

LUKASZ ŻOŁĘDZIEWSKI

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Elblągu

SOCIAL LEARNING – NAUCZANIE NIEFORMALNE W ORGANIZACJI

W dzisiejszych czasach nikt już nie kwestionuje potęgi oddziaływania i możliwości wykorzystania Internetu i dostępnych systemów informatycznych. Nowoczesne przedsiębiorstwa, chcąc pozostać konkurencyjne na rynku i odnosić sukcesy, zmuszone są do stosowania do zarządzania przedsiębiorstwem najnowszych narzędzi, jakie oferuje rynek IT. Coraz częściej również polscy menedżerowie decydują się na wdrażanie zintegrowanych systemów informatycznych w swoich firmach – do zarządzania produkcją, sprzedażą czy szkoleniami i rozwojem intelektualnym pracowników. Za sprawą pozytywnych doświadczeń zachodnich partnerów, licznych korzyści i dynamicznie rozwijającej się branży *e-learningowej* wprowadzają do swoich przedsiębiorstw coraz nowsze rozwiązania edukacyjne. Jednym z nich jest tak zwany *social learning* – bardzo często wykorzystywany przez zachodnie korporacje, lecz, jak wynika z najnowszych badań, nadal mało popularny w polskich przedsiębiorstwach.

1. Od *e-learningu* do *social learningu*

E-learning to pojęcie, które pojawiło się wraz z rozwojem nowoczesnych technologii i nadal się kształtuje. Każda definicja opisuje określony stan ewolucyjny tej formy nauki i charakteryzuje model ówczesnego nauczania: *distance*

learning, e-learning, mobile learning, social learning. Analiza literatury i rozwiązań oferowanych przez dostawców narzędzi wskazuje na ciągły postęp w rozwoju narzędzi zdalnego nauczania i jego wpływ na to, jak będzie wyglądała edukacja w przyszłości. Należy zwrócić uwagę, że według różnych definicji *e-learning* jest formą edukacji na odległość, gdzie:

- a) nauczanie odbywa się w sieci komputerowej (Internet lub intranet);
- b) użytkownicy korzystają z elektronicznych urządzeń zarówno stacjonarnych, jak i mobilnych (stosowane są multimedia);
- c) stosowany jest informatyczny system edukacyjny, tak zwana platforma *e-learningowa* do dystrybucji wiedzy, komunikacji i zarządzania procesem dydaktycznym (w nauczaniu formalnym);
- d) możliwy jest nieograniczony dostęp do wiedzy i komunikacja między wszystkimi użytkownikami (w nauczaniu nieformalnym).

Zwrócenie uwagi na socjalny aspekt kształcenia z wykorzystaniem narzędzi opartych na sieciach intranetowych lub internetowych sprawiło, że w literaturze pojawiła się nowa terminologia. Określenia *social learning* czy *network learning* można tłumaczyć jako proces rozwoju i utrzymywania relacji między ludźmi za pomocą Internetu przez dystrybucję informacji i wzajemne jej uzupełnianie¹. Według V. Jeurissena, szefa działu rozwoju IBM, współpraca w połączeniu z innowacyjną technologią i modelami nauczania tworzy wartość dodaną przez nabycie nowych umiejętności i wzbogacanie bazy wiedzy². Znany analityk *e-learningu* J. Bersin uważa, że w najbliższych latach nauczanie nieformalne będzie jednym z głównych trendów *e-learningu*. Z przeprowadzonych przez niego badań wynika, że od 2009 roku rozpoczął się ogromny wzrost popytu na nieformalne nauczanie i uczenie się – na *social learning* i społeczne media. Nowa era, nazywana przez J. Bersina erą społecznego uczenia się lub uczenia się nieformalnego, opiera się na udostępnianiu i wykorzystaniu wiedzy oraz doświadczeń wszystkich pracowników organizacji bez określonych ram czasowych, a nauczanie odbywa się w czasie rzeczywistym. Badania tego autora wykazały,

¹ S. Downes, *Emerging technologies for learning*, 2007, http://www.partners.becta.org.uk/page_documents/research/emerging_technologies07_chapter2.pdf (2.03.2010).

