

Web 2.0 – tudás menedzsment

TÓTH Erzsébet – SZÁSZ Péter

A Web 2.0 megjelenése

2006-ban egy jelentős változás tanúi lehettünk, amikor az interaktív, programozható web háttérbe szorította a statikus webet. A korábbi passzív internetezők önszerveződő közösségek aktív tagjaivá váltak, ami főként a web 2.0 térhódításának volt köszönhető. Ezáltal a web rendkívül nyitott közösségi szintérré alakult át az innováció, a kibontakozás, valamint az értékteremtés számára [Tapscott–Williams, 2007. 48-57. p.]. A web 2.0 a web megújulását hivatott kifejezni a különféle technológiák kombinált használata révén. Web 2.0-ásnak akkor hívunk egy weboldalt, ha az egy vagy több technológiát, vagy alkalmazási módot használ a következők közül:

- ◎ CSS (Cascading Style Sheets) – stíluslap használat a tartalom és a megjelenítés szétválasztására
- ◎ Folksonomies (folk taxonomy szabad fordításban: népi osztályozás) – címkézés, metaadat készítés tartalomhoz
- ◎ Mikroformátumokat terjesztő oldalak bővített jelentésleírással (szemantikai kiegészítések)
- ◎ API (Application Programming Interface) Alkalmazásprogramozási felület

- ◎ Rich Internet Applications – Látványos internetes alkalmazások pl. Ajax mint eszköz
- ◎ Szemantikailag összefüggések kifejezésére alkalmas XHTML és HTML jelölők
- ◎ RSS / Atom feed támogatás
- ◎ Mashup – Kliens vagy szerver oldali tartalomkombinálás pl. Google Maps
- ◎ Weblog alkalmazások
- ◎ wiki vagy fórum szoftverek

A meghatározást Tim O'Reilly adta 2004-ben [Web 2.0 szócikk].

Ezek a technológiák nem újak, mégis terjedésük, és külön-külön avagy együttes alkalmazásuk új internetezési szokásokat, igényeket, társadalmi változásokat indítottak el. Az általuk kínált lehetőségekkel élve a felhasználók már nem csak az előzőleg weblapkészítők által feltett statikus tartalmat fogadhatták be, hanem lehetőségük nyílt saját oldalak létrehozására programozási ismeretek nélkül, valamint visszajelzések adására a megszerzett információkkal kapcsolatban. Magyarországon az internet terjedésével szintén megjelentek a web 2.0-ás szolgáltatásokat kínáló weboldalak (iwiw, KlubD, barátikor, videa, keptaram, mindenkilapja) és felhasználóik számának növekedése jelzi az új szolgáltatások iránti fogékonyságot.

Web 2.0-ás eszközök a szervezetek szolgálatában

Tartalomkezelő rendszerek

A tartalomkezelő rendszerek alapot adnak portálok webes megjelenéséhez. Legismertebbek a Joomla/Mambo, E107, Drupal, CMS Made Simple, PHP-Fusion, Opencms. A PHP programozási nyelvet és PostgreSQL vagy Mysql adatbázis motorokat használnak alapnak leggyakrabban. Általában rendelkeznek RSS és/vagy Atom hírfolyam támogatással és gyakran Ajax webfejlesztési technikát is használnak.

Blogok

„A weblogot író célja általában az önkifejezés, gondolatai közreadása és az általa képviselt vélemények terjesztése. Témája sokrétű: lehet egyszerűen egy interneten közzétett személyes, egyéni napló, de lehet egyéni vagy csoportos politikai véleménynyilvánítás vagy üzleti jellegű kommunikáció eszköze is, és lehetségesek tematikus blogok is (pl. kifejezetten csak az irodalommal foglalkozóak); ennek megfelelően a weblapot vezetőik köre az alkalmi szerzőktől a nagy írói közösségekig, sőt vállalatokig terjed. Sok weblog teszi lehetővé a látogatóknak nyilvános megjegyzések írását, ami közösségek kialakulásához vezethet. A blogok vagy bloggal kapcsolatos oldalak összességét blogtérnek (blogger) is nevezik.”

A blogok lehetőséget adnak a szervezeteknek munkacsoportok szervezésére, használhatóak intézményi belső kommunikációs eszközként, forrásgyűjtő helyekként, viteszínhelyeknek.

