

КОНЦЕПЦІЯ WEB 2.0 ТА ЇЇ ПРОЕКТИ В СУЧАСНОМУ ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

Наумова Н.М., кандидат технічних наук
Наумов В.О., кандидат філософських наук

Постановка проблеми. Однією з тенденцій розвитку світової спільноти є приєднання зростаючої кількості користувачів до глобальної мережі Internet. Сучасна економіка, фінансова та бізнесова сфери, політика, наука, освіта, як і все суспільство в цілому, для свого ефективного розвитку потребують прогресивного функціонування ринку інформаційних продуктів і послуг.

Інформаційний простір Web-сторінок сьогодні став універсальним щодо всіх існуючих послуг мережі, тому що він є не лише носієм інформаційних потоків, а й містить у собі різні мережеві послуги, зокрема, системи інтерактивного спілкування. Концепція Web 2.0 передбачає функціонування в мережі Інтернет ряду проектів: вікі, соціальні мережі, блоги, мікроблоги, відеоблоги, миттєві повідомлення, фотоблоги. Сьогоднішні ІТ компанії постійно розробляють і впроваджують нові ідеї, ведуть активну інтеграцію з зовнішнім світом.

Поява великої кількості сайтів, об'єднаних спільними принципами, та тенденція розвитку сучасних інтернет-спільнот стають важливими інструментами в «руках» різного виду та масштабу бізнес-структур. Бізнес сьогодні суттєво змінився завдяки новим концепціям інформаційної економіки, зокрема електронній комерції.

Основними сферами електронної комерції нині є: торгівля, маркетинг, сприяння продажам; передпродажна робота, поставки; фінансування та страхування; логістика тощо. Нині ринок електронної комерції має обороти в сотні мільярдів доларів, а в мережі Інтернет є сотні мільйонів потенційних покупців, які спілкуються через проекти Web 2.0. І тому бізнесові структури мають гарну можливість напряду комунікувати зі своєю цільовою аудиторією і отримувати фідбек у вигляді відгуків та пропозицій щодо своїх послуг чи товарів.

Аналіз публікацій та постановка задачі. Інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій дає можливість для широкого використання мережі Internet в багатьох сферах людської діяльності. Всесвітня мережа за останнє десятиліття стала одним з найбільш потужних джерел інформації, оскільки в мережі знаходяться всі великі агенти економічної та фінансової діяльності.

Аналіз літератури показує, що вивченням ролі інформації та інформаційно-комунікаційних технологій в житті сучасної людини та суспільства в цілому займалися і займаються багато фахівців. Серед них: Дж. А. Барнес, Тім Бернерс-Лі, М. Цукерберг, Тім О'Рейлі, М. Кастельс, Е. Патаракин, О.І. Шкаратан, Д. Белл, Е. Тоффлер, М. Каган, Е. Сорокіна, Ю. Федотченко, К. Чабаненко, Я. Штайншаден, Д.Н. Колисниченко, А. Чураков та ін.

Тому актуальним виглядає дослідження тенденцій та напрямків розвитку проектів Web 2.0, їх цільового призначення, впливу на економічно-бізнесову, соціальну, політичну та культурну сфери суспільства, масову свідомість та культурний розвиток людини.

Мета роботи полягає у дослідженні особливостей використання та визначенні місця і ролі в інформаційному суспільстві проектів Web 2.0: вікі, блогів, мікроблогів, фото- та відео сервісів, соціальних мереж.

Основна частина. Визначення поняттю Web 2.0 дав Тім О'Рейлі [1], назвавши його методикою проектування систем, котрі шляхом обліку системних взаємодій стають тим краще, чим більша кількість людей ними користуються. В статті «Tim O'Reilly — What Is Web 2.0» він сформулював частину принципів цієї методики, пов'язавши появу великої кількості сайтів, об'єднаних спільними принципами, із загальною тенденцією розвитку інтернет-спільноти. Це явище на противагу до «старого» Веб 1.0 Тім О'Рейлі назвав Веб 2.0. Особливістю Веб 2.0 є принцип запрошення користувачів до наповнення та багаторазової перевірки інформаційного матеріалу.

Згідно трактуванню Вікіпедії, Web 2.0 - це поняття, яким користуються для позначення ряду технологій та послуг Інтернету, точніше його частини — всесвітньої павутини. Зрештою, цим поняттям описують зміну сприйняття Інтернету користувачами.

Під час використання технологій Веб 2.0 учасники стають орендаторами сервісу та/чи дискового простору у певної сторонньої компанії. Залежність, що з'являється внаслідок цього, формує ряд основних недоліків, таких як: залежність сайтів від рішень сторонніх компаній;

залежність якості роботи сервісу від якості роботи багатьох інших компаній; слабка спроможність інфраструктури до виконання складних розрахункових задач у браузері; вразливість конфіденційних даних, що збережені на сторонніх серверах [2].

Прикладами проектів Веб 2.0 є: вікі, блоги, соціальні мережі, мікроблоги, миттєві повідомлення, фото - та відеосервіси.

Вікі— це веб-сайт (або інша гіпертекстова збірка документів), що дозволяє користувачам змінювати самостійно вміст сторінок через браузер, використовуючи спрощену і зручнішу, порівняно з HTML, вікі-розмітку тексту.

Першим вікі став Portland Pattern Repository, створений Вордом Канінгемом (Ward Cunningham) у 1995 році. Він вигадав і назву «вікі», і концепцію — і сам створив перше втілення системи вікі. Вікі Ворда Канінгема залишається і сьогодні одним з найпопулярніших вікі-сайтів.

