak systematycznie i w sposób tak uporządkowany, jak w przypadku tradycyjnych dzienników okrętowych. Obecnie omawiane serwisy zawierają informacje różnego typu i z wielu dziedzin, zredagowane zarówno w formie krótkiej, rzeczowej notatki, jak i obszernego wpisu o osobistym charakterze.

Jednym z pierwszych serwisów internetowych, oferujących szablony i formularze ułatwiające prowadzenie bloga, był uruchomiony w październiku 1998 r. portal Open Diary. Użytkownicy mogli korzystać z bezpłatnego miejsca na serwerze i narzędzi umożliwiających łatwe zamieszczanie wpisów w zamian za zachowanie anonimowości i niezamieszczanie danych pozwalających na identyfikację autorów. Kolejnymi darmowymi portalami dla blogerów były Pitas.com oraz Blogger.com, które umożliwiły internautom publikowanie treści na szeroką skalę. Jednym z najpopularniejszych serwisów blogowych pozostał serwis Blogger.com, a w środowisku polskim dominują serwisy Blox.pl, Blog.pl, eBlog.pl, Bloog.pl czy Blog Znajomi¹⁸⁹.

¹⁸⁵ C. Doctorow i in., *Blogging: przewodnik*, tł. P. Kresak, Warszawa: Wydawnictwa RM, 2003, s. 6.

¹⁸⁶ J.W. Rettberg, *Blogowanie*, Warszawa: Wydawnictwa Naukowe PWN, 2012, s. 37-38.

¹⁸⁷ R.R. Gajewski, op. cit. s. 32.

¹⁸⁸ J.W. Rettberg, op. cit., s. 45.

¹⁸⁹ M. Koryszewski, *Zrób sobie blog – przegląd serwisów blogowych*. Gazeta.pl – Technologie [online] [dostęp 08.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://technologie.gazeta.pl/technologie/1,81028,5662687,Zrob_sobie_blog__przeglad_serwisow_blogowych.html.

Wraz z rozwojem kultury prowadzenia blogów oraz dynamicznym wzrostem liczby dzienników internetowych zaczęły powstawać wyszukiwarki blogów. Pierwszą z nich i obecnie jedną z najpopularniejszych wyspecjalizowanych wyszukiwarek blogów jest Technorati, stworzona w 2003 r., indeksująca ponad 133 miliony dzienników sieciowych¹⁹⁰. Narzędzie to nie tylko pozwala na wyszukanie blogów i ich adresów URL, ale także podaje listę najpopularniejszych (najczęściej odwiedzanych) blogów oraz sieci linków pomiędzy blogami. Technorati pozwala śledzić trendy i analizować zachowania internautów dzięki liście najczęściej używanych tagów oraz kategoryzacji blogów.

Odnosząc się do istoty blogów należy podkreślić ich społeczny charakter. Blogi są społecznym gatunkiem literackim¹⁹¹ – są tworzone przez rzesze internautów i przeznaczone dla mas odbiorców. Dynamiczny rozwój blogów jako narzędzi opiniotwórczych spowodował dyskusję na temat zagrożenia płynącego z ich strony dla tradycyjnego dziennikarstwa i mediów głównego nurtu. Najczęściej jednak nie uznaje się blogowania za przejaw dziennikarstwa, a sami blogerzy nie pretendują do roli dziennikarzy. Blogowanie styka się z tradycyjnymi formami dziennikarstwa w przypadku, kiedy internauci zamieszczają na swoich blogach relacje z pierwszej ręki na temat wydarzeń, w których uczestniczyli bądź byli ich świadkami, najczęściej zdarzeń o charakterze politycznym bądź militarnym, klęsk naturalnych lub przestępstw. Autorzy wpisów mają możliwość poruszenia tematów, które w mass mediach zostałyby uznane za zbyt błahe i niewarte omówienia. W takich przypadkach blogerzy przejmują rolę dziennikarzy, o ile przedstawiają wydarzenia w sposób krytyczny, z należytą starannością i obiektywizmem, opierając się na sprawdzonych źródłach. Niekiedy internauci śledzą źródła mediów masowych w poszukiwaniu informacji odnoszących się do konkretnej tematyki. Rezygnują zatem świadomie z selekcji informacji dokonywanych przez media głównego nurtu, na rzecz samodzielnego monitorowania źródeł, stąd nazywani są niekiedy *blogerami filtrującymi* lub *obserwatorami źródeł*¹⁹².

C. Doctorow i inni¹⁹³ zwracają uwagę na praktyczne aspekty, które twórcy blogów powinni wziąć pod uwagę podczas ich uruchamiania i prowadzenia. Wśród nich wymienić należy ustalenie tematyki bloga. Zwykle dzienniki internetowe charakteryzują się tematami przewodnimi, związane są z określonymi koncepcjami czy wybranymi obszarami

¹⁹⁰ Technorati [online] [dostęp 08.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://technorati.com/>.

¹⁹¹ J.W. Rettberg, op. cit., s. 78.

¹⁹² Ibid., s. 108.

¹⁹³ C. Doctorow i in., op. cit., s. 7.

zainteresowań autorów. Blogerzy niekiedy wyłamują się ze sztywnych konwencji i zamieszczają wpisy niezwiązane z tematyką bloga, często o osobistym charakterze. Niezwykle istotne, z punktu widzenia zaciekawienia potencjalnych czytelników, jest odpowiednie dobranie tytułu i podtytułu bloga. Powinien on być łatwy do zapamiętania, przyciągający uwagę, chwytliwy i wyróżniający się, co pozwoli na szybkie odnalezienie danego dziennika w wyszukiwarkach internetowych. Wielu autorów blogów umożliwia czytelnikom przesyłanie tzw. linków sugestii, czyli odnośników do materiałów zamieszczonych w Sieci, interesujących z punktu widzenia czytelników, które w ich opinii powinny zostać zamieszczone na blogu¹⁹⁴. Do przesyłania linków sugestii można wykorzystać prosty mechanizm hiperłącza umożliwiający wysłanie wiadomości pocztą elektroniczną albo formularza kontaktu posiadającego zdefiniowane pola. Charakterystycznymi elementami często występującymi w blogach są tzw. *blogrolle*, czyli listy często odwiedzanych przez autorów blogów, czy liczniki będące narzędziami kontrolnymi, informującymi o statystykach odwiedzin bloga przez internautów.

Każdego dnia pojawia się ok. 1500-3000 nowych blogerów w Sieci¹⁹⁵. Jest to narzędzie intensywnie rozwijające się i ewoluujące w różnorodne formy dzienników internetowych. Badania z 2011 r. prowadzone przez D. Torres-Salinas potwierdzają jednak, że blogi wypierane są przez dynamicznie rozwijające się sieci społecznościowe, jak np. Facebook czy Twitter¹⁹⁶.

Do głównych funkcji blogów zaliczyć można funkcję społeczną oraz użytkową. W kontekście społecznym blog pozwala autorowi na identyfikację z grupą, wytworzenie więzi i integrację społeczności wokół danego tematu. W kontekście użytkowym blogi wyróżniają się dużą prostotą i łatwością obsługi oraz niskim kosztem utrzymania narzędzia. Blogi są niezwykle popularne zarówno jako osobiste, ale także instytucjonalne strony internetowe. W literaturze wyszczególnia się blogi indywidualne, prowadzone przez jednego autora, oraz blogi grupowe. Pierwsze z nich mają osobisty charakter, nawiązujący do pamiętników i pisane są najczęściej w pierwszej osobie¹⁹⁷, natomiast blogi grupowe mają często bardziej rozbudowaną formę i posiadają więcej niż jednego autora.

¹⁹⁴ Ibid.

¹⁹⁵ Ibid., s. IX.

¹⁹⁶ K. Kotowska, *Bibliotekarskie blogi, mikroblogi i fotoblogi, jako forma rozwoju zawodowego* [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.bg.up.krakow.pl/?q=bg-konferencja-2011#29>.

¹⁹⁷ W. Babik, M. Sikorska, *Blogi naukowe narzędziem upowszechniania informacji i wiedzy* [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://www.ktime.up.krakow.pl/symp2013/referaty_2013_10/babik.pdf.

Bardziej szczegółowy podział omawianych narzędzi, ze względu na cel ich prowadzenia, zaproponowany przez Annę Gumkowską, Macieja Marylę oraz Piotra Toczyńskiego, obejmuje¹⁹⁸:

- blogi osobiste, przypominające dzienniki intymne, stanowiące najpopularniejszą formę blogów,
- blogi zawodowe, prowadzone w nawiązaniu do działalności konkretnej instytucji lub organizacji,
- blogi opisujące świat, pozwalające autorowi na wyrażenie poglądów na temat aktualnych wydarzeń lub prezentujące sytuacje, zjawiska lub przedmioty,
- blogi relacyjne, umożliwiające podtrzymanie kontaktu z przyjaciółmi lub nawiązanie nowych znajomości,
- blogi reklamowe, często nazywane też fałszywymi (ang. *fake blogs*), tworzone przez przedsiębiorstwa komercyjne w celach reklamowych,
- sblogi, czyli blogi spamujące, zakładane przez automaty (roboty), które powielają niechciane przez użytkowników treści w celach propagowania danej marki.

Różnorodna może być także treść zamieszczana na blogu. Ze względu na to kryterium wyróżnić można:

- blogi tekstowe, obejmujące głównie przekaz pisany,
- fotoblogi, których treść stanowią głównie zdjęcia,
- wideoblogi (vlogi), bazujące na przekazie filmowym,
- audioblogi dostarczające materiały dźwiękowe,
- linkoblogi, czyli blogi udostępniające linki wybrane przez autora,
- comicsblogs (web comics), oparte na grafice w postaci komiksu,
- sketchblogi, prowadzone przez profesjonalnych rysowników blogi rysunkowe,
- mikroblogi (tumblelogi), dzienniki zawierające krótkie, często jednozdaniowe wpisy¹⁹⁹.

Zjawisko blogowania zagościło także w dziedzinie bibliologii. Dynamicznie rozwijają się i powstają blogi biblioteczne i bibliotekarskie. Analiza badań przeprowadzonych przez prof. Judit Bar-Ilan wskazuje, że informacje znalezione w profesjonalnych blogach bibliotecznych stanowią przydatne źródło ocenionych i przefiltrowanych danych, stąd dzienniki internetowe bibliotekarzy postrzegane bywają jako kioski

¹⁹⁸ A. Gumkowska, M. Maryl, P. Toczyński, *Blog to... blog. Blogi oczyma blogerów. Raport z badania jakościowego zrealizowanego przez Instytut Badań Literackich PAN i Gazeta.pl*, [w:] *Tekst (w) sieci. Tekst – Język – Gatunki*, pod red. D. Ulickiej, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2009, s. 23.

¹⁹⁹ Ibid.

bądź centra informacyjne²⁰⁰. Inne badania ukazują, że większość wpisów na blogach bibliotecznych dotyczy tematyki technologii (ok. 40%), wizerunku bibliotek oraz informacji o konferencjach²⁰¹. Doświadczenia polskie dowodzą, że bibliotekarze z jednej strony prowadzą osobiste blogi dotyczące różnorodnych tematów, a z drugiej strony tworzą i rozwijają blogi bibliotek, w których pracują, dostarczając użytkownikom informacji o usługach bibliotecznych, wydarzeniach, kolekcjach dostępnych w placówkach itp.²⁰² Blogi biblioteczne powstają jako podstrony serwisów internetowych bibliotek, umiejscowione są w specjalistycznych serwisach blogowych, np. Blogspot.pl, Blog.pl, Blox.pl lub oparte na systemie zarządzania treścią, np. WordPress.

