

ESZES könyvtár



Web 2.0

Web 2.0 megjelenése az üzleti életben

2007. január 1.

Dr. Eszes István

*A tanulmány / esettanulmány csak oktatási célra használható!
Másolása és kereskedelmi forgalomba hozatala tilos.*

Web 2.0

Web 2.0 megjelenése az üzleti életben

A web 2.0 napjaink egyik leggyakrabban használt slágerkifejezése lett. Először nézzük meg röviden, hogy mit is takar ez a furcsa kifejezés!

Definíció

A web 2.0 kifejezés olyan második generációs internetes szolgáltatások gyűjtőneve, amelyek elsősorban a közösségre épülnek – vagyis a felhasználók közösen készítik a tartalmat vagy megosztják egymás információit. Ellentétben a korábbi, első és másfeledik generációs szolgáltatásokkal, amelyeknél a tartalmat a szolgáltatást nyújtó fél biztosította (például a portáloknál), web kettes szolgáltatásoknál a szerver gazdája csak a keretrendszert biztosítja, a tartalmat maguk a felhasználók töltik fel vagy hozzák létre. A felhasználók jellemzően kommunikálnak egymással, és kapcsolatokat alakítanak ki egymás között. A tartalom létrehozását a böngészővel végzik, ehhez általában az AJAX technológia segítségével fejlett felhasználói felület áll rendelkezésre. A web 2.0 kifejezést Tim O'Reillynek, az O'Reilly Media cég alapítójának tulajdonítják, 2004-ből.

Előzmények

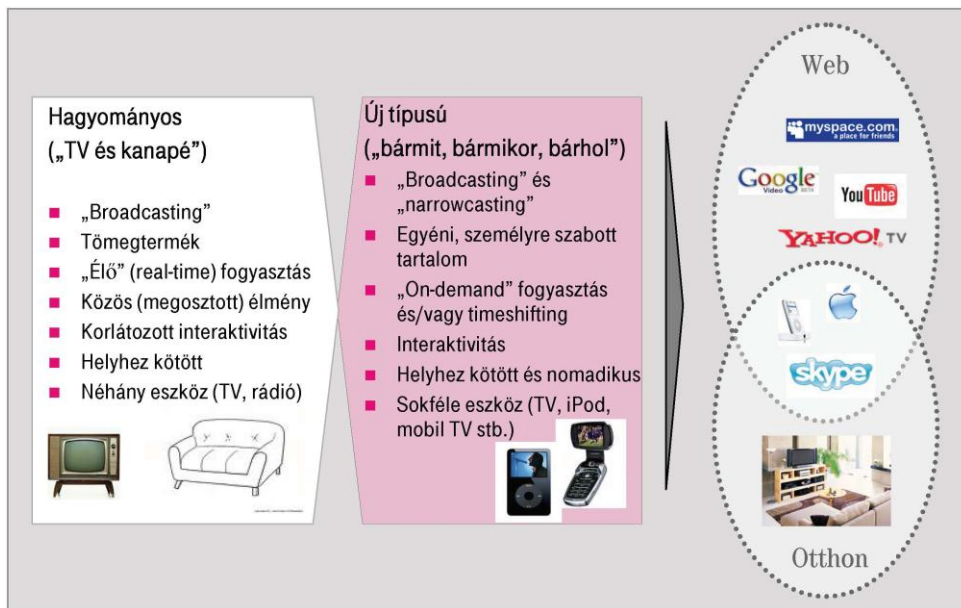
A Web 1. korszaka (Web 1.0 vagy a "kattintott" Web korszaka) Tim Berners-Lee első kattintásával kezdődött, és az utolsó dotkom "lufi" kipukkanásával ért véget. Azonban nem teljesen múlt el: a változások (a Web 2.0-ra való áttérés) csak időben és térben fokozatosan és igen nagy különbségekkel következnek be. A Web 1.0 tehát még együtt él velünk, de már a múltat képviseli, és nem ad előremutató jövőképet. Ezt az első korszakot az a felismerés és meggyőződés hatotta át, hogy a Web informatikai kuriózumból termelő eszközzé nőheti ki magát. A szédületes fejlődés és terjedés azonban túlzott ill. idő előtti várakozásokat keltett, és ehhez képest a web technológia kiforrottsága jócskán elmaradt. A 90-es évek végén az innovatív informatikai vállalkozások jellemző üzleti stratégiája a bármi áron történő, gyors tőzsdére jutás, majd az azt követő "törvényszerűen várható" részvényfelértékelődésből húzható többlethaszon elérése volt. A Web ugyanakkor még nem állt készen arra, hogy jól használható legyen az üzleti világban. A visszaesés a vártnál nagyobb, a kijózanodás azonban éppen időszerű volt. Ebben az összefüggésben a Web 2.0 valójában egyfajta válasz erre a helyzetre: együttesen jelenti mindazokat az új technológiákat, használati módokat, üzleti modelleket és tartalmakat, amelyek a Web-et termelő ill. értékteremtő eszközzé teszik az üzleti, a közszolgálati és a civil szektorokban egyaránt.

