

e-mentor

DWUMIESIĘCZNIK SZKOŁY GŁÓWNEJ HANDLOWEJ W WARSZAWIE
WSPÓŁWYDAWCA: FUNDACJA PROMOCJI I AKREDYTACJ KIERUNKÓW EKONOMICZNYCH

2014, nr 4 (56)



M. Kobus, D. Jemielniak, *Ekonomia daru i społeczności otwartej współpracy – nowe kierunki badań społecznych*, „e-mentor” 2014, nr 4 (56), s. 4–9,
<http://dx.doi.org/10.15219/em56.1116>.

Ekonomia daru i społeczności otwartej współpracy – nowe kierunki badań społecznych



Martyna
Kobus



Dariusz
Jemielniak

Artykuł przybliży zagadnienie ekonomii daru w społecznościach internetowych jako nowego, fascynującego obszaru badań. Pokazuje, że ekonomia daru i forma organizacji w społecznościach otwartej współpracy mogą być rozumiane jako nowy paradygmat relacji wymiany. Opisuje problematykę ekonomii daru i organizacji otwartej współpracy w naukach ekonomicznych i – przede wszystkim – naukach o zarządzaniu, przedstawiając je jako temat wart szczególnej uwagi i zainteresowania badawczego, zwłaszcza początkujących badaczy.

Celem niniejszego artykułu jest zarysowanie nowego obszaru badawczego z pogranicza ekonomii, zarządzania, antropologii i socjologii. Opracowanie ma charakter przeglądowy i przybliży problematykę społeczności otwartej współpracy (takich jak Wikipedia, TripAdvisor czy Uber). Artykuł w szczególności podkreśla wagę badania tzw. ekonomii daru, której fenomen jest najbardziej widoczny właśnie w zbiorowościach internetowych. Ekonomia daru jest nową koncepcją w naukach ekonomicznych, określającą alternatywny paradygmat rozumienia motywów ludzkich (wykraczający poza typowe zachowania zorientowane na zaspokajanie własnych interesów i potrzeb). W artykule przedstawiono krótko percepcję ekonomii daru w naukach ekonomicznych i ogólnospołecznych. Następnie wskazano, jak koncepcja ta jest ujmowana w naukach o zarządzaniu, a także w antropologii. Zaproponowano ponadto kierunki badań tego fenomenu, zachęcając zwłaszcza badaczy młodego pokolenia (i doktorantów poszukujących

tematów badawczych) do analizowania opisywanych zagadnień w pracy naukowej.

Ekonomia daru – nowe pole badań ekonomicznych

Gwałtowny rozwój gospodarki internetowej, a także społeczności internetowych, wpływa znacząco zarówno na sposoby prowadzenia biznesu, jak i na normy komunikowania się¹. W szczególności pojawiają się produkty i rynków cyfrowych powoduje konieczność ponownego interpretowania i precyzowania podstawowych prawideł ekonomii i zarządzania (przykładowo koszt krańcowy może być bliski zeru, bariery wejścia – znikome, podobnie koszty komunikacji i dotarcia do klienta, znacznie zniwelowana lub nieistniejąca asymetria informacyjna).

Zdaniem niektórych autorów² sprawia to, że powstają całkowicie nowe sposoby produkcji (w szczególności kolektywna produkcja oparta na otwartej współpracy), które mają potencjał, aby zrewolucjonizować całkowicie naturę zarządzania³, a także zakwestionować klasyczne założenia ekonomiczne. Jednocześnie głębsze konsekwencje dla ekonomii i zarządzania wynikające z cyfrowej rewolucji są wciąż w niewielkim stopniu zbadane⁴. Nie jest jasne, jakie czynniki wpływają na motywacje ludzi, którzy tworzą dobra publiczne, spontanicznie uczestnicząc we współpracy wolontarnej, bez jakichkolwiek finansowych korzyści. Dotychczasowa teoria

¹ J. Tkaczyk, *Zachowania konsumenckie w środowisku wirtualnym (on-line)*, [w:] S. Pilarski, M. Awdziej, M. Czaplicka, J. Tkaczyk, K. Zięba (red.), *Klient i marketing*, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn 2010; G. Mazurek, *Znaczenie wirtualizacji marketingu w sieciowym kreowaniu wartości*, Poltext, Warszawa 2012.

² Y. Benkler, *The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom*, Yale University Press, New Haven 2006.

³ Y. Benkler, *The Penguin and the Leviathan: How Cooperation Triumphs Over Self-Interest*, Crown Business, New York 2011.

