

Remigiusz Lis
Biblioteka Śląska, Śląska Biblioteka Cyfrowa

Potencjał bez numeracji

Streszczenie: Artykuł zawiera ogólne refleksje na temat koncepcji Web 2.0 — od nakreślenia wieloznacznego pola samego pojęcia, poprzez charakterystykę społeczności amatorów i zawodowców realizujących koncepcję 2.0, aż po wskazanie istoty samego zjawiska, które będzie miało swoje naturalne kontynuacje. Web 2.0 pozwolił ujawnić konkretny społeczny potencjał twórczy, oparty na potrzebie osobistej ekspresji i kreacji, który nie zniknie, nawet jeśli sama koncepcja Web 2.0 zostanie zdevaluowana.

Słowa kluczowe: Web 2.0, społeczność internetowa, Wikipedia, Crowdsourcing, immersja

2.0 czyli co?

Zapoznając się w ciągu ostatnich lat z różnymi wypowiedziami, które dotyczyły kwestii działalności i wytworów społeczności internetowych, można stwierdzić, że trudno wskazać bardziej wieloznaczny termin niż właśnie „2.0”. W jednym pojęciowym wor-ku kotłują się tam różne byty: cyfrowy, mądry tłum, amatorzy, tagi, partycypacja, open source, open access i Wikipedia, widziane w dodatku z różnych perspektyw. Mamy więc uczestników zjawiska, zaniepokojonych zawodowców, a także obserwatorów i badaczy próbujących rozeznaczyć się w całym tym galimatiasie. Słychać też, prócz głosów dawnych krytyków „małp stukających w klawiatury”, zawiedzione nadzieje, z puentą w stylu: „to nie działa” lub „to działa inaczej niż zapowiadano” wraz z banalizującą interpretacją, że oto społeczności internetowe mogą zrobić „za darmo” coś wartościowego i użytecznego w sposób, który właściwie wyręczy pracę profesjonalistów.

Trudno dyskutować z faktem istnienia wzmiankowanej Wikipedii oraz setek czy tysięcy innych serwisów, w których internauci zostawiają ślady swojej aktywności. Są to zarówno miejsca pogaduszek nastolatków o nowej bluzce lub przystojnym koledze z klasy, serwisy umożliwiające umieszczanie zdjęć i filmów z wakacyjnej podróży, jak i miejsca przechowujące prezentacje i upublicznione dokumenty. Rozwój blogosfery ukształtował nowe obiegi wymiany idei, zaś Facebook i Twitter, prócz codziennego podtrzymywania relacji, skutecznie służą także marketingowi, badaniu opinii oraz społecznej mobilizacji w celu wywarcia rzeczywistego nacisku — od zwołania demonstracji, po komunikację w trakcie politycznego przewrotu z obaleniem rządów właściwie. Zglobalizowane plotki, różnej wartości treści, wolne oprogramowanie, społeczna manifestacja, a nawet rewolucja — to internetowe „produkty i usługi” znane w formie analogowej z czasów wcześniejszych. Stoją za nimi skryci za sieciowymi nickami użytkownicy i programiści, ale także uczestnicy imienni, z sieciowymi liderami opinii na czele.

Możliwości ekspresji na skalę globalną są dostępne dla wszystkich, którzy posiadają niedrogi dostęp do sieci i jakieś urządzenie osobistej komunikacji. Dzięki smartfonom, tabletom, netbookom i komputerom osobistym obniżył się próg wejścia do gro-