² B. Moeng, *IBM Tackles Learning in the Workplace*, 2004, http://www.itweb.co.za/index.php?option=com_content&view=article&id=18381:ibm-tackles-learning-in-the-workplace&catid=3.02.2010.

że ponad 65% ankietowanych wierzy w ogromną wartość nieformalnego nauczania w trakcie szkoleń korporacyjnych³.

Trafność raportu J. Bersina potwierdzają badania przeprowadzone przez ASTD Learning Circuits E-learning Trends 2011. Objęte nimi organizacje wykorzystują narzędzia *social learningu* do edukacji swoich pracowników: blogi – 20%, podcasting – 12,5%, portale społecznościowe – 13,8% czy *web conferencing* – 40%. Wpływa to pozytywnie na obniżenie kosztów szkoleniowych, a przede wszystkim na wzrost zaangażowania pracowników i szybsze uzyskanie wymaganych kompetencji⁴.

2. Korzyści społecznego kształcenia

Coraz aktywniejsze włączanie odbiorców procesu kształcenia w jego tworzenie jest możliwe dzięki zastosowaniu technologii i aplikacji Web 2.0. Nowa technologia kończy erę, gdy nauczyciel znajdował się w centrum – teraz każdy uczący się może być jednocześnie nauczycielem dla innych uczących się⁵. Biernie korzystający z zasobów sieci użytkownicy Internetu są teraz ich twórcami. Nie tylko generują nowe treści, ale również współpracują przy tworzeniu sieci i dzielą się jej zasobami. Tym celom służą technologie i usługi społecznościowe, które umożliwiają nowe formy interakcji z zastosowaniem aplikacji internetowych.

Według G. Mazurka, technologie opierające się na ideach Web 2.0 umożliwiają⁶:

- a) tworzenie zbiorowych baz wiedzy za pomocą mechanizmów Wiki;
- b) swobodne wypowiedzi internautów w formie rekomendacji, ocen, recenzji (blogi);
- c) składowanie, kategoryzacje, dzielenie się oraz wyszukiwanie stron internetowych (*social bookmarking*);
- d) publikowanie, dzielenie się, wyszukiwanie i prezentację określonych zasobów wiedzy (*media-sharing services*);

³ J. Bersin, *From E-Learning to We-Learning*, 2009, <http://joshbersin.com/2009/09/25/from-e-learning-to-we-learning/> (1.02.2010).

⁴ http://www.astd.org/lc/0111_trends (20.03.2011).

⁵ J. Cobb, *Learning 2.0 for Associations*, 2009, <http://www.tagoras.com/catalog/association-elearning/> (1.02.2010).

⁶ G. Mazurek, *Blogi i wirtualne społeczności – wykorzystanie w marketingu*, Wolters Kluwer, Kraków 2008, s. 100.

- e) zgłaszanie opinii, sugestii, skarg, pochwał (fora);
- f) prowadzenie dialogu z pozostałymi członkami wspólnoty za pomocą narzędzi komunikacji cyfrowej (czaty i komunikatory);
- g) gromadzenie i poznawanie osób o podobnych zainteresowaniach, które chcą dalej się rozwijać i dzielić swoimi doświadczeniami (serwisy społecznościowe i wirtualne światy);
- h) uczestnictwo internautów w badaniach online, w tym badaniach satysfakcji z użytkowania witryn oraz związanych z wytyczaniem kierunków rozwoju serwisu.

