

Есть третий web!

Очередная ступень эволюции интернета: социальный поисковик.

Новая экономика — это прежде всего экономика клубов, различных объединений людей, создаваемых в их интересах. В клубе складывается психологически благоприятная среда обитания уникальных личностей, населяющих социум. С точки зрения экономики клуб позволяет производить коллективные блага с разумными издержками. Он создает предпосылки для совместной деятельности, которая иначе невозможна. Это касается самых разных областей жизни, больших и малых вопросов: от проблем ТСЖ и экономически выгодных совместных закупок до высших форм культурной и политической активности.

Выгоды клубной организации можно проиллюстрировать на конкретном примере — коллективной работы с информацией, возникшей благодаря технологиями web 3.0.

Третий веб, или, проще говоря, пользовательская генерация и фильтрация текстов — это магистральная линия развития интернета, поскольку решает его главную проблему — замусоренность и зашумленность. После того как поисковые машины позволили быстро находить информацию, пользователи столкнулись с другим узким местом — как отобрать нужное из огромного массива найденных данных? Web 3.0 — это своего рода поисковик, предоставляющий в ответ на пользовательский запрос персонализированную выборку контента: не вообще все по данной теме, а только то, что актуально для конкретного человека. Так экономится внимание и все прочие ресурсы личности — память, мотивация, эмоции...

Доминирующий сейчас в интернете web 2.0 основан на технологиях user generated content: пользовательской самодетельности в производстве контента со всеми ее плюсами и минусами. Люди ведут личные дневники, в которых размещают собственные тексты и фото-, видеосъемку, а также перепечатки чужих понравившихся материалов... Все это раскладывается ими в слегка каталогизированные кучки без ранжирования качества. Понятно, почему «сыграл» вебдваноль: для создателей сайтов это способ получать контент бесплатно. В интернете платят неохотно, а серверы и прочую инфраструктуру содержать нужно. Если еще и контент целиком создавать за свой счет, то поддержание сайта становится вовсе накладным. Поэтому многие перешли на «подножный корм» — отдали создание контента на откуп пользователям, а те получили взамен площадку для общения и самовыражения. К тому же по ряду параметров профессиональная редакция не в состоянии тягаться с многомиллионной армией любителей, которые всегда оказываются в нужном месте в нужное время.

И все бы хорошо, но люди пишут и снимают как умеют. Приходится буквально по крупицам выискивать интересный контент среди любительских опусов и бесчисленных дублирующих друг друга перепечаток, что вообще-то весьма трудоемко и ощутимо снижает качество этого времяпрепровождения. Даже у самых популярных блогеров крайне низкий процент по-настоящему интересных выходов в эфир.

Web 3.0 отличается от web 2.0 тем, что пользователи не только находят или создают контент, но и сами же его фильтруют и оценивают. С точки зрения конечного потребителя, не важно, кто генерирует и размещает контент — пользователи или профи, он растет из разветвленной грибницы культуры: сотни тысяч песен в год, 250 приличных фильмов плюс десятикратно большее количество сугубо коммерческих лент, миллионы текстов, видеоблоги и т.д. Всю эту массу сообщество способно сертифицировать и расфасовать в соответствии с индивидуальными запросами людей и теми ступенями вкусовой вертикали, на которой находится каждый. Данная технология называется коллаборативной фильтрацией (от слова collaborative — «сотрудничать»). Сортировка в зависимости от воспринимаемого качества важна как для контента, так и для материальной продукции практически любых типов. Но есть область, где эта задача стоит особенно остро, — это фильтрация актуального контента.

Новости, статьи, эссе, аналитика на злобу дня, интересные ролики и фото, блоги, анекдоты и проч. — все это контент с коротким жизненным циклом, который, как ничто другое, нуждается в быстром доведении до целевой аудитории. О фильме-лауреате Каннского фестиваля рано или поздно услышишь, и его в любой момент можно посмотреть. Другое дело — быстро устаревающий контент. В настоящее время полностью отработаны

технологии, позволяющие коллективно фильтровать такого рода информацию и выдать каждому то, что заинтересует его с высокой степенью вероятности. В эту подборку попадет все, что высоко оценили люди из его референтной группы. (Те, кого система вычислила в качестве вкусовых соседей, плюс те, кого пользователь сам захотел видеть в числе своих корреспондентов.)

Данная технология идеально подходит и для обработки периодики: читатели могут одним кликом получать подборку наиболее актуальных статей, опубликованных в дюжине-другой изданий. Каждый человек просматривает одно, максимум два-три издания, поэтому интересные публикации неизбежно оказываются вне его поля зрения. У других СМИ есть свои читатели, часть из которых, возможно, принадлежит к тому же кругу, что и данный пользователь. Каждый находит что-то интересное — благодаря коллаборативной фильтрации эти материалы становятся общим активом клуба. На сайте f1000biology.com, например, ведущие ученые обмениваются информацией о достойных внимания публикациях. Таким образом, совершая самые обыденные действия и ничего сверх того, люди сообща нарабатывают пул лучших текстов для собственного употребления. Таким образом, технология web 3.0 позволяет на другом уровне, с иным КПД работать с медиа и специальной литературой.

Но web 3.0 не только сокращает издержки на поиск необходимой информации. Есть еще одно следствие, едва ли не более важное, — он помогает формировать те самые клубы, о которых говорилось вначале. Технология так устроена, что, прежде чем фильтровать и рекомендовать тесты, она отбирает группы людей, которым целесообразно обмениваться друг с другом опытом.

Клуб — ключевая форма бытования общества. Он не только обслуживает острейшую потребность в разного рода стратификациях, размежеваниях и объединениях. Для человека клуб — это путь к личному счастью, инструмент самореализации. Качество жизни конкретного человека зависит от того, что за люди его окружают, а также от характера взаимодействия с ними. Вступая в контакты со стоящими людьми по интересующим вопросам, человек повышает качество коммуникаций и — шире — качество личного времени. Приумножение качественного времени — цель человека, клуб — важнейший инструмент для этого, а web 3.0, в свою очередь, — высокотехнологичный инструмент формирования клубов.

Автор — заведующий кафедрой прагматики культуры ГУ-ВШЭ; статья основана на фрагменте из новой книги Александра Долгина «Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка».

Александр Долгин
профессор ГУ ВШЭ,
управляющий рекомендательным порталом Имхонет

Автор: Артур Скальский © Новая газета ИНТЕРНЕТ И ИТ, МИР 👁 2736 13.09.2010, 17:40 📌 308

URL: <https://babr24.com/?ADE=88398> Bytes: 6796 / 6766 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)