na twórców. Także prostota dostępnych narzędzi programowych sprzyja demokratyzacji uczestnictwa w sieci. O ile archaiczna, modemowa łączność i udział w listach dyskusyjnych wymagała pewnych umiejętności, interfejs WWW jest przyjaźniejszy. Natura sieciowej informacji, stosunkowo łatwej do technicznego wytworzenia i jeszcze łatwiejszej do kopiowania, sprzyja dzieleniu się pomysłami i treściami na skalę do tej pory nieznaną. Znaczna część owego dorobku jest tworzona w sposób otwarty, nieraz przy założeniu umiarkowanych umiejętności i wiedzy, co zasadniczo rzutuje na wartość owej produkcji. W sieci można zatem znaleźć serwisy twórców oprogramowania, działające według zasad pozytywnej i oryginalnej kultury hakerskiej, które wytworzyły powszechnie dziś używane, nawet w krytycznych instalacjach, systemy operacyjne, serwery WWW czy oprogramowanie narzędziowe. Są też zupełnie „śmieciowe” fora i blogi, po jakimś czasie porzucane przez uczestników. Postępujące rozproszenie środków produkcji informacji (nowe i taniejące urządzenia komunikacji osobistej) oraz rozpowszechnienie łączności bezprzewodowej będzie wzmacniać partycypacyjny *modus vivendi* użytkowników sieci.

2.0 w odmianach

Wielkie serwisy, zwane społecznościowymi, w większości są przedsięwzięciami komercyjnymi i mają niewiele wspólnego z siecią anarchią pospolitego ruszenia. To przemysłnie skonstruowane platformy komunikacji dla często setek milionów użytkowników, dostarczające jedynie narzędzi komunikacji i publikacji oraz pozwalające na zamieszczanie treści, a w wersji mocno zwirtualizowanej, na prowadzenie wręcz „równoległego” cyfrowego życia. Tu biznesowy sposób i cel jest stosunkowo prosty, pieniądze zarabia się dużo łatwiej tam, gdzie ściągają tłumy, które wnosząc drobne opłaty (np. za udogodnienia, pełną wersję, niewyświetlanie reklam, wirtualne prezenty) lub klikając w reklamy, generują znaczący zysk. Niezależnie od biznesowych intencji właścicieli tych serwisów, dokonują się przy okazji interakcje użytkowników, którzy umieszczają swoje wizytówki, nawiązują i podtrzymują kontakty, prowadzą marketing swoich firm czy organizują uczestników jakiegoś wydarzenia w celu przeprowadzenia go w „realu”. Owe sieciowe miejsca muszą walczyć o kapryśną uwagę internatów — po okresie gwałtownej mody i przyroście liczby użytkowników, następuje stagnacja albo odpływ do kolejnego serwisu oferującego ciekawsze możliwości. Atutem tych serwisów jest stosunkowo prosty interfejs, mogący ponadto obsłużyć różne typy cyfrowych obiektów i ich kolekcji: tekstu, dokumentów, zdjęć czy filmów. To ułatwia wykorzystanie ich w projektach z udziałem sieciowej publiczności, która już tam jest.

Dużo subtelniejszym węzłem sieciowych relacji są serwisy, których twórcy nie są bezpośrednio nastawieni na zysk, a ich założenia są zadaniowe i bardziej idealistyczne: utworzenie sieciowej encyklopedii, cyfrowej biblioteki, funkcjonalnego oprogramowania, zawodowego forum wymiany doświadczeń, portalu poświęconego dziedzinie nauki czy serwisu hobbystycznego. Zazwyczaj działają na zasadzie samoorganizacji, stymulowanej przez lidera lub branżowego guru. Posiadają też mechanizmy walidacji treści i kompetencji uczestników. Program biznesowy, o ile utrzymanie infrastruktury nie jest finansowane przez samych uczestników, jest skromny i nastawiony na zapewnienie trwałości. W aspekcie ekonomicznym są one miejscami, gdzie zachodzi produkcja i wymiana informacji pomiędzy dobrowolnie zrzeszonymi uczestnikami o różnym stopniu zaangażowania. O ile nie istnieją dodatkowe

bariery kompetencyjne (specyficzna wiedza, umiejętność programowania), społeczność istotnie aktywnych użytkowników to zazwyczaj kilka procent wszystkich korzystających z serwisu. Taką charakterystykę dobrze ilustruje hasło

„Wikipedia: Społeczność wikipedystów”