⁴ S. Greenstein, A. Goldfarb, C. Tucker, *Introduction to „Economics of Digitization”*, [w:] S. Greenstein, A. Goldfarb, C. Tucker (eds.), *Economics of Digitization*, University of Chicago Press, Chicago 2013.

ekonomii podkreśla rolę altruizmu, wzajemności, a także możliwości budowania statusu społecznego w tego rodzaju działaniach⁵. Jednakże stworzenie precyzyjnych typologii zachowań i motywacji, a także wzorców behawioralnych⁶ jest, zwłaszcza w odniesieniu do projektów amatorskich, bardzo trudne. Zachowania te znajdują się także pod bardzo silnym wpływem regulacji wytworzonych w ramach samych społeczności⁷. Nawet drobne różnice w oficjalnych normach mogą znacząco wpływać na duże lub małe zainteresowanie uczestnictwem w stosujących je projektach⁸.

Społeczności otwartej współpracy doprowadziły do tego, że sieci społecznościowe (w szerokim rozumieniu, z uwzględnieniem nie tylko portali takich jak Facebook czy OKCupid, ale także Upworthy, Reddit, 9Gag, Couchsurfing, Yelp, Tripadvisor, The Pirate Bay, Uber, rodziny gier Zynga i in.) stały się jedną z wiodących form organizacji interakcji w internecie, i nabrały ogromnego znaczenia społecznego. W naukach ekonomicznych koncentracja na tych nowych i słabo zbadanych formach kooperacji jest szczególnie istotna, ponieważ to kontekst społeczny w dużym stopniu determinuje zachowania ekonomiczne. Warto zauważyć, że nawet klasyczne gry ekonomiczne przeprowadzane za pośrednictwem internetu mogą dawać odmienne rezultaty od realizowanych twarzą w twarz⁹. Stoimy w obliczu wyłaniania się nowego paradygmatu sieciowego w naukach ekonomicznych i naukach o zarządzaniu¹⁰, w realiach wciąż słabo zbadanej gospodarki opartej na wiedzy¹¹.

Analiza motywacji do uczestnictwa w projektach otwartej współpracy może pozwolić na głębsze zrozumienie, jak formują się sieci społeczne. Analizy

takiej można dokonać np. poprzez zbadanie, w jakim stopniu są one kształtowane przez twórczość (dodawanie nowych treści), a w jakim stopniu oparte na funkcjach recenzenckich (np. komentowaniu cudzych treści i działań) lub na regułach wzajemności. Jest to szczególnie ciekawe w społecznościach nieprofesjonalnych, tj. nieskupiających profesjonalistów danego zawodu. W przypadku sieci profesjonalnych (np. ruchu otwartego oprogramowania) uczestnictwo w nich, pomimo braku gratyfikacji finansowej, może mieć bezpośrednie przełożenie na status zawodowy uczestników – zwiększać ich wiarygodność, umożliwiać budowanie portfolio, tworzenie sieci zawodowych kontaktów czy budowanie własnej dobrej reputacji dzięki połączeniu jej z reputacją dużego, znanego projektu¹². Budowanie reputacji w niektórych badaniach uznawane jest wręcz za główny powód uczestnictwa w profesjonalnych projektach otwartej współpracy¹³. W związku z tym osoby, które w nich partycypują, mogą kierować się także typowo egoistycznymi pobudkami¹⁴. Nieco inaczej jest natomiast w sieciach nieprofesjonalnych, takich jak Wikipedia, Tripadvisor czy Reddit – ponieważ nikt nie jest ekspertem w tworzeniu encyklopedii czy recenzji hoteli lub selekcyonowaniu ciekawych artykułów. Motywacje do uczestnictwa są zatem w znacznie mniejszym stopniu związane z zewnętrznymi korzyściami, a w większym stopniu z relacjami wewnątrz samych społeczności. Umożliwia to lepszą analizę fenomenów związanych z uczestnictwem w otwartej współpracy, co może mieć duży wpływ na rozumienie ekonomii dóbr wspólnych¹⁵.

Zwłaszcza zagadnienie ekonomii daru, do którego głębszej analizy autorzy pragną zachęcić w niniejszym artykule, jest słabo zagospodarowanym polem

⁵ S.P. Anderson, J.K. Goeree, C.A. Holt, *A theoretical analysis of altruism and decision error in public goods games*, „Journal of Public Economics” 1998, Vol. 70, No. 2, s. 297–323, [http://dx.doi.org/10.1016/S0047-2727\(98\)00035-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0047-2727(98)00035-8); J. Andreoni, *Impure altruism and donations to public goods: a theory of warm-glow giving*, „The Economic Journal” 1990, Vol. 100, No. 401, s. 464–477, <http://dx.doi.org/10.2307/2234133>; R. Benabou, J. Tirole, *Belief in a just world and redistributive politics*, „The Quarterly Journal of Economics” 2006, Vol. 121, No. 2, s. 699–746, <http://dx.doi.org/10.1162/qjec.2006.121.2.699>; A. Falk, U. Fischbacher, *A theory of reciprocity*, „Games and Economic Behavior” 2006, Vol. 54, No. 2, s. 293–315, <http://dx.doi.org/10.1016/j.geb.2005.03.001>.