Jednym z rozwiązań technologii Web 2.0, aktywnie wykorzystywanym przez użytkowników Internetu, są serwisy społecznościowe. Skupiają one osoby o podobnych zainteresowaniach, które pragną dzielić się swoją wiedzą, a także korzystać z doświadczenia i wiedzy innych. Jest to możliwe dzięki narzędziom do prezentacji swojej osoby, tworzenia grup tematycznych oraz interakcji między członkami danej społeczności, zarówno w formie komunikacji synchronicznej, jak i asynchronicznej. Na uwagę zasługują przede wszystkim MySpace, Facebook oraz Bebo⁷. Wśród polskich serwisów społecznościowych najpopularniejsze są Facebook, Nasza Klasa, Twitter czy Goldenline⁸.

Z badań serwisów społecznościowych w Polsce przeprowadzonych w 2009 roku przez Instytut MillwardBrown SMG/KRC na zamówienie D-link Technology Trend wynika, że aż 71% osób korzystających z Internetu zna portal *nasza-klasa.pl*, 15% – *Fotka.pl*, a 10% – *Grono.net*. Ponadto dla 18% respondentów głównym celem odwiedzenia serwisów społecznościowych jest chęć dyskusji na interesujące tematy. Wśród respondentów korzystających z serwisów 37% udostępnia na nich treści, zdjęcia – 19%, 14% komentuje artykuły, 13% bierze udział w dyskusjach na forach internetowych, 6% komentuje treści innych użytkowników, 3% pisze własnego bloga oraz udostępnia filmy. Prawie połowa ankietowanych stwierdziła, że treści tworzone przez innych użytkowników są o wiele ciekawsze niż tworzone przez dziennikarzy i firmy⁹.

Badania te potwierdzają dużą popularność serwisów społecznościowych wśród internautów, a trendy wyznaczone przez światowych analityków *e-lear-*

⁷ M. Arrington, *Facebook Now Nearly Twice the Size of Myspace Worldwide*, 2009, <http://techcrunch.com/2009/01/22/facebook-now-nearly-twice-the-size-of-myspace-worldwide/> (2.02.2010).

⁸ K. Wądołowska, *Społeczności wirtualne*, 2010, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_058_10.PDF (3.06.2010).

⁹ <http://www.slideshare.net/dlinkpl/serwisy-spoecznościowe-w-polsce-1779250> (20.03.2011).

ningu – na ich dynamiczny rozwój. Technologia Web 2.0 coraz częściej będzie adaptowana do celów biznesowych, co znacznie zwiększy wydajność pracowników takich działów, jak marketing, sprzedaż, komunikacja, prace badawczo-rozwojowe i kadry. Upowszechnienie technologii Web 2.0 spowoduje zmiany nie tylko w indywidualnym sposobie pracy, ale także wpłynie na zmiany struktur i pryncypiów organizacyjnych¹⁰.

Na rozwój tak zwanego społecznego uczenia się (*social learning*) w organizacjach wskazują badania przeprowadzone przez Masie Center¹¹. Obecnie na świecie aż $\frac{3}{4}$ organizacji korzysta lub planuje korzystać z *social learningu*. Za pomocą zestawów narzędzi do społecznego przetwarzania informacji pracownicy mogą wspólnie tworzyć aplikacje biznesowe, wykorzystując doraźnie powstające treści, zewnętrzne usługi internetowe i zdalny dostęp do danych przedsiębiorstwa. Najczęściej są to takie narzędzia, jak wiki, blogi, dokumenty sieciowe, sieci społeczne, fora dyskusyjne, współpraca na sali szkoleniowej lub grupy projektowe czy zewnętrzne sieci społeczne. Do tak zwanego środowiska wspierania współpracy zalicza się również gry edukacyjne dla grupy graczy, zadania osadzone w wirtualnych światach czy zwykłe aplikacje internetowe. Przykładem środowiska wspierającego współpracę jest narzędzie typu Ning, które umożliwia nauczycielom stworzenie wirtualnego warsztatu pracy dla uczniów. Warsztat ten może być zaopatrzony w elementy pobierające wybrane treści ze stron internetowych, czaty tematyczne, fora dyskusyjne, możliwość zakładania profili, dzielenia się dokumentami, kalendarzami, muzyką itp. Do najważniejszych korzyści z takich środowisk należy praca w grupach oraz umiejętność krytycznego myślenia. Ponadto nauczyciel może w czasie rzeczywistym ocenić te umiejętności i dać swoim uczniom cenną informację zwrotną. Wspólną pracę uczniów nad zleconymi zadaniami oraz uczestnictwo w moderowanych rozmowach i dyskusjach umożliwi postęp w internetowych narzędziach komunikacyjnych. Narzędzia komunikacji online, czyli Skype, Twitter i inne platformy mikroblogowe, na przykład Edmodo, umożliwią nieograniczoną łączność ze specjalistami różnych dziedzin na całym świecie. Ponadto uczniowie będą mogli uczyć się sztuki publicznych wypowiedzi i czerpać edukacyjne korzyści z kontaktu z innymi uczącymi się.