Wśród polskich bibliologów dominują osobiste dzienniki prowadzone przez pojedyncze osoby, m.in. blog Bożeny Jaskowskiej²⁰³, Agnieszki Koszowskiej²⁰⁴, Moniki Jędralskiej²⁰⁵, Marcina Malinowskiego²⁰⁶, Remigiusza Lisa²⁰⁷, Piotra Szeligowskiego²⁰⁸, Stefana Kubowa²⁰⁹ i innych. Lista biblioblogów zamieszczona została w serwisie Pulowerek.pl²¹⁰. Blogi osobiste prowadzone przez bibliotekarzy poruszają zwykle tematy zawodowe, często w humorystyczny sposób, opisują problemy codziennej pracy, nowe idee i trendy, ale są również zbiorem ciekawostek i odnoszą się do zainteresowań oraz spostrzeżeń autora. Z kolei blogi instytucjonalne są w większości prowadzone przez biblioteki publiczne, rzadziej szkolne czy biblioteki uczelni wyższych²¹¹, prezentują zwykle interesujące zbiory i wydawnictwa biblioteczne, wydarzenia kulturalne i naukowe organizowane w bibliotekach, nowinki technologiczne i in-

²⁰⁰ K. Kotowska, op. cit.

²⁰¹ Ibid.

²⁰² Ibid.

²⁰³ B. Jaskowska, bjaskoblog [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://jaskowska.blogspot.com>.

²⁰⁴ A. Koszowska, Bibliowizjer [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://bibliowizjer.blogspot.com>.

²⁰⁵ M. Jędralska, jmonika [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://jmonika.blogspot.com>.

²⁰⁶ M. Malinowski, Malin.net.pl [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://malin.net.pl>.

²⁰⁷ R. Lis, relis-blog [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://relis-blog.blogspot.com>.

²⁰⁸ P. Szeligowski, Blog bibliotekarza [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://blogbibliotekarza.blogspot.com>.

²⁰⁹ S. Kubow, Blog Stefana Kubowa [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://stefankubow.blogspot.com>.

²¹⁰ Pulowerek.pl [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://pulowerek.pl/biblioblogi>.

²¹¹ K. Kotowska, op. cit.

formacje dotyczące działalności bibliotek. Blogi służą głównie promocji usług i zbiorów bibliotecznych, łamaniu stereotypów dotyczących bibliotek i zgromadzeniu społeczności czytelników.

W ostatnim czasie zauważa się odejście od blogów obszernych treściowo w kierunku mikroblogów i innych form o krótszej i szybszej formie przekazu. Serwisami najczęściej wykorzystywanymi w tym celu są m.in. Facebook, Twitter, Blip itp. Krótkie wpisy w powyższych serwisach mają zwykle charakter informacyjny, niekiedy dołączane są do nich dodatkowe multimedia.

4.4 Zjawisko folksonomii

Rozwój sieci społecznościowych miał ogromny wpływ na zwiększenie się ilości multimedialnych zasobów sieciowych oraz na zmianę sposobu ich opisu i prezentacji. Współcześnie to sami użytkownicy Internetu opisują treści dodawane przez społeczności, instytucje oraz przez nich samych. Zjawisko społecznościowego opisywania (klasyfikowania, etykietowania, tagowania) treści dostępnych online nazywane jest *folksonomią* (sformułowanie pochodzi z połączenia dwóch angielskich słów *folks* – ludzie oraz *taxonomy* – taksonomia). Zatem sama nazwa omawianej działalności wskazuje na jej cechę charakterystyczną, jaką jest zaangażowanie szerokiej rzeszy użytkowników w tworzenie opisów klasyfikacyjnych. Za twórcę omawianego pojęcia uważa się Thomasa Vander Wala, architekta informacji, który nazwał to zjawisko po raz pierwszy w 2004 r. Folksonomia jest przykładem klasyfikacji, w której występują przede wszystkim relacje równoważności – tagi nie mają struktury hierarchicznej, nie zachodzą relacje nadrzędności i podrzędności, a słownictwo najczęściej nie ma formy języka kontrolowanego. Kamil Stępień definiuje folksonomię jako „oddolny, nieformalny, nieautoryzowany i bezpłatny system kategoryzacji treści w Sieci”. Podobnie termin ten określa Marcin Roszkowski, wskazując na praktyczny charakter folksonomii, której celem jest kategoryzacja treści przy pomocy słów kluczowych. Potocznie określenie to odnosi się także do grupy ludzi, którzy spontanicznie współpracują w celu uporządkowania treści dostępnych online²¹².

Folksonomia jest przejawem kultury uczestnictwa. Synonimicznym określeniem do omawianego terminu *folksonomia* jest *kolektywna inteli-*

²¹² M. Roszkowski, *Folksonomia jako narzędzie społecznego tagowania*, Biuletyn EBIB [online] 2007, nr 4 (24) [dostęp 13.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.pedagogiczna.edu.pl/warsztat/2007/4/070404.htm>.

gencja sieci, termin stworzony przez Howarda Rheingolda²¹³, *etnoklasyfikacja* czy *wspólne etykietowanie* (ang. *collaborative tagging*)²¹⁴.

Spółeczne etykietowanie można określić jako system klasyfikacji oddolnej, co oznacza, że treści porządkowane są jedynie przez użytkowników danego serwisu. Ponadto folksonomię cechuje brak ustalonej struktury i zdefiniowanego słownika. Pojęcia nie są w żaden sposób ograniczane i nie wymaga się dodatkowego nadzoru (centralnego autorytetu). System bazuje na współpracy użytkowników i współdzieleniu²¹⁵.

Najważniejszym elementem folksonomii jest tag (etykieta). Jest to określenie wykorzystywane do porządkowania i agregowania zasobów, które dostarcza opisu lub osobistego znacznika do zasobu. Etykieta wyraża więc skojarzenie z opisywanym zasobem przy pomocy języka własnego użytkownika. Tagowanie polega zatem na dodawaniu osobistych znaczników lub słów kluczowych do określonego fragmentu informacji, jednak bez ich hierarchizacji. Umożliwia to klasyfikowanie fragmentów tekstu bądź multimediiów w celu zapewnienia szybkiego dostępu do uporządkowanych danych w przyszłości. Tagi są bardzo często używane także w bazach danych i zastępują tradycyjne metody klasyfikacji zasobów (także sieciowych) ustalone przez taksonomię. Obecnie tagi są w Sieci wszechobecne, zwłaszcza w serwisach, które umożliwiają internautom dzielenie się swoimi zasobami, jak np. Flickr, będący aplikacją webową umożliwiającą dodawanie zdjęć, dzielenie się nimi z wybranymi lub wszystkimi użytkownikami, zarządzanie swoimi zasobami, tworzenie kolekcji, a także klasyfikowanie ich za pomocą tagów.

Istnieje kilka rodzajów tagów, wśród nich można wymienić²¹⁶:

- a) opisowe – charakteryzujące treść lub przedmiot danego dokumentu w sposób obiektywny, odnoszące się do jego zawartości, np. *historia Torunia, przepis*;
- b) formalne – wskazujące na sposób utrwalenia informacji, formatu jej zapisu, np. *zdjęcie, blog, mp3*;
- c) opisujące własność bądź źródło – charakteryzujące źródło pochodzenia dokumentu lub informacji, wzmiankujące o autorze, miejscu publikacji lub własności praw autorskich, np. *EBIB, Bibliotekarz, Jan Kowalski*;

²¹³ K. Stępień, *Folksonomie czyli społecznościowe opisywanie treści: poradnik*, Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2010, s. 51.

²¹⁴ M. Morzy, A. Ławrynowicz, *Folksonomie i aplikacje mash-up* [online] [dostęp 13.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://www.cs.put.poznan.pl/mmorzy/tsiss/13_Folksonomie.pdf.

²¹⁵ Ibid.

²¹⁶ K. Stępień, op. cit., s. 40.

- d) opiniujące – wyrażające subiektywną opinię autora na temat dokumentu i jego treści, np. *ciekawe, przydatne*;
- e) autoodniesienia – odniesienia do treści zamieszczonych przez autora opisu, np. *moje albumy, książki przeczytane*;
- f) organizujące – pomocne dla osoby opisującej obiekt elektroniczny, służące zazwyczaj jej indywidualnym celom, np. *do przeczytania, do obejrzenia*.

Zjawisko tagowania może obecnie dotyczyć praktycznie wszystkich formatów dokumentów dostępnych w Sieci. Folksonomia najczęściej wykorzystywana jest podczas blogowania, zamieszczania informacji (zwłaszcza multimediów) w serwisach społecznościowych czy etykietowania artykułów dostępnych na stronach internetowych. Dodawanie tagów pozwala na indywidualizację i personalizację zasobów sieciowych przez użytkowników. Oznacza to, że każdy internauta może porządkować i organizować zasoby sieciowe, nadając im słowa kluczowe według własnego uznania, definiować informacje i wytwarzać nową treść. Tagowanie jest więc działaniem subiektywnym, opartym na wiedzy i doświadczeniu użytkowników, odzwierciedlającym często tzw. mądrość tłumu.

Motywacje tagowania w Sieci mają bardzo różnorodny charakter. Jedną z przyczyn społecznościowego etykietowania jest bezinteresowność – internauci klasyfikują zasoby sieciowe po to, by ułatwić wyszukiwanie informacji sobie oraz innym użytkownikom Sieci. Są to zwykle uczestnicy społeczności produkcji partnerskiej, pasjonaci działający dobrowolnie i bez gratyfikacji, dla których możliwość ulepszania rzeczy bądź działań jest celem samym w sobie. W tym przypadku folksonomia służy zaspokojeniu wewnętrznych potrzeb dokonania nowych rzeczy i zrealizowania się w dziedzinie, w której wspomniani użytkownicy się specjalizują. Istnieje również grupa osób, które zajmują się społecznym etykietowaniem żeby zdobyć renomę, pokazać się z lepszej strony, zaistnieć w środowisku społeczności internetowej, zdobyć nowe kontakty i wyższy status w grupie o wspólnych zainteresowaniach. Użytkownicy należący do omawianej kategorii pokazują swoją kreatywność i talent bądź prezentują nabyte doświadczenie. Niektórzy tagują dla rozrywki, wyrażając własną osobowość i nawiązując kontakty z członkami społeczności realizującymi wspólne pasje²¹⁷.

Zaletą folksonomii, jako zjawiska intensywnie wykorzystywanego w Sieci, jest przede wszystkim prostota i przejrzystość, przejawiająca się w logicznym i intuicyjnym stosowaniu poszczególnych fraz. Tagi są powszechnie obecne w serwisach online, a większość użytkowników nie ma problemów z ich wykorzystaniem. Dodawanie etykiet jest zwy-

²¹⁷ K. Stępień, op. cit., s. 41.

kle bezpłatne oraz bardzo szybkie. Innymi zaletami folksonomii są elastyczność procesu, adaptacyjność do środowiska, w jakim zachodzi oraz bezpośredni, indywidualny dostęp użytkowników do opisywanej treści. Tagi są zwykle na bieżąco aktualizowane i oprócz odwzorowania formy i treści obiektu, do którego się odnoszą, umożliwiają także przekazanie emocjonalnych i subiektywnych informacji²¹⁸. Wykorzystanie społecznościowego etykietowania może również prowadzić do nieoczekiwanego odkrywania znaczeń i lepszego zrozumienia słownika wykorzystywanego przez użytkowników, jak również być zachętą do kooperacji między nimi²¹⁹.