⁶ P.A. David, J.S. Shapiro, *Community-based production of open-source software: What do we know about the developers who participate?*, „Information Economics and Policy” 2008, Vol. 20, No. 4, s. 364–398, <http://dx.doi.org/10.1016/j.infoecopol.2008.10.001>.

⁷ E. Ostrom, *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*, Cambridge University Press, Cambridge 1990.

⁸ D. Jemielniak, *Życie wirtualnych dzikich*, Poltext, Warszawa 2013.

⁹ J. Hergueux, N. Jacquemet, *Social preferences in the online laboratory: a randomized experiment*, „Experimental Economics” 2012, s. 1–33, <http://dx.doi.org/10.1007/s10683-014-9400-5>.

¹⁰ W. Czakon, *Paradygmat sieciowy w naukach o zarządzaniu*, „Przegląd Organizacji” 2011, nr 11, s. 3–6.

¹¹ D. Jemielniak, *Zarządzanie wiedzą – pojęcia podstawowe*, [w:] D. Jemielniak, A.K. Koźmiński (red.), *Zarządzanie wiedzą. Podręcznik akademicki*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

¹² E. Von Hippel, G. Von Krogh, *Open source software and the „private-collective” innovation model: Issues for organization science*, „Organization Science” 2003, s. 209–223, <http://dx.doi.org/10.1287/orsc.14.2.209.14992>; M.M. Wasko, S. Faraj, *Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice*, „MIS Quarterly” 2005, Vol. 29, No. 1, s. 35–57.

¹³ S. Weber, *The Success of Open Source*, Harvard University Press, Cambridge 2004.

¹⁴ J. Nahapiet, L. Gratton, H.O. Rocha, *Knowledge and relationships: when cooperation is the norm*, „European Management Review” 2005, Vol. 2(1), s. 3–14, <http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.emr.1500023>.

¹⁵ E. Ostrom, *Collective action and the evolution of social norms*, „The Journal of Economic Perspectives” 2000, Vol. 14, No. 3, s. 137–158, <http://dx.doi.org/10.1257/jep.14.3.137>; J. Hofmokr, *Internet jako nowe dobro wspólne*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

badawczym, stanowiącym jednakże fascynujący nowy obszar zarówno dla ekonomii, jak i antropologii, socjologii oraz zarządzania. Dlaczego uczestnicy projektów otwartej współpracy są skłonni pracować za darmo, poświęcając często setki godzin wolnego czasu? Jak postrzegają wzajemność relacji w internecie? Czy kluczowe są dla nich relacje z innymi członkami społeczności, społecznością jako taką, regulacjami zbiorowymi, tworzonym dobrem wspólnym, czy też ze światem zewnętrznym? Jak kształtuje się rozkład uczestników otwartej współpracy pod względem zaangażowania czasowego czy wkładu, tj. w jak dużym zakresie jest zgodny z rozkładem typowym dla praw potęgowych, czyli z „długim ogonem”¹⁶?

Dotychczasowa literatura przedmiotu zaledwie zarysowuje problem, pozostawiając wiele pytań, a oceny organizacji otwartej współpracy są w naukach społecznych nadal bardzo skrajne: od postrzegania ich jako wyższej formy współpracy międzyludzkiej, opartej na „mądrości tłumu”¹⁷ i jako przyszłości przedsiębiorstw¹⁸, po przekonanie, że są one jedynie nieudolną amator-szczyzną¹⁹, tworzoną przez „cyfrowych maoistów”²⁰.

Otwarta współpraca w teorii organizacji i zarządzania

Społeczności gospodarki internetowej są, a przynajmniej powinny być, w centrum zainteresowania nowoczesnej teorii organizacji i zarządzania. Jest tak dlatego, że metody organizacji społeczności otwartej współpracy podważają wiele z typowych założeń wspomnianej dyscypliny (dotyczących m.in. przywództwa, hierarchii, niezbędnych interakcji w grupie, zaufania, tożsamości organizacyjnej).

Możemy patrzeć na nie jak na element szerszego trendu związanego z zarządzaniem partycypacyjnym²¹, albo też zwiastun powstającego „społeczeństwa sieci”²²

bądź przejaw „prosumeryzmu”, czyli zacierania granic pomiędzy twórcami a konsumentami treści²³.

