

Piotr Paweł Laskowski

ORCID: 0000-0002-8512-607X
Uniwersytet w Białymstoku

**WITRYNY SZKOLNE W KULTURZE MASOWEJ
– ROZWÓJ WIZERUNKU INSTYTUCJI SZKOŁY**

**SCHOOL SITES IN MASS CULTURE
– DEVELOPING THE IMAGE OF THE SCHOOL INSTITUTION**

| Abstrakt

Kultura masowa we współczesnym społeczeństwie stanowi ogół kulturalnych dóbr pochłanianych przez to społeczeństwo przy pomocy Internetu oraz narzędzi komunikacyjno-informacyjnych. Jak wpisują się w kulturę witryny szkolne oraz ich postrzeganie przez konsumentów kultury? W jaki sposób witryna szkolna umożliwia osobom komunikację między sobą oraz integrację wokół środowiska szkoły bądź też środowiska lokalnego? Czy rozwój wizerunku szkoły w sieci Internet jest wzbogacany przez nowe technologie i standardy? Artykuł stanowi próbę opisanie wybranych elementów składowych witryn, które mogą przyczynić się do większego zainteresowania szkołą i społecznością zgromadzoną wokół tej szkoły oraz do rozwoju wizerunku tej instytucji.

• Słowa kluczowe: kultura masowa, wizerunek, witryny szkolne, narzędzia informacyjno-komunikacyjne.

| Abstract

Mass culture in contemporary society is the whole of cultural goods absorbed by this society using the Internet and communication and information tools. How

do school sites fit into culture and their perception by culture consumers? How does a school website enable people to communicate with each other and integrate around the school environment or the local environment? Is the development of the school's image on the Internet enriched by new technologies and standards? This article is an attempt to describe selected components of websites that can contribute to greater interest in the school and the community gathered around this school and to develop the image of this institution.

• **Keywords:** mass culture, image, school sites, information and communication tools.

| Wstęp

Kultura masowa związana jest ze zjawiskiem powszechnej oświaty. Charakteryzuje się także szerokim zasięgiem oddziaływania. Internet stał się kanałem masowego rozprzestrzeniania się dóbr kulturalnych. Jak w ten trend wpisują się witryny szkolne? Czy są one nośnikami informacji i czy potrafią wykorzystać swój potencjał do budowania, i rozwoju wizerunku szkoły? Ciekawa zawartość i spełnianie standardów będą pomocne w rozwoju wizerunku. Liczyć się też będą kompetencje administratorów witryn oraz użycie nowych narzędzi wraz z wykorzystaniem różnorodnych kanałów komunikacji.

Realizacja interesów grup, czy też społeczności poprzez edukację i dostęp do informacji przy pomocy witryn internetowych jest niedoceniany przez jednostki prowadzące witryny szkolne. Jest to teza, z którą ciężko się nie zgodzić wynikająca m.in. z wyników przeprowadzonej ankiety CAWI¹ wśród administratorów witryn szkół ponadpodstawowych. Kapitał społeczny jest ważną składową systemu społecznego, który wraz z dynamicznym wzrostem technologii informacyjno-komunikacyjnych zyskuje nową przestrzeń.

¹ W internetowej ankiecie wzięło udział 99 szkół ponadpodstawowych z województwa podlaskiego. Ankieta została przeprowadzona w maju oraz czerwcu w latach 2014-2015.