Wadą folksonomii jest przede wszystkim szum informacyjny, jaki tworzą wyrazy wieloznaczne oraz niejednolicie stosowane formy gramatyczne, szczególnie w przypadku tagów występujących niekiedy w liczbie pojedynczej, a niekiedy w mnogiej, bądź odmienianych przez przypadki. Oprócz polisemii problemem mogą być nagminnie stosowane akronimy i derywaty. Dodatkowo podczas społecznościowego opisywania treści niezmiernie często występują kolokwializmy i wyrazy potoczne. Problem mogą stanowić synonimy i wyrazy bliskoznaczne, których nadmiar może zaburzać przejrzystość i czytelność klasyfikacji. Użytkownicy, świadomie bądź nieświadomie, wykorzystują niekiedy błędne tagi do opisu treści. Często stosują także tagi osobiste, nieprzydatne dla pozostałych użytkowników, zaśmiecające przestrzeń publiczną, np. *mój ulubiony kot, do przeczytania* itp. Osobną, problematyczną kategorię, stanowią wyrażenia wieloczłonowe, które są łączone przez użytkowników na różne sposoby, bez wyraźnej konsekwencji, co powoduje szum informacyjny i trudności w odnalezieniu dokumentów, np. *science-fiction, science/fiction, science fiction, science_fiction, ScienceFiction*²²⁰. Nagminnie stosowane są też symbole cyfrowe oraz znaki specjalne w nazwach tagów (#, \$, %, ^, &, *), w celu pozycjonowania danej etykiety jako pierwszej w spisie alfabetycznym tagów.

Rozwiązaniem omawianych powyżej problemów może być baza terminów podpowiadanych użytkownikom podczas wprowadzania tagów. Jeśli dane słowo zostało wykorzystane przez użytkownika do opisu treści zamieszczonej w danym serwisie, to po wpisaniu kilku początkowych liter zostanie zasugerowane jako tag kolejnemu internaucie. W ten sposób zwiększa się szansa na wyeliminowanie podstawowych rozbieżności w bazie słów, wynikających np. z różnej pisowni bądź stosowania liczby pojedynczej i mnogiej. Innym sposobem minimalizowania szumu informacyjnego towarzyszącego folksonomii może być

²¹⁸ Ibid., s. 56.

²¹⁹ M. Morzy, A. Ławrynowicz, op. cit.

²²⁰ K. Stępień, op. cit., s. 57.

tagowanie fasetowe, będące połączeniem społecznościowego opisywania treści oraz tradycyjnej taksonomii²²¹.

Z pojęciem folksonomii i tagowania wiąże się również określenie *chmura tagów*, które odnosi się do sposobu graficznej prezentacji znaczników w serwisie. Tagi zamieszczone w chmurze różnią się między sobą wielkością czcionki – słowa o zwiększonym punkcie typograficznym lub wytłuszczone są bardziej popularne i częściej używane niż pozostałe. Zwykle tagi przedstawione w chmurze stanowią linki do artykułów, multimediów i innych treści serwisu, które zostały danym słowem opatrzone. O ważności tagu w serwisie decydują różne czynniki, m.in. częstotliwość użycia tagu (mierzona dzięki algorytmom wewnętrznym serwisów), preferencje administratora dotyczące pozycjonowania danej frazy oraz inne ustalenia społeczności danego serwisu²²². Dwa ostatnie elementy, tj. czynniki ludzkie określające hierarchię słowa w serwisie, rodzą możliwość manipulowania przekazem i sztucznego zawyżania zauważalności danego znacznika (tzw. wymuszona popularność)²²³.

Folksonomia jest coraz częściej stosowana w katalogach i serwisach internetowych bibliotek, gdzie, mimo pewnych trudności, użytkownicy z chęcią tagują i wyszukują dokumenty bądź informacje za pomocą słów kluczowych stworzonych przez innych czytelników. Z tego względu stworzono nowe określenie na katalog biblioteczny w którym obecne są tagi internautów – *społeczny OPAC* lub *OPAC 2.0* (por. rozdz. 4.7.5). Tagowanie w katalogu, podobnie jak stosowanie folksonomii w pozostałych serwisach internetowych, ma swoje wady i zalety²²⁴. Przede wszystkim użycie folksonomii usprawnia wyszukiwanie materiałów, ponieważ tagi mogą być dodatkowym kryterium wyszukiwania publikacji w serwisie biblioteki. Użytkownik, który dodał tag do danej publikacji może w łatwy sposób ponownie odnaleźć ją w katalogu. Oprócz tego tagowanie daje użytkownikom poczucie wpływu na działalność biblioteki i kształtowanie jej usług oraz poczucie wspólnoty z innymi czytelnikami. Etykiety tworzone przez innych czytelników w lepszy sposób mogą oddać treść publikacji i zachęcić do skorzystania. Również bibliotekarze zyskują informację o tym, które publikacje są interesujące i godne uwagi. Mogą oni wykorzystać wkład, zaangażowanie i wiedzę czytelników, którzy nieodpłatnie tworzą tagi. Folksonomia może dostarczyć wartości poznawczej na temat odbioru poszczególnych treści przez czytelników. Z drugiej strony tagi przysparzają także problemów i nieścisłości. użyt-

²²¹ Ibid., s. 63.

²²² M. Zaremba, *Odpowiedni dać rzeczy... tag. Folksonomia jako uniwersalny model klasyfikacji treści w Internecie*, „Media i Społeczeństwo” 2011, nr 1, s. 114.

²²³ Ibid.

²²⁴ A. Koszowska, *Tagowanie...*, op. cit.

kownicy bardzo często popełniają błędy w pisowni słów, najczęściej w postaci literówek, ale także niekonsekwentnie stosują różne ich formy gramatyczne (np. wymiennie liczbę pojedynczą i mnogą), dowolnie łączą wyrazy wielocłonowe i frazy, a także dodają swoje własne tagi, niezrozumiałe i nieprzydatne dla innych internautów. Spotyka się także tagi o wielu znaczeniach, w zależności od kontekstu i języka, a także tagi w postaci hiperłączy do innych stron. Folksonomia może być jednak ciekawym uzupełnieniem procesu wyszukiwawczego w katalogu bibliotecznym lub w serwisie internetowym biblioteki.

4.5 Kanały RSS

Współczesne narzędzia internetowe pozwalają użytkownikom zarówno na współtworzenie i modyfikowanie treści dostępnych online, jak i decydowanie o tym, jakie treści mają do użytkowników docierać. W kontekście zjawiska przeładowania informacyjnego (ang. *information overload*) wydaje się to szczególnie przydatne. Z tego względu coraz więcej serwisów internetowych oferuje użytkownikom możliwość skorzystania z kanałów RSS (ang. *Really Simple Syndication*). Kanał RSS jest formatem przekazywania informacji – umowną rodziną języków znacznikowych, służących do przesyłania nagłówków wiadomości, pojawiających się w wybranych serwisach internetowych²²⁵. RSS agreguje wiadomości, a następnie umożliwia wyodrębnienie struktury dokumentu. Użytkownik dodaje interesującą go stronę internetową, obsługującą system RSS, do czytnika RSS (tzw. subskrypcja), aby następnie otrzymywać nagłówki pojawiających się w serwisie nowych artykułów. Dzięki temu internauta nie musi przeszukiwać interesujących go stron internetowych, ponieważ nagłówki nowych artykułów pochodzących z subskrybowanych kanałów pojawiają się w czytniku RSS tuż po ich opublikowaniu. Jeśli nagłówek artykułu wyda się użytkownikowi interesujący, może przejść bezpośrednio na stronę subskrybowanego serwisu, w którym zamieszczono pełen tekst wiadomości.

Czytniki RSS są programami gromadzącymi informacje z wielu źródeł i prezentującymi je odbiorcom²²⁶. Opierają się zwykle na języku XML, a swoim funkcjonowaniem przypominają programy pocztowe – otrzymywane nagłówki wiadomości można m.in. sortować czy oznaczyć jako przeczytane. Funkcję czytników spełniają obecnie również przeglądarki internetowe oraz niektóre komunikatory.

²²⁵ N. Michałek, *Społecznościowy charakter serwisów z ofertami pracy – budowa i ich funkcjonalność*, „Studia Informatica” 2011, nr 28 (656), s. 304.

²²⁶ L. Derfert-Wolf, *Blogi i RSS dla bibliotekarzy i bibliotek*. Biuletyn EBIB [online] 2007, nr 7 (88) [dostęp 27.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.ebib.info/2007/88/a.php?derfert>.

W przypadku bibliotek kanały RSS wykorzystywane są najczęściej do informowania użytkowników o aktualnościach i bieżących wydarzeniach związanych z funkcjonowaniem placówek, m.in. o zmianach godzin otwarcia, szkoleniach, konferencjach, wystawach, imprezach odbywających się w bibliotekach itp.²²⁷ Zamieszczane są zwykle na stronach domowych bibliotek, blogach, serwisach aktualności, gazetach oraz bibliotekach cyfrowych.

Obecnie funkcje kanałów RSS coraz częściej przejmują tablice serwisów społecznościowych²²⁸, które agregują informacje udostępnione przez znajomych użytkownika oraz, jak w przypadku serwisu Facebook, także przez fanpage, którego polubienie zadeklarował (por. rozdz. 4.1).

4.6 Komunikatory internetowe

Komunikacja synchroniczna, polegająca na przekazywaniu informacji w czasie rzeczywistym, jest obecnie jedną z bardziej popularnych metod prowadzenia dyskusji. Wymaga ona równoczesnej obecności zarówno nadawcy, jak i odbiorcy wiadomości²²⁹. Komunikacja synchroniczna, zapoczątkowana pod koniec lat 80., zyskała na popularności w latach 90. XX w.²³⁰ Najpowszechniejszą formą omawianej interakcji było na początku XXI w. prowadzenie rozmów przy pomocy czatu²³¹ (ang. *chat* – *pogawędka*, *rozmowa*), np. IRC, AOL Instant Messenger, MSN Messenger. Również obecnie rozmowy przy użyciu komunikatorów internetowych (w formie pisanej) są bardziej popularne niż rozmowy głosowe prowadzone online, zwłaszcza w przypadku użytkowników młodszych i w średnim wieku²³².

²²⁷ A. Sidorczuk, A. Gogiel-Kuźmicka, *Web 1.0, Web 2.0 czy może już Web 3.0? – narzędzia i technologie informacyjno-komunikacyjne stosowane na stronach WWW bibliotek technicznych szkół wyższych w Polsce*. Biuletyn EBIB [online] 2012, nr 2 (129), [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://www.ebib.pl/images/stories/numery/129/129_sidorczuk.pdf.

²²⁸ J.F. Woźniak, *Facebook z nową opcją „zachowaj na później” z powodzeniem zastąpi kanały RSS*. Spidersweb.pl [online] [dostęp 02.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.spidersweb.pl/2012/08/facebook-z-nowa-opcja-%E2%80%9Ezachowaj-na-pozniej-z-powodzeniem-zastapi-kanały-rss.html>.

²²⁹ L. Szymański, *Formy komunikacji internetowej*, „Scripta Comeniana Lesnensia” 2007, nr 5, s. 179.

²³⁰ J. Oikarinen, *IRC History by Jarkko Oikarinen*. Irc.org [online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://www.irc.org/history_docs/jarkko.html.

²³¹ P. Zalewski, *Jak z sieci korzystają aktywni internauci*. IDG.pl [online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.idg.pl/news/98528.html>.

²³² *Korzystanie z Internetu*. CBOS.pl [online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2012/K_081_12.PDF.

Najstarszą formą pisemnej komunikacji synchronicznej jest IRC (ang. *Internet Relay Chat*), stworzony przez Jarkko Oikarinen w 1988 r. na fińskim uniwersytecie Oulu. IRC jest usługą sieciową umożliwiającą prowadzenie pisemnych konwersacji w czasie rzeczywistym. Rozmowy odbywają się w tzw. wirtualnych pomieszczeniach, a każdemu z nich przypisany jest określony temat²³³. Konwersacje dzielą się na prywatne, dostępne tylko dla dwóch zainteresowanych stron, oraz publiczne, prowadzone na forum i śledzone przez wszystkich użytkowników danego pomieszczenia. Uczestnicy rozmów pozostają najczęściej anonimowi – nie ujawniają swoich imion, płci czy wieku, a jedynie przyjmują pseudonim (tzw. nick), który zachowują podczas kolejnych konwersacji bądź zmieniają w przypadku każdej nowej rozmowy. Nie przeszkadza to jednak użytkownikom w nawiązywaniu przyjaźni i emocjonalnym angażowaniu się w rozmowy, co wbrew pozorom jest dość częste²³⁴.