¹⁰ P. Wąsowska, A. Bielewicz, *Organizacja 2.0: firma bez barier*, „Harvard Business Review Polska” 2009, No. 82 (83), s. 56.

¹¹ E. Masie, *Social Learning Survey*, 2009, <http://www.masie.com/social1> (2.01.2011).

Dzięki użyciu nowoczesnych i popularnych technologii w edukacji zwiększy się możliwość zastępowania tradycyjnych szkoleń w przedsiębiorstwie metodą *e-learningową*. Wykorzystanie na potrzeby przedsiębiorstwa narzędzi *social learning*, czyli blogów, forów, sieci społecznych czy mediów, takich jak YouTube, zwiększy potencjał edukacyjny metod nauczania elektronicznego i ich atrakcyjność. Ponadto wprowadzenie do strategii *e-learningowych* tak zwanego nieformalnego nauczania, w którym na potrzeby edukacji pracowników rozwijany jest dostęp do społecznych mediów, treści tworzą wszyscy uczestnicy i nie ma określonego celu czy programu nauczania, spowoduje łatwiejszy i szybszy dostęp do specjalistycznej wiedzy, poprawę wydajności zespołów w wyniku zwiększenia komunikacji i współpracy oraz podniesienie aktywności pracowników na rzecz własnego rozwoju zawodowego. Zastosowanie w edukacji narzędzi *social learningu* umożliwi również zdobywanie umiejętności „miękkich”, czyli współpracy, prezentacji, krytycznego myślenia, wyciągania wniosków, działania pod presją itp. Umiejętności interpersonalne, dotychczas ćwiczone zazwyczaj podczas tradycyjnych szkoleń, dzięki zastosowaniu nowoczesnych rozwiązań technologicznych będą częściowo lub całkowicie nabywane w wyniku szkolenia *e-learningowego*.

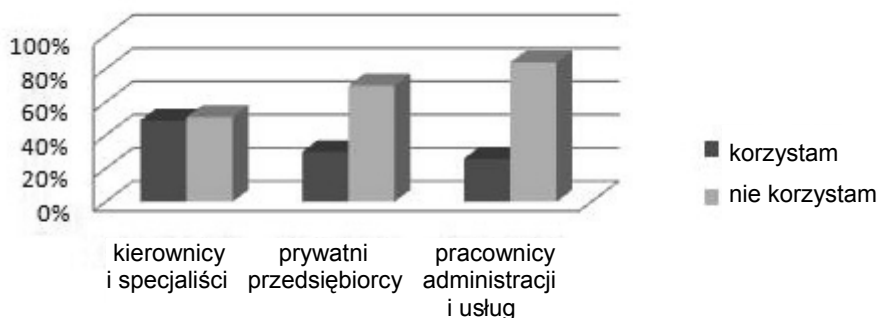
3. *Social learning* w polskich przedsiębiorstwach