Użycie Internetu jako medium wpływa na kapitał społeczny, który pełni funkcję pośredniczącą (Portes 2000) polegającą na możliwym dostępie do zasobów posiadanych przez innych uczestników sieci. Więzi społecznościowe uczniów są czynnikiem zmniejszającym prawdopodobieństwo porzucenia nauki, a mogą one być umacniane poprzez tworzenie społeczności ulokowanej wokół dobrze funkcjonującej witryny internetowej. Kapitał społeczny jest dobrem publicznym (Coleman 1988), witryny szkolne stanowią także ten typ dobra, wpływając na ułatwienie wspólnego działania. W budowaniu tegoż kapitału pomocne okazują się narzędzia informacyjno-komunikacyjne oferujące proste funkcjonalności pozwalające na jedno-dwustronną komunikację wspomaganą także poprzez portale społecznościowe. Sieci społeczne tworzone wokół dobrze zorganizowanej i działającej nowoczesnej witryny internetowej szkół ponadpodstawowych województwa podlaskiego mogą swoim zasięgiem wychodzić poza wspólnotę zgromadzoną wokół szkoły wynikającą z bliskości i przynależności ucznia do jednostki szkoły. Krąg ten może zostać poszerzony o absolwentów bądź nawet osoby niezwiązane terytorialnie ze szkołą, a odwiedzające ją ze względu na ciekawy materiał umieszczany na jej stronach lub profilu na portalu społecznościowym. Jak twierdzi Wellman, sieć łącząca ludzi za pomocą medium jakim jest Internet tworzy właśnie sieć społeczną (Wellman 2001). Sieć oparta na mniej ścisłych związkach między jej uczestnikami – gdyż nie wszyscy zainteresowani witryną muszą się znać i darzyć zaufaniem – możemy nazwać siecią słabych więzi, o której pisał Mark S. Granovetter (1973). Oparta jest ona na słabszych powiązaniach tworzących sieć społeczną, ale o poszerzonym zasięgu do osób zainteresowanych, a nie tylko ściśle związanych z jednostką szkoły, na przykład poprzez uczęszczanie do danej szkoły. Putnam nazywa to kapitałem pomostowym, który ma znaczenie w budowaniu powiązań przekraczających te oparte na homogeniczności grupy społecznej (Putnam 2000). Słabsze więzi pomiędzy uczestnikami mogą przyczyniać się do powstawania rozleglejszych sieci, nie tylko liczebnością, ale i także ze względu na dystans dzielący ich uczestników. Internet spowodował, że fizyczna odległość przestała stanowić barierę w dostępie do informacji czy też w kontaktach między jej uczestnikami.

| Standardy witryn

Internet niewątpliwie powoduje zwiększenie ilości słabych więzi (Kavanaugh 2003) skupionych wokół społeczności tworzonej przez szkołę i jej projekcję w sieci, którą jest witryna szkolna. Dobrze przemyślana witryna szkolna z jej rozpisaną przejrzystą strukturą będzie zachęcała do częstych odwiedzin strony, komentowania zamieszczanych tam informacji oraz dzielenia się ciekawą informacją pojawiającą się na stronach szkoły między uczestnikami sieci. Od momentu pierwszego połączenia z siecią Internet w Polsce minęło około 30 lat – pierwsze połączenie datuje się na 26 września 1990 roku. Przestrzeń, w której adresy IP przydzielane są poszczególnym maszynom łączącym się za pomocą urządzeń sieciowych, stała się powszechna i trafiła niemalże do każdego domu. Komunikacja za pomocą protokołów internetowych wykroczyła też poza gospodarstwa domowe. Większość społeczeństwa posiada smartfony z dostępem do Internetu, na których to możliwe jest przeglądanie stron WWW, komunikowanie się z wykorzystaniem mediów społecznościowych oraz dodatkowych komunikatorów pozwalających na przekaz zarówno tekstowy, jak i w formie audio, wideo czy też wykorzystujący wszystkie wymienione jednocześnie. Nowe formy komunikacji sprzyjają ustanawianiu i utrzymywaniu się więzi społecznych. Dodatkowo komunikacja zapośredniczona przy pomocy Internetu eliminuje dystans dzielący uczestników – aby się skomunikować, czy też przekazywać informacje nie musimy znajdować się blisko siebie – wystarczy, że łączy nas sieć. Globalna łączność przewodowa, bezprzewodowa, sprzyja powstawaniu nowych wirtualnych konfiguracji społecznych (Blanchard 2007). Zwiększoną interakcję z użytkownikiem możemy też obserwować w witrynach wykonanych w aktualnie obowiązujących technologiach wraz z wszelkimi funkcjonalnościami oferowanymi przez te technologie. Witryny stały się dynamiczne, dopasowujące się do profilu użytkownika. Budowa zgodna ze standardami pozwala na poszerzenie grona odbiorców, o tych szczególnie zagrożonych wykluczeniem cyfrowym z powodu niepełnosprawności czy też osób starszych. Polski rząd przyjął Ustawę o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych z dnia 4 kwietnia 2019 roku. Zgodnie z tą

