

Spis treści

Wprowadzenie	7
Układ treści: jak czytać książkę	10
Uwagi dotyczące metodologii	13
 Ekonomia percepcji: nadmiar danych czy deficyt uwagi?	19
Uwaga a percepcja: postrzeganie za pomocą działania	19
Ekonomia uwagi: gospodarowanie deficytowymi zasobami	36
Przeciążenie informacyjne: nieoczekiwane konsekwencje wynalazku Gutenberga	57
 Kultura danych: inteligencja zaprogramowana	101
Algorytmizacja: software w centrum kultury	101
Inteligencja kolektywna: nowe mechanizmy zarządzania wiedzą	125
 Algorytmy na ratunek uwadze:	
strategie selekcjonowania treści w Sieci	141
Interkonektywność Sieci: od Paula Otleta do Tima Bernersa-Lee	146
Metadane, folksonomie i nowy model wiedzy	161
<i>Big data</i> jako model ekonomii percepcji	173
Wizualizacja danych: od języka wizualnego Isotype do dziennikarstwa danych	186
Personalizacja: dane na żądanie	220
Curated Web: powrót gatekeeperów	239
 Percepcja ambientowa: percepcja wspomagana algorytmami	257
 Bibliografia	285
Indeks osób	299