(http://pl.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Spo%C5%82eczno%C5%9B%C4%87_wikipedyst%C3%B3w¹):

Wikipedia jest administrowana i tworzona przez jej spontanicznie powstałą i stale rozwijającą się społeczność, której nikt niczego z góry nie narzuca. Społeczność tę tworzą wszyscy, którzy edytują Wikipedię, czyli wikipedyści. Ponieważ Wikipedię może edytować każdy, kto ma dostęp do Internetu i przeglądarki WWW, potencjalnie członkiem społeczności Wikipedii może stać się każdy internauta. Liczba członków społeczności jest zmienna: jedni przychodzą, inni odchodzą, a jeszcze inni czasowo zawieszają lub wznowiają działalność w Wikipedii. Stąd nie da się jednoznacznie powiedzieć, ile osób tworzy Wikipedię. Szacuje się na podstawie statystyk, że aktywnych wikipedystów — tzn. takich, którzy włączają się aktywnie w życie społeczności — jest ok. 500, a wikipedystów, którzy okazjnie współtworzą ten projekt — do kilku tysięcy”.

Istnienie tego rodzaju społeczności zawsze nasuwa pytanie: dlaczego oni to robią? Co skłania tysiące ludzi do poświęcania swoich zasobów, by brać udział w sieciowej kooperacji, udostępniając nieodpłatnie efekty swojej pracy innym? Kluczem do wyjaśnienia tej kwestii jest słowo „motywacja”. Przypatrując się działaniom człowieka, łatwo stwierdzić, że motywy finansowe, jakkolwiek ważne i pociągające, nie są wyłącznym bodźcem ludzkiej aktywności. Człowiek jest istotą w najgłębszym znaczeniu ekonomiczną, tworzącą i konsumującą różne dobra, a życie ludzkie jest procesem ich ciągłej wymiany. Tylko część tych transakcji ma charakter doraźnie instrumentalny i merkantylny. Działamy zatem z różnych pobudek: w celu tworzenia więzi z innymi, realizacji pasji, zajęcia wolnego czasu, dla satysfakcji, poczucia przydatności, dzielenia się, samorozwoju czy przynależności. Aktywnie kształtujemy swój wizerunek, budujemy kapitał społecznych więzi, chcemy robić coś ważnego i sensownego, choć niekoniecznie finansowo gratyfikowanego. Działamy też promocyjnie, demonstrując „darmowo” próbki swoich umiejętności i zaangażowania, w nadziei na zainteresowanie potencjalnych pracodawców, odraczając ewentualną nagrodę w czasie. Wszystkie te motywy i stymulowane przez nie działania, niezależnie od konkretnych celów osobistych, mogą być traktowane jako rozproszony w rozległej grupie zasób energii, którą można spróbować zaangażować do wykonania pożytecznych zadań, poprzez skonstruowanie interfejsu do jej pobierania.

2.0 dla zawodowców

Istnienie internetowych społeczności, zaangażowanych we wspólną realizację zadań, zwróciło uwagę socjologów, ekonomistów i teoretyków zarządzania. Jednym z wątków ich obserwacji i badań była analiza przypadków udanej współpracy pomiędzy sieciowymi społecznościami a światem profesjonalnym, realizującym cele biznesowe, naukowe i kulturalne w branżowych standardach. Zaangażowanie przez IBM, wolnych programistów na rzecz produkcji systemów operacyjnych do ich serwerów pilotażowy projekt NASA *Clickworkers* (pomiar kraterów Marsa na udostępnionych zdję-

¹ Odesłanie do strony internetowej przedstawia wersję aktualną w dn. 08.02.2012 r.

ciach z sondy Viking) czy projekt *Commons* realizowany przez Bibliotekę Kongresu (kolekcja fotografii na Flickr) i szereg innych, to przykłady działań, które wskazały, że odpowiednio zaaranżowana współpraca może przynieść zakładane efekty: wytworzenie efektywnego oprogramowania, wykonanie żmudnych pomiarów oraz pozyskanie nowych informacji o treści zdjęć wraz z efektowną promocją instytucji udostępniającej zasób.