Ustawą najpóźniej do września 2020 roku, strony internetowe mają osiągnąć pełną dostępność, którą należy rozumieć jako zbiór zasad stosowanych przy projektowaniu, wdrożeniu i aktualizacji witryn internetowych. Opisuje ona m.in. wymagania dla systemów teleinformatycznych administracji publicznej. Stanowi też dostosowanie polskiego prawa do standardów światowych. Mowa tu o wytycznych *Web Content Accessibility Guidelines (WCAG 2.1)*², które stanowią podstawę do dostosowania serwisów WWW.

Kolejnym istotnym wymogiem stawianym przed administratorami witryn jest umieszczanie stosownej informacji dotyczącej prywatności osoby przeglądającej stronę oraz, co się z tym wiąże, plików *cookies* generowanych w czasie jej przeglądania. Od 22 marca 2013 roku obowiązuje Ustawa nowelizująca prawo telekomunikacyjne, zmiany wynikają z dostosowania polskich przepisów do prawa unijnego. Witryny powinny informować użytkowników o polityce prywatności, a osoba przeglądająca witrynę może wyrazić zgodę lub odmówić możliwości zapisywania plików potocznie zwanych ciasteczkami. Polityka prywatności powinna być zgodna z RODO. Rozporządzenie RODO jest rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych)³. Brak zgody w niektórych przypadkach może wiązać się z okrojeniem pewnych funkcjonalności witryn, czy też ukryciem niektórych treści lub możliwości przeszukiwania stron. Każdy użytkownik ma możliwość dostosowania poziomu ochrony prywatności do swoich potrzeb i preferencji. Dostęp do zasobów i informacji zgromadzonych w witrynach szkolnych może niejednokrotnie wymagać zaakceptowania czynności zapisu tychże plików. Funkcjonalności związane z komunikacją poprzez witryny mogą również wymagać takiej zgody do poprawnego funkcjonowania. Miejsce wymiany

² Wytyczne odnośnie standardu WCAG 2.1, <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>, [dostęp: 14 stycznia 2020].

³ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku.

informacji, jakim jest witryna szkolna, może wspomagać tworzenie i pobudzanie aktywności społecznej. Informację o plikach *cookies* posiada 36,4% przebadanych witryn szkół ponadpodstawowych w województwie podlaskim. Wydaje się to wynikiem mało zadowalającym, choćby ze względu na czas, jaki minął od wprowadzenia Ustawy w życie.

Odnosnie do budowy i standardów witryn można napisać o wiele więcej. Zdecydowałem się wybrać dwa zagadnienia, które w świetle obowiązującego prawa powinny być zaimplementowane w funkcjonalności działających witryn szkolnych. Jak jest naprawdę, możemy przekonać się, odwiedzając strony. Warto jednak zaznaczyć, że braki niejednokrotnie nie wynikają ze złej woli administratorów witryn – biorą się bardzo często z niedoinformowania, jak taki wymóg zrealizować, z braku wskazania dodatków, które mogą wspomóc w realizacji wymagań stawianych przez prawo. Warto zastanowić się nad pomysłem zbudowania miejsca w sieci Internet z dostępnymi informacjami i wymogami oraz nowościami w technologiach informacyjno-komunikacyjnych, z którego to administratorzy witryn szkolnych mogliby czerpać informacje, wskazówki i inspiracje. Służyłoby to również wymianie doświadczeń między zainteresowanymi, jak i także byłoby to doskonałe miejsce, gdzie każdy znalazłby pomoc w rozwiązywaniu trudnych i niebanalnych problemów. W efekcie powstałoby miejsce na nową sieć społeczną – przestrzeń dla osób o wspólnych zainteresowaniach i potrzebach.