A jelen és a közeljövő Web-jére ugyanis az jellemző, hogy a korábnál dinamikusabb, interaktívabb, valamint – legkésebben illusztrálva a szemléletbeli változást – közösségi jellege jóval erősebb (blogok, wikik, Podcast, p2p). Az "olvasott" Web "írott-olvasott" Web-bé válik: lassan megszűnik az információáramlás egyirányúsága, a passzív fogyasztó – ha akarja – tartalomkészítővé és -szolgáltatóvá válhat. Ez a Web új, 2. korszaka: az együttműködő Web korszaka.



1. ábra A web 1.0-ről a web 2.0-ra történő átmenet jellemzői

A tartalomfogyasztás új korszaka következik be ezzel egyidőben. A hagyományos idősakra – nevezzük a „TV és kanapé” korszakának – a helyhez kötöttség, a tömegtermékek fogyasztása, valamint a korlátozott interaktivitás volt a jellemző. A napjainkban, a web kettőt zászlójára tűző korszak főbb jellemzői: egyéni és személyre szabott tartalom, interaktivitás és különböző eszközök használhatók a tartalom eléréséhez.



2. ábra A tartalomfogyasztás új korszaka

A Web 2.0-s alkalmazások nagyon fontos tulajdonsága, hogy nem csak a felhasználó által létrehozott tartalmak megosztását, és az ehhez kapcsolódó virtuális közösségek kialakulását támogatja. Ha lehet, ennél még nagyobb bizalommal van a netező irányában: engedi, hogy közvetlen interakció, visszacsatolás jöjjön létre a megosztott tartalmak között. Ez praktikus azt jelenti, hogy például a Flickr képmegosztón vagy a Digg linkmegosztón, de akár a blogokon is kommentálhatjuk, értékelhetjük mások tartalmait. Biztosítják a hozzáférést és a visszacsatolást, értékelést is.

Ma már azonban a nyugati világ jelentős része széles sávon kapcsolódik a netre, sőt, a munkahelyek jelentős részén valamilyen szinten munkaeszközzé vált a netre kötött számítógép. Az internet mindennapi médiummá válásával pedig egyre kézenfekvőbb megoldásnak bizonyult, hogy az új fejlesztéseket, ötleteket közvetlenül a leendő fogyasztók előtt próbálják ki, alakítgassák. A nagy cégek nagy fejlesztései mellett egyre több kis közösség fejlesztése, ötlete kerül a netre, vagyis közvetlenül a fogyasztók elé.

Magyar vonatkozások

Az elmúlt néhány évben Magyarországon elsősorban 3 területen jelentek meg Web 2.0-ás szolgáltatások: bloggolás, közösségépítés és videó megosztás. Mindent számba véve azonban a magyar webkettő inkább stagnál, mint erőteljesen fejlődik. Úgy tűnik, csak a teljesen biztos növekedést produkáló webkettes szolgáltatások iránt van érdeklődés idehaza. Bár több próbálkozás is volt, magyar, Web 2.0-ás, kezdő vállalkozásról, amely igazán eredeti és átgondolt lenne, nem nagyon lehet hallani. Lehet, hogy mindennek oka az, hogy a hazai próbálkozások talán nem rendelkeztek olyan valós üzleti modellel, amely nyereséget termelt volna.

Bloggolás

A legjelentősebb blogszolgáltatók (freeblog.hu, blog.hu, blogter.hu) körében nagyrészt döntetlenre áll a verseny a látogatottság tekintetében. Folyamatos növekedést már nem látni, inkább kezdenek a blogszolgáltatók a hagyományos médiához hasonlítani: a sok embert érdeklő, aktuális témák kicsit növelik a látogatottságot, de a kevésbé felkapott témák összességében sem vonzanak jelentős számú látogatót.

