

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	13
CZĘŚĆ I. OTOCZENIE CROWDSOURCINGU	23
Rozdział 1. Konteksty technologiczno-ekonomiczne crowdsourcingu	25
1.1. Technicyzacja	25
1.1.1. Rozwój technologii komputerowej	26
1.1.2. Cyfryzacja mass mediów	27
1.1.3. Konwergencja mediów	29
1.1.4. Technologia mobilna	32
1.2. Kompresja czasu i przestrzeni	32
1.3. Eksplozja informacyjna	36
1.4. Ekonomia społecznej kreatywności	43
1.4.1. Rekonfiguracja modelu działania firm i przedsiębiorstw	45
1.4.2. Współtworzenie wartości z klientem	47
1.4.2.1. Prosumeryzm i wikinomia	52
1.4.2.2. Ekonomia daru	60
Rozdział 2. Konteksty społeczno-kulturowe crowdsourcingu	73
2.1. Między wspólnotą a zrzeszeniem	73
2.1.1. Naturalne vs. kontraktowe ujęcia wspólnoty	75
2.1.2. Dychotomiczne koncepcje więzi społecznych	78
2.1.3. Dezindywidualizacja i naśladownictwo jako czynniki konstytutywne zbiorowości	81
2.2. Renesans idei wspólnotowości w dobie konwergencji mediów	85
2.2.1. Koncepcje psychosocjologiczne	87
2.2.1.1. Posttradycyjne <i>communitas</i>	87
2.2.1.2. Wirtualne wspólnoty – <i>communitas</i> w wersji <i>high tech</i>	90
2.2.2. Koncepcje kognitywistyczne	100
2.2.2.1. Bystre tłumy	104
2.2.2.2. Mądre tłumy	105
2.3. Kultura partycypacji	108

CZĘŚĆ II. FENOMEN CROWDSOURCINGU	115
Rozdział 1. Crowdsourcing – dyskurs terminologiczny	117
1.1. Nieostrość definicji <i>crowdsourcingu</i>	117
1.2. Jeff Howe i jego koncepcja <i>crowdsourcingu</i>	121
1.3. Poglądy Darrena C. Brabhama	126
1.4. Inne ujęcia definicyjne	128
1.4.1. Badacze zagraniczni	128
1.4.2. Badacze polscy	130
1.5. <i>Crowdsourcing</i> a inne terminy z kręgu kultury partycypacji	141
1.6. Kontekstowa definicja <i>crowdsourcingu</i>	144
Rozdział 2. Crowdsourcing internetowy – próba konceptualizacji	147
2.1. Warunki <i>sine qua non</i> <i>crowdsourcingu</i> internetowego	147
2.1.1. Inicjator	148
2.1.2. Tłum	151
2.1.3. Platforma elektroniczna	154
2.2. Fazy projektu <i>crowdsourcingowego</i>	158
2.3. Odmiany <i>crowdsourcingu</i> internetowego	160
2.4. Crowdfunding jako specyficzny rodzaj <i>crowdsourcingu</i> internetowego	163
2.5. Zainteresowanie <i>crowdsourcingiem</i> internetowym	170
2.6. Korzyści płynące z <i>crowdsourcingu</i> internetowego	176
2.7. Ograniczenia i ryzyka <i>crowdsourcingu</i> internetowego	178
Rozdział 3. Crowdsourcing jako przedmiot zainteresowania bibliologii i informatologii	181
3.1. Metodyka badania obecności problematyki <i>crowdsourcingu</i> w literaturze z zakresu bibliologii i informatologii	181
3.2. Crowdsourcing na łamach zagranicznych czasopism z zakresu bibliologii i informatologii	189
3.2.1. Czasopisma referencyjne	189
3.2.2. Publikacje zarejestrowane w bazie Library, Information Science and Technology Abstracts	198
3.2.3. Konkluzje	210
3.3. Crowdsourcing na łamach polskich czasopism z zakresu bibliologii i informatologii	215
3.3.1. Czasopisma punktowane	215
3.3.2. Publikacje zarejestrowane w polskich bibliograficznych bazach danych	216
3.3.3. Konkluzje	220
3.4. Crowdsourcing w literaturze z zakresu bibliologii i informatologii – ujęcie syntetyczne	222

Rozdział 4. Crowdsourcing internetowy w działalności bibliotecznej	225
4.1. Biblioteka jako rzeźba społeczna	225
4.2. Obszary zastosowań crowdsourcingu internetowego w bibliotekach	227
4.2.1. Inicjatywy realizowane przez biblioteki zagraniczne	227
4.2.1.1. Transkrypcja	229
4.2.1.2. Katalogowanie, kategoryzacja, kontekstualizacja	233
4.2.1.3. Kolaboratywne tagowanie i linkowanie	237
4.2.1.4. Generowanie treści	241
4.2.1.5. Nadawanie georeferencji	243
4.2.1.6. Komentowanie, opiniowanie, rekomendowanie	247
4.2.1.7. Społecznościowe pozyskiwanie funduszy	249
4.2.2. Przejawy crowdsourcingu internetowego w działalności bibliotek polskich	251
4.2.2.1. Współtworzenie zasobów cyfrowych	252
4.2.2.2. Kolaboratywne tagowanie, komentowanie i ocenianie	255
4.2.2.3. Społecznościowe pozyskiwanie funduszy	257
4.2.3. Biblioteczne projekty crowdsourcingowe – próba oceny	261
4.3. Crowdsourcing internetowy w świadomości bibliotekarzy i pracowników innych instytucji ochrony dziedzictwa kulturowego	263
4.3.1. Wyniki zagranicznych badań ankietowych	263
4.3.2. Wyniki autorskich badań opinii	272
PODSUMOWANIE	281
BIBLIOGRAFIA	287
ANEKSY:	
1: Wykaz publikacji na temat crowdsourcingu poddanych analizie bibliometrycznej	323
2: Lista bibliotecznych projektów crowdsourcingowych	337
SPIS TABEL, RYSUNKÓW I WYKRESÓW	347
INDEKS RZECZOWY	349
ONLINE CROWDSOURCING: THE POSITIVE DIMENSION OF SOCIAL PARTICIPATION. CONTEXTS – NATURE – DETERMINANTS. SUMMARY	359
2.2. Relevance of the idea of community in the era of media convergence	85
2.2.1. Psychological cognitions	87
2.2.1.1. Post-truth era	87
2.2.1.2. Virtual communities – communities in high tech societies	91
2.2.2. Cognitive cognitions	107
2.2.2.1. Social capital	108
2.2.2.2. Wikipedia	108
2.3. Participatory culture	108