Analiza badań własnych, przeprowadzonych w czerwcu 2010 roku, przez firmę TNS OBOP dla Uniwersytetu Gdańskiego, dowodzi, że narzędzia typu *social learning* są w Polsce popularne wśród internautów, zwłaszcza młodych. W porównaniu jednak z wynikami badań innych europejskich krajów pozostajemy daleko w tyle. Jeszcze gorzej jest z włączaniem się w strategię *e-learningowe* polskich organizacji nauczania nieformalnego, opartego na wykorzystaniu narzędzi typu Web 2.0. Badania wykazały również, że z rozwiązań *e-learningowych* korzysta 39% uczniów i studentów, a 37% z nich odwiedza blogi i serwisy społecznościowe. Z badań przeprowadzonych w Wielkiej Brytanii w 2008 roku wynika, że 90% młodzieży korzysta z komunikatorów, natomiast blogi i serwisy społecznościowe użytkuje 79%, a wirtualne gry są rozrywką i edukacją dla 67% ankietowanych¹². Trzeba jednak wziąć pod uwagę, że polski rynek edukacyjny

¹² R. Luckin, W. Clark, *Learners' Use of Web 2.0 Technologies In and Out of School*, 2008, http://research.becta.org.uk/upload-dir/downloads/page_documents/research/web2_technologies_ks3_4.pdf (12.11.2010).

dopiero rozpoczyna próby z *e-learningiem*, a światowe uniwersytety z powodzeniem wykorzystują najnowsze narzędzia *e-learningowe* w edukacji. Przykładem jest platforma Egg na Uniwersytecie w Brighton, gdzie wirtualne środowisko uczenia się zostało przekształcone w środowisko dzielenia się wiedzą, a szkolenia *e-learningowe* udostępniono na serwisie społecznościowym Facebook czy wirtualnym świecie Second Life. Wysoki odsetek internautów wśród młodych ludzi, biegłość w korzystaniu z rozwiązań *e-learningowych*, a przede wszystkim ich fascynacja tą metodą i przyjemność z korzystania z niej, świadczą o wysokim poziomie przygotowania przyszłych pracowników oraz ogromnym potencjale tkwiącym w nowoczesnych technologiach edukacyjnych.

Analiza wyników badań pozwoliła ustalić, że z rozwiązań *e-learningowych* najczęściej korzystają osoby w wieku do 39 lat, mające wyższe wykształcenie lub nadal się uczące, oceniające swoją sytuację materialną jako dobrą oraz żyjące bez rodziny (kawaler/panna, osoby rozwiedzione).



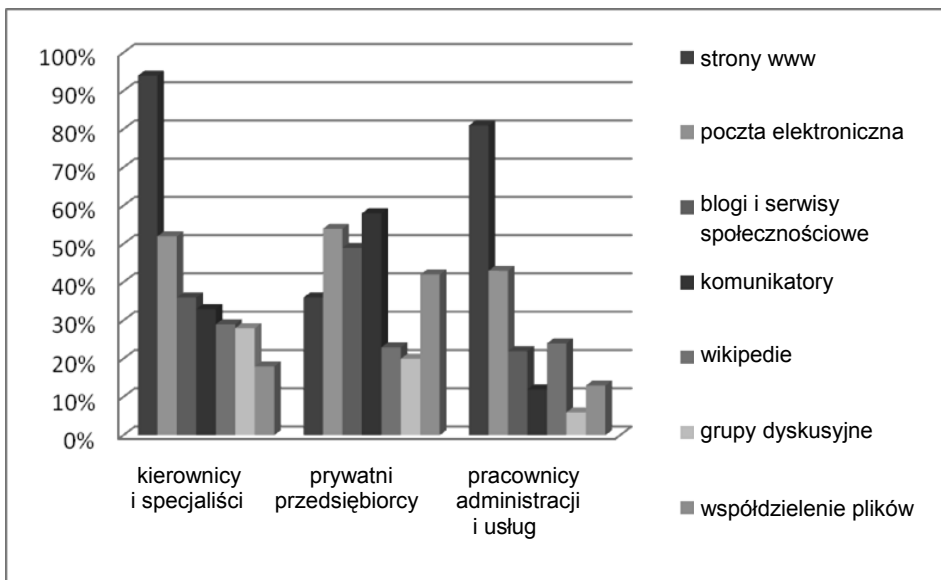
Rys. 1. Wykorzystanie narzędzi *e-learningu* przez pracowników
Źródło: opracowanie własne.

