**Сеть номер два**

Руслан Гетманчук

Онлайновый бизнес, как и полагается любому бизнесу, переживает периоды подъемов и спадов, однако обвал этого рынка в начале нулевых годов, так называемый крах доткомов, привел к настолько серьезному обновлению интернета, что сегодня стало возможным говорить о новой версии Веба – версии 2.0. Чем же второй интернет отличается от первого?

**Урок истории**

Бурное развитие электронной коммерции началось во второй половине 90−х годов, когда широкие массы предпринимателей, привлеченные идеей заработка в Сети, кинулись регистрировать домены первого уровня в традиционно коммерческой доменной зоне.com (читается "дот ком"). В те времена радужных перспектив даже самое нелепое интернет-предприятие имело шанс быть проданным на бирже за миллионы, а уровень капитализации таких доткомов, как eBay или Amazon, был сопоставим со стоимостью настоящих гигантов "хардверной" американской экономики, например Boeing или General Electric. Так продолжалось примерно до 2000 года, когда многие стали интересоваться – за чей же счет растут эти капиталы, не подкрепленные ни производственной, ни потребительской базой? Поток инвестиций пошел на убыль, и лишенные финансовых вливаний доткомы стали лопаться, как мыльные пузыри. Эта история взлета и падения раннего интернет-бизнеса настолько известна, что оргкомитет престижнейшей интернет-премии Webby Awards в опубликованном им списке наиболее важных событий Cети за прошедшее десятилетие поставил "бум и крах доткомов" на первое место.

**Смена парадигмы**

Термин "Веб 2.0" прижился в основном благодаря стараниям известного интернет-идеолога и медиатяжеловеса Тима О’Рейли и стал одним из самых употребляемых неологизмов минувшего года. Скептики утверждают, что словосочетание является всего-навсего броским маркетинговым слоганом, используемым для привлечения новых инвестиций, однако набор принципов, лежащий в основе непростой концепции Веб 2.0, действительно работает в большинстве процветающих ныне интернет-проектах.

Одним из таких принципов является децентрализация и передача больших полномочий по управлению проектом простым пользователям. "В 90−х годах считалось, что Веб – это прежде всего публикация контента, а не взаимодействие, и балом правят рекламодатели, а отнюдь не потребители", – говорит О’Рейли. Сейчас акцент сместился в сторону так называемого длинного хвоста – массы простых пользователей, совместная активность которых и создает значимую часть контента. Все успешные проекты, включая те, что пережили упомянутый крах, созданы аудиторией, толпами и массами, в то время как компания–поставщик услуг просто предоставляет тысячам и миллионам людей возможность заниматься любимым делом и находить единомышленников. Так, основным трендом 2006 года явилось повсеместное развитие социальных сетей, а человеком года по версии журнала Time стал рядовой пользователь – то есть мы с вами. Редактор журнала Wired Кевин Келли в своей нашумевшей статье "Мы – это Сеть" обращает внимание на то, с какой скоростью создается сегодня наполнение Сети, причем вся эта колоссальная в масштабах планеты креативная работа совершается не ради денег и отнюдь не в интересах корпораций.

**Дилетантизм**

Это тоже признак Веб 2.0. Интернет сегодня просто наводнен толпами дилетантов, считающих себя журналистами, фотографами, фильммейкерами и вообще экспертами по любому вопросу. Хорошо это или плохо? Еще один парадоксальный урок "второго Веба": толпа дилетантов-энтузиастов может оказаться умнее одного оплачиваемого эксперта-профессионала. Учет мнения рядовых юзеров уже показал себя в качестве бесценного инструмента для создания быстрого и качественного поиска в Сети. Новый метод каталогизации, метко названный фолксономией (от английского folks – народ), релевантная контекстная реклама – все это побочные продукты активности тысяч и тысяч интернетчиков. В то время как реальная толпа на площади лишает разума составляющих ее индивидов, людские массы в Сети при правильном подходе раскрывают огромный созидательный потенциал. Пожалуй, наиболее впечатляющим примером успеха открытого любительского проекта будет знаменитая Wikipedia – стремительно растущая онлайновая энциклопедия всего на свете, уже сегодня насчитывающая несколько миллионов статей. Это может показаться невероятным, но своим успехом Википедия обязана как раз тому факту, что написать статью или отредактировать уже существующую здесь может любой желающий. Википедия оперативна: результат крупного состязания или имя лауреата престижной премии появляется в ней спустя несколько минут после их оглашения. Один из основателей проекта, Джимми Уэльс, уверен, что Британской энциклопедии, мировому справочному эталону, осталось жить от силы лет пять. В Википедии полно ошибок, но и в "Британнике" их достаточно. А главное – Вики меняется, растет и совершенствуется с каждой минутой.