Наприкінці ХХ століття, вікі-сайти все більше визнаються як перспективний шлях розвитку приватних і публічних баз знань. Саме цей потенціал надихнув засновників енциклопедичного проекту Nupedia — Джимбо Вейлза (Jimbo Wales) та Ларрі Сенгера (Larry Sanger) — до використання технології вікі як основи електронної енциклопедії.

Так у січні 2001 року було створено енциклопедію ХХІ століття — «Wikipedia». Сьогодні Вікіпедія, а також окремо її англійська частина — найбільший вікі-портал у світі [3]. Друге місце займає німецька версія.

Відкрита філософія більшості вікі — дозволяти будь-кому змінювати вміст. Хоча не можна гарантувати, що наміри редакторів завжди добрі. Більшість публічних вікі уникають обов'язкових реєстраційних процедур. Однак багато з найбільших вікі-систем (включно з MediaWiki, MoinMoin, UseModWiki та TWiki) мають певні методи з обмеження доступу до написання тексту. Деякі вікі-системи мають можливість забороняти редагування певним індивідуальним користувачам, чого можна досягти, блокуючи конкретні IP - адреси або імена користувачів, якщо вони відомі.

Однак загалом кажучи, будь-яку шкоду, завдану «вандалом», можна швидко та легко виправити. Більш проблематичними є непомітні помилки, які вставляють у сторінки. Приклад: зміни в датах випусків альбомів співаків та їхньої дискографії.

Щодо вікі-проектів та вікі-спільнот, то близько 1000 публічних вікі-спільнот перелічено у наступних списках: WorldWideWiki: SwitchWiki та WikiIndex: a wiki of wikis.

В Україні відомі такі вікі-проекти та вікі-спільноти: як: «Майдан Вікі» (політичного спрямування); «Родовід» та «НЛП» (загально гуманітарного спрямування); технічні енциклопедії та довідники (історія техніки тощо); MusicWiki (музична енциклопедія); «WWW Енциклопедія Києва» («ВЕК») — проект, який має спеціальний frontend, а репозиторій статей побудовано на Вікі-технологіях; відкрита енциклопедія українства в Республіці Білорусь тощо.

Вікі мережа охопила всі без винятку сфери знань. Оскільки інформацію надають переважно не професійні науковці та вузькопрофільні фахівці, а, так би мовити, люди «з народу», її сприйняття значно полегшується. Вікі-мережі одночасно є науковим та популярним ресурсом, може оперувати як складними термінами, так і пояснити принципи генної інженерії «на пальцях».

Блог (англ. blog, від web log — «мережевий журнал чи щоденник подій») — це веб-сайт, головний зміст якого — записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються. Для блогів характерні короткі записи тимчасової значущості [4].

Блогерами називають людей, які є авторами блогів. Сукупність усіх блогів в Інтернет створює блогосферу. Популярність блогосфери зумовлена, насамперед, можливістю використання таких недоступних раніше інструментів, як RSS, trackback тощо. Широке використання блогів розпочалося з 1996 року. У серпні 1999 року комп'ютерна компанія «Puga Labs» із Сан-Франциско відкрила сайт Blogger. Це була перша безкоштовна блогова служба. Згодом Blogger був викуплений компанією Google.

Вміст блога можна уявити собі як стрічку, на якій в хронологічному порядку, згідно з датами їхньої публікації блогером, йдуть дописи, так звані пости, один за одним. Оскільки з часом у блозі накопичується багато постів, зазвичай ця стрічка займає кілька веб-сторінок, так що найновіший пост займає верхню частину першої сторінки, і чим давніше, тим нижче від нього містяться попередні пости, скажімо, всі пости за останній тиждень; друга сторінка тоді присвячена постам за тиждень до того, третя сторінка ще давнішим і так далі. Як правило, сторінки блога також містять посилання на архів блогу, тобто на попередні пости, що згруповані по місяцям і рокам. Отже навігація блога в хронологічному порядку є дуже легкою.

Існують такі різновиди блогів: за автором (авторами): за наявністю/виду мультимедіа: за особливостями змісту: за технічною основою:

Надзвичайна популярність блогів зумовлена двома головними обставинами: по-перше, публікувати інформацію в Інтернет з допомогою блогів досить легко — фактично, створення нового посту зводиться до набирання його тексту у відповідному полі та відправки його на сервер шляхом натискання кнопки «Публікувати» (англ. - Publish) або подібної. Після цього пост зберігається на сервері, який автоматично формує веб-сторінки, різні посилання, додає стиль форматування тощо (такі серверні програми називаються системами управління змістом – англ. Content Management Systems або CMS). Тому користуватися блогом не важче, ніж простим текстовим редактором.

Друга причина – це моментальна доступність в Інтернет опублікованої інформації. Існують декілька безкоштовних блогівих платформ (наприклад, Wordpress або Livejournal), де будь-хто може зареєструватися та вести свій блог. Блоги періодично скануються Інтернет-пошуковиками, такими як Google, Yahoo! та ін.

Саме з характеристик мобільності та доступності блогів впливає їх визначна роль у творенні інформаційного суспільства, реалізації свободи слова, боротьбі за права людини у світі та й просто у комунікації та обговоренні будь-яких ідей поміж людьми.

Щодо української блогосфери, то у травні 2007 року був започаткований проект Blogoreader - перший в українському Інтернеті проект, котрий висвітлює українську блогосферу - її головні події та новини.

У лютому 2008 року світ побачив проект, який так і називається - Українська блогосфера. Метою цього проекту став розвиток української блогосфери, а в першу чергу - її автономної частини: самостійних українських блогів, створених на власних хостингах з допомогою CMS на зразок Wordpress чи подібних.