W podobny sposób funkcjonują inne, aktualne czaty – użytkownik wybiera tematykę rozmowy (wirtualne pokoje rozmów), a następnie przyjmuje pseudonim i dołącza do konwersacji. Bardzo popularne jest stosowanie podczas konwersacji tzw. emotikon, czyli ikon wyrażających stany emocjonalne nadawców, jak również akronimów oraz tekstów pisanych bez polskich znaków diakrytycznych, co może w dłuższej perspektywie prowadzić do zubożenia języka²³⁵. Problem ten został opisany m.in. przez mgr Annę Martens, która twierdzi, że omawiany sposób wyrażania myśli „[...] przyzwyczajają do języka potocznego w formie jeszcze bardziej skrótovej niż język potoczny mówiony, dopuszcza błędy, tym samym je utrwalając, ogranicza zasób stosowanego słownictwa i wyrabia zwyczaj posługiwania się zapożyczeniami. Wszystkie te czynniki mogą prowadzić (a w wielu dziedzinach życia już się tak dzieje) do zaśmiecania języka i jego ubożenia”²³⁶. Nad przestrzeganiem zasad obowiązujących na czacie mogą czuwać operatorzy (moderatorzy), czyli osoby wyznaczone przez administratora serwisu do pilnowania porządku. W zależności od reguł przyjętych dla danego czatu, operator może zablokować dostęp do rozmów użytkownikowi,

²³³ M. Tobolova, *Komunikacja językowa w polskim Internecie (na podstawie wybranych rozmów użytkowników komunikatorów)* [online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://is.muni.cz/th/179322/ff_m/Tobolova_dip_koncerna_verze.pdf.

²³⁴ Ibid.

²³⁵ Ibid.

²³⁶ A. Martens, *Zasady komunikacji internetowej* [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://www.google.pl/url?url=http://kandydaci.wsiz.rzeszow.pl/userfiles/file/Zasady%2520komunikacji%2520internetowej_Martens.ppt&rct=j&frm=1&q=&esrc=s&sa=U&ei=ZtBMVLv9Gdbxap6GgoGF&ved=0CBMQFjAA&usg=AFQjCNESl0MuK8pMwC1k88upwm-7MRyXfw.

który nagminnie łamie panujące zasady, m.in. utrudnia prowadzenie rozmów, obraża innych użytkowników czy używa niecenzuralnych słów²³⁷. Obecnie rozwijają się również nowe formy czatów – wideochaty oraz voicechaty, wykorzystujące przekaz audio i wideo.

Bardziej rozwiniętą formą komunikacji synchronicznej, która podobnie jak serwisy społecznościowe, opiera się głównie na liście znajomych, są komunikatory internetowe (ang. Instant Messaging). Posiadają one jeszcze bardziej zaawansowane i zróżnicowane funkcje niż czaty. Komunikatory oferują system statusów, dzięki którym użytkownicy decydują, czy są dostępni do prowadzenia konwersacji (status aktywny), czy może ich obecność przy komputerze ma być utajona przed pozostałymi użytkownikami na liście znajomych lub określona w inny sposób (zaraz wracam, jestem zajęty itp.). Rozmowy mogą obejmować dwie lub więcej osób i możliwe jest pozostawienie wiadomości użytkownikowi, który w danej chwili nie znajduje się online. Konwersacje mogą przybierać postać rozmów głosowych oraz wideokonferencji, możliwe jest także przysyłanie załączników i archiwizowanie rozmów²³⁸. Jednymi z najbardziej znanych komunikatorów internetowych wykorzystywanych przez polskich użytkowników są m.in. Skype, Facebook Messenger, Gadu-Gadu, Tlen, Spik, AQQ, ICQ.

Komunikacja synchroniczna jest intensywnie rozwijana również w bibliotekach od końca lat 90. XX w. Bibliotekami najbardziej zaawansowanymi w rozwoju tego typu komunikacji są instytucje amerykańskie, a w Europie głównie biblioteki brytyjskie, irlandzkie, holenderskie oraz skandynawskie²³⁹. Ten rodzaj komunikacji umożliwia bibliotekarzom uszczegółowienie zapytań użytkowników i doprecyzowanie wyników wyszukiwawczych bądź kwerend w czasie rzeczywistym. Bibliotekarze wykorzystują zwykle do komunikacji synchronicznej istniejące, darmowe narzędzia, np. komunikator Gadu-Gadu, Skype, MSN czy ICQ²⁴⁰. Wymienione programy muszą być jednak instalowane na komputerze użytkownika i posiadają jedynie podstawowe funkcje. Biblioteki coraz częściej stosują więc programy typu Web contact center, które nie wymagają instalacji oprogramowania na dys-

²³⁷ A. Błachnio, *Czat – nowe miejsce spotkań. Lepiej wirtualnie, czy realnie?* *Kultura Popularna* [online] 2003, nr 3 [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.psychologia.net.pl/artukul.php? level = 29>.

²³⁸ Z. Meger, *Nowe narzędzia edukacyjne w sieciach społecznościowych*, [w:] *E-learning – narzędzia i praktyka*, pod red. M. Dąbrowskiego i M. Zajac, Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 2012, s. 52.

²³⁹ L. Derfert-Wolf, *Elektroniczne usługi informacyjne typu pytanie-odpowiedź – światowe trendy i doświadczenia bibliotek* [online] [dostęp 05.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://eprints.rclis.org/7134/1/derfert_uslugi.pdf.

²⁴⁰ Ibid.

ku użytkownika, udostępniając jednocześnie technologię typu czat. Niektóre biblioteki wykorzystują systemy komercyjne stworzone dla rozwiązań biznesowych, np. eGain Live, LivePerson, Humanclick, bądź korzystają z programów stworzonych z myślą o nich, np. 24/7 Reference, QuestionPoints OCLC, Virtual Reference Software, Ask A Librarian, Docutek VRLplus itp.²⁴¹

4.7 Pozostałe narzędzia Web 2.0

4.7.1 Listy dyskusyjne

Wraz z rozwojem Internetu narodziła się potrzeba wymiany informacji nie tylko pomiędzy dwoma użytkownikami jednocześnie, ale również dyskusji w szerszym gronie osób. Najstarszą formą działania grup dyskusyjnych są listy dyskusyjne, które polegają na automatycznym rozsyłaniu e-maili do osób wpisanych na listę²⁴². Idea listy jest bardzo prosta i wymaga od użytkownika jedynie posiadania konta pocztowego. Wyróżnia się listy dyskusyjne otwarte, do których każdy może się zapisać oraz listy zamknięte, w których to administrator decyduje o tym, czy dany internauta dołączy do grupy dyskusyjnej. Listy dyskusyjne są obecnie coraz rzadziej wykorzystywane ponieważ ich funkcje w dużym stopniu przejmują serwisy społecznościowe oraz fora internetowe (dyskusyjne).

4.7.2 Forum dyskusyjne

Forum dyskusyjne jest rodzajem serwisu internetowego służącego do wymiany opinii, poglądów i porad. Użytkownicy mogą zakładać nowe tematy, czytać wypowiedzi innych użytkowników oraz odpowiadać na nie²⁴³. Według informacji zaprezentowanych w serwisie Forum-software w formie osi czasu, pierwsze forum internetowe, służące prowadzeniu dyskusji przez członków konsorcjum W3C, funkcjonowało od roku 1994²⁴⁴. Fora posiadają zwykle wyodrębnione działy, które

²⁴¹ Ibid.

²⁴² Grupa dyskusyjna. Słownik komputerowy [online] [dostęp 10.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://slownikkomputerowy.pl/hasla/g/grupa-dyskusyjna.aspx>.

²⁴³ Forum dyskusyjne. Słownik komputerowy [online] [dostęp 10.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://slownikkomputerowy.pl/hasla/f/forum-dyskusyjne.aspx>.

²⁴⁴ Forum Software Timeline 1994-2012. Forum-software.org [online] [dostęp 10.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.forum-software.org/forum-software-timeline-from-1994-to-today>.

pozwalają na grupowanie wątków dyskusji dotyczących podobnych zagadnień w szerszych kategoriach tematycznych. Fora internetowe mogą być moderowane – wówczas uprawniony użytkownik (moderator) lub grupa użytkowników sprawują pieczę nad treścią strony – poddają edycji wypowiedzi, które łamią obowiązujące zasady lub zaświadczają wszystkie posty wysyłane przez użytkowników przed ich opublikowaniem. W przypadku forów niemoderowanych, wypowiedzi użytkowników nie są poddawane edycji i trafiają na stronę internetową tuż po ich opublikowaniu²⁴⁵. Wyróżnia się fora:

- anonimowe, w których użytkownicy nie muszą rejestrować się w serwisie,
- półanonimowe, w których proces rejestracji jest uproszczony i nie wymaga potwierdzania tożsamości (np. poprzez weryfikację adresu e-mail),
- restrykcyjne, wymagające rejestracji, o złożonym sposobie weryfikacji danych użytkownika,
- prywatne, zarezerwowane dla określonej grupy użytkowników²⁴⁶.

Fora dyskusyjne oparte są na różnego typu aplikacjach i oprogramowaniu, np. PhpBB, vBulletin, MyBB, XenForo, IP.Board itp.²⁴⁷

Fora dyskusyjne są wykorzystywane także w działalności bibliotek – stanowią wygodne narzędzie do komunikacji między bibliotekarzami a użytkownikami usług bibliotecznych²⁴⁸. Narzędzia te można najczęściej spotkać na stronach internetowych bibliotek publicznych. Najpopularniejszymi tematami poruszonymi podczas dyskusji na forach bibliotecznych są informacje na temat bieżącej działalności bibliotek, recenzje książek i innych materiałów bibliotecznych, proponowane przez czytelników nabytki, które należałoby dodać do zbiorów, a także również różnorodne sprawy niezwiązane z bibliotekami, jak np. hobby, upodobania użytkowników bibliotek, wydarzenia lokalne.

4.7.3 Podcasty i wideocasty

Mniej znanymi i rozpoznawalnymi narzędziami charakterystycznymi dla Internetu Drugiej Generacji są podcasty (podcasting) i wideocasty (wideocasting), czyli publikacje internetowe wykorzystujące dźwięk lub dźwięk i obraz, ukazujące się zazwyczaj w formie regularnych odcinków, często subskrybowanych przy pomocy kanałów RSS, w popu-

²⁴⁵ *Forum dyskusyjne*, op. cit.

²⁴⁶ *Forum dyskusyjne*, op. cit.

²⁴⁷ *Forum Software Timeline...*, op. cit.

²⁴⁸ A. Koszowska, *O bibliotecznych forach dyskusyjnych...*, op. cit.

larnych formatach audio i wideo²⁴⁹. Mogą one występować w postaci bloga, audycji radiowej, odcinków historii czytanej przez lektora bądź serii krótkich filmów. Sam termin *podcasting* jest akronimem określenia *Personal on Demand Broadcasting*²⁵⁰, który można rozumieć jako „transmisję na żądanie”. Coraz częściej pojęcie podcastu rozumiane jest szerzej i obejmuje ono wszelkie materiały audiowizualne ukazujące się w odcinkach, w tym także wideoCASTy, vodCASTy (nagrania filmowe) oraz screencASTy (zapisy zdarzeń prezentowanych na ekranie komputera, wykorzystywanych najczęściej do filmów instruktażowych)²⁵¹.

Podcasty pojawiają się również na stronach internetowych bibliotek i najczęściej rejestrują wydarzenia kulturalne w bibliotekach, wywiady z pracownikami, dyrekcją, zaproszonymi gośćmi, informacje o usługach i zbliżających się imprezach²⁵². Przykładem podcastu poruszającego temat książek i czytelnictwa jest *Głos*, w którym autor Paweł Piotrowicz przedstawia recenzje nowych książek i informacje z rynku wydawniczego²⁵³.