Videó megosztó oldalak

A videó megosztó oldalaknak egyre jobban nő látogatottságuk, így lehetővé teszik a szervezetek számára saját reklámfilmjeik készítését és feltöltését, videó gyűjtemények, konferenciák

feltöltését. Pl.: Youtube, videa.

Képmegosztó oldalak

A különféle képmegosztó oldalak szervezetekben keletkező vizuális dokumentumok könnyű prezentálásának lehetőségét kínálják.

Közösségi oldalak

A közösségi oldalak ma a leglátogatottabb oldalak. Többek között üzenetváltási lehetőségeket kínálnak így a direkt marketing eszközei lehetnek. Pl.: Deviantart (képmegosztás, művészet).

Wikik, wikipedia

Wikiket használva a szervezetekkel kapcsolatos információ publikálható, rendszerezhető. Ez a modern eszköz a fogalmak, oldalak és címek újszerű összekötésével új dimenziót ad a tudásmegosztásnak, ezért kiválóan alkalmas tudásbázisok és tudástárak építésére.

Linkmegosztó oldalak

A linkmegosztó oldalak a szervezet vagy az ügyfelei számára fontos külső információk hiperhivatkozásainak közzétételére szolgáló kényes eszközök [Szász, 2008].

E-learning szoftverek

Az e-learning szoftverek azon túl, hogy lehetővé teszik:

- ☉ az oktatási anyagok online tárolását,
- ☉ az anyagok között összefüggések felállításának lehetőségét biztosítják,
- ☉ valamint kurzusok menedzselésének eszközei,
- ☉ továbbá felhasználói visszajelzéseket fogadhatnak (feedback).

A web 2.0-eszközök kapcsán leszögezhetjük, hogy ezek sikeressége elképzelhetetlen lenne a mobil készülékek térhódítása, valamint a széles-sávú internet elérés terjedése nélkül.

A Web 2.0 hatásai a tudásmenedzsmentre

A web 2.0 lényege *Moria Levy* szerint:

- 👁 A világhálót, a web 2.0 szemlélete szerint, platformként kell kezelni, el kell vonatkoztatni a fizikai dokumentumhordozók világhálótól. Nem a dokumentumhordozó dominál, nem abban van igazán üzlet. Azok a vállalatok, amelyek elsőként megértették a világháló platform jellegét, és erre alapozva építették fel üzleti modelljeiket, páratlan karriert futottak be (pl. Amazon, eBay, Napster). Olyan alkalmazásokról van szó, amelyek utat nyitnak egy-egy platformfelületen rengeteg különféle tartalom megvalósítására.
- 👁 A hangsúly az előbbiekből adódóan az alkalmazásfejlesztés helyett a szolgáltatásfejlesztésre helyeződik át. Az innováció a kapcsolódási pontok megtalálásában jelenik meg. Elképzelhető, hogy valaki csak egyféle szolgáltatás fejlesztésére koncentrált. Hatalmas hozzáadott értéktartalmat tud viszont elérni, ha rájön arra, hogy miképpen tudja a legegyszerűbb és legsikeresebb módon összekapcsolni azt más szolgáltatásokkal.
- 👁 A kollektív intelligencia jelenik meg az ún. „longtail” (hosszú fark, ill. elnyúló görbe) üzleti modell érvényesülésében. Voltaképpen itt a „sok kicsi sokra megy” ősi bölcsesség manifesztálódik.
- 👁 A szolgáltatásoknak valamilyen tartalmi magon kell nyugodniuk. Erre a szilárd alapra tehető rá a rengeteg hozzáadott érték. A Google esetében az indexelésre és a rangsorolásra épül a hozzáadott értéktartalom, az Amazon esetében pedig a könyvkínálat katalógusára. Mindnyájan tudjuk, hogy mindkettő jóval többet nyújt ezeknél az alapszolgáltatásoknál, a mag mégis mindkét esetben stabil.

A web 2.0 tehát sokkal inkább szolgáltatásokon nyugszik, mintsem önálló alkalmazásokon [Levy, 2009.].