Найпопулярніша платформа серед українських блогерів — це LiveJournal. Окрім того, наявна певна кількість блогів на інших платформах, — англійських та російських (Blogger.com, LiveInternet.ru, Diary.ru, Mail.ru, Twitter); спільнота stand-alone блогерів; та кілька спільнот на українських блогерських платформах (Bigmir.net, Blox.ua, Meta.ua, Niblogger.net, ВКурсі.ком).

Свої блоги відкрили сайти Корреспондент, Українська правда, Новинар тощо. Окремі блогіві платформа для своїх прихильників створюють політичні сили. Відомі політики, державні діячі, журналісти, письменники в Україні мають власні блоги. На відміну від Вікі-проектів блоги не мають під собою жодного наукового підґрунтя. Значення кожного допису є тимчасовим.

У квітні 2010 р. стартував блогівий проект ВКурсі.ком - перша українська мережа авторизованих блогів напівзакритого типу. Реєстрація нових користувачів ВКурсі.ком можлива виключно через електронне запрошення дійсних дописувачів. Проект є відкритим до читання для незареєстрованих користувачів, тоді як можливість коментування обмежена колом зареєстрованих авторів.

Соціальні мережі є наступним проектом Web 2.0. Згідно визначенню Вікіпедії, соціальна мережа – це соціальна структура, що складається з групи вузлів, якими є соціальні об'єкти (люди або організації), і зв'язків між ними [5].

Сучасне поняття соціальної мережі в буденному вигляді означає певне коло знайомих людей, де сама людина є центром цієї мережі; її знайомі – це гілки мережі, а відносини між цими людьми – є зв'язками. Отже, соціальна мережа – це інтерактивний веб-сайт, контент якого наповнюється власне самими учасниками мережі. Сайт являє собою автоматизоване соціальне середовище, що дозволяє спілкуватися групі користувачів. Крім того, на своїй сторінці в соціальній мережі зазвичай можна вказувати інформацію про себе, і за цією інформацією сторінку зможуть знайти інші учасники мережі.

Соціальні мережі почали розглядатись як складова інтернет - стратегії приблизно тоді, коли в березні 2005 року Yahoo запустила Yahoo! 360, а в липні 2005 року News Corportation запустила MySpace, яка була надзвичайно вдалою та стала поштовхом для швидкого зростання інших соціальних мереж та збільшення їх популярності серед користувачів.

Служба соціальних мереж — веб-сайт або інша служба у Веб, яка дозволяє користувачам створювати публічну або напівпублічну анкету, скласти список користувачів, з якими вони мають зв'язок та переглядати власний список зв'язків і списки інших користувачів.

На відміну від служб соціальних мереж, в інтернет-спільнотах користувач не знаходиться в центрі системи; відношення користувача до інших учасників спільноти знаходиться на другому плані. Основна увага інтернет-спільноти зосереджена на внеску користувача в досягнення спільних цілей, цінностей та спілкуванні.

В соціальних мережах, як було вже сказано, користувач знаходиться в центрі системи та може належати до декількох груп водночас.

Більшість із соціальних мереж в Інтернет є публічними, дозволяючи будь-кому приєднатись. Деякі організації та великі корпорації мають доступ до приватних служб соціальних мереж, наприклад Enterprise Relationship Management.

В сучасному світі Інтернету багато різних соціальних мереж, деякі з яких можна класифікувати за кількома особливостями. Якщо обрати класифікацію «за типом», то маємо: особисте спілкування (Classmates.com); ділове спілкування (LinkedIn); розваги (MySpace); відео (YouTube); аудіо (Last.fm); фото (Flickr); геолокація (Foursquare); покупки (Groupon); блогінг (Tumblr); питання-відповідь (Answers.com); дані (Delicious); віртуальні світи (Second Life).

Найпопулярнішою соціальною мережею в світі і найбільш відвідуваним сайтом є Facebook. Її особливість полягає в тому, що її контент створюють самі користувачі, самі ж вони його поширюють та коментують [6].

Зараз основна роль соціальної мережі Facebook в суспільстві - це глобальна комунікація користувачів всього світу. Одне і те саме повідомлення можуть коментувати люди з різних куточків планети, тобто створюється можливість необмеженої комунікації.

Наразі сторінки в Facebook є досить популярними, оскільки вони стали хорошим маркетинговим інструментом в «руках» різного виду та розміру бізнес - структур. До сторінки можна інтегрувати додатки, які мають на меті просування певного бренду чи товару. В групах клієнти компанії чи споживачі певного товару можуть писати свої відгуки, задавати питання компаніям, приймати участь в різних опитуваннях щодо товару, отримувати інформацію про новинки.

Якщо говорити про недоліки цієї мережі, то Facebook часто критикують за проблеми з приватними даними і надмірну відкритість для зовнішнього світу.

Російським аналогом сервісу Facebook є соціальна мережа Vkontakte.ru. За даними сайту «Alexa.com» станом на лютий 2011 вона є третьою за популярністю в Україні. Проблемою і перевагою одночасно соціальної мережі Vkontakte є те, що її популярність багато в чому підтримується за рахунок піратського контенту (музика, фільми, фото).

Odnoklassniki.ru (рос. Одноклассники)— веб - сторінка соціальної мережі та один з найбільш відвідуваних сайтів російськомовного сектору Інтернету. Також вже кілька років існує україномовний інтерфейс цього сайту який знаходиться за адресою <http://odnoklassniki.ua>.