Mając na uwadze rozbieżności wynikające z różnorodnych definicji *e-learningu*, pytanie ankietowe zostało uzupełnione definicją A. Clarca¹³ opisującą *e-learning* jako proces samokształcenia z wykorzystaniem komputera i Internetu. Najwięcej odpowiedzi pozytywnych (42%), udzieliły osoby powiązane z kadrami zarządzającą, 30% stanowili właściciele prywatnych przedsiębiorstw, a 26% – pracownicy niższego szczebla. Przyczyny dość niskiego wykorzystania narzędzi *e-learningu* można upatrywać w braku odpowiedniej kultury kształce-

¹³ A. Clark, *E-learning – nauka na odległość*, WKŁ, Warszawa 2007, s. 26.

nia, a tym samym wyobrażenia, jak przebiega nowoczesny proces uczenia się. W poprawie tego stanu ważna jest postawa poszczególnych menedżerów oraz kadry zarządzającej, wpływająca na rozwój technik informacyjno-komunikacyjnych i ich zastosowanie w kształceniu. Oznacza to, że chcąc zbudować firmę opartą na wiedzy, należy przeznaczyć więcej środków na motywowanie pracowników do dzielenia się i korzystania z zasobów wiedzy. Jest to strategia długoterminowa, ale bez niej żadne inne inicjatywy bezpośredniego wspierania *e-learningu* nie zapewnią sukcesu. Z punktu widzenia pracowników korzystających z narzędzi *e-learningowych* najważniejszą ich zaletą jest nieograniczony dostęp do materiału szkoleniowego oraz indywidualizacja procesu kształcenia.

Z badań wynika również, że do najpopularniejszych narzędzi wykorzystywanych przez respondentów należą następujące: strona www – 83% ankietowanych, poczta elektroniczna – 52%, wikipedie – 37%, blogi i serwisy społecznościowe – 30%, komunikatory – 27%, współdzielenie plików oraz grupy dyskusyjne – po 19%, wirtualne gry – 6% i inne – 2%. Ich rozkład w poszczególnych grupach zawodowych przedstawiono na rysunku 2.



Rys. 2. Typologia wykorzystywanych narzędzi *e-learningu* przez pracowników

Źródło: opracowanie własne.

Narzędziem najczęściej wykorzystywanym przez kierowników, specjalistów oraz szeregowych pracowników były strony www, skąd czerpali wszystkie potrzebne informacje. Na wysokim miejscu uplasowała się również poczta elektroniczna, która służyła do utrzymywania kontaktów biznesowych oraz przekazywania informacji. Narzędzia Web 2.0 były w tej grupy pracowników najrzadziej wykorzystywane. W prywatnych przedsiębiorstwach oprócz poczty elektronicznej najpopularniejsze były natomiast narzędzia typu *social learning*, czyli komunikatory, blogi, serwisy społecznościowe czy współdzielenie plików.