Istotnie, społeczności otwartej współpracy, charakterystyczne dla ekonomii daru, opierają się na redukcji relacji hierarchicznych, chaotycznej strukturze i planowaniu, a także rozproszonym zaufaniu i anonimizacji znacznej części uczestników. To typowe dla „bazarowego *governance*”²⁴ – modelu, który wciąż jeszcze nie został dokładnie przeanalizowany i zrozumiany²⁵. Chociaż determinanty powodzenia organizacji opierających się na założeniach ekonomii daru są wciąż słabo określone, wymiana (zarówno w zakresie materialnym, jak i symbolicznym) wydaje się dla niego centralną kwestią, choć niekoniecznie musi mieć charakter symetryczny. Warto zauważyć, że nawet w przypadku pirackich serwisów wymiany plików podstawową potrzebą ich użytkowników jest nie tylko uzyskanie dostępu do mediów za darmo, ale także poczucie uczestniczenia w społeczności i wewnętrzne przekonanie o potrzebie wzajemności²⁶.

Niuanse konstrukcji społeczności mogą mieć duży wpływ na ich praktyczny kształt. Przykładowo, jak zauważają M.M. Wasko i S. Faraj²⁷, kiedy wiedza jest postrzegana raczej jako dobro publiczne niż ograniczony i cenny zasób, który trzeba chronić przed kradzieżą, ludzie chętnie się nią dzielą i uważają dbanie o interes społeczności za etyczny obowiązek. Kiedy natomiast wiedzę traktuje się jak towar, ludzie kierują się przede wszystkim własnym interesem. Ewidentnie natura czynności, charakter wymienianego dobra, a także organizacja społeczna, w której wymiana następuje, mają ogromny wpływ na to, jaki kształt przybiera ekonomia daru w konkretnym przypadku. Niejednokrotnie kluczowymi czynnikami powodzenia projektu będą czynnikami całkowicie nieintuicyjne. Na przykład według Claya Shirky’ego Wikipedia jest dla jej redaktorów atrakcyjna nie dlatego, że już zawiera wysokiej jakości artykuły,

¹⁶ M. Kobus, D. Jemielniak, *Komu bije dzwon? Czemu warto badać prawa potęgowe*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 2014, w druku.

¹⁷ J. Surowiecki, *The wisdom of crowds*, Anchor Books, New York 2004.

¹⁸ Y. Benkler, *Coase's Penguin, or, Linux and „The Nature of the Firm”*, „Yale Law Journal” 2002, Vol. 112, No. 3, s. 369–446, <http://dx.doi.org/10.2307/1562247>; M. Ciesielska, *Hybrid Organisations. A study of the Open Source – business setting*, Copenhagen Business School, Copenhagen 2010.

¹⁹ A. Keen, *The cult of the amateur: how today's internet is killing our culture*, Broadway Business, New York 2007.

²⁰ M. Tumlin, S.R. Harris, H. Buchanan, K. Schmidt, K. Johnson, *Collectivism vs. Individualism in a Wiki World: Librarians Respond to Jaron Lanier's Essay „Digital Maoism: The Hazards of the New Online Collectivism”*, „Serials Review” 2007, Vol. 33, No. 1, s. 45–53, <http://dx.doi.org/10.1016/j.serrev.2006.11.002>.

²¹ W. Uricchio, *Cultural citizenship in the age of P2P networks*, [w:] I. Bondebjerg, P. Golding, (eds.), *European culture and the media*, Intellect Books, Bristol 2004.

²² M. Castells, *Społeczeństwo informacyjne i państwo dobrobytu*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2009.

²³ A. Bruns, *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage*, Peter Lang, 2008.

²⁴ E.S. Raymond, *The cathedral and the bazaar*, „Knowledge, Technology & Policy” 1999, Vol. 12, No. 3, s. 23–49, <http://dx.doi.org/10.1007/s12130-999-1026-0>; B. Demil, X. Lecocq, *Neither market nor hierarchy nor network: The emergence of bazaar governance*, „Organization Studies” 2006, Vol. 27, No. 10, s. 1447–1466, <http://dx.doi.org/10.1177/0170840606067250>.

²⁵ K. Crowston, J. Howison, *Hierarchy and centralization in free and open source software team communications*, „Knowledge, Technology & Policy” 2006, Vol. 18, No. 4, s. 65–85, <http://dx.doi.org/10.1007/s12130-006-1004-8>.

²⁶ M. Cenite, M.W. Wang, C. Peiwen, G.S. Chan, *More Than Just Free Content Motivations of Peer-to-Peer File Sharers*, „Journal of Communication Inquiry” 2009, Vol. 33, No. 3, s. 206–221, <http://dx.doi.org/10.1177/0196859909333697>.