A web 2.0 kategorizálása a tudásmenedzsment szempontjából

A tudásmenedzserek, akik a web 2.0 szemléletét, eszközeit szeretnék alkalmazni, némileg ellentmondásos, zavart helyzetben találják magukat. Több mint egy évtizede küzdenek a tudásmenedzsment-szakemberek az alkalmazottak és a főnökség passzivitásával és időhiányával.

A web 2.0-s eszközöket meg kell vizsgálni és a koncepciókat elemezni kell olyan szempontból, hogy mi hasznosítható belőlük a tudásmenedzsment-rendszerekben. És ha sikerül ezeket beépíteni, akkor talán könnyebben befogadják a tudásmenedzsment dolgozók a szervezetben belül.

A web 2.0 és a tudásmenedzsment összevetésének négy szempontja:

- 👁 koncepcionálisan,
- 👁 az alapelvek szerint,
- 👁 a különböző eszközök és alkalmazások funkcionalitásának szintjén,
- 👁 a szervezeti kultúrához kapcsolódva.

A szervezeti kultúrával kapcsolatban az első és fontos megállapítás, hogy habár a hangsúly eddig is a felhasználókon volt, de kevésbé összpontosítottak a felhasználók egyes csoportjaira. A web 2.0 kapcsán pedig pont az a szembeűnő, hogy a web 2.0 szemléletmódjába és eszközei használatába belenövő fiatalság természetes módon várja el ennek megjelenését a vállalati környezetben is. Ők lehetnek azok a katalizáló tényezők, akik a tudásmenedzsment legfontosabb alkotóelemei. A fiatalok fontos szereplők a munkafolyamatokban szükséges változtatások keresztülvitelében.

A hálózatok szervezeti erejébe vetett web 2.0-ás nézet jótékonyan segítheti a munkatársak hálózati részvételen alapuló együttműködését. A bizalom, a közös értékek és érdekek, a részvétel és partnerség igénye azok, amelyek a tudásmenedzsment számára is kihívásként jelentkeznek. A web 2.0-ás gondolkodásmód segíthet az egyes részlegek munkájának erősítésében. Végeredményképpen a közösségi média a legnagyobb hatást összszerkezeti szinten fejt ki, ami pedig

a nagyfőnökök számára előnyös.

A web 2.0 az emberekre koncentrál, a tudásmenedzsment pedig a szervezetekre. A web 2.0 szemléletének és eszközeinek sikeres alkalmazása viszont ez utóbbi összpontosítás változását is jelenti az előbbi javára.

A web 2.0 eszközöket tehát összefoglalóan azért érdemes használni a tudásmenedzsmentben, mert:

- ☉ új hangsúlyokat visznek bele,
- ☉ az emberek egyre inkább elvárják megjelenésüket és használatukat vállalati környezetben is,
- ☉ körülveszi őket az újdonság és sikeresség aura [Levy, 2009].

Tudásmenedzsment rendszerek

A tudásmenedzsment-rendszerek olyan rendszerek, amelyek elősegítik, megkönnyítik a tudásmenedzsment tevékenységeit azáltal, hogy támogatják a személyek és a szervezet közötti tudásáramlást. A tudás a folyamat során állandóan növekszik [Turban–Aronson–Liang, 2005]. Jelenleg a tudásmenedzsment technológiai támogatásában az „ismeretalapú technológiák”, az „adatbányászat”, a „dinamikus szimuláció” és a „csoporttámogató rendszerek” területek játsszák a legfontosabb szerepet. A tudásmenedzsment-rendszerek főbb komponensei olyan technológiák melyek a kommunikációt, az együttműködést, a tudás tárolását és visszatöltését támogatják. A megfelelő tudásrepresentációt elősegítő komponensek mellett a web 2.0-s eszközök hatékony elemei lehetnek egy szervezet tudásmenedzsment rendszerének.

A technológia alkalmazása önmagában természetesen nem elégséges egy tudás-intenzív szervezet kialakításához. *A tudás létrehozása során elsődleges az emberi tényező* [Sántáné Tóth, 2008. 173-174. p].