**Новая журналистика**

Оценить синергетику "второго Веба" поможет и феномен так называемой гражданской журналистики. Многие аналитики предрекают упадок традиционных СМИ с их ангажированностью и неповоротливостью. Когда миллионы людей хранят свое видео, фотографии и записи в Сети, уже необязательно обращаться к информационным агентствам, чтобы узнать о каких-либо происшествиях – ведь можно просто почитать блог того/той, кто стоял рядом, все видел своими глазами и все заснял на свой мобильник. Зачем ждать вечернего выпуска новостей, если узнать о событии можно спустя считанные минуты от очевидцев? Какой смысл верить рекламе и прочему пиару, наводняющему традиционные СМИ, когда можно в любой момент узнать мнения реальных потребителей каких угодно товаров и услуг? Недавно появилась информация о том, что YouTube ведет переговоры о лицензировании музыкального видео у MTV – и многие, вслед за медиаэкспертом Насимом Джаведом, расценивают это как начало конца старого телевидения, являющегося инструментом корпораций и подразумевающего пассивность и разъединенность своей аудитории.

**Веб 2.0 и деньги**

Децентрализация, приоритет интересов пользователя, бесплатность, открытое лицензирование, дилетантство – казалось бы, какое это имеет отношение к зарабатыванию денег? Если речь об интернете, то самое непосредственное. О’Рейли настаивает на принципиальной сложности своей концепции, не сводимой к банальному руководству по современному интернет-бизнесу. Речь идет, по сути, не о новых способах заработка, но о новых способах взаимодействия между людьми. Чтобы создать жизнеспособный интернет-проект, необходимо понимание того, какой именно обмен ценностями предлагается в данном случае сетевому сообществу. Как только канал обмена ценностями налажен, он может начать приносить доход различными способами. Например, крупный интернет-магазин или блог-сайт может зарабатывать, используя свою уникальную базу данных, автоматически создаваемую пользователями. Так, колоссальную базу данных Amazon активно используют многие крупные библиотеки и университеты мира. Когда клиентская база интернет-компании начинает насчитывать сотни тысяч (а то и миллионов) человек, то здесь открывается множество путей для возвращения средств, инвестированных в проект.

**Перспективы**

По оценке фондовых аналитиков, социальная сеть MySpace через три года будет стоить 15 млрд долларов. Интернет переживает второй за свою историю бум, и есть основания думать, что крах доткомов начала 2000−х годов вряд ли повторится: сегодня рост их стоимости подкреплен реальным бизнесом. И все же будущее, как всегда, туманно. Происходящее в наши дни невозможно было предсказать 10 лет назад. Несмотря на всю заманчивость идеи использования социальных сетей для рекламы и маркетинга, конкретные механизмы еще не отработаны, и нет никаких гарантий того, что "прикармливание" пользователя бесплатными сервисами обязательно сторицей окупит себя. Новая парадигма электронной коммерции еще далека от завершения – Сеть эволюционирует непредсказуемо и необратимо, подобно организму или социуму. Удивительным здесь является то, что эта эволюция сопровождается целым набором феноменов, основанных на эффекте взаимодействия множества людей (по некоторым данным, пользователями интернета являются 16% населения Земли, а это более миллиарда человек), и оценить далеко идущие последствия этих процессов нам еще только предстоит.