²⁷ M.M. Wasko, S. Faraj, *„It is what one does”: why people participate and help others in electronic communities of practice*, „The Journal of Strategic Information Systems” 2000, Vol. 9, No. 2, s. 155–173, [http://dx.doi.org/10.1016/S0963-8687\(00\)00045-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0963-8687(00)00045-7).

ale dlatego, że umożliwia stworzenie nowych – bardzo niskiej jakości i przy niewielkim wysiłku. Paradoksalnie złe artykuły bardziej zachęcają do rozwijania Wikipedii, ponieważ *znacznie więcej osób ma ochotę poprawić zły artykuł niż zacząć dobry od zera*²⁸.

Podobnie, wymiana i wzajemność interakcji, typowa dla organizacji opartych na ekonomii daru, ma niespodziewany efekt uboczny: wiele osób edytuje Wikipedię nie z powodu radości, jaką sprawia im harmonijna i zgodna współpraca oraz tworzenie czegoś wspólnie z innymi, ale z powodu konfliktów i sporów z innymi edytującymi. Organizacje oparte na ekonomii daru charakteryzuje też wiele innych paradoksów: użytkownicy The Pirate Bay są skłonni do płacenia za treści i wydają więcej na dostęp do cyfrowych mediów niż osoby niebędące piratami, podróżujący w ramach sieci Couchsurfing niekoniecznie oszczędzają na podróżach itp. Wszystkie wymienione osobliwości powodują dodatkowo, że ten słabo zbadany obszar, dotyczący nowego, niezwykle interesującego zagadnienia z zakresu nauk ekonomicznych, wart jest szczególnej uwagi.

Podsumowanie

Społeczności internetowe są przedmiotem badań od stosunkowo niedawna, a w polskiej nauce badania takie to w zasadzie wyłącznie domena młodszego pokolenia naukowców²⁹.

Niezaskonanie nie cieszą się również opinią poważnego tematu badawczego, co powoduje, że stronią od nich doktoranci. Tymczasem społeczności internetowe funkcjonują pod ogromnym wpływem kultury narodowej i danego języka, co powoduje, że wyniki badań przeprowadzanych w krajach zachodnich mogą znacząco różnić się od wyników badań podobnych społeczności w Polsce³⁰. Zupełnie inaczej mogą być postrzegane nawet tak fundamentalne koncepcje jak zaufanie³¹, tożsamość³² czy efektywność³³. Szczególnie wartościowe w tym kontekście wydaje się poszerzenie

wiedzy za pomocą pogłębionych, antropologicznych studiów kulturowych³⁴.

Dlatego – jak próbowano wykazać w niniejszym artykule – badanie fenomenu ekonomii daru jest nie tylko bardzo ważne z punktu widzenia rozwoju nauki, ale także użyteczne z punktu widzenia logiki wysiłku badawczego (łatwiej o ciekawe i oryginalne odkrycia), stwarzając możliwość znalezienia nowego, naprawdę niezagospodarowanego tematu (co jest szczególnie istotne w przypadku prac doktorskich).

Bibliografia

Anderson S.P., Goeree J.K., Holt C.A., *A theoretical analysis of altruism and decision error in public goods games*, „Journal of Public Economics” 1998, Vol. 70, No. 2, s. 297–323, [http://dx.doi.org/10.1016/S0047-2727\(98\)00035-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0047-2727(98)00035-8).

Andreoni J., *Impure altruism and donations to public goods: a theory of warm-glow giving*, „The Economic Journal” 1990, Vol. 100, No. 401, s. 464–477, <http://dx.doi.org/10.2307/2234133>.

Batorski D., Olcoń-Kubicka M., *Prowadzenie badań przez Internet – podstawowe zagadnienia metodologiczne*, „Studia Socjologiczne” 2006, t. 3, nr 182, s. 99–132.

Benabou R., Tirole J., *Belief in a just world and redistributive politics*, „The Quarterly Journal of Economics” 2006, Vol. 121, No. 2, s. 699–746, <http://dx.doi.org/10.1162/qjec.2006.121.2.699>.

Benkler Y., *Coase's Penguin, or, Linux and „The Nature of the Firm”*, „Yale Law Journal” 2002, Vol. 112, No. 3, s. 369–446, <http://dx.doi.org/10.2307/1562247>.

Benkler Y., *The Penguin and the Leviathan: How Cooperation Triumphs Over Self-Interest*, Crown Business, New York 2011.

Benkler Y., *The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom*, Yale University Press, New Haven 2006.

Bourne D., *On identity reformation and local transition: a case from Poland*, „Journal of Organizational Change Management” 2010, Vol. 23, No. 6, s. 710–730, <http://dx.doi.org/10.1108/09534811011084375>.

²⁸ C. Shirky, *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*, Penguin, New York 2009, s. 121–122.