Tudásmenedzsment megvalósítása vállalati környezetben

Óriási fejlődési lehetőségeket rejt magában az innováció és a tudásmenedzsment területe, amit a Google is kiaknáz saját üzleti modelljében. *Don Tapscott* webelemző szerint az új web kollektív tudásbázisként jelenik meg, amiben emberek millióinak közös tudása gyűlik össze önszerveződő formában [Tapscott–Williams, 2007. 48-57. p., 198-201. p.]. A Google fő célja, hogy a világon felkutatható összes információt és tudást rendszerezze, valamint ingyenesen elérhetővé tegye bárki számára. Ezen kívül támogatják a fényképekben vagy videóban, zenékben és szövegekben történő keresés lehetőségét [Krauth–Kömlödi, 2008. 635-636. p.]. Ezzel a szemléletével a Google a tudásmenedzsment és az innováció fő támogatója. A továbbiakban számos gyakorlati példával világítunk rá, hogy hogyan valósul meg mindez a Google működésében.

1. *API-k megnyitása*: A Google és más üzleti cégek nyíltan hozzáférhetővé teszik alkalmazásaik programozófelületét (az *API-t*) platformjaikon. Mindezt azért teszik, hogy saját hasznukra fordíthassák az ott megjelenő tömegek ötleteit, tudását és energiáját. Az API-k megnyitása után a fejlesztők (akik közül néhányan korábban „hekkerek” voltak...) gyors tempóban kezdték el gyártani az új alkalmazásokat. A Google tehát sikeresen maga köré gyűjtötte a fejlesztők hatalmas, önszerveződő hálózatát, amelyet önkényes eszközökkel meg sem próbál szabályozni, hisz az csak akadályozná a kreatív ötletek megvalósulását, azaz az innovációt [Tapscott–Williams, 2007. 48–57. p., 198–201. p.].
2. *Innováció, kutatás fenntartása*: A Google hajtóereje egy új fejlesztés, és ez a fő téma a cég csaknem minden vezetőségi összejövetelén. A cég vezetői számára az a legnagyobb kihívás, hogy folyamatosan fenntartsák az innovatív fejlődést a Google méretbe-

li növekedésével párhuzamosan. Leginkább az innovációnak köszönhető, hogy a cég lekörözött másokat, és jelenleg is az első vonalban van. Az alapítók tisztában vannak vele, hogy kiélezett verseny folyik a cégek között. Ez a rivalizálás abban nyilvánul meg, hogy valakik valahol mindig megpróbálnak olyan megoldásokat találni, melyek jobban, gyorsabban csinálják a dolgokat. Ráadásul az is egyértelmű a cég vezetői számára, hogy az innovativitás fenntartása egy gyors tempóban növekedő vállalatnál olyan komplex kihívás, ami komoly problémákat okozott már más, ígéretes vállalkozások számára. Ezért a vezetők minden erejükkel az innovációt és a kutatást bátorítják, hogy a cég megőrizhesse kiemelkedő pozícióját a versenyben.

3. *A fejlesztések tesztelése felhasználókkal:* A Google munkatársai mindent megtesznek annak érdekében is, hogy a felhasználók még véglegesítésük előtt kipróbálhassák a termékeket. Így aztán a fejlesztések folyamatosak, az értékes reakciók pedig biztosítják, hogy kiküszöböljék a hibákat.
4. *Nyitás más tudományterületek felé:* A Google egyéb területekkel is foglalkozik, ilyenek a molekuláris biológia és a genetika. A gének milliói, az óriás mennyiségű adat végül is illik a Google keresőhöz, a nagy méretű adatbázishoz, a számolókapacitáshoz. A Google immár letöltötte az emberi genom-térképet, és vezető biológusokkal, genetikusokkal együttműködve dolgozik olyan tudományos, gyógyászati területeken, ahol fontos újításokra lehet számítani a köz-eljövőben. Hamarosan megvalósulhat, hogy az emberek rákereshetnek a Google-lal saját génjeikre.
5. *Követi az egyetemi struktúrát működésében:* A Google céget az egyetemekhez hasonlóan működtetik. Számos projekten dolgoznak egyidőben kis, három főből álló csoportok. A fejlesztőktől elvárják, hogy idejük 20%-át olyan problémákra fordítsák, amelyek a legjobban érdeklik őket. „Az idő 20%-a”

elképzelés az egyetemi világból származik, ahol a professzorok egy napot kapnak egy héten, melyet saját érdeklődésük kielégítésére fordíthatnak. Néhány figyelemre méltó fejlesztés a Google-nél ezekből az összegyűjtött egy napokból született lásd pl. a Google News szolgáltatást. A cégnél nincsenek jelen a szokásos jogász középvezetők, a társaságok hagyományos felépítését itt nem találjuk meg [Vise–Malseed, 2009].