Közösségépítés

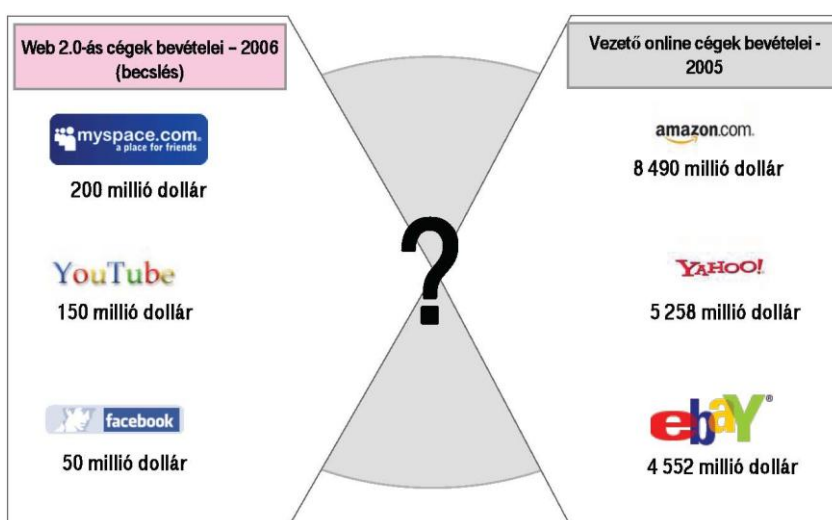
A MySpace-szerű iWiW.hu ugyan már 2002 óta létezik, szélesebb körű elterjedésére azonban 2005-ig kellett várni. Akkor azonban annyira népszerűvé vált, hogy 2006-ban felvásárolta az Axelero. Ezzel a tipikusan Web 2.0-ás virtuális fórummal Magyarországon is megjelent az első, határokon átívelő, emberi közösségeket idő- és térbeli korlátok nélkül összekötő portálrendszer.

2006-ban beindult egy újabb hasonló szolgáltatás, a MyVIP, és valószínűsíthető, hogy a két lassan megaportállá terebélyesedő rendszert, illetve kisebb testvéreiket (ppl.hu, baratikor.com, milgram.hu) hamarosan újabbak követik. Közülük az iWiW őrzi biztos első helyét kb. 1 milliós havi látogatottsági indexszel, míg a MyVIP-é ennek kb. a fele, egyelőre a többi látogatottsága ezekhez képest elhanyagolható.

Videó megosztás

A videó megosztás terén a porkolt.com magyar üzemeltetésű, de angol interfésszel rendelkezik, és dedikáltan a sok százmilliós angolszász webvilágnak készül. A magyar közönséget megcélzó (Blogter által működtetett) videa.hu azonban eddig nem hozta a várt látogatottságot, míg stratégiai partnere, a T-Online videobomb.hu nevű szolgáltatása legalább mérsékelt sikert fel tudott mutatni.

A web 2.0 és az üzlet



3. ábra Üzleti forgalom

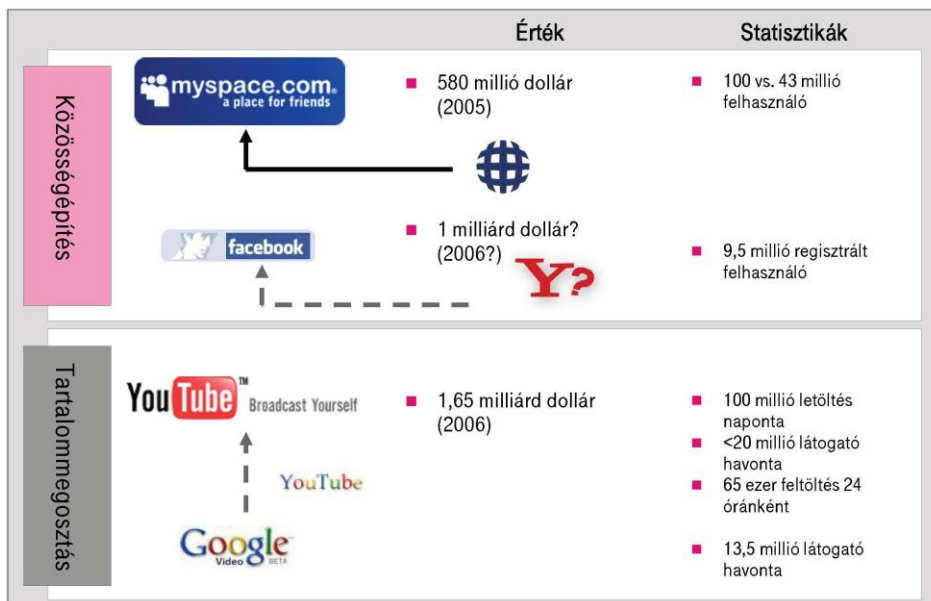
Ha összehasonlítjuk a vezető online cégek árbevételét a web 2.0-as cégekkel, látjuk, hogy nagyságrendi különbség van az árbevételekben. Az ismertebb webszajtók