Odnoklassniki.ru може вважатися російськомовним аналогом англomовного сервісу Classmates.com, але не є калькою з аналогічних закордонних ресурсів: «Він був зібраний «як пазл», об'єднавши в собі кращі якості західних соціальних мереж і яскраві ідеї своїх творців». В перші роки свого існування була найпопулярнішою соціальною мережею в Росії, але згодом Vkontakte.ru випередила її за кількістю користувачів, так само як у свій час Facebook перегнав за популярністю Myspace.

Одним із способів забезпечення приватності є створення віртуала. У стрічці активності ж залишаються тільки записи загального плану, без вказівки старих прізвища та імені. Іншим способом прибрати інформацію про відвідування є видалення облікового запису, після якого у всіх відвіданих вами користувачів згадка про факт заходу перестає відображатися.

MySpace — популярний соціально мережевий веб-вузол, що пропонує орієнтовану на користувача мережу друзів, особистих профілів, блогів, груп, фотографій, музики і відео. Він став впливовою частиною сучасної популярної культури, особливо в країнах, що говорять англійською.

Сайт мережевих спільнот MySpace.com — одна з перших соціальних мереж в світі. У 2009 році MySpace прогнала битву за аудиторію своєму основному конкурентові Facebook. Останнім часом MySpace закріпилася на позначці між 50 і 55 мільйонами відвідувачів на місяць, поступаючись Facebook та Twitter.

Соціальна мережа Foursquare – це мережа з функцією геопозиціонування, призначена в основному для роботи через мобільні пристрої. Даний сервіс доступний не лише власникам пристроїв, обладнаних GPS-навігацією, але і користувачам будь-яких мобільних телефонів. Якщо мобільний телефон не обладнаний GPS-навігацією, то місце розташування визначається з допомогою сервісу LBS. Користувачі відмічаються («check-in») в різних закладах з допомогою мобільної версії веб-сайту, SMS-повідомлення або ж спеціального додатку, розробленого під певну операційну систему (ОС) мобільного пристрою.

Сьогодні Foursquare стає важливим інструментом для бізнесу, особливо в сфері послуг. Ресторани влаштовують різні акції та конкурси. Наприклад, людина, яка найчастіше відвідує цей заклад і «чекінься» там, отримує безкоштовний напій чи страву. Також це хороший спосіб отримати інформацію про заклад, адже люди, які відвідують його, залишають різного роду коментарі в Foursquare. Часто театри, кінотеатри викладають туди свої розклади та репертуари. Це важливо для

туристичної галузі, багато туристів отримують інформацію про незнайомі їм місця, заклади, номери таксі саме з описів в Foursquare.

Сьогодні соціальні мережі переходять в стадію більш якісного розвитку, і у найближчі 3-5 років для виживання в конкурентному середовищі розробникам доведеться зосередитися на нових технічних та технологічних інструментах взаємодії з користувачами. До ключових тенденцій, за якими він буде відбуватися слід віднести: впровадження нових інструментів комунікації, вдосконалення роботи з контентом, пошук ефективних технологій в електронній комерції, розробка інструментів для перенесення професійної діяльності безпосередньо в мережу Інтернет, вдосконалення рекламних та геолокаційних технологій, забезпечення анонімності при роботі з інформацією.

Електронна комерція – це дуже цікавий сегмент для соціальних мереж [7]. В останні кілька років, розвиваючи інструменти електронної комерції, соціальні мережі намагаються інтегруватися з інтернет-магазинами і створювати інструменти для торгівлі між користувачами [8]. Сьогодні ринок електронної комерції має обороти в сотні мільярдів доларів, а у соціальних мереж є сотні мільйонів потенційних покупців. Залишилось тільки знайти ефективний інструмент продавати цим покупцям товари та послуги.

Кожна компанія, що збирається просувати бренд з допомогою Інтернет, повинна пам'ятати: крім різноманітних маркетингових прийомів і незвичайних ходів, соціальна мережа має ще одна дуже важлива відмінність від інших рекламоносіїв – тут все будується на довірі користувачів один до одного. Звичайно ж, продукт, уміло поширений через джерело, який користується довірою у інших користувачів, буде розтиражовано у лічені секунди, а рекламна компанія дасть колосальний успіх. Але в гонитві за популярністю не варто забувати – у будь-якої довіри є і зворотна сторона.

Розуміючи свої задачі, соціальні мережі намагатимуться створювати нові інструменти, які дозволять користувачам всередині них навчатися, працювати, купувати-продавати, розважатися і т.д. Тому у майбутньому виграють ті проекти, які зможуть навчитися поєднувати задоволення різних потреб користувачів і тим самим створять собі величезну конкурентну перевагу [9].

Мікроблог є різновидністю блогу, який дозволяє користувачам публікувати короткі текстові чи фото/відео матеріали. Дописи в мікроблозі можуть бути прочитані або усіма, або ж обмеженим колом людей, яким користувач дозволяє читати свій мікроблог. Дописи можуть додаватися як традиційним способом — через веб-сайт служби мікроблогів, так і з допомогою SMS/MMS, електронною поштою чи через служби миттєвих повідомлень [10].

Мікроблог відрізняється від звичайного блогу тим, що дописи в ньому є набагато коротшими — складаються з кількох слів чи речень, містять одне фото чи медіа файл. Мета ведення мікроблогу — інформувати своїх друзів чи колег про події, які відбуваються в житті користувача.