| Kompetencje i nowe formy komunikacji

Tworzenie i pobudzanie aktywności społecznej poprzez witryny internetowe szkół ponadpodstawowych, nie byłoby możliwe bez osoby zarządzającej serwisem – administratorem witryny, którego rola niejednokrotnie nie ogranicza się tylko do umieszczania informacji na stronie. Często nie zdajemy sobie sprawy odnośnie kompetencji, które posiada wyżej wymieniony. Musi on orientować się w technologiach informacyjnych, znać przynajmniej podstawy składni języka HTML i PHP służącego do budowy zarówno witryny, jak i informacji w niej umieszczanych. Znajomość podstaw pracy z grafiką

i obróbką zdjęć oraz wysmakowanie graficzne, na pewno będą stanowiły dodatkowy atut w pracy administratora. Często też musi mieć wiedzę na temat środowiska pracy witryn internetowych (serwer, ftp, zarządzanie domeną i subdomenami). Przy nowoczesnej witrynie internetowej administrator jest także zorientowany w użyciu i obsłudze skryptów do zarządzania treścią powszechnie wykorzystywanych przez szkoły oraz szablonów, wśród których obowiązującym obecnie trendem jest dostosowanie ich wyświetlania także do urządzeń mobilnych typu smartfony i tablety. Dobrze wykonana witryna będzie bez problemów skalowała się do wielkości wyświetlacza, a co za tym idzie, zwiększy się grono jej odbiorców. Nieograniczony dostęp do informacji poprzez smartfony to potencjał, który szkoła musi wykorzystać, aby budować sieci powiązań wokół szkoły wykraczające poza społeczności lokalne. Kompetencje młodych ludzi, jeśli chodzi o obsługę smartfona oraz narzędzia komunikacyjne zintegrowane z systemem operacyjnym smartfonów, są bardzo wysokie, a nowe formy komunikacji oferowane poprzez sieć i smartfona pomagają w nawiązywaniu i utrzymywaniu więzi społecznych. Z ankiety wynika, że 49,5% podlaskich szkół ponadpodstawowych posiada witrynę dostosowaną do urządzeń przenośnych typu smartfony i tablety. Autor ma nadzieję, że będzie to tendencja wzrostowa.

Dostosowanie witryny szkolnej do wielkości ekranu, na którym ją przeglądamy, powinno stanowić priorytet, ze względu na to, że poszerzamy jej dostępność o urządzenia, które są w powszechnym użyciu przez młodych ludzi. Główna wyszukiwarka, którą jest Google, również wspiera – a może bardziej adekwatnym słowem będzie „promuje” – witryny mobilne. Będą one stawiane wyżej w wynikach wyszukiwania, co również ma przełożenie na popularność i łatwość wyszukiwania.

Dodatkowym atutem zwiększającym sieć powiązań z witryną szkolną będzie posiadany przez jednostkę szkoły profil na popularnych portalach społecznościowych, dający wiele możliwości interakcji z użytkownikiem i co ważne gwarantujący dwustronną komunikację. Jeśli sprzęgniemy stronę z profilem na portalu społecznościowym, zyskujemy dodatkowe funkcjonalności, np. w postaci możliwości skomentowania wstawionej na stronie informacji, oceny tej informacji, czy też nawet zarekomendowania jej innej

osobie. Oczywiście nie musimy się ograniczać tylko i wyłącznie do jednego profilu, można wybrać najbardziej popularne. Należy jednak pamiętać, że musi być on aktualny, zawierać zawsze najnowsze informacje pojawiające się cyklicznie – od tego zależy czy taki profil „będzie żył”, czyli skupiał grono aktywnych użytkowników obserwujących, co się dzieje wokół szkoły, a także komentujących wydarzenia i wymieniających się spostrzeżeniami.