²⁹ D. Batorski, M. Olcoń-Kubicka, *Prowadzenie badań przez Internet – podstawowe zagadnienia metodologiczne*, „Studia Socjologiczne” 2006, t. 3, nr 182, s. 99–132; M. Filiciak, *Inny wymiar otwartości. Internetowa reprodukcja i redystrybucja treści kulturowych*, „Przegląd Kulturoznawczy” 2011, t. 1, nr 9, s. 65–76; D. Jemielniak, *Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych*, „Prakseologia” 2013, nr 154, s. 97–116; M. Kamińska, *Autoetnografia jako technika badań etnograficznych w Internecie*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2014, t. X, nr 3, s. 170–183.

³⁰ A.K. Koźmiński, D. Jemielniak, D. Latusek, *Współczesne spojrzenie na kulturę organizacji*, „e-mentor” 2009, nr 3(30), s. 4–13; Ł. Sułkowski, *Czy warto zajmować się kulturą organizacyjną*, „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi” 2008, nr 6, s. 9–25, www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/30/id/648, [20.10.2014].

³¹ D. Latusek, D. Jemielniak, *(Dis)trust in Software Projects: A Thrice Told Tale. On Dynamic Relationships between Software Engineers, IT Project Managers, and Customers*, „The International Journal of Technology, Knowledge and Society” 2007, Vol. 3, No. 10, s. 117–125; D. Latusek, K.S. Cook, *Trust in Transitions*, „Kyklos” 2012, Vol. 65, No. 4, s. 512–525, <http://dx.doi.org/10.1111/kykl.12004>.

³² D. Bourne, *On identity reformation and local transition: a case from Poland*, „Journal of Organizational Change Management” 2010, Vol. 23, No. 6, s. 710–730, <http://dx.doi.org/10.1108/09534811011084375>.

³³ W. Dyduch, *Innowacyjność organizacji – istota, pomiar i powiązanie z efektywnością*, [w:] J. Bogdanienko, M. Kuzela, I. Sobczak (red.), *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w warunkach globalnych*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007.

³⁴ P. Krzyworzeka, *Kultura i organizacje: perspektywa antropologiczna*, [w:] M. Kostera (red.), *Nowe kierunki w zarządzaniu*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008; Ł. Sułkowski, dz.cyt.; A. Krzyworzeka, P. Krzyworzeka, *Etnografia w badaniu wiedzy ukrytej*, „e-mentor” 2012, nr 1(43), s. 66–69, www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/43/id/906, [20.10.2014].

Bruns A., *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage*, Peter Lang, 2008.

Castells M., *Spółczesność informacyjna i państwo dobrobytu*, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2009.

Cenite M., Wang M.W., Peiwen C., Chan G.S., *More Than Just Free Content. Motivations of Peer-to-Peer File Sharers*, „Journal of Communication Inquiry” 2009, Vol. 33, No. 3, s. 206–221, <http://dx.doi.org/10.1177/0196859909333697>.

Ciesielska M., *Hybrid Organisations. A study of the Open Source – business setting*, Copenhagen Business School, Copenhagen 2010.

Crowston K., Howison J., *Hierarchy and centralization in free and open source software team communications*, „Knowledge, Technology & Policy” 2006, Vol. 18, No. 4, s. 65–85, <http://dx.doi.org/10.1007/s12130-006-1004-8>.

Czakon W., *Paradygmat sieciowy w naukach o zarządzaniu*, „Przegląd Organizacji” 2011, nr 11, s. 3–6.

David P.A., Shapiro J.S., *Community-based production of open-source software: What do we know about the developers who participate?*, „Information Economics and Policy” 2008, Vol. 20, No. 4, s. 364–398, <http://dx.doi.org/10.1016/j.infoecopol.2008.10.001>.

Demil B., Lecocq X., *Neither market nor hierarchy nor network: The emergence of bazaar governance*, „Organization Studies” 2006, Vol. 27, No. 10, s. 1447–1466, <http://dx.doi.org/10.1177/0170840606067250>.

Dyduch W., *Innowacyjność organizacji – istota, pomiar i powiązanie z efektywnością*, [w:] Bogdanienko J., Kuzela M., Sobczak I. (red.), *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w warunkach globalnych*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2007.

Falk A., Fischbacher U., *A theory of reciprocity*, „Games and Economic Behavior” 2006, Vol. 54, No. 2, s. 293–315, <http://dx.doi.org/10.1016/j.geb.2005.03.001>.

Filiciak M., *Inny wymiar otwartości. Internetowa reprodukcja i dystrybucja treści kulturowych*, „Przegląd Kulturoznawczy” 2011, t. 1, nr 9, s. 65–76.

Greenstein S., Goldfarb A., Tucker C., *Introduction to „Economics of Digitization”*, [w:] Greenstein S., Goldfarb A., Tucker C. (eds.), *Economics of Digitization*, University of Chicago Press, Chicago 2013.