6. *Könyvek digitalizálása:* A Google könyvtári szempontból jelentős szolgáltatása, ami jelenleg fejlesztés alatt áll. A Google célja, hogy a világ könyvtáraiban fellelhető összes dokumentumot digitalizálja, valamint egységes felületen bárki számára kereshetővé és hozzáférhetővé tegye. Nem utolsósorban célkitűzése, hogy ledőljenek a könyvtárak fizikai korlátai. Ambiciózus vállalkozásnak tekinthető, amelynek globális, társadalmi, oktatási eredményei lehetnek. A Google Books weboldalán a következő olvasható: „A végső célunk az, hogy kiadókkal és könyvtárakkal együttműködve megalkossuk a világ összes nyelvén megjelent összes könyv teljes és kereshető virtuális cédulakatalógusát, ami segíti az olvasókat abban, hogy új könyveket fedezzenek fel, a kiadókat pedig abban, hogy új olvasókra találjanak” [A Google Books honlapja]. A Google 2009 novemberében ideiglenes megállapodást kötött az Egyesült Államokban a szerzői jogtulajdonosok képviselőivel, akik kifogásolták, hogy a kereső cég több millió könyvet digitalizált. Az *Authors Guild* és az *Association of American Publishers* sokáig egyezkedett a Google céggel egy New-York-i bíróság előtt, amíg nem sikerült kialakítani a részesedésüket az eredeti jogsértésből származó jövedelemből. Jelenleg a Google 125 millió dollárt fizet a per lezárásáért és létrehoz egy *Book Rights Registry* nevű nyilvántartást, amelyet az online elérhetővé tett kiadványok szerzőinek és kiadóinak honorálásánál alkalmaz majd. Az egyezés pontos részletei is nyil-

vánosságra kerülhetnek, de sokkal valószínűbb, hogy olyan üzleti titok marad, amely a jövőben nagymértékben megváltoztatja az információellátás jellegét.

Ezzel az egyezményrel a Google-nak megengedték, hogy digitalizálja azokat a könyveket is, amelyeket az Egyesült Államokban véd a szerzői jog. A Google tervei szerint az egyetemek hozzáférhetnének a szolgáltatásaihoz térítés ellenében például ezekhez a ma még csak kereshető, de nem letölthető könyvekhez. Az ebből származó bevételeket megosztja majd a jogtulajdonosokkal. Ha ez az üzleti modell jól működik, akkor lehet, hogy a még forgalomban levő könyvek közül is sokat hozzáférhetővé tesznek majd ebben a formában a szerzőik. Még nem lehet tudni, hogy milyen licencdíjak lesznek, és hogy a felsőoktatási könyvtárak szűkös költségvetéséből érdemes lesz-e ezeket kifizetni, többségében olyan könyvekért, amelyek iránt minimális a kereslet [Joint, 2009].

A Google könyvdigitalizálási programja éles szakmai vitákat váltott ki számos országban, mert komolyan sérti a könyvkiadók, könyvtárak és a terjesztők érdekeit. Csak közös összefogással menekülhet meg a magyar könyvpiac is, valamint úgy, hogy gyorsan elébe megy a digitalizálási igényeknek és stratégiákat dolgoz ki a megoldásra. Ezen stratégiák feltételeit pedig érvényesíti a Google-lal szemben. Így van esélye rá, hogy nyertesként kerülhessen ki ebből a helyzetből, különben elvesz [Valuska, 2010].

7. *Google Scholar szolgáltatás:* A Google tudományos keresője, amely különböző tudományos publikációk között keres. Ezt a szolgáltatást 2004. november 18-án vezették be, mára szinte minden online referált folyóiratban keres, kivéve a legnagyobb tudományos kiadó, az Elsevier által kiadottakat. 2006. február 20-ától már a magyar könyvtárak állományában is keres a MOKKA-n keresztül. A szolgáltatás keresőalgorithmusa hasonlít a hagyományos Google keresőéhez, de nem a hiperlinkeket használja fel egy-egy

publikáció fontosságának megállapításához, hanem azt, hogy más cikkek milyen gyakran hivatkoznak rá. A tudományos publikációk teljes szövegében keres. A keresések szűkíthetők szerző, év vagy megjelenési hely alapján.