Wykonane w czerwcu i lipcu 2010 roku przez TNS OBOP badania jakościowe, polegające na przeprowadzeniu dziesięciu pogłębionych wywiadów indywidualnych z szefami działów HR firm, które wdrożyły systemy *e-learningowe* wykazały, że jedynie w kilku z ankietowanych przedsiębiorstwach menedżerowie byli przychylnie nastawieni do zastosowania narzędzi Web 2.0. Niektóre systemy wdrożone w przedsiębiorstwach mają wewnętrzne formy społecznościowe, podpięte pod platformę *e-learningową*, z których bardzo chętnie korzystają pracownicy. Wymieniają się spostrzeżeniami na temat szkoleń oraz zdobytą wiedzą, jednak rzadko sami tworzą nowe treści czy podejmują dyskusje na szersze tematy. W większości firm pracownicy korzystają z różnego rodzaju blogów tematycznych i forów społecznościowych, jednak robią to we własnym zakresie i bez zainteresowania przełożonych. Większość respondentów nie widzi możliwości korzystania z zewnętrznych portali społecznościowych typu Golden Line, Facebook, Nasza Klasa z uwagi na konieczność zachowania tajemnicy firmowej. Według respondentów korzystanie z serwisu społecznościowego nie może być porównywane z formalnym szkoleniem, w którym ważne jest, żeby pracownicy zostali zapoznani z konkretnymi tematami szkoleniowymi. Ponadto niezbędny jest miernik, który pozwoli ocenić stopień osiągnięcia celu szkolenia. Jeżeli firma chce udostępnić ludziom swobodny przepływ myśli, wiedzy na luźnej zasadzie, może skorzystać z portali społecznościowych, jednak do osiągnięcia konkretnego celu biznesowego konieczne jest zaangażowanie moderatora.

Z wypowiedzi osób zajmujących stanowiska kierownicze wynika, że wśród pracowników narzędzia Web 2.0 są bardzo popularne i mogłyby być wykorzystywane do przepływu wiedzy czy opinii również z korzyścią dla pracodawcy. Jednak z powodu braku kontroli pracodawcy już na wstępie rezygnują z tego typu narzędzi. W badanych firmach zauważano możliwości, jakie stwarza ta forma edukacji w promowaniu oferty na stronach internetowych. Krótkie kursy *e-learningowe* udostępniane klientom umożliwiają im szczegółowe zapoznanie się

z ofertą firmy w ciekawej i przystępnej formie. Takie zastosowanie narzędzi Web 2.0 nie ma jednak nic wspólnego z wykorzystaniem nauczania nieformalnego w przedsiębiorstwie. Sięganie po interaktywne narzędzia społecznościowe nie jest w tej chwili brane pod uwagę przez firmy, głównie z powodu braku zaufania kadry zarządzającej do takich rozwiązań, a zwłaszcza braku kontroli nad procesem zarządzania wiedzą i informacji o korzyściach biznesowych związanych z ich zastosowaniem.

Podsumowanie

Doświadczenia firm, które z powodzeniem wykorzystują narzędzia *social learningu*, potwierdzają, że zwiększają one potencjał edukacyjny metod nauczania elektronicznego i ich atrakcyjność. Umożliwiają również trenowanie umiejętności „miękkich”, czyli współpracy, prezentacji, krytycznego myślenia, wyciągania wniosków, działania pod presją itp. Umiejętności interpersonalne, dotychczas nabywane zazwyczaj podczas tradycyjnych szkoleń, dzięki zastosowaniu nowoczesnych rozwiązań technologicznych mogą być częściowo lub całkowicie elementem szkolenia *e-learningowego*.

Z przeprowadzonych badań przez BEA Systems Inc., światowego lidera w dziedzinie oprogramowania infrastrukturalnego dla przedsiębiorców, wynika, że usługi internetowe są najważniejszą technologią stymulującą zapotrzebowanie na rozwiązania Web 2.0. Łączą one systemy i automatyzują procesy biznesowe, upraszczając je i eliminując koszty związane z tradycyjnymi technologiami integracji¹⁴. Ponadto z sondażu przeprowadzonego przez Microsoft i agencję Accenture, prezentowanego na konferencji Middle East & Africa Global Energy Forum 2009 w Dubaju, wynika, że 70% respondentów uważa, że współpraca i dzielenie się wiedzą są niezbędne do redukcji kosztów, a 61% respondentów przyznało się do spędzania co najmniej godziny dziennie na szukaniu informacji i źródeł wiedzy koniecznych do skutecznego wykonywania swojej pracy¹⁵.