Hergueux J., Jacquemet N., *Social preferences in the online laboratory: a randomized experiment*, „Experimental Economics” 2012, s. 1–33, <http://dx.doi.org/10.1007/s10683-014-9400-5>.

Hofmokl J., *Internet jako nowe dobro wspólne*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.

Jemieliński D., *Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych*, „Prakseologia” 2013, nr 154, s. 97–116.

Jemieliński D., *Zarządzanie wiedzą – pojęcia podstawowe*, [w:] Jemieliński D., Koźmiński A.K. (red.), *Zarządzanie wiedzą. Podręcznik akademicki*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

Jemieliński D., *Życie wirtualnych dzikich*, Poltext, Warszawa 2013.

Kamińska M., *Autoetnografia jako technika badań etnograficznych w Internecie*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” 2014, t. X, nr 3, s. 170–183.

Keen A., *The cult of the amateur: how today's internet is killing our culture*, Broadway Business, New York 2007.

Kobus M., Jemieliński D., *Komu bije dzwonek? Czemu warto badać prawa potęgowe*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 2014, w druku.

Koźmiński A.K., Jemieliński D., Latusek D., *Współczesne spojrzenie na kulturę organizacji*, „e-mentor” 2009,

nr 3(30), s. 4–13, www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/30/id/648.

Krzyworzeka A., Krzyworzeka P., *Etnografia w badaniu wiedzy ukrytej*, „e-mentor” 2012, nr 1(43), s. 66–69, www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/43/id/906.

Krzyworzeka P., *Kultura i organizacje: perspektywa antropologiczna*, [w:] Kostera M. (red.), *Nowe kierunki w zarządzaniu*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

Latusek D., Cook K.S., *Trust in Transitions*, „Kykklos” 2012, Vol. 65, No. 4, s. 512–525, <http://dx.doi.org/10.1111/kykl.12004>.

Latusek D., Jemieliński D., *(Dis)trust in Software Projects: A Thrice Told Tale. On Dynamic Relationships between Software Engineers, IT Project Managers, and Customers*, „The International Journal of Technology, Knowledge and Society” 2007, Vol. 3, No. 10, s. 117–125.

Mazurek G., *Znaczenie wirtualizacji marketingu w sieciowym kreowaniu wartości*, Poltext, Warszawa 2012.

Nahapiet J., Gratton L., Rocha H.O., *Knowledge and relationships: when cooperation is the norm*, „European Management Review” 2005, Vol. 2(1), s. 3–14, <http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.emr.1500023>.

Ostrom E., *Collective action and the evolution of social norms*, „The Journal of Economic Perspectives” 2000, Vol. 14, No. 3, s. 137–158, <http://dx.doi.org/10.1257/jep.14.3.137>.

Ostrom E., *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*, Cambridge University Press, Cambridge 1990.

Raymond E.S., *The cathedral and the bazaar*, „Knowledge, Technology & Policy” 1999, Vol. 12, No. 3, s. 23–49, <http://dx.doi.org/10.1007/s12130-999-1026-0>.

Shirky C., *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*, Penguin, New York 2009.

Sułkowski Ł., *Czy warto zajmować się kulturą organizacyjną*, „Zarządzanie Zasobami Ludzkimi” 2008, nr 6, s. 9–25.

Surowiecki J., *The wisdom of crowds*, Anchor Books, New York 2004.

Tkaczyk J., *Zachowania konsumenckie w środowisku wirtualnym (on-line)*, [w:] Piłarski S., Awdziej M., Czapliska M., Tkaczyk J., Zięba K. (red.), *Klient i marketing*, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, Olsztyn 2010.

Tumlin M., Harris S.R., Buchanan H., Schmidt K., Johnson K., *Collectivism vs. Individualism in a Wiki World: Librarians Respond to Jaron Lanier's Essay „Digital Maoism: The Hazards of the New Online Collectivism”*, „Serials Review” 2007, Vol. 33, No. 1, s. 45–53, <http://dx.doi.org/10.1016/j.serrev.2006.11.002>.

Uricchio W., *Cultural citizenship in the age of P2P networks*, [w:] Bondebjerg I., Golding P. (eds.), *European culture and the media*, Intellect Books, Bristol 2004.

Von Hippel E., Von Krogh G., *Open source software and the „private-collective” innovation model: Issues for organization science*, „Organization Science” 2003, s. 209–223, <http://dx.doi.org/10.1287/orsc.14.2.209.14992>.

Wasko M.M., Faraj S., *„It is what one does”: why people participate and help others in electronic communities of practice*, „The Journal of Strategic Information Systems” 2000, Vol. 9, No. 2, s. 155–173, [http://dx.doi.org/10.1016/S0963-8687\(00\)00045-7](http://dx.doi.org/10.1016/S0963-8687(00)00045-7).

