

СТЕПАНОВ В.К.,

профессор Московского государственного университета
культуры и искусств



WEB 2.0 **В БИБЛИОТЕКАХ и БЕЗ**

С начала нового тысячелетия в Сети нарастающими темпами развивается явление, получившее с легкой руки вице-президента издательства O'Reilly Дейла Дагерти (Dale Dougherty) условное название «Web 2.0». В статье Тима О'Рэйли (Tim O'Reilly) «Что такое Web 2.0» (<http://oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>), опубликованной в русском переводе в журнале «Компьютерра» (www.computerra.ru/think/234100), впервые подробно разъяснялось значение данного термина и обосновывалось его употребление.

Размытость оснований для выделения нового явления закономерно привела к тому, что не все специалисты приняли толкование Дагерти/О'Рэйли, однако сам термин моментально прижился в сетевом лексиконе и ныне широко используется, в том числе и в названиях солидных научных изданий и международных конференций. При этом представление о содержании понятия «Web 2.0» у разных авторов сильно отличается.

В нашем понимании термином «Web 2.0» может быть определена концепция содержательного наполнения Всемирной паутины совокупными усилиями интернет-пользователей. Само по себе явление это знаменует некий последующий (второй) этап в развитии Всемирной паутины – отсюда столь привычная для компьютерного сообщества связь с версией 2.0.

Определяющим является тот факт, что если на первом этапе развития WWW основными поставщиками содержательного (контентного) наполнения являлись организации, переносившие в Интернет свои традиционные «аналоговые» функции или учреждавшие новые цифровые услуги (например, создание поисковых систем), то в настоящее время огромная часть контента формируется самими интернет-пользователями, для которых эта деятельность является сугубо добровольной и, как правило, не связана с основной профессией.

Внимательный анализ истоков рассматриваемого явления позволяет сделать вывод, что Web 2.0 фактически представляет собой еще один сетевой маркетинговый инструмент. Известно, что основой коммерческой деятельности в Интернете была и до настоящего времени остается реклама.