A kapott találatokban a publikációk címén és online elérhetőségén kívül azok tudományos idézettsége is látható, valamint, hogy milyen könyvtárakban található meg. A lelőhely információ megjelenítéséhez a WorldCat adatbázist, és egy saját, Library Links nevű szolgáltatást használ. A tudóstársadalom több alkalommal bírálta már a Google Scholar, mert nem képes a tudományos szakirodalom egészét figyelni, hanem annak csak egy kisebb online formában elérhető töredékét követi nyomon [Google Scholar szócikk]. Ezekről a kritikáktól eltekintve a Google Scholar szolgáltatás megjelenése példa értékű, hiszen az értékes ismeretek felkutatását és megosztását támogatja a weben.

Ontológiák szerepe a szervezeti tudás kezelésében

Az internetes keresők tárgykör egyik szorosan kapcsolódó kutatási területe a szemantikus web, melynek feladata a jelentés megtalálása a webes tartalmakban. Az itt kifejlesztett ontológiák hatékony eszközei a jelentés megragadásának.

Az ontológia célja – az információs rendszerek vonatkozásában – egy szakterület, feladat, alkalmazás formális leírása annak jelentésével együtt.

„Az ontológia a fogalmi modell – a fogalomalkotás – világos és részletes leírása [Gruber, 1993].”

Egy ontológia különböző formákban jelenhet meg, de mindenképpen tartalmaznia kell a tárgyterület szakkifejezéseit, terminológiáját és jelentésük leírását (szemantika). Az ontológia gyakorlatilag mindig valamely szakterület közös értelmezésének megjelenése, amely elősegíti a különböző érdekelt felek közötti kommunikáci-

ót. Egy ilyen közös alap hozzájárul a pontos és eredményes információcseréhez, amely lehetőséget nyújt az újrafelhasználhatóságra, a közös használatra és a közös üzemeltetésre.

„Az ontológia fogalmak olyan strukturált halmaza, amely szakterületek leírásához használható és így alapja lehet tudásbázis-fejlesztési feladatoknak [Swartout, 1997].”

Az ontológia fontos szerepet tölt be az ismeret reprezentációjában is, így alapvető fontosságú a szervezeti tudás menedzsmentjében, az ismeretalapú rendszerek kialakításában. Nyilvánvaló, hogy egy probléma megoldása során alapvető szerepe van annak, hogy milyen módon írjuk le, reprezentáljuk a megoldáshoz szükséges ismereteinket.

Az ontológiák napjainkban tapasztalható népszerűségét indokolja többek között az is, hogy számos, a szervezeti tudás kezelésével kapcsolatos nehézségre adnak megoldási alternatívákat. A szervezeti tudás hagyományos kezelésével kapcsolatosan számos kihívás és probléma merül fel:

- 👁 a szervezeti tudás jelentős része dokumentumokban található meg, amelyekből azt ki kell nyerni
- 👁 nehéz a dokumentumok közötti kapcsolatokat jól átlátni
- 👁 a dokumentummenedzsment-rendszerek a hagyományos információ-visszakeresési technikákra épülnek, igény van ezzel szemben "intelligens keresőrendszerekre"
- 👁 a kulcsszó alapú keresés gyakran eredményez nem megfelelő találatokat - szükség van a tartalom szerinti kezelésre is
- 👁 a kinyert információ értelmezése nehézkes lehet (az értelmezéshez emberi szakértelem szükséges)
- 👁 a kevésbé strukturált szöveges források karbantartása időigényes és nehézkes, az anomáliák kezeléséhez, megjelenítéséhez szemantikai támogatásra van szükség
- 👁 különböző forrásokból származó információt, tudást kell kezelni, amely függhet és általában függ is a tudáshordozó előzetes tapasztalataitól (vagyis a szakértő háttérétől).

A fenti problémákra kínálnak megoldást az ontológiai alapú tudásmenedzsment rendszerek (a közös információ gyűjtését ezek nem dokumentum-, hanem tényszerint támogatják) [Sántáné Tóth, 2008. 174-175. p]; [Szász, 2010].