4.7.4 Indywidualizacja usług i narzędzi

Użytkownicy na co dzień korzystający z licznych narzędzi i usług dostępnych w Sieci, często sztytch na miarę i dostosowanych w jak największym stopniu do ich potrzeb, oczekują podobnych udogodnień także od bibliotek. Aby sprostać tym wymaganiom, niektóre witryny internetowe bibliotek umożliwiają personalizację i dostosowanie wybranych parametrów do upodobań internautów. Jednym z częściej spotykanych rozwiązań jest możliwość dopasowania wyglądu strony internetowej do potrzeb użytkownika, m.in. dostosowanie kontrastu, wielkości czcionki, koloru tła i innych elementów, co pozwala na zindywidualizowanie witryny i wpływa na stopień satysfakcji odbiorcy informacji.

Funkcją wpisującą się w założenia koncepcji Web 2.0, charakterystyczną dla bibliotek, jest możliwość zaproponowania przez użytkowników publikacji, które w ich opinii powinny znaleźć się w zbiorach

²⁴⁹ E. Palka, *Podcast jako narzędzie dydaktyczne na platformie OLAT, „E-mentor”* 2011, nr 4 (41), s. 55.

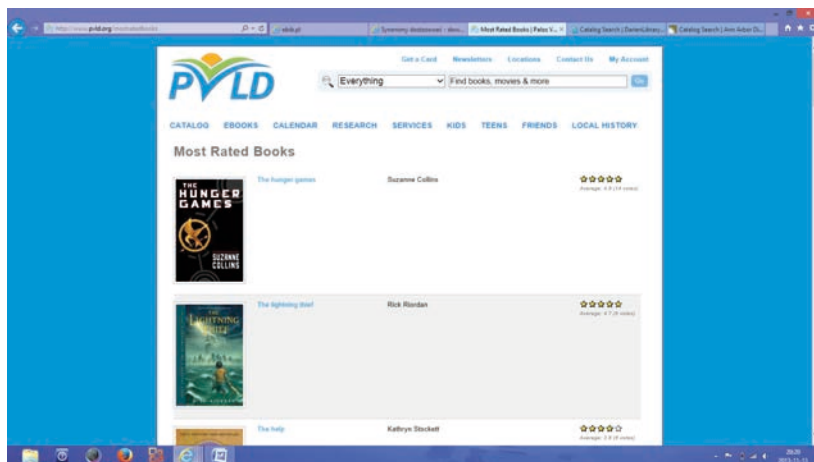
²⁵⁰ R.R. Gajewski, op. cit., s. 35.

²⁵¹ M. Andrzejewska, A. Stolińska, A. Pitula, *Web 2.0 i mobilne media w procesie uczenia się studentów – analiza wyników badań własnych*, „Studia Informatica” 2012, nr. 30 (733), s. 14.

²⁵² B. Jaskowska, *Jak łapać użytkownika w sieć...*, op. cit., s. 91.

²⁵³ G. Gmiterek, *Library 2.0. Możliwości zastosowania Web 2.0 w bibliotekach polskich*. Biuletyn EBIB [online] 2007, nr 4 (85) [dostęp 12.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.ebib.pl/2007/85/a.php?gmiterek>.

danej placówki. Daje to bibliotekom możliwość zgłębienia potrzeb informacyjnych użytkowników, a następnie, w miarę możliwości, ich zaspokojenia poprzez nabycie sugerowanych pozycji książkowych lub przedmiotów innego typu. Czytelnicy proponujący publikacje do zbiorów biblioteki czują zwykle satysfakcję z tego, że mogą wpływać na zawartość kolekcji. Podobne odczucia wzbudza możliwość zamieszczenia przez czytelników recenzji książek i innych publikacji na bibliotecznej stronie internetowej. Takie funkcje są nadal rzadkością w polskich serwisach i pojawiają się niekiedy na bibliotecznych blogach lub stronach poszczególnych placówek w serwisach społecznościowych. Coraz więcej bibliotek umożliwia dodawanie recenzji publikacji bezpośrednio w katalogu OPAC (por. rozdz. 4.7.5) lub ich ocenianie i tworzenie list najpopularniejszych dzieł, jak przedstawiono na Ilustracji 3.



Ilustracja 3. Lista najpopularniejszych dzieł w Bibliotece Palos Verdes Library District.

Źródło: *Most rated books*. Palos Verdes Library District [online] [dostęp 12.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.pvld.org/mostrated-books>.

4.7.5 Społeczny katalog biblioteczny

Charakterystycznym dla bibliotek i ośrodków informacji narzędziem Internetu Drugiej Generacji jest społeczny katalog biblioteczny, nazywany inaczej *społecznym OPAC*, *sOPAC*, *katalogiem Biblioteki 2.0* (ang. *Library 2.0 catalog*, *the third generation catalog*, *next generation library*

catalog)²⁵⁴. Koncepcja katalogu nowej generacji powstała z połączenia katalogu bibliotecznego online i narzędzi ułatwiających użytkownikom dostęp do informacji oraz wspomagających proces wyszukiwawczy. Cechami odróżniającymi katalog nowej generacji od jego tradycyjnych wersji są m.in.:

- proste okno wyszukiwania słów kluczowych, wizualnie w jak największym stopniu podobne do okna wyszukiwania w popularnych wyszukiwarkach internetowych, zawierające odnośnik do strony wyszukiwania zaawansowanego;
- nawigacja fasetowa, umożliwiająca zawężenie wyników wyszukiwania przy pomocy filtrów (faset), które mogą obejmować zróżnicowane kryteria: tematyka publikacji, autor, typ materiału, daty, serie itp.;
- ranking wyników, oparty nie tylko na częstotliwości występowania i miejscu słów kluczowych w opisie publikacji, ale również na popularności danej publikacji wśród użytkowników (liczba wypożyczeń, liczba odsłon opisu katalogowego) czy na popularności tagów, opisujących daną publikację;
- wyszukiwanie stowarzyszone, polegające na przeszukiwaniu wielu baz danych lub kolekcji jednocześnie;
- treści dodawane przez użytkowników do rekordów bibliotecznych, np. opisy publikacji, recenzje, oceny, komentarze, tagi;
- automatyczna korekta pisowni;
- podpowiedzi, *Czy chodzi Ci o ...?* w przypadku błędnej pisowni bądź braku wyników wyszukiwania;
- polecanie powiązanych treści, polegające na podpowiadaniu użytkownikom materiałów o podobnej tematyce lub powiązanych w inny sposób z poszukiwanymi przez nich publikacjami, np. *Czytelnicy wypożyczający tę książkę wypożyczyli również...*;
- kanały RSS, informujące m.in. o nowościach w katalogu i aktualnościach²⁵⁵.

Powyższe rozwiązania mają na celu ułatwienie użytkownikom efektywnego wyszukiwania w katalogu zarówno danych, jak i informacji. Odgrywają one szczególną rolę w serwisach bibliotek akademickich i naukowych, wspomagając studentów w nauce, wykładowców w procesie dydaktycznym i badaczy w realizacji projektów.

²⁵⁴ S.Q. Yang, M.A. Hofmann, *The Next Generation Library Catalog: A Comparative Study of the OPACs of Koha, Evergreen, and Voyager*, "Information Technology and Libraries" 2010, Vol. 29, No. 3, p. 141.

²⁵⁵ Ibid., p. 146.

4.7.6 Geolokalizacja

Wśród narzędzi ułatwiających geolokalizację (rozpoznanie położenia geograficznego danego miejsca) na szczególną uwagę zasługują mapy interaktywne dostępne w serwisie Google Maps²⁵⁶ i podobnych witrynach. Mapy dostępne online różnią się od statycznych wersji możliwością zindywidualizowania usług. Użytkownicy mogą wykorzystywać interaktywne mapy do własnych potrzeb, m.in. wyznaczać trasy i tworzyć spersonalizowane mapy dzięki lokalizacji ulubionych bądź najczęściej odwiedzanych miejsc. Mapy dostępne w serwisie Google Maps są jednymi z najpopularniejszych i najczęściej wykorzystywanych, głównie przez przedsiębiorstwa komercyjne, ale także przez organizacje non profit. Coraz więcej bibliotek umożliwia odbiorcom ich usług korzystanie z interaktywnych map, pozwalających m.in. na dokładne zlokalizowanie siedziby biblioteki, orientację przy pomocy zdjęć satelitarnych, wytyczenie i zaplanowanie trasy dotarcia, a nawet dających dostęp do multimediów (głównie zdjęć i nagrań filmowych) tematycznie związanych z danym miejscem w przestrzeni rzeczywistej. Użytkownicy mogą korzystać z map w urządzeniach mobilnych, np. smartfonach czy tabletach, tworzyć własne mapy z zaznaczonymi ulubionymi miejscami i oceniać odwiedzane lokalizacje.

²⁵⁶ Mapy Google [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://maps.google.pl/>.

Zakończenie

Nowe koncepcje i narzędzia internetowe są coraz częściej wykorzystywane przez biblioteki różnego typu w ich codziennej działalności. Szczególnie dynamicznie rozwija się zjawisko Internetu Drugiej Generacji, które adaptowane jest przez coraz szersze grono tych instytucji. W niniejszej pracy podjęto próbę zaprezentowania znaczącego wpływu rozwoju idei Web 2.0 na funkcjonowanie współczesnych bibliotek. Przyczynia się do tego przede wszystkim zmiana środowiska informacyjnego współczesnych użytkowników bibliotek, którzy oczekują możliwości współtworzenia zasobów multimedialnych i szybkiego dzielenia się nimi, a także zjawisko konwergencji mediów, w których treści i przekazy przenikają się wzajemnie. Odpowiednio dobrane narzędzia Internetu Drugiej Generacji dostępne w bibliotecznych serwisach internetowych mogą przyczynić się do poprawy jakości komunikowania użytkowników i bibliotekarzy, zwiększenia zaangażowania użytkowników w tworzenie treści dostępnych na stronie i lepszego zaspokojenia potrzeb informacyjnych użytkowników. Jednak koncepcja Biblioteki 2.0 nie ogranicza się jedynie do wykorzystania nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych, lecz polega na szerokim otwarciu się bibliotek na użytkowników, umożliwieniu im realnego wpływu na działalność poszczególnych placówek czy ułatwieniu stworzenia wirtualnych społeczności skupionych wokół konkretnych tematów.

Na podstawie przeprowadzonej analizy literatury z zakresu bibliotekoznawstwa i informacji naukowej oraz mediów społecznościowych, a także obserwacji działań realizowanych przez placówki biblioteczne, zauważyć można, że wykorzystanie koncepcji i narzędzi Internetu Drugiej Generacji w modelu funkcjonowania współczesnych bibliotek staje się szczególnie istotne. Działalność bibliotek, zwłaszcza w ciągu ostatnich kilkunastu lat, opiera się na ciągłym dostosowywaniu do wymagań współczesnych odbiorców. Środowisko informacyjne użytkowników nowych mediów permanentnie ewoluuje, oddziałując w zasadniczy sposób na model organizacji i sposób pracy placówek bibliotecznych. Zjawisko Web 2.0 ułatwia bibliotekom dostosowywanie się do ciągłych zmian i oczekiwań użytkowników, a także umożliwia rozwijanie usług bibliotecznych w celu dotarcia do obecnych i potencjalnych czy-

telników. Biblioteki podejmują się realizacji wspomnianych działań, wykorzystując w tym celu interaktywne i multimedialne technologie sieciowe, często o charakterze społecznościowym. Narzędzia Web 2.0 umożliwiają współpracę czytelników i bibliotekarzy w realizacji tradycyjnych procesów bibliotecznych, w udostępnianiu usług informacyjnych oraz kształtowaniu zasobów bibliotek. Szczególną rolę odgrywają także w realizacji funkcji marketingowej bibliotek. Technologie Internetu Drugiej Generacji stosowane w bibliotekach nie tylko pomagają budować wizerunek tych instytucji i dostarczać czytelnikom informacji na temat kolekcji i usług bibliotecznych, ale zapewniają również informację zwrotną od użytkowników adresowaną do organizacji.