Служби мікроблогів фактично є соціальними мережами - вони дозволяють користувачам "стежити" один за одним, тому на головній сторінці користувача в режимі реального часу відображаються дописи від усіх, за ким він стежить. Нові дописи користувача відразу стають видимими тим користувачам, які слідкують за ним. Проте, на відміну від соціальних мереж, для того, щоб "стежити" за іншим користувачем, він не повинен підтверджувати "дружбу". Тому кількість тих, хто стежить, може відрізнятись від кількості тих, за ким стежать. Популярні мікроблоги можуть мати десятки тисяч послідовників, в той час як вони можуть стежити лише за кількома іншими учасниками.

На відміну від звичайних блогів, служби мікроблогів, як правило, не передбачають можливості писати коментарі до дописів. Натомість, користувач може «відповісти» на певний допис іншого користувача, написавши свій допис «у відповідь». Як правило, дописи «у відповідь» на своєму початку містять символ '@', після якого відразу пишеться ім'я користувача (нік). Також дописи у мікроблогах, як правило, не редагуються - користувач може лише видалити свої попередні дописи.

Іншою відмінністю мікроблогу є те, що він не має категорій для дописів. Проте служби мікроблогів дозволяють публікувати дописи на певну тему. Для цього перед словом-темою ставиться знак решітки '#'.

Twitter є мережею мікроблогів, що дозволяє користувачам надсилати короткі текстові повідомлення (до 140 символів), використовуючи SMS, служби миттєвих повідомлень і сторонні програми-клієнти.

До особливостей використання Twitter слід віднести: ведення класичного блогу через короткі повідомлення новин і посилань усім бажаючим; групові розсилки великій кількості людей; репортажі подій, акцій та заходів.

В Twitter також представлені багато бізнес-структур, оскільки ця мережа - гарна можливість напряму комунікувати з своєю цільовою аудиторією і отримувати фідбек у вигляді відгуків та пропозицій щодо своїх послуг чи товарів.

На відміну від традиційної журналістики, твіттер-репортажі не підпадають під цензуру. Твіттер також все частіше робить телебачення більш інтерактивним і соціальним. Цей ефект іноді називають "віртуальним кулером" або соціального телебачення. Твіттер успішно використовується щоб заохотити людей дивитися прямі трансляції події ТБ, таких як Оскар, Суперкубок, MTV Video Music Awards тощо.

Миттєві повідомлення є також проектом Web 2.0 [11]. Програми миттєвого обміну повідомленнями (іноді їх ще називають інтернет пейджером або месенджером) — це програма для обміну миттєвими повідомленнями через комп'ютерні мережі (як правило через Інтернет). Зазвичай, це невеликі текстові повідомлення. Але окрім цього можуть бути й інші функції, такі як передавання файлів, зображень, звукових сигналів та повідомлень, відео, а також здійснення спільних дій, таких як спільне малювання або ігри.

Відмінність від, наприклад, електронної пошти тут в тому, що обмін повідомленнями відбувається в реальному часі. При відправленні повідомлення у електронній пошті воно зберігається у поштової скриньці на сервері. Для того, щоб отримати повідомлення, отримувач повинен сам перевірити свою поштову скриньку і забрати їх.

ICQ — мережевий протокол, який забезпечує миттєве відправлення та отримання текстових повідомлень, а також однойменна програма миттєвого обміну повідомленнями (клієнт), що реалізує цей протокол. Він є централізованою службою миттєвого обміну повідомленнями, що використовує протокол OSCAR. Служба є комерційною, але її використання безкоштовне.

Extensible Messaging and Presence Protocol (XMPP) раніше Jabber — відкритий протокол для швидкого обміну повідомленнями та інформацією про присутність між користувачами мережі Інтернет. Фірма Jabber Inc. займається розробкою сервісів і програмного забезпечення для швидкого обміну повідомленнями і інформацією про присутність між користувачами Інтернету, а платформа Jabber є одним з лідерів ринку.

Windows Live Messenger — це клієнтська програма обміну миттєвими повідомленнями для Windows XP, Windows Server 2003, Windows Vista і Windows Mobile.

AOL Instant Messenger, або AIM — програма-месенджер, запропонована фірмою AOL (America OnLine), що входить у корпорацію Time Warner.

Фотосервіси (фотоблоги) — це форма обміну і публікування фотографій у мережі Інтернет у вигляді блогу [12]. Головна відмінність такого блогу від інших блогів у тому, що тут увага концентрується на фотографіях, а текстовий та інший матеріал розглядається як допоміжний (наприклад, підписи до фото).

Flickr — фотосервіс порталу Yahoo!. Це веб-сайт для розміщення фотографій, їх обговорення та архівування. Широко використовується блоггерами для зберігання фотографій. Популярний завдяки зручній та простій системі завантаження та пошуку фотографій. Дозволяє створювати тематичні групи, соціальні мережі. Кожен, хто зареєструвався на порталах Yahoo! або Google чи є учасником соціальної мережі Facebook, автоматично отримує доступ до послуг фотосайту Flickr.

Twitter — сайт, що дозволяє користувачам легко розміщувати фотографії у Twitter. Twitter використовується журналістами для завантаження та розповсюдження фотографій з місця події в режимі реального часу.

Yfrog — це сайт для розміщення медіа-інформації на основі ImageShack. Першочергова його мета — розміщувати фото та відео у Twitter. ImageShack — веб-сайт хостингу зображень. Більшу частину прибутку сайт отримує від реклами, що розміщується на ньому.

Відеосервіси (відеоблоги) — це форма блогингу, в якому засобом передачі інформації виступає відео. Є своєрідною формою інтернет-телебачення [13]. Лайфкастинг — беззупинна трансляція подій з життя особи через цифрову камеру. Типово, лайфкастинг транслюється через Інтернет та залучає портативні технології. Найбільш відвідуваним відео сайтом безумовно є YouTube.

