

**Joanna Papińska-Kacperek,  
Krystyna Polańska**

---

**Modele współdziałania  
społecznościowego w erze Web 2.0**

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 112, 141-149

---

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*JOANNA PAPIŃSKA-KACPEREK*  
Uniwersytet Łódzki<sup>1</sup>

*KRYSTYNA POLAŃSKA*  
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie<sup>2</sup>

## MODELE WSPÓLDZIAŁANIA SPOŁECZNOŚCIOWEGO W ERZE WEB 2.0

### Streszczenie

Cyfrowe media i wykorzystujące je aplikacje otworzyły możliwość lepszego współdziałania w wielu dziedzinach życia. W artykule opisane zostaną sposoby współdziałania społecznościowego. Zaproponowana zostanie klasyfikacja istniejących współcześnie modeli.

**Słowa kluczowe:** model współdziałania społecznościowego, e-biznes, e-administracja, Web 2.0, finansowanie społecznościowe.

### Wprowadzenie

Model współdziałania społecznościowego to abstrakcyjne określenie sposobu i efektu działania przedsięwzięcia (o charakterze biznesowym lub misyjnym) oraz źródeł generowania przez nie wartości materialnych lub niematerialnych.

Opisane poniżej modele współdziałania społecznościowego wykorzystują narzędzia Web 2.0 i naturalną w komunikowaniu społecznościowym potrzebę interakcji bezpośrednich w czasie rzeczywistym. Poczucie wspólnoty zainteresowań, możliwość współpracy oraz równoprawne korzystanie i tworzenie informacji były podstawami, które okazały się wystarczające, by rozwinęło się współdziałanie spo-

---

<sup>1</sup> Katedra Informatyki, Wydział Zarządzania.

<sup>2</sup> Instytut Informatyki i Gospodarki Cyfrowej, Kolegium Analiz Ekonomicznych.

lecznościowe. Narzędziami Web 2.0 stały się serwisy społecznościowe (portale umożliwiające założenie prywatnego lub publicznego konta), blogi, mikroblogi, platformy komunikacyjne i komunikatory, a także internetowe repozytoria multimedialne. Dostęp do zawartości, nie tylko do jej przeglądania, ale też do współtworzenia i komentowania treści, mają tylko zarejestrowani użytkownicy, którzy są rozpoznawalni na podstawie zamieszczonych w profilu danych osobowych, zdjęć, powiązań z innymi użytkownikami. Nie są zatem anonimowymi internautami, ale rozpoznawalnymi członkami sieci społecznościowej (Polańska 2013, s. 20).

Celem niniejszego artykułu jest uporządkowanie sposobów współdziałania społecznościowego w formie typologii modeli charakteryzujących najczęściej spotykane rodzaje tego współdziałania.

## 1. Modele współdziałania

Cyfrowe media i korzystające z nich aplikacje otworzyły możliwość funkcjonowania nowych modeli organizacyjnych, w których różne podmioty mogą posiadać wspólny cel, wspólne zadania, wspólne zasoby lub wspólny system IT.

Użytkownikom portali społecznościowych najczęściej zależy na utrzymywaniu kontaktów ze znajomymi i miłym spędzeniu czasu, ale celem na portalach *GoldenLine*, *Profeo* czy *LinkedIn* jest znalezienie pracy, zaczęto tworzyć też specjalistyczne portale dedykowane grupom zawodowym, pracownikom jednej instytucji czy jednej czynności, jak udzielanie odpowiedzi (*Yahoo Answers*), zbieranie danych na zadany temat (*Memory Alpha*), zbieranie funduszy (*PolakPotrafi*) lub budzenie (*Talkoclock*) (Papińska-Kacperek 2013, s. 60). Techniki IT pozwalają na szybsze dzielenie się z odbiorcami dorobkiem artystycznym i naukowym. Na świecie rośnie liczba naukowców korzystających z narzędzi Web 2.0. Serwisy wiki i blogi coraz częściej służą prowadzeniu dzienników badań. Powstały portale społecznościowe jak np. *ResearchGATE* czy *Mendeley*. Dzięki nim naukowcy dowiadują się o istnieniu mniej popularnych publikacji (Papińska-Kacperek 2011).