Przedsiębiorcy, obserwując popularność oraz siłę oddziaływania portali społecznościowych, wkrótce przekonają się do ujęcia tej metody w swoich stra-

¹⁴ I. Ganowska, *SOA – kluczowy warunek efektywnego stosowania technologii Web 2.0*, 2007, <http://www.bankier.pl/wiadomosc/SOA-kluczowy-warunek-efektywnego-stosowania-technologii-Web-2-0-1652656.html> (20.03.2011).

¹⁵ <http://sociallearning.pl/?p=117> (20.03.2011).

tegiach *e-learningowych*, a narzędzia edukacji nieformalnej znajdują się na firmowych platformach szkoleniowych również w Polsce.

Literatura

- Arrington M., *Facebook Now Nearly Twice the Size of Myspace Worldwide*, 2009, <http://techcrunch.com/2009/01/22/facebook-now-nearly-twice-the-size-of-myspace-worldwide/> (2.02.2010).
- Bersin J., *From E-Learning to We-Learning*, 2009, <http://joshbersin.com/2009/09/25/from-e-learning-to-we-learning/> (1.02.2010).
- Clark A., *E-learning – nauka na odległość*, WKŁ, Warszawa 2007.
- Cobb J., *Learning 2.0 for Associations*, 2009, <http://www.tagoras.com/catalog/association-elearning/> (1.02.2010).
- Downes S., *Emerging technologies for learning*, 2007, http://www.partners.becta.org.uk/page_documents/research/emerging_technologies07_chapter2.pdf (2.03.2010).
- Ganowska I., *SOA – kluczowy warunek efektywnego stosowania technologii Web 2.0*, 2007, www.bankier.pl/wiadomosc/SOA-kluczowy-warunek-efektywnego-stosowania-technologie-Web-2-0-1652656.html (20.03.2010).
- http://www.astd.org/lc/0111_trends (20.03.2010).
- <http://www.slideshare.net/dlinkpl/serwisy-spoecznościowe-w-polsce-1779250> (20.03.2010).
- <http://sociallearning.pl/?p=117> (20.03.2010).
- Luckin R., Clark W., *Learners' Use of Web 2.0 Technologies In and Out of School*, 2008, http://research.becta.org.uk/upload-dir/downloads/page_documents/research/web2_technologies_ks3_4.pdf (12.11.2010).
- Masie E., *Social Learning Survey*, 2009, <http://www.masie.com/social1> (2.01.2011).
- Mazurek G., *Blogi i wirtualne społeczności – wykorzystanie w marketingu*, Wolters Kluwer, Kraków 2008.
- Moeng B., *IBM tackles learning in the workplace*, 2004, http://www.itweb.co.za/index.php?option=com_content&view=article&id=18381:ibm-tackles-learning-in-the-workplace&catid (3.02.2010).
- Wądołowska K., *Spoločności wirtualne*, 2010, http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2010/K_058_10.PDF (3.06.2010).
- Wąsowska P., Bielewicz A., *Organizacja 2.0: firma bez barier*, „Harvard Business Review Polska” 2009, No. 82 (83).

SOCIAL LEARNING – INFORMAL LEARNING IN ORGANIZATION**Summary**

Nowadays, no one would challenge the power of influence and the possibility of using the Internet and available IT systems. Modern enterprises, in order to remain competitive in the market and be successful, are forced to use the latest tools to manage the company, that provides IT market. More and more Polish managers take a decisions to implement an integrated information systems in their companies – for production, sales and management of training and intellectual development of their workers. Thanks to positive experience of its western partners, a number of benefits and the booming e-learning industry they initiate latest learning solutions. One of them that is called social learning is increasingly used by western corporations, but still not so popular in Polish enterprises – as indicated by the results of recent studies.

Translated by Łukasz Żołędziewski