YouTube — інтернет-служба, що надає послуги розміщення відеоматеріалів [14]. Користувачі можуть додавати, продивлятися і коментувати ті чи інші відеозаписи. Завдяки простоті та зручності використання, YouTube став одним з найпопулярніших місць для розміщення відеофайлів. Служба містить як професіональні кліпи так і аматорські відеозаписи, включаючи відеоблоги.

Висновки. Проведений аналіз свідчить про величезний вплив проектів Web 2.0 на сучасне життя людей. Інтерактивне спілкування - це одне з найбільш популярних занять для більшості користувачів Інтернет, де вони проводять значну кількість власного часу, не уявляючи інакше свого

життя. В мережі Інтернет існують величезні бази даних про користувачів проектів Web 2.0 (їх зв'язки, уподобання, переконання тощо). Інформаційна економіка, використовуючи сучасні інструменти, створює нові правила і нові види бізнесу, надаючи його структурам широкі можливості прямого спілкування зі своєю цільовою аудиторією. З точки зору конкурентоспроможності фірм в різних секторах, використання інформаційно-комунікаційних технологій стало масштабно усвідомленою потребою.

Результати роботи можуть бути використані при вивченні дисциплін, пов'язаних з інформаційними системами та технологіями, а отримані висновки сприятимуть підвищенню професійного рівня широких верств громадськості щодо розуміння ролі інформації в сучасних технологіях та культури її використання.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.
2. http://uk.wikipedia.org/wiki/Веб_2.0.
3. [uk.wikipedia.org/wiki/Тім Бернерс-Лі](http://uk.wikipedia.org/wiki/Тім_Бернерс-Лі).
4. <http://uk.wikipedia.org/wiki/Блог>
5. Чураков А. Анализ социальных сетей / А. Чураков - СПб: Социологические исследования, 2007. - № 1. - 109 с.
6. Штайншаден Я. Феномен Facebook /Я. Штайншаден – СПб: Питер, 2011. – 224 с.
7. Попов В.М. Глобальный бизнес и информационные технологии. / В.М. Попов, Р.А. Маршавин., С.И. Ляпунов — М.: Финансы и статистика, 2010. — 357 с.
8. Кастельс М. Інформаційна епоха. Економіка, суспільство та культура / За ред. О.І. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЕ, 2009. – 339 с.
9. [http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна мережа \(Інтернет-сервіс\)](http://uk.wikipedia.org/wiki/Соціальна_мережа_(Інтернет-сервіс)).
10. <http://uk.wikipedia.org/wiki/Мікроблогінг>.
11. [http://uk.wikipedia.org/wiki/ Програма миттєвого обміну повідомленнями](http://uk.wikipedia.org/wiki/Програма_миттєвого_обміну_повідомленнями).
12. <http://uk.wikipedia.org/Фотоблог>.
13. <http://en.wikipedia.org/wiki/Videoblog>.
14. <http://uk.wikipedia.org/wiki/YouTube>.

РЕФЕРАТ

Наумова Н.М., Наумов В.О. Концепція Web 2.0 та її проекти в сучасному Інтернет-середовищі. / Наталія Михайлівна Наумова, Вадим Олексійович Наумов // Вісник НТУ – К.: НТУ – 2012. – Вип.26.

В статті досліджено та проаналізовано головні особливості використання проектів Web 2.0 (вікі, блогів, мікроблогів, фото- та відеосервісів, соціальних мереж) в симетричній моделі суспільної комунікації та їх вплив на основні сфери життєдіяльності суспільства..

Об'єкт дослідження - проекти Web 2.0 (вікі, блоги, мікроблоги, фото- та відеосервіси, соціальні мережі) як головні складові інформаційно-комунікаційних технологій в мережі Інтернет.

Мета роботи - дослідження тенденцій та напрямків розвитку проектів Web 2.0, їх цільового призначення, впливу на економічно-бізнесову, соціальну, політичну та культурну сфери суспільства, масову свідомість та культурний розвиток людини.

Метод дослідження – системний аналіз.

Однією з тенденцій розвитку світової спільноти в наш час є приєднання зростаючої кількості користувачів до глобальної мережі Internet. Всесвітня мережа за останнє десятиліття стала одним з найбільш потужних джерел інформації, оскільки в ній знаходяться всі великі агенти економічної та фінансової діяльності.

Інтенсивний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій дає можливість для широкого використання Internet в багатьох сферах людської діяльності. Сучасна економіка, фінансова та бізнесова сфери, політика, наука, освіта, як і все суспільство в цілому, для свого ефективного розвитку потребують прогресивного функціонування ринку інформаційних продуктів і послуг.

Інформаційний простір Web-сторінок став універсальним щодо всіх існуючих послуг мережі, тому що він є не лише носієм інформаційних потоків, а й містить у собі різні мережеві послуги, зокрема, системи інтерактивного спілкування.

Web 2.0 - це поняття, яким користуються для позначення ряду технологій та послуг Інтернету, точніше його частини — всесвітньої павутини. Зрештою, цим поняттям описують зміну сприйняття

Інтернету користувачами. Особливістю Веб 2.0 є принцип запрошення користувачів до наповнення та багаторазової перевірки інформаційного матеріалу.

Концепція Web 2.0 передбачає функціонування в мережі Інтернет ряду проектів: вікі, соціальні мережі, блоги, мікроблоги, відеоблоги, миттєві повідомлення, фотоблоги. Сьогоднішні ІТ компанії постійно розробляють і впроваджують нові ідеї, ведуть активну інтеграцію з зовнішнім світом.