Zagadnienie Internetu Drugiej Generacji, a w szczególności Biblioteki 2.0, staje się coraz bliższe bibliotekarzom i pracownikom służb informacyjnych różnych instytucji. Z tego względu kształcenie przyszłych pracowników bibliotek powinno obejmować poznawanie nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych przydatnych w przyszłym środowisku pracy, co niewątpliwie wymaga ciągłej aktualizacji treści programów nauczania. Przydatne w tym zakresie wydaje się również stworzenie szkoleń (np. w postaci kursów e-learningowych), pozwalających pracownikom instytucji informacyjnych na uzupełnienie swojej wiedzy w zakresie zagadnień związanych m.in. z Web 2.0. Niepośledni wkład w szerzenie idei Biblioteki 2.0 mają sami bibliotekarze, wykorzystujący potencjał i narzędzia Web 2.0 w swojej codziennej pracy, a następnie dzielący się swoimi doświadczeniami poprzez blogi poświęcone tematyce okołobibliotecznej, na forach internetowych, w serwisach społecznościowych, podczas konferencji czy dzięki zamieszczaniu materiałów (prezentacji, nagrań wideo) w popularnych serwisach umożliwiających dzielenie się nimi z innymi użytkownikami. Rozwój Sieci Drugiej Generacji i wykorzystanie narzędzi z nią związanych w bibliotekarstwie staje się inspiracją dla pracowników bibliotek do ponownego spojrzenia i zweryfikowania modelu funkcjonowania tych placówek, a następnie próby ich przystosowania do zmieniającego się środowiska.

Bibliografia

I. Opracowania

A Librarian's 2.0 Manifesto. YouTube [online] [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://liblogs.albany.edu/library20/2006/11/a_librarians_20_manifesto.html.

About W3C. W3C [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.w3.org/Consortium/>.

Aharony, Noa, *Librarians and information scientists in the blogosphere: an exploratory analysis*, "Library & Information Science Research" 2009, Vol. 31, Iss. 3, p. 174-181.

Al-Daihani, Sultan, *The knowledge of Web 2.0 by library and information science academics*, "Education for Information" 2009, Vol. 27, p. 39-55.

Alexander, Bryan, *Deepening the Chasm: Web 2.0, Gaming, and Course Management System*. Journal of Online Learning and Teaching [online] 2008, Vol. 4, No. 2 [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://jolt.merlot.org/Vol4_No2.htm.

Alexander, Bryan, *Social Networking in Higher Education*, [in:] Richard Katz, ed., *The Tower and The Cloud: Higher Education in the Age of Cloud Computing*, Berkeley: Educause, 2008, p. 197-201.

Alexander, Bryan, *Web 2.0: A New Wave of Innovation for Teaching and Learning?* "EDUCAUSE Review" 2006, Vol. 41, No. 2, p. 32-44.

Anderson, Paul, *All That Glitters Is Not Gold – Web 2.0 And The Librarian*, "Journal of Librarianship and Information Science", Vol. 39 (4), p. 195-198.

Anderson, Paul, *What is Web 2.0? Ideas, technologies and implications for education* [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>.

Andrzejewska, Magdalena; Stolińska, Anna; Piśula, Alicja, *Web 2.0 i mobilne media w procesie uczenia się studentów – analiza wyników badań własnych*, „Studia Informatica” 2012, nr 30 (733), s. 7-20.

Anttiroiko, Ari-Veikko; Savolainen, Reijo, *Towards Library 2.0: The Adoption of Web 2.0 Technologies in Public Libraries*, "Libri" 2011, Vol. 61, p. 87-99.

August 2013 Net Server Survey. Netcraft [online] [dostęp 29.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://news.netcraft.com/archives/2013/08/09/august-2013-web-server-survey.html>.

Babik, Wiesław; Sikorska, Marta, *Blogi naukowe narzędziem upowszechniania informacji i wiedzy* [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://www.ktime.up.krakow.pl/symp2013/referaty_2013_10/babik.pdf.

Basara, Zbigniew, *Czytelnicy do klawiatur*, „Gazeta Wyborcza” nr 52 z dn. 02.03.2007, s. 15.

Batorowska, Hanna, *Od alfabetyzacji informacyjnej do kultury informacyjnej: rozważania o dojrzałości*, Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2013.

Biancu, Bonaria, *Library 2.0 Meme Map*. DocSlice [online] [dostęp 24.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://docslide.us/documents/going-social-the-librarians-bag-of-tricks-bonaria-biancu-informare-a-distanza-20-condividere-e-cooperare-nel-reference-oggi-firenze-12-aprile-2007.html>.

Biblioteka 2.0. Wikipedia [online] [dostęp 24.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://pl.wikipedia.org/wiki/Biblioteka_2.0.

Błachnio, Agata, *Czat – nowe miejsce spotkań. Lepiej wirtualnie, czy realnie?* *Kultura Popularna* [online] 2003, nr 3 [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.psychologia.net.pl/artikul.php?level=29>.

Casey, Michael; Savastinuk, Laura C., *Service for the next-generation library*, “Library Journal” 2006, No. 131 (1), p. 40-42.

Casey, Michael, *Working Towards a Definition of Library 2.0*. Library Crunch [online] [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://librarycrunch.com/2005/10/working_towards_a_definition_o.html.

Casey, Michael; Savastinuk, Laura C., *Library 2.0: A Guide to Participatory Library Service*, New Jersey: Information Today, 2007.

Casey, Michael; Savastinuk, Laura C.; Whitney, Gretchen, *Library 2.0: A Guide to Participatory Library Service*, “Library Quarterly” 2008, No. 78 (2), p. 229-230.

Castells, Manuel, *Galaktyka Internetu: refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań: Rebis, 2003.

Chodak, Grzegorz, *Efektywne wykorzystanie Internetu w biznesie* [online] [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://www.ioz.pwr.wroc.pl/Pracownicy/Chodak/wykorzystanie_internetu.htm.

Coelho, Helena Sofia, *Web 2.0 in Academic Libraries in Portuguese Public Universities: A Longitudinal Study*, “Libri”, Vol. 61, December 2011, p. 249-257.

Co to jest aplikacja webowa? Magnetic Point [online] [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.magneticpoint.com/co-to-jest-aplikacja-webowa>.

Crawford, Walt, *Library 2.0 and ,Library 2.0'*. Cities and Insights [online] 2006, Vol. 6, No. 2 [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://cite-sandinsights.info/v6i2a.htm>.

Derfert-Wolf, Lidia, *Blogi i RSS dla bibliotekarzy i bibliotek*. Biuletyn EBIB [online] 2007, nr 7 (88) [dostęp 27.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.ebib.info/2007/88/a.php?derfert>.

Derfert-Wolf, Lidia, *Elektroniczne usługi informacyjne typu pytanie-odpowieź – światowe trendy i doświadczenia bibliotek* [online] [dostęp 05.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://eprints.rclis.org/7134/1/derfert_uslugi.pdf.

Doctorow, Cory i in., *Blogging: przewodnik*, tł. P. Kresak, Warszawa: Wydaw. RM, 2003.

Esse, Ugwunwa Chinyere, *Library 2.0: Perception, Knowledge and Reception among Information Professionals at Covenant University Library*, "IFE Psychologia" 2013, Vol. 21, Iss. 2, p. 181-189.

Facebook Overview Statistics. Social Bakers [online] [dostęp 05.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.socialbakers.com/facebook-overview-statistics/>.

Facebookowi przybyło w Polsce ponad 1 mln użytkowników. Socialpress [online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://socialpress.pl/2015/03/facebookowi-przybylo-w-polsce-ponad-1-mln-uzytkownikow/#>.

Fascinating #SocialMedia Stats 2015: Facebook, Twitter, Pinterest, Google+. Digital Information World [online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.digitalinformationworld.com/2015/02/fascinating-social-networking-stats-2015.html>.

Firma. Google [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.google.com/intl/pl/about/company/>.

Filiciak, Mirosław; Hofmokl, Justyna; Tarkowski, Alek, *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści* [online]. Warszawa 2012 [dostęp 08.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://obiegikultury.centrumcyfrowe.pl/>.

Filipczak, Małgorzata, *Jak daleko stąd do nowoczesności – w stronę biblioteki drugiej generacji*. Biuletyn EBIB [online] 2008, nr 92 [dostęp 30.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.ebib.info/2008/92/a.php?filipczak>.

Forum dyskusyjne. Słownik komputerowy [online] [dostęp 10.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://slownikkomputerowy.pl/hasla/f/forum-dyskusyjne.aspx>.

Forum Software Timeline 1994-2012. Forum-software.org [online] [dostęp 10.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.forum-software.org/forum-software-timeline-from-1994-to-today>.

Frankowski, Paweł, *Firmowa strona WWW. Idee, strategia, realizacja*, Gliwice: Helion, 2010.

Friendster. Wikipedia [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://en.wikipedia.org/wiki/Friendster>.

Frontczak, Tomasz, *Empikowi wyrósł długi ogon. Czym jest the long tail?* Sprawny Marketing [online] [dostęp 06.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.sprawnymarketing.pl/artykuly/empik-dlugi-ogon/>.

Gajewski, Ryszard Robert, *Web 2.0 i multimedia w rapid e-learningu*, [w:] *Nowe media w edukacji 2008. Zastosowanie technik informacyjnych i komunikacyjnych w kształceniu*, Wrocław: Oficyna Wydawnicza Politechniki Wrocławskiej, 2008, s. 31-40.

Gienas, Krzysztof, *Naruszenie praw autorskich w związku z funkcjonowaniem serwisów Web 2.0*, „Radca Prawny” 2008, nr 6, s. 48-53.

Głowacka, Ewa, *Funkcja informacyjna internetowych stron WWW bibliotek na przykładzie polskich bibliotek uniwersyteckich*, „Przegląd Biblioteczny” 2000, z. 4, s. 46-53.

Gmiterek, Grzegorz, *Biblioteka w środowisku społecznościowego Internetu: Biblioteka 2.0*, Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2012.

Gmiterek, Grzegorz, *Library 2.0. Możliwości zastosowania Web 2.0 w bibliotekach polskich*. Biuletyn EBIB [online] 2007, nr 4 (85) [dostęp 12.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.ebib.pl/2007/85/a.php?gmiterek>.

Gogołek, Włodzimierz, *Komunikacja sieciowa. Uwarunkowania, kategorie i paradoksy*, Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, 2010.

Gregor, Bogdan; Kubiak, Tomasz, *Pomiar mediów społecznościowych Web 1.0 a Web 2.0*. Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych [online] 2013, nr 2(8) [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://minib.pl/pomiar-mediow-spolecznosciowych-web-1-0-web-2-0-2/>.

Grupa dyskusyjna. Słownik komputerowy [online] [dostęp 10.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://slownikkomputerowy.pl/hasla/g/grupa-dyskusyjna.aspx>.

Gumkowska, Anna; Maryl, Maciej; Toczyński, Piotr, *Blog to... blog. Blogi czytają blogerów. Raport z badania jakościowego zrealizowanego przez Instytut Badań Literackich PAN i Gazeta.pl*, [w:] *Tekst (w) sieci. Tekst – Język – Gatunki*, pod red. D. Ulickiej, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2009.

Henryk Batuta. Wikipedia [online] [dostęp 29.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://pl.wikipedia.org/wiki/Henryk_Batuta.

Hofmokl, Justyna, *Internet jako nowe dobro wspólne*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, cop. 2009.

Holmberg, Kim; Huvila, Isto; Kronqvist-Berg, Maria; Widén-Wulff, Gunilla, *What is Library 2.0?*, „Journal of Documentation” 2009, Vol. 65 (4), p. 668-681.

Jaskowska, Bożena; Dudczak, Adam, *Library 2.0 – rewolucja i przełom, czy kolejny etap rozwoju współczesnego bibliotekarstwa?* „Przegląd Biblioteczny” 2007, R. 75, z. 3, s. 354-365.

