

**Crowdsourcing internetowy - pozytywny wymiar partycypacji społecznej :
konteksty, istota, uwarunkowania
Małgorzata Kowalska; Stowarzyszenie Bibliotekarzy Polskich**

Crowdsourcing internetowy – pozytywny wymiar partycypacji społecznej. Konteksty – istota – uwarunkowania to książka dla tych, których interesują społeczności online (kreatywny tłum) i drzemiący w nich kapitał intelektualny i wielka sprawcza siła; dla tych, którzy chcą znaleźć przykłady pozytywnego wykorzystania działania tłumy, wirtualnych społeczności, partnerskiej produkcji, zbiorowej inteligencji, mądrości tłumy, otwartej innowacji, inteligencji współpracy; dla tych, którzy chcą lepiej poznać wymiary współczesnej wikipedii poprzez crowdsourcing właśnie oraz crowdfunding, outsourcing, crowdsourcing, którzy w sieci Web. 2.0 chcą być prosumentami informacji lub pracować z nimi na rzecz rozwoju społeczeństw informacji i wiedzy. Jest to godna polecenia lektura tak dla teoretyków, jak i praktyków różnych instytucji kultury (w tym bibliotek), oraz dla psychologów, socjologów, ludzi biznesu i innych, których interesuje wykorzystanie wielkiego kapitału intelektualnego drzemiącego w tłumie.

Z recenzji dr hab. Katarzyny Materskiej, prof. UKSW

Spis treści

WPROWADZENIE

CZĘŚĆ I. OTOCZENIE CROWDSOURCINGU

Rozdział 1. Konteksty technologiczno-ekonomiczne crowdsourcingu

- 1.1. Technicyzacja
 - 1.1.1. Rozwój technologii komputerowej
 - 1.1.2. Cyfryzacja mass mediów
 - 1.1.3. Konwergencja mediów
 - 1.1.4. Technologia mobilna
- 1.2. Kompresja czasu i przestrzeni
- 1.3. Eksplozja informacyjna
- 1.4. Ekonomia społecznej kreatywności
 - 1.4.1. Rekonfiguracja modelu działania firm i przedsiębiorstw
 - 1.4.2. Współtworzenie wartości z klientem
 - 1.4.2.1. Prosumeryzm i wikipedia
 - 1.4.2.2. Ekonomia daru

Rozdział 2. Konteksty społeczno-kulturowe crowdsourcingu

- 2.1. Między wspólnotą a zrzeszeniem
 - 2.1.1. Naturalne vs. kontraktowe ujęcia wspólnoty
 - 2.1.2. Dychotomiczne koncepcje więzi społecznych
 - 2.1.3. Dezindywidualizacja i naśladownictwo jako czynniki konstytutywne zbiorowości
- 2.2. Renesans idei wspólnotowości w dobie konwergencji mediów

- 2.2.1. Koncepcje psychosocjologiczne
 - 2.2.1.1. Posttradycyjne *communitas*
 - 2.2.1.2. Wirtualne wspólnoty – *communitas* w wersji high tech
- 2.2.2. Koncepcje kognitywistyczne
 - 2.2.2.1. Bystre tłumy
 - 2.2.2.2. Mądre tłumy
- 2.3. Kultura partycypacji

CZEŚĆ II. FENOMEN CROWDSOURCINGU

Rozdział 1. Crowdsourcing – dyskurs terminologiczny

- 1.1. Nieostrość definicji crowdsourcingu
- 1.2. Jeff Howe i jego koncepcja crowdsourcingu
- 1.3. Poglądy Darrena C. Brabhama
- 1.4. Inne ujęcia definicyjne
 - 1.4.1. Badacze zagraniczni
 - 1.4.2. Badacze polscy
- 1.5. Crowdsourcing a inne terminy z kręgu kultury partycypacji
- 1.6. Kontekstowa definicja crowdsourcingu

Rozdział 2. Crowdsourcing internetowy – próba konceptualizacji

- 2.1. Warunki sine qua non crowdsourcingu internetowego
 - 2.1.1. Inicjator
 - 2.1.2. Tłum
 - 2.1.3. Platforma elektroniczna
- 2.2. Fazy projektu crowdsourcingowego
- 2.3. Odmiany crowdsourcingu internetowego
- 2.4. Crowdfunding jako specyficzny rodzaj crowdsourcingu internetowego
- 2.5. Zainteresowanie crowdsourcingiem internetowym
- 2.6. Korzyści płynące z crowdsourcingu internetowego
- 2.7. Ograniczenia i ryzyka crowdsourcingu internetowego

Rozdział 3. Crowdsourcing jako przedmiot zainteresowania bibliologii i informatologii

- 3.1. Metodyka badania obecności problematyki crowdsourcingu w literaturze z zakresu bibliologii i informatologii
- 3.2. Crowdsourcing na łamach zagranicznych czasopism z zakresu bibliologii i informatologii
 - 3.2.1. Czasopisma referencyjne
 - 3.2.2. Publikacje zarejestrowane w bazie Library, Information Science and Technology Abstracts
 - 3.2.3. Konkluzje
- 3.3. Crowdsourcing na łamach polskich czasopism z zakresu bibliologii i informatologii
 - 3.3.1. Czasopisma punktowane
 - 3.3.2. Publikacje zarejestrowane w polskich bibliograficznych bazach danych
 - 3.3.3. Konkluzje
- 3.4. Crowdsourcing w literaturze z zakresu bibliologii i informatologii – ujęcie syntetyczne

Rozdział 4. Crowdsourcing internetowy w działalności bibliotecznej

- 4.1. Biblioteka jako rzeźba społeczna
- 4.2. Obszary zastosowań crowdsourcingu internetowego w bibliotekach
 - 4.2.1. Inicjatywy realizowane przez biblioteki zagraniczne
 - 4.2.1.1. Transkrypcja
 - 4.2.1.2. Katalogowanie, kategoryzacja, kontekstualizacja
 - 4.2.1.3. Kolaboratywne tagowanie i linkowanie
 - 4.2.1.4. Generowanie treści
 - 4.2.1.5. Nadawanie georeferencji
 - 4.2.1.6. Komentowanie, opiniowanie, rekomendowanie
 - 4.2.1.7. Społecznościowe pozyskiwanie funduszy
 - 4.2.2. Przejawy crowdsourcingu internetowego w działalności bibliotek polskich
 - 4.2.2.1. Współtworzenie zasobów cyfrowych
 - 4.2.2.2. Kolaboratywne tagowanie, komentowanie i ocenianie
 - 4.2.2.3. Społecznościowe pozyskiwanie funduszy
 - 4.2.3. Biblioteczne projekty crowdsourcingowe – próba oceny
- 4.3. Crowdsourcing internetowy w świadomości bibliotekarzy i pracowników innych instytucji ochrony dziedzictwa kulturowego
 - 4.3.1. Wyniki zagranicznych badań ankietowych
 - 4.3.2. Wyniki autorskich badań opinii

PODSUMOWANIE

BIBLIOGRAFIA

ANEKSY:

Wykaz publikacji na temat crowdsourcingu poddanych analizie bibliometrycznej
Lista bibliotecznych projektów crowdsourcingowych

SPIS TABEL, RYSUNKÓW I WYKRESÓW

INDEKS RZECZOWY

ONLINE CROWDSOURCING: THE POSITIVE DIMENSION OF SOCIAL
PARTICIPATION. CONTEXTS – NATURE – DETERMINANTS. SUMMARY