Trend dzielenia się i otwartości przenoszony jest także do sfery edukacji. Serwisy wiki okazują się pomocne w realizacji studenckich projektów, w opracowywaniu trudnych tematów, tworzeniu słowników pojęć związanych z danym wykładem lub kursem. W e-learning 2.0 student staje się nie tylko odbiorcą treści elektronicznego kursu, ale także jego współtwórcą. Może tworzyć materiały, które potem będą dołączane jako element e-kursu. Na uczelniach powstają otwarte repozytoria materiałów dydaktycznych, w tym nagrań wideo z zajęć na znanych uczelniach (np. *MIT OpenCourseWare* czy *Stanford on iTunes*).

Na całym świecie aplikacje Web 2.0 wykorzystywane są jako kanał wymiany informacji urzędów z obywatelami. Wiele instytucji posiada konta na portalach społecznościowych jak Facebook, Twitter czy YouTube. Opracowywane są też

strategie wykorzystania mediów społecznościowych nie tylko w celu komunikacji, ale także współpracy, np. konsultacji społecznych lub angażowania użytkowników w ocenianie usług i tworzenie innowacji. Wspomniane działania zauważane są od lat w administracji skarbowej (Papińska-Kacperek 2013, s. 222). Profile na portalach społecznościowych służą przede wszystkim komunikacji z podatnikami, ale są też przykłady współpracy wewnątrz urzędów.

Techniki IT umożliwiają w działalności gospodarczej np. współdzielenie zasobów czy systemów informatycznych. Pozwalają na łączenie systemów ERP dostawcy i producenta, czyli integrację procesów biznesowych wielu firm, dzięki czemu realne stało się zautomatyzowane składanie i otrzymywanie zamówień elektronicznych (Papińska-Kacperek 2013, s. 72). System ERP przedsiębiorstwa staje się zatem elementem łańcucha dostaw (Supply Chain Management, SCM), co usprawnia zarówno działanie wewnątrz firmy, jak i współpracę z innymi podmiotami. Dzięki aplikacjom IT i ich odpowiedniemu wykorzystaniu organizacje mogą też współtworzyć nowe wartości, np. dla klienta, który coraz częściej współpracuje z producentem albo tylko jako redaktor swoich danych udostępnionych firmie (co jednak podnosi komfort usługi), albo jako prosument uczestniczący w kreacji produktu lub produkujący coś dla innych, np. jako aktywny uczestnik rynku energii, posiadający baterie słoneczne lub inne źródło energii odnawialnej. Zmianę roli gospodarstw domowych z typowego konsumenta na prosumenta przewidują projekty inteligentnych sieci energetycznych, w których pojawią się także inteligentne liczniki pozwalające użytkownikom na bieżąco monitorować zużycie energii elektrycznej (Papińska-Kacperek 2013, s. 74). Widząc wskazania liczników, odbiorcy będą mogli sami podejmować decyzje o wyłączaniu domowych urządzeń (pralek, suszarek bębnowych czy zmywarek, a w przyszłości o czasie ładowania baterii elektrycznego samochodu). W ten sposób oprócz zarządzania wysokością własnych rachunków za zużycie energii będą mogli też wpływać na cały system energetyczny.

W gospodarce oprócz wspólnych zasobów podmioty mogą posiadać też wspólnych klientów lub dostawców. Przykładami takiej współpracy są usługi pośredniczenia, agregowania ofert kupujących, łączenia dużych grup producentów i hurtowników z detalistami (Papińska-Kacperek 2013, s. 68).

Biorąc pod uwagę trzy strony interakcji we współdziałaniu społecznościowym, tj. organizacje komercyjne, administrację państwową i klienta, można wyodrębnić cztery podstawowe modele tego współdziałania (tabela 1):

- korporacyjny (dotyczący współdziałania organizacji),
- aktywizacyjny (współdziałania z konsumentem/petentem),
- kreatywny (współdziałania członków sieci społecznościowej w celu kreacji nowych zasobów udostępnianych całej społeczności internetowej),
- propubliczny (współdziałania administracji państwowej z obywatelami i przedsiębiorstwami).