Tabela 1. Portale społecznościowe, na których szkoły ponadpodstawowe województwa podlaskiego posiadają profil

	Liczebność	Procent
Facebook	42	95.5%
YouTube	14	31.8%
NK (dawniej Nasza klasa)	4	9.1%
G+ (Google +)*	2	4.5%
Twitter	1	2.3%

* Google+ zakończyło działalność 2 kwietnia 2019 roku dla użytkowników indywidualnych, dla kont firmowych nadal funkcjonuje.

Źródło: opracowanie własne. Wyniki nie sumują się do 100% – każda szkoła mogła mieć więcej niż jeden profil.

| Uczestnictwo i zaufanie

Uczestnictwo w grupach i stowarzyszeniach, zaufanie do ludzi i instytucji publicznych – to kluczowe elementy kapitału społecznego, o których pisze Paxton (1999). Wokół witryny szkoły skupiona jest cała kadra nauczycielska, a także często pracownicy administracyjni. Jednak mimo tego, że strona stanowi rozgłoszenie wszystkich informacji zbieranych od całej kadry, a także informacje o wydarzeniach dziejących się wokół szkoły i społeczności lokalnej, to z reguły jest to praca jednego człowieka zarządzającego witryną. Ten punkt, stanowiący o tym, ile osób powinno być bezpośrednio zaangażo-

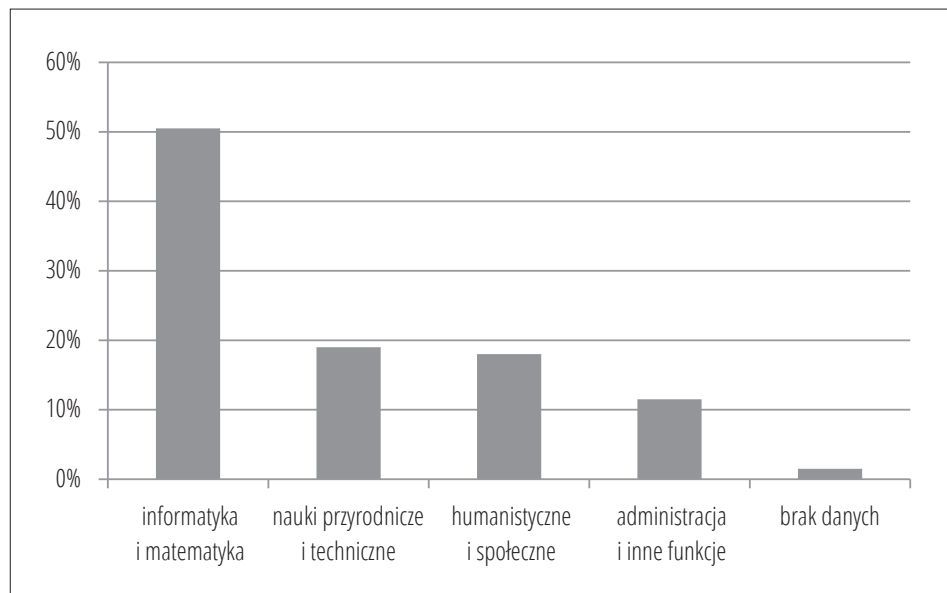
wanych w administrowanie witryną, wydaje się dyskusyjny. Z reguły – tak wynika z ankiety – jest to jedna osoba wykonująca całą pracę związaną z obsługą zarówno techniczną, jak i merytoryczną strony WWW (63,6% wskazań w ankiecie).

Można zaobserwować brak zarządzania partycypacyjnego, który przecież z pożytkiem dla rozwoju witryny mogłoby angażować w pracę przy zarządzaniu nie tylko nauczycieli, ale także i uczniów. Rozwój i adaptowanie nowych technologii i funkcjonalności, które w efekcie mogą przełożyć się na zbudowanie większego kapitału społecznego zgromadzonego wokół witryny szkolnej oraz poprawianie wizerunku szkoły wydają się kluczowe w rozwoju i wzmacnianiu tożsamości oraz uznaniu jednostki szkoły w sieci Internet. Udział uczniów w tworzeniu, wraz z kompetencjami, które posiadają młodzi ludzie, może znacząco wpływać na popularność witryny, a ta z kolei przełoży się na zwiększenie grona osób zainteresowanych umieszczanymi na niej informacjami, powodując poszerzenie się kręgu interakcji społecznych. Pomoc uczniów w pracach przy witrynach szkolnych zadeklarowało 38,4% szkół ponadpodstawowych województwa podlaskiego biorących udział w ankiecie.