Összegzés

Megállapítható, hogy a web 2.0 igazi áttörése még várat magára vállalati környezetben annak ellenére, hogy egyre többen használják. Már rendelkezésre állnak olyan szoftverek, amelyek a web 2.0-át a vállalati környezethez adaptálják: biztonsági funkciókat tartalmaznak, lehetővé teszik állományok csatolását, és összekapcsolhatók az ERP (erőforrás-tervezés), a CRM (ügyfélkapcsolatok menedzselése) és egyéb céges rendszerekkel. Véleményünk szerint jelentős szemléletváltásra van szükség ahhoz, hogy a web 2.0 előnyeit ki lehessen aknázni vállalati szinten is. Annak előnyös tulajdonságai alatt értjük a bizalom építését a munkatársak között, a fokozottabb kommunikációra való törekvést, ami egy partnerségi viszonyt feltételez, valamint a tanulás támogatását. Amennyiben sikerül a web 2.0 előnyös tulajdonságait beépíteni a vállalati környezetben használt tudásmenedzsment rendszerekbe, akkor azok sikeressége és elfogadottsága növekedni fog. A Google azon vállalatok körébe sorolható, amelyek szemléletükben eredményesen valósították meg eddig a tudásgazdálkodást. Számos projektjével tudatosan törekszik a weben felhalmozott ismeretek megosztására és eljuttatására a felhasználókhöz. Ebben a kontextusban tehát a keresőszolgáltatásoknak kiemelkedően fontos szerepe van a hatékony tudásmegosztás elérésében. Ehhez hozzá kell még tennünk, hogy a megfelelő ontológiák használata elengedhetetlenül fontos a szervezeti tudás hatékony megjelenítésében és kezelésében.

Irodalom

A Google Books honlapja

<http://www.google.com/googlebooks/library.html> 2010. június 15.

Google Scholar szócikk

http://hu.wikipedia.org/wiki/Google_Scholar 2010. június.17.

GRUBER, T. R.: A Translation Approach to Portable Ontology Specifications = Knowledge Acquisition, 5. vol. 1993. 2. no. 199–220. p.

JOINT, N.: The Google Book settlement and academic libraries = Library Review, 58. vol. 5. no. 2009. 333–340. p.

KRAUTH, P.–KÖMLŐDI F.: A web 2.0 jelenség (és ami mögötte van). In: Égen-földön informatika: Az információs társadalom távlatai. Budapest, 2008. 631–660. p.

LEVY, M.: Web 2.0 implications on knowledge management = Journal of Knowledge Management, 13. vol. 1. no. 2009. 120–134. p.

SÁNTÁNÉ TÓTH E. [et. al.]: Döntéstámogató rendszerek. Budapest : Panem, 2008.

Swartout B [et. al.]: Toward Distributed Use of Large Scale

Ontologies = Spring Symposium on Ontological Engineering. California: Standford University, 1997. 138–148. p.

SZÁSZ P.: Könyvtár 2.0 = Könyvtári Kis Híradó: a Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei könyvtárak lapja. Nyíregyháza: MZSMVK, 2008. 13. évf. 2. sz. (2008. jún.) 3–5. p.

SZÁSZ P.: Tudásmenedzsment Szabolcs-Szatmár-Bereg megye könyvtárügyében. Szakdolgozat. Debreceni Egyetem Informatikai Kar, Könyvtárinformatikai Tanszék. 2010. 46 p.

TAPSCOTT, D.–WILLIAMS, A. D.: Wikinómia. Hogyan változtat meg mindent a tömeges együttműködés. Szerk. Török Hilda; ford. Garamvölgyi Andrea. Budapest : HVG, 2007.

TURBAN, E.–ARONSON, J. E.–LIANG, T.–P.: Decision Support Systems and Intelligent Systems (7th ed.). New Jersey : Prentice Hall, 2005.

VALUSKA László: A Google a könyvzabáló kiscigány. 2010. április 25.

http://index.hu/kultur/klassz/2010/04/25/a_google_konyvzabalo_kiscigany/ 2010.június 19.

WISE, D. A.–MALSEED, M.: A Google sztori. Ford. Csátsári Ferenc. Budapest : K.u.K.K., [2009].

Web 2.0 szócikk

http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 2010. 06.14.