Поява великої кількості сайтів, об'єднаних спільними принципами, та тенденція розвитку сучасних інтернет-спільнот стають важливими інструментами для розвитку різних за рівнем бізнес-структур. Бізнес сьогодні суттєво змінився завдяки новим концепціям інформаційної економіки, зокрема електронній комерції.

Основними сферами електронної комерції нині є: торгівля, маркетинг, сприяння продажам; передпродажна робота, поставки; фінансування та страхування; логістика тощо. Нині ринок електронної комерції має обороти в сотні мільярдів доларів, а в мережі Інтернет є сотні мільйонів потенційних покупців, які спілкуються через проекти Web 2.0. І тому бізнесові структури мають гарну можливість напряду комунікувати зі своєю цільовою аудиторією і отримувати фідбек у вигляді відгуків та пропозицій щодо своїх послуг чи товарів.

Результати статті можуть бути використані при вивченні дисциплін, пов'язаних з інформаційними системами та технологіями, а отримані висновки сприяти підвищенню професійного рівня широких верств громадськості щодо розуміння ролі інформації в сучасних технологіях та культури її використання.

Прогнозні припущення про розвиток об'єкту дослідження – швидкий розвиток та подальше зростання впливу проектів Web 2.0 на сучасне життя людей, оскільки вони формують симетричну модель суспільної комунікації, де задовольняються потреби фірм в різних секторах економіки та бізнесу, з одного боку, та представників різних цільових груп користувачів - з іншого.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, WEB 2.0, ВІКІ, БЛОГИ, ФОТОСЕРВІСИ, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ.

ABSTRACT

Naumova N.M, Naumov V.A The concept of Web 2.0 and its projects in today's Internet environment. / Natalia Naumova, Vadim Naumov // Visnyk NTU - K.: NTU - 2012. - Vol.26.

The paper investigates and analyzes the main features of the project using Web 2.0 (wikis, blogs, microblogs, photo and video sharing, social networking) in symmetrical patterns of social communication and their impact on key areas of society.

Object of research - Projects Web 2.0 (wikis, blogs, microblogs, photo and video services, social networking) as the main components of ICT on the Internet.

Purpose - trends and directions of development projects Web 2.0, their purpose, impact on economic and business, social, political and cultural spheres of society, social consciousness and cultural development of humans.

The method of investigation - a systematic analysis.

One of the trends in the global community nowadays is joining the growing number of users to the global Internet. World Wide Web in the last decade has become one of the most powerful sources of information because it contains all the major agents of economic and financial activity.

Intensive development of information and communication technology allows for a wide use of Internet in many areas of human activity. Modern economics, finance and business sector, politics, science, education as well as society as a whole, for its effective development require progressive functioning market information products and services.

Information Space Web-pages became universal for all existing network services, because it is not only the carrier of information flow, but also includes a variety of network services, including interactive communication system.

Web 2.0 - is a term which is used to describe a number of technologies and Internet services, rather its parts - the World Wide Web. Finally, these concepts describe change perception of the Internet users. Feature of Web 2.0 is the principle of inviting users to content and multiple check information material.

The concept of Web 2.0 provides functioning of the Internet a number of projects: wikis, social networks, blogs, microblogs, video blogs, instant messaging, photoblog. Today's IT companies are constantly developing and implementing new ideas are active integration with the outside world.

The emergence of a large number of sites, united by common principles and trends of modern web-based communities have become important tools for the development of different levels of businesses.

Business today has changed significantly with the new concepts of the information economy, including electronic commerce.

The main areas of e-commerce is now a trade, marketing, promotion sales, pre-sales work, supply, finance and insurance, logistics and so on. Today, e-commerce market has momentum in the hundreds of billions of dollars, and the Internet there are hundreds of millions of potential buyers who communicate through projects Web 2.0. And because business structures have a good opportunity to directly communicate with their target audience and get feedback as feedback and suggestions about your services or products.

The results can be used in the study of subjects related to information systems and technologies, and findings enhance the professional level of the general public to understand the role of information technology in modern culture and its use.

Forecast assumptions about the development of the object of study - rapid development and further growth of Web 2.0 projects impact on modern life, because they form a symmetrical model of public communication, which met the needs of firms in different sectors of the economy and business, on the one hand, and representatives of various target user groups - on the other.

KEYWORDS: INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES, WEB 2.0, WIKIS, BLOGS, PHOTO SERVICE, SOCIAL NETWORKING.

РЕФЕРАТ

Наумова Н.М., Наумов В.А. Концепция Web 2.0 и ее проекты в современной Интернет-среде. / Наталья Михайловна Наумова, Вадим Алексеевич Наумов // Вестник НГУ - К.: НГУ - 2012. - Вып.26.

В статье исследованы и проанализированы основные особенности использования проектов Web 2.0 (вики, блогов, микроблогов, фото-и видеосервисов, социальных сетей) в симметричной модели общественной коммуникации и их влияние на основные сферы жизнедеятельности общества.

Объект исследования - проекты Web 2.0 (вики, блоги, микроблоги, фото-и видеосервисы, социальные сети) как главные составляющие информационно-коммуникационных технологий в сети Интернет.

Цель работы - исследование тенденций и направлений развития проектов Web 2.0, их целевого назначения, влияния на экономически - бизнесовую, социальную, политическую и культурную сферы общества, массовое сознание и культурное развитие человека.

Метод исследования - системный анализ.

Одной из тенденций развития мирового сообщества в наше время является присоединение большего числа пользователей глобальной сети Internet. Всемирная сеть за последнее десятилетие стала одним из самых мощных источников информации, поскольку в ней находятся все крупные агенты экономической и финансовой деятельности.