Tabela 1

## Modele współdziałania społecznościowego

Nazwa modelu	Zachodzi między:	Wspólne zasoby informacyjne	Wspólne platformy współpracy	Wspólny cel
Korporacyjny	organizacjami i w organizacjach	dane z badań rynku, marketingowe	do współpracy i komunikacji	nowy/lepszy produkt/usługa, nowy klient
Aktywizacyjny	organizacją a klientem	dane o produkcji/usłudze	do zawierania transakcji	lepsza jakość i doposażenie produktu/usługi, niższa cena
Kreatywny	członkami sieci społecznościowej	dane współtworzone i współdzielone	do współpracy	radość współtworzenia
Propubliczny	administracją a obywatelem lub biznesem	otwarte dane publiczne	weryfikacji danych i transakcyjne	klarowność i transparentność działań administracji oraz ułatwienia

Źródło: opracowanie własne.

Wymienione w tabeli modele zostaną szerzej omówione w kolejnych podpunktach.

## 2. Korporacyjny model współdziałania społecznościowego

Model korporacyjny jest wykorzystywany wewnątrz jednej organizacji lub przez partnerów biznesowych w celu usprawnienia istniejącego lub opracowania i wdrożenia nowego produktu lub usługi, pozyskania nowych rynków i klientów. Dysponowanie wspólnymi zasobami danych poprzez platformy umożliwiające ich współdzielenie pozwala na większą elastyczność przy podejmowaniu nowych wyzwań i obniża koszty transakcyjne (szczególnie koszty poszukiwań i zabezpieczeń transakcji). Nie bez znaczenia jest też większe zaufanie, które towarzyszy transakcjom w ramach społeczności biznesowej.

*eSpedytor.pl* to portal transportowy, w którym firmy po zarejestrowaniu się zlecają sobie nawzajem konkretne przewozy (wykorzystując także np. puste przejazdy, jednorazowe zlecenia). Przykładem społecznościowego wykorzystania platformy komunikacyjnej wewnątrz firmy jest komunikator *W3* stosowany w IBM ([w3-connections.ibm.com](http://w3-connections.ibm.com)). Dzięki temu rozwiązaniu można prześledzić swoją karierę w firmie, odpowiednio dobrać szkolenia i sprawdzić, jakie oferty pracy ma dla użytkownika firma przy takim poziomie umiejętności, jaki wynika z CV.

Obserwowane są też próby wykorzystania aplikacji Web 2.0 w komunikacji wewnętrznej urzędów. Przykładem jest aplikacja wiki zastosowana w Estonii. Natomiast duńska administracja skarbowa (SKAT) wykorzystuje portal społecznościowy *Yammer*, dedykowany prywatnej komunikacji w ramach jednej organizacji.

Celem użycia *Yammer* było stworzenie platformy dzielenia się wiedzą ze współpracownikami. SKAT zatrudnia ponad 8 tys. urzędników pracujących w różnych miastach Danii. *Yammer* stanowi dla nich narzędzie nieformalnych rozmów, dzięki temu zwiększa się poczucie wspólnoty. Drugim celem było pozwolenie pracownikom na praktykowanie niezbędnych na platformach społecznościowych form komunikacji, takich jak krótkie i bardziej bezpośrednie komunikaty, czyli innych niż w urzędowym sposobie komunikacji. Uznano, że jest to konieczne, by zaistnieć w mediach społecznych.

### 3. Model aktywizacyjny

Celem modelu aktywizacyjnego klienta jest lepsza jakość i dopasowanie produktu lub usługi do potrzeb konsumenta, a także możliwość zaoferowania niższej ceny dzięki ograniczeniu kosztów obsługi, magazynowania produktów i rozliczeń z klientami lub współdziałanie konsumentów w przedsięwzięciu. Przykładem tego ostatniego jest formuła społecznościowego finansowania przedsięwzięć. Może ona przybierać trzy formy: donacyjną, inwestycyjną i pożyczkową (Polańska 2012, s. 230).