Wasko M.M., Faraj S., *Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice*, „MIS Quarterly” 2005, Vol. 29, No. 1, s. 35–57.

Weber S., *The Success of Open Source*, Harvard University Press, Cambridge 2004.

The economy of gift and open collaboration communities – new directions of social studies

The presented article covers the topic of gift economy in Internet communities, as a new, fascinating field of research. It shows that gift economy and open collaboration communities' organization of work may be perceived as a new paradigm of reciprocal exchange. It describes the phenomena of gift economy and open collaboration in economics, and, specifically, management science. It also proposes that this area is worth a particular attention of researchers, especially coming from the new generations of scholars.

Martyna Kobus jest doktorem nauk ekonomicznych, adiunktem w Instytucie Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk. Zajmuje się problematyką nierówności, ekonomii edukacji, a także piractwa. Uzyskała m.in. stypendium Fundacji na Rzecz Nauki Polskiej, Mobilność Plus oraz grant CERGE-EI.

Dariusz Jemielniak jest profesorem tytularnym nauk ekonomicznych specjalizującym się w zarządzaniu, w szczególności organizacjami opartymi na wiedzy, startupami i społecznościami internetowymi. Jest kierownikiem Katedry Zarządzania Międzynarodowego w Akademii Leona Koźmińskiego, członkiem Akademii Młodych Uczonych PAN, Komitetu Nauk o Organizacji i Zarządzaniu PAN, Komitetu Socjologii PAN, Komitetu Polityki Naukowej MNiSW, Rady Programowej Centrum Nauki Kopernik, a także Komitetu Finansowego Fundacji Wikimedia. Odbýwał jedno- i dwusemestralne staże naukowe na Cornell University (2004–2005), Harvard University (2007, 2011–2012) i University of California Berkeley (2008). Jest laureatem stypendiów i nagród, m.in. Collegium Invisibile, Fundacji na rzecz Nauki Polskiej, Fundacji Fulbrighta, Fundacji Kościuszkowskiej, tygodnika „Polityka”, Mobilność Plus, programu dla wybitnych młodych naukowców MNiSW. Opublikował pierwszą na świecie etnografię Wikipedii: *Życie wirtualnych dzikich* (2013 Poltext, wyd. angielskie 2014 w Stanford University Press: *Common Knowledge? An Ethnography of Wikipedia*).

Artykuł powstał w ramach projektu sfinansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki przyznanych na podstawie decyzji numer DEC-2012/05/E/HS4/01498.

POLECAMY KONFERENCJE

METODY, FORMY KSZTAŁCENIA

- IV Konferencja Naukowa *Psychologia w biznesie. Nowe koncepcje i zastosowania*, 20 listopada 2014 r., Katowice, <http://www.gwsh.pl/psychologia-w-biznesie>
- *Procesy konsolidacji w szkolnictwie wyższym – stan i perspektywy*, 20–21 listopada 2014, Wrocław, <http://www.wsb.pl/wroclaw/konsolidacja>

E-BIZNES

- *Nowy Kongres Online Marketing*, 20 listopada 2014 r., Warszawa, <http://kongres-online.pl>
- *Przedsiębiorstwo XXI wieku – doświadczenia i perspektywy zarządzania*, 27 listopada 2014 r., Katowice, <http://e-mentor.pl/0435>

E-LEARNING

- *Kongres Rozwoju Edukacji*, 12–13 listopada 2014 r., Katowice, <http://www.kre.edu.pl>
- IV edycja Konferencji Regionalnych – *Nowoczesne narzędzia informatyczne wspierające naukę i edukację*, 26 listopada 2014 r., Łódź, <http://www.pip.com.pl/o-firmie/wydarzenia/IV-Konferencja-Regionalna-Lodz/>

ZARZĄDZANIE WIEDZĄ

- *Zarządzanie operacyjne w teorii i w praktyce organizacji biznesowych, publicznych i pozarządowych: kreatywność, innowacyjność, przedsiębiorczość*, 13 listopada 2014 r., Wałbrzych, <http://www.wwszip.pl/wydarzenie,42.html>
- *Kapitał intelektualny i edukacja*, 4–6 grudnia 2014 r., Warszawa, <http://www.ic2014.vistula.edu.pl>
- *Big Data: Think Big CEE Congress*, 4–5 listopada 2014 r., Warszawa, www.bigdatacongress.pl

KSZTAŁCENIE USTAWICZNE

- *Polska Rama Kwalifikacji – zmiana dla edukacji i rynku pracy*, 8 grudnia 2014, Kraków, <http://www.kwalifikacje.edu.pl/pl/konferencje-malopolskie>
- *Konferencja Aktywnego Rozwoju*, 22 listopada 2014, Piła, <http://www.pi.wsb.pila.pl/aktualnosci.html>