W tych przypadkach prowadzący projekty zaangażowali do swoich profesjonalnych zadań społeczności istniejące, bądź utworzone na rzecz projektu, przy czym, w zależności od projektu, akcentowanymi warunkami powodzenia przedsięwzięcia były:

- odpowiednia otwartość instytucji (firmy) dla społeczności, uznanie wartości umiejętności i działań amatorskich oraz akceptacja dla nich,
- odpowiednia skala sieciowego wolontariatu, ze statystycznie wystarczającą do wykonania zadań liczbą osób aktywnych oraz z uprzednią promocją projektu,
- rzetelna komunikacja między współpracującymi stronami,
- szanowanie celów własnych, zwyczajów i dynamiki działań strony społecznej bez prób regulacji mogących naruszyć jej zaufanie,
- swoiste zadaniowe „współbrzmienie” oraz towarzyszenie społeczności w jej rozwoju,
- odpowiednia „granulacja”, podział na składniki zadań do wykonania przez społeczność, które nie mogą być zbyt trudne i czasochłonne, np. projekty angażujące społeczność amatorskie udostępniały zasób w bardzo prostym i znanym interfejsie WWW lub wytwarzały takie narzędzia,
- mechanizm autokorekty i recenzji prac, który mógł stanowić dodatkowy motywator (np. hierarchizujący),
- dodatkowe motywy niefinansowe (udział w czymś ważnym i wyjątkowym, dostęp do ekskluzywnych informacji, możliwość merytorycznej hierarchizacji grupy, uznanie współautorstwa) i finansowe (stypendia dla programistów), których wysokość stanowi część rynkowych kosztów realizacji podejmowanych działań,
- w zależności od celu projektu — możliwość podzielenia się wypracowanym dorobkiem z szerokim gronem odbiorców.

Merytoryczne odwrócenie tej listy to gotowy przepis na to, by projekt 2.0 się nie udał.

Wyżej wymienione punkty wskazują, że profesjonalne podejście do działań 2.0 i wkomponowanie ich w ramy własnych działań nie odbywa się bez kosztów i problemów do rozwiązania. Najpoważniejszym wyzwaniem takich przedsięwzięć jest uprzednia analiza i rozpoznanie:

- Czy na polu zawodowej działalności branży jest w ogóle miejsce na angażowanie społeczności?
- Czy jesteśmy w stanie rozpoznać lub zaproponować model motywacyjny i odpowiednio zaaranżować obustronnie owocną współpracę?
- Czy próba zaangażowania nie będzie całościowo zbyt kosztowna w stosunku do łatwiej dostępnej oferty rynkowej — zatrudnienia pracownika lub zakupu usługi zewnętrznej?

Kalkulacja kosztów, bądź pozytywne oszacowanie wartości społecznego, niefinansowego kapitału (np. wiele silnych relacji z otoczeniem i pożytek z ciągłego *feedback'u*) przesądza o podjęciu tego rodzaju projektów. Czy w bibliotekarstwie i jego

profesjonalnych czynnościach jest miejsce na powszechne budowanie takich społecznych relacji?

„Kto za ACTA, ten nie skacze”