Serwisy finansowania społecznościowego nowych przedsięwzięć są to zwykle platformy pośredniczące między internautami, którzy są skłonni przy odpowiedniej argumentacji wydatkować niewielkie kwoty pieniędzy w formie darowizny, pożyczki lub inwestycji, a autorami nowych, kosztownych, często ryzykownych projektów, które w inny sposób nie mają szansy na realizację. Istotna jest tu forma wydatkowania pieniędzy. Jeśli jest to dobrowolna donacja na rzecz społeczności, wówczas można poza satysfakcją z przysłużenia się społeczności oczekiwać co najwyżej drobnego upominku. Mikrodonacje najczęściej towarzyszą dużym przedsięwzięciom społecznym, które nie są finansowane ze środków państwowych, takim jak np. *Wikipedia*, *WikiLeaks*, *Genoteka.pl*. Powstały nawet specjalne systemy obsługujące mikrodonacje (np. *Flatter.com*). Wsparcie w formie mikroprzekazu to rodzaj podziękowania za dostęp do zasobów udostępnianych za darmo. W tym przypadku przydatność udostępnianych treści, ale także zwykle „polubienie” serwisu, może przysporzyć projektom misyjnym dodatkowych funduszy, np. z umieszczanych reklam na stronie serwisu.

W przypadku inwestycji angażowane są zwykle nieduże kwoty w przedsięwzięcia ryzykowne, takie jak urzeczywistnianie nowych idei lub projekty z obszaru kultury i sztuki (np. *MegaTotal.pl*). Mikroinwestycje to sposób finansowania startujących przedsięwzięć, gdy potrzebne są większe kwoty, a jednocześnie istnieje duża niepewność co do powodzenia projektu. W razie niepowodzenia pojedynczy inwestor niewiele traci, a w przypadku sukcesu projektu może jednak zyskać (Polańska 2013, s. 143).

Mikropożyczki można przyrównać do składkowego udzielania kredytu na określonych warunkach. Do obsługi tego rodzaju inwestycji powstały specjalne portale pośredniczące w transakcjach pożyczkowych (np. w Polsce – *Pozycz.pl*, *Kokos.pl*, *Ducatto.pl*, w Wielkiej Brytanii – *Zopa.com*, w Niemczech – *Auxmoney.com*).

Projekty finansowane przez społeczność konkurują między sobą w założonych z góry ramach czasowych. Projekt, który nie zdobędzie potrzebnych do jego realizacji środków w określonym terminie, jest wycofywany. Potencjalni inwestorzy dokonują więc selekcji projektów, które zostaną sfinansowane (Ordanini i in. 2011, s. 448).

W ramach modelu aktywizacyjnego powstało także szereg kreatywnych rozwiązań, jak np. związane z zakupami grupowymi (m.in. *Groupon.pl*, *CityDeal.pl*, *Kumulator.pl*, *Znizkomania.pl*). Internetowe społeczności konsumenckie są w swej masie stroną zdolną do negocjacji ceny transakcji ze sprzedawcami. Serwisy specjalizujące się w pośrednictwie przy zakupach grupowych między oferentami a dużymi grupami klientów początkowo zawierały oferty usług i wyjazdów turystycznych, ale z czasem objęły prawie wszystkie branże. Warunkiem realizacji transakcji grupowej jest zebranie się odpowiedniej grupy osób zainteresowanych zakupem produktu lub usługi w proponowanej promocyjnej cenie w określonym w ofercie czasie. Transakcja dochodzi do skutku, gdy zostanie wyczerpana pula zaoferowanych zniżek do końca okresu promocji, lub gdy oferent zdecyduje się podtrzymać warunki tylko dla tych, którzy się zgłosili (co zdarza się niezwykle rzadko).

Zaczęły też powstawać portale tworzone przez klientów, np. portale łączące niezadowolonych konsumentów, którzy występują grupowo przeciwko nieuczciwym praktykom firm. Zbiorowe roszczenia wobec producentów lub usługodawców to sposób na dochodzenie swoich roszczeń poprzez wywieranie nacisków (a w ostateczności wstępowanie na drogę sądową z pozwem zbiorowym) przez grupę, z którą trzeba się zacząć liczyć, a nie tylko przez pojedynczego konsumenta (przykładem m.in. *Pozywamy-zbiorowo.pl*, *Wspolnypozew.com*) (Polańska 2013, s. 23).