Wśród korzyści płynących z zaangażowania dodatkowych osób przy witrynie – nauczycieli i uczniów można wymienić: podnoszenie poziomu poczucia własnej wartości osób partycypujących w projekcie witryny internetowej szkoły, motywację do działania, dążenie do założonych celów, budowanie społeczności wokół szkoły. Tworzy to wokół świetne środowisko i klimat do powstawania niebanalnych pomysłów. Wpływa pozytywnie na proces przemian prowadzących do satysfakcji i sukcesów związanych z podnoszeniem wizerunku szkoły w sieci Internet. Wiąże się to jednak z poświęconym czasem zarówno ze strony nauczycieli, jak i uczniów. Spostrzeżenia te wynikają z rozmów, które niejednokrotnie odbywałem z administratorami witryn szkolnych, oraz z obserwowanych efektów działania, jakimi są doskonale funkcjonujące nowoczesne witryny szkolne, posiadające bogatą gamę narzędzi ułatwiających komunikowanie się między uczestnikami sieci, jak i przemyślaną strukturę w warstwie konstruowania informacji bieżących zamieszczanych na stronie.

Nauczyciel zarządzający witryną wydaje się tu pełnić kluczową funkcję, od jego pasji i poświęconego czasu wiele zależy. Jeśli dokładniej przyjrzymy się, kim jest administrator, to w ponad połowie przypadków będzie to osoba nauczająca przedmiotów informatyki i matematyki. Dokładne wyniki przedstawia poniższy wykres.

Wykres 1. Funkcja w szkole, którą pełni administrator witryny



Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z przeprowadzonej ankiety, administratorem witryny szkolnej w zdecydowanej większości przypadków jest osoba pracująca w szkole od 6 lat wzwyż. Jest to rola wymagająca z jednej strony szczególnego zaufania. Z drugiej strony osoba o dłuższym stażu, zakorzeniona w szkole gwarantować może lepszy kontakt z pozostałymi pracownikami szkoły oraz większe rozeznanie w tym, co dzieje się wokół szkoły i w społecznościach z nią związanych. Osoby o stażu od 6 lat wzwyż stanowiły 86,9% wszystkich ankietowanych administratorów. Na drugim miejscu znalazły się osoby zatrudnione w szkole od 3 do 5 lat, które stanowiły 9,1%. Osoby zatrudnione 2 lata to 1%, a zatrudnione rok to 3%. Jeśli sprawdzimy płeć administratora

witryny, to przekonanie o tym, że jest to typowo męskie zajęcie, jest błędne. Administratorzy to w 56,6% to mężczyźni, a w pozostałych 43,4% kobiety.

Przeczytamy u Hardin'a (2009), że nasze życie oparte jest na zróżnicowanych sieciach kontaktów, które tworzymy oraz funkcjonujemy w ich obrębie. Administratorzy z definicji muszą być osobami godnymi zaufania, a jak pisze Hardin (2009): „warunkiem koniecznym klasycznej koncepcji zaufania jest akt polegania na danej osobie bądź na instytucji pośredniczącej”. Użycie technologii komunikacyjnych przy zaufaniu osób, że dzięki nim osiągną pożądane efekty, także będzie wzmagало chęć wykorzystania tych narzędzi do promocji i wprowadzania istotnych zmian (Bandura 2002).