Jaskowska, Bożena, *Bądźmy tam, gdzie oni! Elementy social media marketingu w bibliotece* [online] [dostęp 06.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/2518/Jaskowska_BAD-ZMY_TAM_GDZIE_ONI.pdf?sequence=1.

Jaskowska, Bożena, *Jak łąpać użytkownika w sieć? Elementy marketingu 2.0 w bibliotece*, [w:] *Zarządzanie marketingowe biblioteką*, Poznań: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, 2008, s. 81-93.

Jaskowska, Bożena, *O kulturze konwergencji słów kilka*. Biuletyn EBIB [online] 2008, nr 1 (92) [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.ebib.info/2008/92/a.php?jaskowska>.

Jarosz, Bożena, *Blog jako zjawisko społeczne i artystyczne*, [w:] *Komputer w edukacji: 17. ogólnopolskie sympozjum naukowe, Kraków 28-29 września 2007*, pod red. J. Morbitzera, Kraków: Pracownia Technologii Nauczania AP, 2007, s. 76-85.

Jemielniak, Dariusz, *Życie wirtualnych dzikich. Netografia Wikipedii, największego projektu współtworzonego przez ludzi*, Warszawa: Poltext, 2013.

Jenkins, Henry, *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007.

Kaplan, Andreas M.; Haenlein, Michael, *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*, "Business Horizons" 2010, Vol. 53 (1), p. 59-68.

Kasperski, Mateusz, *Ile jest stron internetowych na świecie?* Komputer Świat [online] 2012, nr 11 [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.komputerswiat.pl/nawosci/internet/2012/11/ile-stron-internetowych-jest-na-swiecie.aspx>.

Kaznowski, Dominik, *Definicja social media. Networked digital age* [online] [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: networkeddigital.com/2010/04/17/definicja-social-media/.

Kaznowski, Dominik, *Definicja Web 2.0, definicja social media. Networked digital age* [online] [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://networkeddigital.com/2010/04/09/definicja-web-2-0-definicja-social-media/>.

Kaznowski, Dominik, *Podział i klasyfikacja social media. Networked digital age* [online] [dostęp 01.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://networkeddigital.com/2010/05/10/podzial-i-klasyfikacja-social-media/>.

Kim, Yong-Mi; Abbas, June, *Adoption of Library 2.0 functionalities by academic libraries and users: A knowledge management perspective*, "Journal of Academic Librarianship" 2010, Vol. 36 (3), p. 211-218.

Kim, Yong-Mi, *Factors affecting university library website design*, "Information Technology and Libraries" 2011, Vol. 30 (3), p. 99-107.

Kim, Yong-Mi, *Users' perceptions on university library website: A unifying view*, "Library & Information Science Research" 2011, Vol. 33 (1), p. 63-72.

Kisilowska, Małgorzata, *Biblioteka w sieci – sieć w bibliotece*, Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2010.

Konwergencja [online]. Słownik języka polskiego PWN [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://sjp.pwn.pl/szukaj/konwergencja>.

Koryszewski, Mariusz, *Zrób sobie blog – przegląd serwisów blogowych*. Gazeta.pl - Technologie [online] [dostęp 08.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://technologie.gazeta.pl/technologie/1,81028,5662687,Zrob_sobie_blog__przegląd_serwisow_blogowych.html.

Korzystanie z Internetu. CBOS.pl [online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2012/K_081_12.PDF

Koszowska, Agnieszka, *Jack Maness o teorii Biblioteki 2.0 oraz o tym, co Web 2.0 oznacza dla bibliotek*. Biuletyn EBIB [online] 2007, nr 85 [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.ebib.info/2007/85/a.php?koszowska>.

Koszowska, Agnieszka, *Nowe media w bibliotece*, [w:] *Bibliotekarstwo*, pod red. A. Tokarskiej, Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2013, s. 417-430.

Koszowska, Agnieszka, *O bibliotecznych forach dyskusyjnych słów kilka*. Biblioteka 2.0 [online] [dostęp 10.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://blog.biblioteka20.pl/?p=30>.

Koszowska, Agnieszka, *Tagowanie i biblioteczne katalogi 2.0*. Biblioteka 2.0 [online] [dostęp 27.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://blog.biblioteka20.pl/?p=66>.

Kotowska, Katarzyna, *Bibliotekarskie blogi, mikroblogi i fotoblogi, jako forma rozwoju zawodowego* [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.bg.up.krakow.pl/?q=bg-konferencja-2011#29>.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji [online] [dostęp 01.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/unia-europejska/dyrektywa-medialna/pytania-i-odpowiedzi/index,1.html>.

Kreft, Przemysław, *Facebook: coraz więcej użytkowników. Zwłaszcza mobilnych*. Komputer Świat [online] [dostęp 05.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.komputerswiat.pl/nawosci/internet/2013/30/facebook-coraz-wiecej-uzytkownikow-zwlaszcza-mobilnych.aspx>.

Kruszewski, Tomasz, *Biblioteki szkolne wobec e-wykluczenia*, „Wychowanie na co dzień” 2009, nr 4-5, s. 24-26.

Library 2.0 Initiatives in Academic Libraries, pod red. L.B. Cohen, Association of College & Research Libraries, 2007.

Liczby polskiego internetu 2015. Social Media Measure [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://smmeasure.eu/liczby-polskiego-internetu-2015/#>.

Mahmood, Khalid; Richardson John V. Jr., *Adoption of Web 2.0 in US academic libraries: A survey of ARL library websites*, "Program: Electronic Library and Information Systems" 2011, Vol. 45 (4), p. 365-375.

Majumdar, Sandip, *Web 2.0 Tools in Library Web Pages: Survey of Universities and Institutes of National Importance of West Bengal*, "DESIDOC Journal of Library & Information Technology", Vol. 32, No. 2, March 2012, p. 167-170.

Malinowski, Marcin, *Blogi, blogomania, blogosfera*. Biuletyn EBIB [online] 2008, nr 7 (8) [dostęp 12.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.ebib.info/2007/88/a.php?malinowski>.

Maness, Jack, *Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries*. Webology [online] 2006, Vol. 3, No. 2 [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html>.

Maness, Jack, *Social Presence: a theoretical construct for evaluation of the participatory catalog*. Conversants [online] 2008, Vol. 1 [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://conversants.syr.edu/2008/05/01/social-presence-a-theoretical-construct-for-evaluation-of-the-participatory-catalog/>.

Martens, Anna, *Zasady komunikacji internetowej* [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.google.pl/url?url=http://kandydaci.wsiz.rzeszow.pl/userfiles/file/Zasady%2520komunikacji%2520internetowej.Martens.ppt&rct=j&frm=1&q=&esrc=s&sa=U&ei=ZtBMVLv9Gdbxap6GgogF&ved=0CBMQFjAA&usg=AFQjCNESl0MuK8pMwC1k88upwm-7MRyXfw>.

Matyjaszczyk, Gabriela, *Miejsce biblioteki w Second Life, nowej wirtualnej rzeczywistości*. Biuletyn EBIB [online] 2007, nr 7 (88) [dostęp 20.02.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.nowyebib.info/2007/88/a.php?matyjaszczyk>.

McManus, Brian, *The Implications of Web 2.0 for Academic Libraries*. Electronic Journal of Academic and Special Librarianship [online] 2009, Vol. 10, No. 3 [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v10n03/mcmanus_b01.html.

Meger, Zbigniew, *Nowe narzędzia edukacyjne w sieciach społecznościowych, [w:] E-learning – narzędzia i praktyka*, pod red. M. Dąbrowskiego i M. Zajac, Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 2012, s. 51-59.

Michalek, Natalia, *Społecznościowy charakter serwisów z ofertami pracy – budowa i ich funkcjonalność*, „Studia Informatica” 2011, nr 28 (656), s. 301-309.

Mikołajewski, Michał, *Historia sieci, czyli od ARPANET-u do Internetu* [online]. PC Lab [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://pclab.pl/art33917-2.html>.

Miller, Maria; Mroczek, Elżbieta, *Profil użytkownika i inne elementy Web 2.0 w bibliotekach cyfrowych*. Biuletyn EBIB [online] 2007, nr 88 (7) [dostęp

20.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://www.ebib.info/2007/88/a.php?miller_mroczek.

Miller, Paul, *Coming Together around Library 2.0: A Focus for Discussion and a Call to Arms*. D-Lib Magazine [online] 2006, Vol. 12, No. 4 [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.dlib.org/dlib/april06/miller/04miller.html>.

Miller, Paul, *Web 2.0: Building the New Library*. Ariadne [online] 2005, Iss. 45 [dostęp dnia 25.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller>.

Moroz, Mirosław, *Źródła efektywności przekazu marketingowego w serwisach społecznościowych*, „E-mentor” 2010, nr 4, s. 62-67.

Morzy, Mikołaj; Ławrynowicz, Agnieszka, *Folksonomie i aplikacje mash-up* [online] [dostęp 13.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://www.cs.put.poznan.pl/mmorzy/tsiss/13_Folksonomie.pdf.

Mu, Cuiying, *The Impact of New Technologies on Current Awareness Tools in Academic Libraries*, “Reference & User Services Quarterly” 2011, Vol. 51, No. 2, p. 92-97.

Muraszkiewicz, Mieczysław, *Społeczeństwo informacyjne i praca* [online] [dostęp 17.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.bbc.uw.edu.pl/Content/41/04.pdf>.

Murugesan, San, *Handbook of Research on Web 2.0, 3.0, and X.0: Technologies, Business, and Social Applications*, Sydney: Multimedia University, Malaysia & University of Western Sydney, 2009.

Murugesan, San, *Understanding Web 2.0*, “IT Professional” 2007, Vol. 9, Iss. 4, p. 34-41.

Musser, John; O'Reilly, Tim, *Web 2.0: principles and best practices*, Sebastopol, Calif.: O'Reilly Media, 2007.

Myspace. Wikipedia [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://pl.wikipedia.org/wiki/Myspace>.

Number of social network users worldwide from 2010 to 2017 in billions. Statista [online] [dostęp 09.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>.

Oikarinen, Jarkko, *IRC History by Jarkko Oikarinen*. Irc.org [online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://www.irc.org/history_docs/jarkko.html.

O'Reilly, Tim, *What is Web 2.0?* [online] [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.

Ostrowska, Danuta, *Od Web 2.0 do Biblioteki 2.0*, „Bibliotekarz” 2008, nr 3, s. 10-13.

Palka, Ewa, *Podcast jako narzędzie dydaktyczne na platformie OLAT*, „E-mentor” 2011, nr 4 (41), s. 55-60.