Aktywizacji klienta służą także platformy społecznościowe, które są dedykowane specjalnie klientom konkretnej firmy. Przykładem jest platforma Hewlett Packard (<http://h30434.www3.hp.com/psg/>).

Duńskiej administracji skarbowej udało się zwerbować ochotników do prowadzenia badań użytkowników oraz do zaangażowania się w obsługę konkretnych projektów na Twitterze (Papińska-Kacperek 2013, s. 230). Zatem wykorzystano gotowość wybranych podatników do uczestnictwa w tego rodzaju przedsięwzięciach.

#### 4. Model kreatywny współdziałania użytkowników sieci społecznościowej

Model kreatywnego współdziałania społecznościowego zakłada udział użytkowników portalu społecznościowego w wykreowaniu nowych zasobów informacji

udostępnianych ogółowi zwykle za darmo. Kontrybucja wnoszona przez członków społeczności polega na digitalizacji danych archiwalnych lub na opracowaniu jednostki treści stanowiącej fragment większej całości, np. nowego repozytorium wiedzy. W ramach modelu mobilizacyjnego lokują się przedsięwzięcia typu wiki, opierające się na kooperacji wielu autorów według ustalonych reguł i struktur gromadzonych treści (Ebersbach i in. 2011, s. 40). Przykłady takich projektów można odnaleźć we wszystkich językach, np. niemiecki – *Stadtwiki Karlsruhe* (zawierający zbiór informacji na temat Karlsruhe i okolic), w języku angielskim – np. projekt *Memory Alpha* (będący encyklopedią dla fanów Star Treka) lub *Wikivoyage* (w którym gromadzone są aktualne informacje na temat dalekich podróży), po polsku – np. *Genoteka.pl* (gdzie gromadzone są informacje z ksiąg parafialnych dotyczące narodzin, ślubów i zgonów na terenie obecnej i przedwojennej Polski).

Powstają też aplikacje mobilne ułatwiające tworzenie repozytoriów multimedialnych, jak *Garmin Adventure*. Za pomocą darmowego programu ułatwiającego planowanie podróży, instalowanego na smartfonach, możliwe jest dołączanie pełnych opisów przeżytych przygód, ze zdjęciami i filmami zrobionymi po drodze.

## 5. Współdziałanie społecznościowe w obszarze administracji publicznej

Administracja każdego kraju dysponuje olbrzymią ilością informacji, które można udostępnić obywatelom, aby dać im szansę na tworzenie własnych serwisów i nowych aplikacji na podstawie otwartych zasobów publicznych (Papińska-Kacperek 2013, s. 87). Według raportu CSC projekty związane z otwartością danych są dzisiaj realizowane w 21 państwach europejskich (CSC 2011). W 2010 r. powstał portal *Data.gov.uk*, którego zadaniem pierwotnie było zbieranie i udostępnianie danych przestrzennych uzyskiwanych m.in. z zasobów rządu brytyjskiego, a także kolekcjonowanie pomysłów zgłaszanych przez obywateli. Brytyjski projekt obecnie stawia sobie za zadanie publikowanie niemal wszystkich danych nieosobowych zbieranych na potrzeby administracji publicznej. Przyjęto założenie, że rząd ma uwolnić publiczne dane, by pomóc obywatelom zrozumieć, w jaki sposób podejmowane są decyzje. Szeroka dostępność danych oznacza, że ludziom łatwiej będzie opiniować działania podejmowane przez instytucje publiczne. W grudniu 2013 r. serwis pokazywał ponad 13 tys. rejestrów, najpopularniejsze były: rejestr gruntów oraz rejestr majątku osób zmarłych pozwalający krewnym określić ich uprawnienia do dziedziczenia. Ze strony można było wtedy pobrać 314 aplikacji, np. mobilną wyszukiwarkę parkingów czy *London Traffic* – aplikację udostępniającą zdjęcia z ponad 700 kamer w całej stolicy. Na portalu prowadzono wtedy 160 blogów i dyskutowano na 188 forach. Podobne serwisy zostały uruchomione w Danii (*Digitaliser.dk*), Finlandii (*Data.suomi.fi*) i Hiszpanii (*Aporta.es*). Jest to przykład współdzielenia aplikacji i zasobów informacyjnych.