Podjmując się jakiś czas temu napisania tekstu do „Biuletynu EBIB”, do numeru pod niewesołym tytułem „Koniec 2.0?”, nie przypuszczałem jak rychło będzie można się przekonać o specyficznym sposobie istnienia i hierarchii dóbr społeczności internetowych. Zamieszanie wokół podpisania umowy ACTA, odbieranej jako zagrożenie dla (różnie rozumianej) wolności w Internecie, pokazało, jak sprawnie, w dodatku poza politycznymi podziałami, mobilizują się do realnych i skoordynowanych działań w większości młodzi ludzie, dla których Internet jest dobrem wspólnym oraz istotną częścią tożsamości. Bez większego problemu można wymienić realne uciążliwości dnia codziennego i stojące za nimi niekoniecznie trafne polityczne decyzje i zachowania, ale żadne z nich nie spowodowały tak intensywnej reakcji społecznej, jak poczucie zagrożenia dla swobody komunikacji w sieci. Skala zjawiska była zaskakująca, podobnie jak błyskawiczny paraliż serwisów internetowych urzędów państwowych wskutek zorganizowanych ataków przeciążających serwery oraz regularne demonstracje na ulicach. W moim odczuciu to dobrze ilustruje, jak niewiele wiemy o społecznym kapitale sieci, jego potencjale oraz ewentualnych grupowych zastosowaniach, które mogą stymulować liderzy-netokraci. Przypuszczam, że 2.0, intensywnie tkające sieci ludzkie w sieciach komputerowych, jeszcze nieraz nas zaskoczy. A zaskoczenie może być jeszcze większe, gdy dzisiejsi młodzi „społecznicy”, którzy wrażliwi są w nieustannym splocie sieciowych relacji, dzielą się zasobami i sami je tworzą, zaczną jako decydenci definiować kształt i misję firm, instytucji i organizacji.

2.0 — sukces, porażka, koniec — i co dalej?

Ujmowanie 2.0 w tych kategoriach przypomina nieco dyskusję z prawem ciążenia lub próbę jego odwołania. Trudno jest wiązać zaistnienie 2.0 wyłącznie z powszechnie dostępną technologią, umożliwiającą partycypację za pośrednictwem nowych mediów na zasadzie prostego determinizmu. Owszem, bez narzędzi trudno byłoby globalnie kooperować, lecz to nie tak, że wręczenie użytkownikom notebooków i smartfonów stworzyło 2.0. W tym wypadku dostępne urządzenia oraz infrastruktura sieciowa odmieniły ekonomiczne uwarunkowania komunikacji i wytwarzania różnorodnych treści, ułatwiając także wiązanie społecznych relacji. 2.0 jest związane z twórczymi, ekspresywnymi potrzebami człowieka, jest więc fundowane antropologicznie i nie wydaje się być jedynie chwilowym trendem. Odrębną kwestią jest to, czy jego wytwory oraz zaobserwowane mechanizmy będą funkcjonować obok nas, czy będziemy ich „szeregowymi” uczestnikami, czy też będziemy potrafili, jako projektanci profesjonalnych systemów informacyjnych, angażować pokłady energii w celu uspołecznienia własnych działań i obniżki kosztów ich realizacji. Tu bezcenna jest znajomość internetowych społeczności, modeli kooperacji, rodzajów wytworów, choćby po to, by ocenić możliwości współpracy lub ich brak.

O ile nie przytrafią się nam globalne deficyty energetyczne, uniemożliwiające elektroniczną łączność na skalę globalną, to 2.0 w najbliższej przyszłości może zniknąć tylko w sposób, w jaki znika z naszej świadomości fakt używania elektryczności, a ostatnio Internetu. Nie odczuwamy ich obecności do czasu, gdy odmówią posłu-

szeństwa i dopiero wówczas przekonujemy się, jak bardzo jesteśmy od nich uzależnieni.

A jakie ciekawe rzeczy po dzisiejszej wersji 2.0? Po wzięciu udziału w performance belgijskiej grupy CREW stawiam na immersję, tj. zanurzenie w wirtualnej rzeczywistości, zsynchronizowanej z odczuwalną motoryką ciała. Generowanie wirtualnych światów, możliwość spotkania awatarów, przenosiny w czasie i przestrzeni, które całkowicie odmieniają poczucie rzeczywistości i teraźniejszości. Stanowią też niezwykłą szansę poznania nowych miejsc, przeżycia historycznych sytuacji i wręcz zmysłowego percypowania obecności innych osób. Oczywiście z wykorzystaniem nowych mediów, partycypacyjnie, interaktywnie i z wniesieniem własnego wkładu — samego siebie.

Ciekawe — czy będą tam potrzebni bibliotekarze?