- Pankiewicz, Olgierd, *Mashup w prawie* [online] [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://www.bibliotekacyfrowa.pl/Content/22314/Mashup_w_prawie.pdf.
- Peltier-Davis, Cheryl, *Web 2.0, Library 2.0, Library User 2.0, Librarian 2.0: Innovative Services for Sustainable Libraries*, "Computers in Libraries" 2009, Vol. 29, Iss. 10, p. 16-21.
- Peterson, Soren Mork, *Loser Generated Content: from Participation to Exploitation*. First Monday [online] 2008, Vol. 13, Iss. 3, [dostęp 01.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2141/1948>.
- Raport: *Webinaria w Polsce* [online] [dostęp 01.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://z.nf.pl/img/obserwatorium/Raport_Webinary_w_Polsce_2012.pdf.
- Rettberg, Jill Walker, *Blogowanie*, Warszawa: Wydawnictwa Naukowe PWN, 2012.
- Roszkowski, Jarosław, *Rynek mediów społecznościowych w Polsce*, [w:] *Social media marketing w praktyce* [online] 24.10.2012 [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://jarekroszkowski.pl/rynek-mediow-spolesznosciowych-w-polsce/>.
- Roszkowski, Marcin, *Folksonomia jako narzędzie społecznego tagowania*. Biuletyn EBIB [online] 2007, nr 4 (24) [dostęp 13.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.pedagogiczna.edu.pl/warsztat/2007/4/070404.htm>.
- Schaefer, Mirko Tobias, *Kultura 2.0: Społeczne „media społecznościowe”?* Dwutygodnik.com [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.dwutygodnik.com/artykul/4038-kultura-20-spoeczne-media-spolesznosciowe.html>.
- Sendall, Patricia; Ceccucci, Wendy; Peslak, Alan. R., *Web 2.0 Matters: An Analysis of Implementing Web 2.0 in the Classroom*, "Information Systems Educational Journal" 2008, Vol. 64, p. 5.
- Serwis internetowy. FocusWeb.pl [online] [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: <http://www.focusweb.pl/slownik/30-serwis-internetowy-definicja>.
- Sidorczyk, Anna; Gogiel-Kuźmicka, Anna, *Web 1.0, Web 2.0 czy może już Web 3.0? – narzędzia i technologie informacyjno-komunikacyjne stosowane na stronach WWW bibliotek technicznych szkół wyższych w Polsce*. Biuletyn EBIB [online] 2012, nr 2 (129) [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w Word Wide Web: http://www.ebib.pl/images/stories/numery/129/129_sidorczyk.pdf.
- Siuda, Piotr, *Jakość życia i cyberwykluczenie w dobie Web 2.0*, [w:] *Tolerancja. Studia i szkice*, pod red. A. Rosół, R. Debris, Warszawa: Wydawnictwo Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie, 2008, s. 309-322.
- Siuda, Piotr, *Jak Web 2.0 stymuluje amatorskie dziennikarstwo i co z tego wynika dla społeczeństwa obywatelskiego* [online] [dostęp 23.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/984/Piotr_Siuda_Jak_web_2.0_stymuluje_amatorskie_dziennikarstwo.pdf?sequence=1.

Słownik monitoringu stron. Super Monitoring [online] [dostęp 28.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.supermonitoring.pl/p/s-aplikacja-internetowa>.

Social Media Statistics for 2013. Digital Buzz Blog [online] [dostęp 09.11.2013]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.digitalbuzzblog.com/infographic-social-media-statistics-for-2013/>.

Społeczności. Megapanel marzec 2015 – kategorie tematyczne. Media2.pl [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://media2.pl/badania/122443-Megapanel-marzec-2015-kategorie-tematyczne/16.html>.

Stępień, Kamil, *Folksonomie czyli społecznościowe opisywanie treści: poradnik*, Warszawa: Wydawnictwo SBP, 2010.

Sweney, Mark, *Facebook quarterly report reveals 83m profiles are fake*. The Guardian [online] [dostęp 01.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.theguardian.com/technology/2012/aug/02/facebook-83m-profiles-bogus-fake>.

Subrycht, Jarosław, *Stuknij się w Web 2.0*, „Przekrój” 2007, nr 48, s. 55-58.

Szymański, Leszek, *Formy komunikacji internetowej*, „Scripta Comeniana Lesnensia” 2007, nr 5, s. 175-185.

Tafiłowski, Piotr, *Etykietowanie treści w serwisie podaj.net*. Biuletyn EBIB [online] 2010, nr 4 (113) [dostęp 23.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.ebib.pl/2010/113/a.php?tafilowski>.

Techataweewan, Wawta, *Perceptions and Use of Web 2.0 of Thai Academic Librarians* [online] [dostęp 06.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://paarl.wikispaces.com/file/view/FINAL%20Full%20paper_Wawta.pdf/398645794/FINAL%20Full%20paper_Wawta.pdf.

The birth of the Web. CERN [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://home.web.cern.ch/about/birth-web>.

Tobolova, Magda, *Komunikacja językowa w polskim Internecie (na podstawie wybranych rozmów użytkowników komunikatorów)* [online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://is.muni.cz/th/179322/ff_m/Tobolova_dip_konecna_verze.pdf.

Tripathi, Manorama; Kumar, Sunil, *Use of Web 2.0 tools in academic libraries: A reconnaissance of the international landscape*, “The International Information & Library Review” 2010, Vol. 42, Iss. 3, p. 195-207.

Tysome, Tony, *Sixth-formers object to educational space invaders*, “Times Higher Education Supplement” 2007, Vol. 1812, p. 6-7.

Urbanowicz, Krzysztof, *Łebski Web*, „Newsweek” 2007, nr 51-52, s. 112-113.

Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych Dz. U. 1994, nr 24, poz. 83.

Wallace, Patricia, *Psychologia Internetu*, Poznań: Rebis, 2001.

Welcome to Library Wikis! LibraryWikis [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://librarywikis.pbworks.com/w/page/17064487/FrontPage>.

Werla, Marcin, *Web 2.0 i (polskie) biblioteki cyfrowe*. Biuletyn EBIB [online] 2012, nr 2 (129) [dostęp 12.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://www.ebib.pl/images/stories/numery/129/129_werla.pdf.

Wikipedia. Wikipedia [online] [dostęp 08.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>.

Wikipedia: Pięć filarów. Wikipedia [online] [dostęp dnia 13.50.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Pi%C4%99%C4%87_filar%C3%B3w.

WikiWikiWeb. Wikipedia [online] [dostęp 06.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://pl.wikipedia.org/wiki/WikiWikiWeb>.

Witryny zasięg. Gemius Audience [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.audience.gemius.pl/>.

Woźniak, Jan Fabian, *Facebook z nową opcją „zachowaj na później” z powodzeniem zastąpi kanały RSS*. Spidersweb.pl [online] [dostęp dnia 02.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.spidersweb.pl/2012/08/facebook-z-nowa-opcja-%E2%80%9Ezachowaj-na-pozniej-z-powodzeniem-zastapi-kanaly-rss.html>.

Xu, Chen, *The Academic Library Meets Web 2.0: Applications & Implications* [online] [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://eprints.rclis.org/10750/1/The_Academic_Library_Meets_Web_2.0-_Applications_%26_Implications.pdf.

Yang, Sharon Q., Hofmann, Melissa A., *The Next Generation Library Catalog: A Comparative Study of the OPACs of Koha, Evergreen, and Voyager*, "Information Technology and Libraries" 2010, Vol. 29, No. 3, p. 141-150.

Zalewski, Piotr, *Jak z sieci korzystają aktywni internauci*. IDG.pl [online] [dostęp 03.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.idg.pl/news/98528.html>.

Zaremba, Maciej, *Odpowiedni dać rzeczy... tag. Folksonomia jako uniwersalny model klasyfikacji treści w Internecie*, „Media i Społeczeństwo” 2011, nr 1, s. 112-119.

Zieliński, Zbigniew, *Społeczeństwo informacyjne w dobie Web 2.0*. Portal E-learningonline.pl [online] [dostęp 17.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: http://www.elearningonline.pl/wp-content/upload/konf_wsh08.pdf.

II. Źródła

A Librarian's 2.0 Manifesto [online] [dostęp 05.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.youtube.com/watch?v=ZblRrS3fkSU>.

Biblioteka 2.0: Forum społeczności czytelników i bibliotekarzy cyfrowych [online] [dostęp 20.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://forum.biblioteka20.pl/>.

Facebook [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.facebook.com/>.

Flickr [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://www.flickr.com/>.

Friendster [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.friendster.com>.

Google + [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://plus.google.com/>.

Instagram [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://instagram.com/>.

Jaskowska, Bożena, bjaskoblog [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://jaskowska.blogspot.com>.

Jędralska, Monika, jmonika [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://jmonika.blogspot.com>.

Koszowska, Agnieszka, Bibliowizjer [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://bibliowizjer.blogspot.com>.

Kubow, Stefan, Blog Stefana Kubowa [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://stefankubow.blogspot.com>.

Library 2.011 [online] [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.library20.com/page/2011-conference>.

Library 2.012 [online] [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.library20.com/page/2-012-conference>.

Library 2.013 [online] [dostęp 04.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.library20.com/page/2-013-conference>.

Lis, Remigiusz, relis-blog [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://relis-blog.blogspot.com>.

Malinowski, Marcin, Malin.net.pl [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://malin.net.pl>.

Mapy Google [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://maps.google.pl/>.

Most rated books. Palos Verdes Library District [online] [dostęp 12.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.pvld.org/mostratedbooks>.

MySpace [online] [dostęp 25.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://myspace.com>.

Pulowerek.pl [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://pulowerek.pl/biblioblogi>.

Qzone [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://qzone.qq.com/>.

SlideShare [online] [dostęp dnia 01.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.slideshare.net/>.

Szeligowski, Piotr, Blog bibliotekarza [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://blogbibliotekarza.blogspot.com>.

Technorati [online] [dostęp 08.06.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://technorati.com/>.

Twitter [online] [dostęp 26.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <https://twitter.com/>.

YouTube [online] [dostęp 22.05.2015]. Dostępny w World Wide Web: <http://www.youtube.pl>.

Wydawnictwo Stowarzyszenia Bibliotekarzy Polskich
00-335 Warszawa, ul. Konopczyńskiego 5/7 tel. 22 827 52 96
www.sbp.pl; wydawnictwo@sbp.pl, biuro@sbp.pl
Warszawa 2015. Wyd 1. Ark. wyd 7,0 Ark. druk. 6,25
Łamanie: Funky Worky Studio Składu Komputerowego
kontakt@funkyworky.pl
Druk i oprawa: Druk i oprawa:
Mazowieckie Centrum Poligrafii
ul. Piłsudskiego 2A, 05-270 Marki, www.c-p.com.pl
e-mail: biuro@c-p.com.pl, tel. 22 497 66 55



Dr Marta Tyszkowska jest absolwentką informacji naukowej i bibliotekoznawstwa w Instytucie Informacji Naukowej i Bibliologii oraz zarządzania na Wydziale Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Jej główne zainteresowania badawcze koncentrują się wokół tematyki wykorzystania narzędzi Internetu Drugiej Generacji – Web 2.0 w organizacjach non profit, w szczególności w bibliotekach. W badaniach podejmowała również zagadnienia komunikacji w organizacjach, wykorzystania narzędzi internetowych w edukacji, systemów CRM w organizacjach non profit oraz działalności bibliotek uniwersyteckich. Jest autorką publikacji

naukowych i popularnonaukowych z zakresu wykorzystania narzędzi społecznościowych w bibliotekach. W rozprawie doktorskiej podjęła problematykę wykorzystania koncepcji i narzędzi Web 2.0 w polskich bibliotekach uniwersyteckich. Zawodowo związana jest z marketingiem branży farmaceutycznej.

Kim jest Bibliotekarz 2.0? Jak wykorzystać zbiorową inteligencję w zarządzaniu biblioteką? Czym jest Internet Drugiej Generacji? W dobie rosnącego zainteresowania narzędziami Web 2.0 i ich powszechnego wykorzystania zauważa się zwiększoną uwagę środowiska bibliotekarskiego kierowaną ku tej tematyce. Praca obejmuje krytyczną analizę zjawiska Web 2.0 i próbę określenia konsekwencji jego rozwoju na szeroką skalę. Pod uwagę wzięty został zarówno kulturowy, prawny, ekonomiczny, jak i naukowy aspekt wykorzystania narzędzi i serwisów Internetu Drugiej Generacji. W książce przedstawiona została rola pracowników bibliotek we wdrażaniu narzędzi Web 2.0 w działalności tych placówek. Podjęty został także problem wykorzystania wspomnianych narzędzi w kształceniu przyszłych bibliotekarzy oraz w komunikacji między bibliotekami a czytelnikami. Publikacja prezentuje różnorodne narzędzia Web 2.0, w tym dedykowane bibliotekom, takie jak np. społeczny katalog biblioteczny (SOPAC), ukazując nie tylko ich funkcje i teoretyczne założenia, ale również praktyczne aspekty związane z ich wykorzystaniem.

Cena 27,00 zł



ISBN: 978-83-64203-55-8