Współpracę bardziej aktywną zaproponowała straż miejska w Rzymie, inicjatywę tę można określić jako „mandaty społecznościowe”. Mieszkańcy Rzymu mogą wysłać zgłoszenie nieprawidłowo zaparkowanego samochodu poprzez fotografię opublikowaną na portalu Twitter (Il Messaggero, 2013). Czynność tę umożliwiają smartfony, na których bardzo często zainstalowane są aplikacje portali społecznościowych. Straż miejska może wysłać na wskazane w ten sposób miejsce funkcjonariusza, który sprawdzi sytuację i dopiero wtedy wystawi mandat. Dyskusje budzi, czy rozsądne jest upublicznianie takich zdjęć na ogólnodostępnych portalach. Lepszym rozwiązaniem byłoby wysyłanie maila z załączonym zdjęciem. Ale pomysł takiej współpracy jest przykładem współdziałania, którego celem jest zahamowanie plagi złego parkowania, np. w drugim rzędzie, i zastawiania samochodów.

### Podsumowanie

Przedstawiony w artykule zestaw modeli współdziałania społecznościowego nie jest zamknięty i skończony, bo też i rozwój technik IT oraz pomysłowość twórców nowych przedsięwzięć wydają się nieograniczone.

Wspólne zainteresowania, potrzeba współpracy (komercyjnej lub społecznej) oraz możliwość współtworzenia i współdzielenia treści stworzyły warunki do powstania współdziałania społecznościowego. Jego formy implikowały same podmioty biorące udział we współdziałaniu, tj. organizacje biznesowe, urzędy administracji publicznej i pojedynczy użytkownicy. Wykorzystywane we współdziałaniu narzędzia Web 2.0, pozwalające na interakcje o charakterze sieci społecznościowych, umożliwiają dostęp i aktywne uczestniczenie w kreowaniu zawartości powstających tam treści. Przytoczone przykłady stanowiły ilustracje wyodrębnionych modeli, choć nie wyczerpują oczywiście pełnej listy spotykanych rozwiązań.

### Literatura

- CSC (2011), *Uncharted Waters. The State of Open Data in Europe*.
- Ebersbach A., Glaser M., Heigl R. (2011), *Social Web*, UVK Verlagsgesellschaft, 2. Auflage, Konstanz.
- Il Messaggero (2013), *Vigili, ecco le prime multe social, sulla Salaria 34 contravvenzioni dopo le denunce su Twitter*, [http://www.ilmessaggero.it/roma/cronaca/salaria\\_doppie\\_file\\_denunce\\_twitter/notizie/414506.shtml](http://www.ilmessaggero.it/roma/cronaca/salaria_doppie_file_denunce_twitter/notizie/414506.shtml)
- Ordanini A., Miceli L., Pizzetti M., Parasuraman A. (2011), *Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms*, „Journal of Service Management” 2011, Vol. 22, Issue 4.

- Papińska-Kacperek J. (2011), *Przykłady zastosowań serwisów społecznościowych*, w: Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 28, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego
- Papińska-Kacperek J. (2013), *Usługi cyfrowe. Perspektywy wdrożenia i akceptacji cyfrowych usług administracji publicznej w Polsce*, Wydawnictwo UŁ, Łódź.
- Polańska K. (2012), *Business models and social media in the electronic economy*, „Information Systems in Management” 2012, Vol. 1, No. 3.
- Polańska K. (2013), *Sieci społecznościowe. Wybrane zagadnienia ekonomiczno-społeczne*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.

## MODELS OF SOCIAL INTERACTION

### Summary

Digital media and applications that use these, open the possibility of better cooperation in many areas of life. The article describes the methods of social interaction. The author proposed a classification of existing contemporary models.

**Keywords:** social interaction, Web 2.0, e-business, e-government, crowdfunding.

*Translated by Joanna Papińska-Kacperek*