| Dyskusja – przestrzeń do wykorzystania

Szkoły możemy podzielić na te, które posiadają witryny internetowe i poszerzają przez to sieci społeczne zogniskowane wokół szkół oraz te, które nie dostrzegają potencjału Internetu i stron nie posiadają lub strony przez nie posiadane stanowią kapitał, który deprecjonuje ich wartość, poprzez na przykład przestarzały wygląd pamiętający początki Internetu, nieaktualne wpisy (nawet takie datowane na rok wcześniej), rozsiewające wirusy po wejściu na stronę (nieświadomy użytkownik nieposiadający zabezpieczeń jest automatycznie zarażony) oraz takie, które prócz swojej zawartości reklamują „jakieś produkty” tylko dlatego, że znajdują się na darmowych serwerach. Te, które tworzą wokół siebie świetne środowisko i klimat, oraz te lekceważące siłę przekazu w Internecie i mediach społecznościowych. Internet niewątpliwie jest miejscem, gdzie kapitał społeczny oraz wizerunek szkół może i powinien być budowany. Oczywiście możemy zredukować kapitał do sieci relacji między uczestnikami, ale możliwości, jakie nam daje Internet, są ogromne i pora najwyższa, aby szkoły odkryły potęgę tego medium oraz potrafiły wykorzystać ją do swoich celów. Niech to będzie promocja, niech tworzą miejsca z dostępem do wiarygodnych informacji, niech pobudzają aktywność społeczną. Stymulacja kapitału i kreowanie wizerunku przez medium, jakim jest Internet, sprzyja dynamice jego rozwoju, a system

edukacyjny powinien na tym korzystać, udostępniając na swoich witrynach i portalach społecznościowych nowe narzędzia komunikacyjne, które w prostocie swej obsługi poszerzą uczestnictwo w sieciach, zagwarantują przepływ informacji, dostęp do zasobów oraz wzmocnią tożsamość szkoły. Warto wspomnieć, że najistotniejszym czynnikiem sukcesu edukacyjnego jest kapitał społeczny – pisze o tym Bourdieu (Bourdieu, Passeron i Neyman 2006). Kapitał pomostowy budowany wokół witryn szkół ponadpodstawowych województwa podlaskiego będzie sprzyjał mobilizacji i pobudzał aktywność różnorodnych grup społecznych, a jego sama obecność na pewno przełoży się na jakość życia społeczeństwa. Zwiększona interakcja między użytkownikami sieci Internet jest możliwa dzięki dynamicznym stronom internetowym szkół, które oferują mnóstwo dodatkowych funkcjonalności do komunikacji i dzielenia się informacją – wpływ ten wydaje się nie bez znaczenia, na zwiększenie poziomu kapitału społecznego oraz rozwoju wizerunku szkoły.

| BIBLIOGRAFIA

1. Bandura A., (2002), *Growing primacy of human agency in adaptation and change in the electronic era*, „European Psychologist”, nr 7.
2. Blanchard A.L., (2007), *Developing a sense of virtual community measure*. „CyberPsychology & Behavior”, nr 10(3).
3. Bourdieu P., Passeron J.-C., Neyman E., (2006), *Reprodukcja: elementy teorii systemu nauczania*, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN.
4. Coleman S., (1988), *Social Capital in the Creation of Human Capital*. „The American Journal of Sociology”, Vol. 94.
5. Granovetter M.S., (1973), *The Strength of Weak Ties*, „American Journal of Sociology”, Vol. 78.
6. Hardin R., (2009), *Zaufanie*, Warszawa, Wydawnictwo Sic!
7. Kavanaugh A., Reese D., Carroll John M., Rosson M., (2003), *Weak Ties in Networked Communities*, „Communities and Technologies”, Springer Netherlands.
8. Paxton P., (1999), *Is social capital declining in the United States? A multiple indicator assessment*, „American Journal of Sociology”, nr 105(1).

9. Portes A., (2000), *The Two Meanings of Social Capital*, „Sociological Forum”, nr 15.
10. Putnam R., (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Schuster, New York, Simon & amp.
11. Wellman B., (2001), *Computer Networks As Social Networks*, „Science”, nr 293.