Интенсивное развитие информационно-коммуникационных технологий дает возможность для широкого использования Internet во многих сферах человеческой деятельности. Современная экономика, финансовая и деловая сферы, политика, наука, образование, как и все общество в целом, для своего эффективного развития требуют прогрессивного функционирования рынка информационных продуктов и услуг.

Информационное пространство Web-страниц стал универсальным относительно всех существующих сетевых услуг, так как он является не только носителем информационных потоков, но и включает в себя различные сетевые услуги, в частности, системы интерактивного общения.

Web 2.0 - это понятие, которым пользуются для обозначения ряда технологий и услуг Интернета, точнее его части - всемирной паутины. Наконец, этим понятием описывают изменение восприятия Интернета пользователями. Особенностью Веб 2.0 является принцип приглашения пользователей к наполнению и многократной проверки информационного материала.

Концепция Web 2.0 предполагает функционирование в сети Интернет ряда проектов: вики, социальные сети, блоги, микроблоги, видеоблоги, мгновенные сообщения, фотоблог. Сегодняшние IT компании постоянно разрабатывают и внедряют новые идеи, ведут активную интеграцию с внешним миром.

Появление большого количества сайтов, объединенных общими принципами, и тенденция развития современных интернет-сообществ становятся важными инструментами для развития различных по уровню бизнес-структур. Бизнес сегодня существенно изменился благодаря новым концепциям информационной экономики, в частности электронной коммерции

Основными сферами электронной коммерции сейчас являются: торговля, маркетинг, содействие продажам; предпродажная работа, поставки; финансирования и страхования; логистика и т.д. Сейчас рынок электронной коммерции имеет обороты в сотни миллиардов долларов, а в сети

Интернет является сотни миллионов потенциальных покупателей, которые общаются через проекты Web 2.0. Для этого бизнес-структуры имеют хорошую возможность напрямую вступать в коммуникацию со своей целевой аудиторией и получать фидбэк в виде отзывов и предложений относительно своих услуг или товаров.

Результаты статьи могут быть использованы при изучении дисциплин, связанных с информационными системами и технологиями, а полученные выводы способствовать повышению профессионального уровня широких слоев общественности к пониманию роли информации в современных технологиях и культуры ее использования.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования - быстрое развитие и дальнейший рост влияния проектов Web 2.0 на современную жизнь людей, поскольку они формируют симметричную модель общественной коммуникации, где удовлетворяются потребности фирм в различных секторах экономики и бизнеса, с одной стороны, и представителей различных целевых групп пользователей - с другой.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, WEB 2.0, ВИКИ, БЛОГИ, ФОТОСЕРВИСЫ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ.

УДК 342.924

ПРАВОВІ ОСНОВИ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ

Щербатюк Н.В., кандидат юридичних наук

Чичирко С.В., кандидат юридичних наук

Нікітіна З.В.

Транспортні засоби (далі - ТЗ) є джерелом підвищеної загрози. Тому до участі у дорожньому русі допускаються транспортні засоби, конструкція і технічний стан яких відповідають вимогам діючих в Україні правил, нормативів і стандартів, що мають сертифікат на відповідність цим вимогам і пройшли державний огляд.

Актуальність статті полягає у тому, що після набуття Україною незалежності та початку побудови правової держави правове регулювання відносини власності наповнюються новим змістом, у зв'язку з чим особливого значення набуває питання правових гарантій здійснення та захисту права власності в Україні. У цьому сенсі державна реєстрація прав на нерухоме майно є важливим чинником гарантування і захисту прав власників, забезпечує офіційне визнання і юридичне закріплення державою прав фізичних і юридичних осіб на нерухоме майно, зокрема транспортні засоби. Державна реєстрація прав на нерухоме майно забезпечує можливість відображення, так би мовити, як статичного, так і динамічного процесу відносин власності, що, з одного боку, знаходить своє відображення у збереженні відомостей у спеціальному реєстрі про дійсного власника нерухомого майна, з іншого – про наступні переходи права власності на нерухомість. Досвід країн з розвинутою ринковою економікою свідчить про об'єктивну необхідність використання реєстрації прав як ефективного засобу підтримки і регулювання майнових відносин.

Правова природа інституту державної реєстрації розглядалася у працях таких учених, як О.В. Дзерою, А.С. Довгертом, О.Ю. Скворцовим, С.В. Гриненко, А.М. Асаул, В.М. Хвостов, Покровський І.А., В. Дождьов, Венедиктова А.В., Братуся С.Н., Генкіна Д.М., Йоффе О.С., Маслова В.Ф., Халфіної Р.О., Толстого Ю.К., Корнєєва С.М., А.В.Венедиктов та інших.

Транспортні засоби підлягають обов'язковій державній реєстрації. Реєстрація і облік здійснюється органами ДАІ Міністерства внутрішніх справ України. Державній реєстрації та обліку підлягають призначені для експлуатації на вулично-дорожній мережі загального користування автомобілі, автобуси, самохідні машини, сконструйовані на шасі автомобілів, мотоциклів всіх типів, марок і моделей, причепа, напівпричепа та мотоколяски. Усі інші механічні засоби (транспортні) підлягають відомчій реєстрації та обліку [1, с.176].

Для наземного транспорту основні правові та соціальні принципи організації дорожнього руху, організації та експлуатації автомобільного транспорту визначаються Законами України «Про дорожній рух» від 30.06.93 р. № 3353-ХІІ (далі – Закон № 3353-ХІІ) та «Про автомобільний транспорт» від 05.04.2001 р. № 2344-ІІІ.