Eszes Könyvtár

példája is jól mutatja, hogy miért fontos a fejlesztők számára a webkettővel kapcsolatos hírverés: mára már többen a legnagyobb internetes vállalat portfóliójába tartoznak. A "nagyok" ugyanis felfigyeltek az "új világhálóban" rejlő lehetőségekre, és le is csapnak az ígéretes szolgáltatásokat nyújtó oldalakra. A Web 2.0-ás, induló vállalkozások arról álmodoznak, hogy hamarosan kiválasztja őket valamelyik nagy cég (pl. Google, Microsoft, IBM). Ez annak köszönhető, hogy a Web 1.0 tőzsdei kudarca után a befektetők óvatosabbak lettek. Emellett csak kevés Web 2.0-ás cég képes úgy fejlődni, hogy bekerüljön a nagyok közé (pl. Google, salesforce.com).

Egyesek szerint a web 2.0 éppen ezért egy hasonló "buborék", mint ami a kilencvenes évek második felében kezdett el felfúvódni az informatikai világában. Akkoriban bármilyen internetes vállalkozásra képesek voltak irdatlan összegeket - akár dollármilliókat - áldozni a befektetők.

Amikor viszont rájöttek, hogy ezek a befektetések soha nem hozzák meg a tőlük remélt profitot, akkor - 2000 elején - a dotcom-buborék kipukkant, és internetes vállalkozások ezrei mentek csődbe, de a nagy cégek lendülete is megtorpant. A túlélők között azonban voltak olyanok is, amelyek már akkor felvonultatták a web 2.0 ismertetőjegyeit - vagyis azt, hogy jól használható eszközöket adtak a felhasználók kezébe.



4. ábra Felvásárlások

Társadalmi-gazdasági hatások

A Web új korszaka fontos szerepet tölt be az internet "demokratizálásának" a folyamatában, mert már a képzetlen végfelhasználók is aktívan részt vehetnek a tartalom előállításban és -szolgáltatásban. Ennek eredményeként az információs társadalom helyenként és időnként már-már túlzott technológiaközpontúságát

fokozatosan háttérbe szoríthatja egy emberközpontúbb megközelítés, és előtérbe kerülhetnek a közösségi érdekek és értékek.

Emellett általános hatásként rá kell mutatni arra is, hogy a Web 2.0 terjedése folyamatosan és jelentősen növeli a távközlési szolgáltatások iránti társadalmi-gazdasági igényt.

Összehasonlítva a tíz évvel ezelőtti állapotokkal megállapítható, hogy drasztikusan megváltozott a helyzet: a mindennapos internetezés, a web kollektivizálódása egyik hatásaként a fiatalok gyakran előbb online ismeri meg egymást, és csak egyfajta virtuális ismeretség után találkoznak személyesen. Más szempontból, a közösségi portálok abban is segítenek, hogy régen látott, lakhelyüket, telefonszámukat megváltoztatott barátokkal, iskolatársakkal ismét felvegyük a kapcsolatot.

A jelen és a közeljövő világhálója nemcsak ismerkedésről, kollektív tartalom-előállításról, vásárlásról, szórakozásról, vagy keresésről szól, hanem az üzleti alkalmazások új generációjáról is. Az üzleti és a fogyasztói alkalmazások egy része pedig ugyanabban az on-demand architektúrában konvergál egymáshoz. A vállalati-intézményi működésbe a szabadidőben, otthon végzett webtevékenység behatol, egyes kvalifikáltabb területeken összefonódik. A Web 2.0 hatására az online kereskedelem jelentős felfutása is prognosztizálható.

Következtetések

Az internet az első. 20 évét (1970-1990) kutató laboratóriumokban, intézetekben és egyetemi tanszékeken töltötte. A mindennapi életbe való kilépéséhez egyszerű és látványos használati módra volt szükség, ami a Web megjelenésében valósult meg. A Web általános elterjedéséhez és mindent átható használatához ma úgy látszik, hogy még legalább 15 évre, azaz összesen egy kb. 30 éves (1990-2020) fejlődésre van szükség, aminek most éppen a közepén vagyunk. Ez a fejlődési pálya radikálisan át fogja alakítani az informatika és a társadalom kapcsolatát, de az informatika egészét is. A Web 2.0-val nem egy újabb "pókháló" került az informatika épületének falára, hanem a Web az épületet körülvevő világ lüktető idegrendszerévé nőtte ki magát.