



*Szűts Zoltán*

## A WEB 2.0 KOMMUNIKÁCIÓELMÉLETI KÉRDÉSEI

Amíg az internetes kommunikáció 2005-ig tartó történetének és legfontosabb jelenségeinek elbeszélésére egyaránt érvényes megközelítés lehet a technikátörténetre összpontosító beszéd, vagy a különböző kommunikációelméleti iskolák elméletének segítségül hívása, a web 2.0 leírására más stratégiát kell választanunk.

A web 2.0 (vagy webkettő) megkülönböztető tulajdonságai nem technikai, hanem kommunikáció-, média és művészetelméleti eredetűek. Miközben a korábban uralkodó, szerkesztő és hivatásos kommunikátor központú paradigmával szemben radikális tartalom előállítási eltérést látunk, megfigyelhető, hogy a hangsúly a közzétételről a megosztásra, a passzív jelenléttől a részvétel felé tolódott. Mind a felhasználói, mind a szolgáltatói attitűd megváltozott. A szolgáltató blogok, wikik, közösségi oldalak esetében csupán keretet biztosít, és azt a felhasználók töltik meg tartalommal. Ezzel tehát megszűnik a web írásvédettsége, és nyílttá válik a megszólaló pozíciója. Az információcsere indításához, vagy a kommunikációs folyamatba való bekapcsolódáshoz, annak ellenére, hogy a web 2.0 kontextusa technikailag determinált, nincs szükség jelentős, tanult technikai ismeretekre. "A web 2.0 olyan új kulturális tudást teremtett, amely csak minimális kompetenciát és technikai hozzáértést vár el a felhasználotól, és [...] a médiatartalmak előállításában az embereknek korábban elképzelhetetlennek vélt tömege vehet részt. [Ennek következtében] megkérdőjeleződtek adó és vevő rögzített pozíciói, felülíródtak magán és publikus közti merev határok, és bárki számára lehetőség nyílt a médireprezentációra és az önreklámra a magukat mint kommunikációs struktúrákat kommunikáló zene- és videomegosztó portálokon. (Gelegonya 2011, 96, 93) A kontextus komoly lehetőséget biztosít az önreprezentációra is. "Mostanáig, legalábbis a XX. századi nyugati társadalomban az emberek egyfajta identitás, a Valaki-lét homályos érzésével élték az életüket. A XXI. századi technológiák azonban kikezdehetik ezt a mindennél alapvetőbb felfogást, mivel egyre inkább a képernyőn keresztül éljük meg a mindennapjainkat, ezen keresztül bonyolítjuk munkánkat [...] és magánéletünket egyaránt." (Greenfield 2009, 153)

A jelenség azonosítására a web 2.0 kifejezést elsőként Dermot McCormack (McCormack 2002) használta, elterjedése nem utolsó sorban Tim O'Reilly közvetítésének tudható be. (O'Reilly 2005) A recepció közismert megállapítása szerint a kifejezés olyan, jellemzően magas fokú interakcióval bíró jelenségek megnevezésére szolgál, melyek közösség által létrehozott tartalmak, illetve kommunikációs folyamatok köré épülnek.

A web 2.0 megjelenése és elterjedése nyomán tapasztalható fordulat a gyakorlatban az új internetes szolgáltatások, kommunikációs formák és médiafelületek terén tapasztalható, A blogok, wikik, közösségi hálózatok kapcsán a kommunikációelméleti diskurzus kollektív bölcsességről, a felhasználó által hozzáadott értékről, illetve a felhasználóból szerzővé válás folyamatáról beszél.

A web 2.0-át az online tartalmat hordozó, asszociációk és linkek közvetítésére alkalmas hipertext nemlineáris gondolkozásmódja jellemzi. Decentralizált szerkezete tehát a Deleuze és Guattari által az irodalomelméletbe bevezetett rizóma szerkezetét tükrözi, azaz minden elem össze van kötve minden elemmel. A rizómában nincs hierarchia, és nincsenek kitüntetett pontok, hiszen bármely elem felcserélhető bármely mással. A rizóma képek, dolgok, szavak, jelentések és jelentők, politikai és

biológiai reprezentációk halmaza, ahol nincs értelme két elem ellentétéről beszélni, hiszen bármely két pont között kapcsolat van, de nincs különbség a külső és a belső között sem, hiszen ha a rizómát kifordítjuk, semmi nem változik. (Deleuze és Guattari 2002)

Az internet dinamikus keretként viselkedő kánonjában a web 2.0 perpetuális béta állapotban van, nincsenek határai, csupán gravitációs magja, mely maga a közösségi tartalomlétrehozás, megosztás, véleményezés, a tömegek bölcsessége. Így a világháló csupán a platformot biztosítja, és a személyi számítógépeken telepített alkalmazások (levelezőrendszerek, csevegő programok, szövegszerkesztők, megosztott könyvtárak) helyébe a böngészőben futó szolgáltatások lépnek.[1] (O'Reilly 2005)

A web 2.0-vel mint radikálisan új jelenséggel szemben több kritika is megfogalmazódott. Ezek közül a legfontosabb a világhálót létrehozó Tim Berners-Lee válasza arra a megállapításra, miszerint web 1.0 a számítógépek, míg a web 2.0 a felhasználók összekapcsolásáról szól. "Már a web 1.0 lényeges is a felhasználók közti kommunikáció volt, egy bárki számára nyitott interaktív tér. Így a web 2.0 kifejezés nehezen értelmezhető, ugyanis ha alatta a blogokat és wikiket értjük, akkor ez a felhasználók közti kapcsolatot jelenti. És ez volt a web 1.0 eredeti célja is." (Anderson 2006) A web 1.0 a területet létrehozók és működtetők, míg a web 2.0 kontextusát nagyrészt a felhasználók töltik meg tartalommal, így egyidőben válnak szerzővé és trendalakítóvá is.

A web 2.0-ról való beszéd, illetve a jelenség-együttes analízise során a következők jelenségeket különböztethetjük meg.

**1. A világháló mint platform és a platform független konvergens média.** A web 2.0 kontextusában a világháló univerzális és konvergens platform. Univerzális, mert alkalmas kommunikációs csatornaként és média felületként funkcionálni, miközben képes a közösségi tartalomlétrehozás színterévé is válni. Konvergens, mivel megszünteti a számítógépek segítségével végbemenő kommunikáció eszköz és szoftver függőségét, hiszen egyetlen felületen, a világhálón, és egységes technológiai sztenderdek alkalmazásával válik elérhetővé a felhasználók számára. Ily módon átlép az egymással gyakran nem kompatibilis operációs rendszerek, telepítendő szoftverek és frissítendő verziók részvételt nehezítő effektusán, miközben minden folyamat az internetböngészőkben, egységes arculat formájában kap helyet. Ily módon a szoftvert a szolgáltatás váltja fel. A világháló mint platform lehetővé teszi az információhoz való eddig ismeretlen közeledést, miközben a felhasználók felfedik, felfedezik vagy éppen remixelik azt. A platform független konvergens média lehetővé teszi a felhasználó számára moduláris egységek segítségével saját alkalmazások vagy médiatartalmak létrehozását, megkönnyíti az információ megosztását, illetve a különböző forrásokból történő megszerzését. (MacManus 2005) Ezen funkciók természetüknél fogva lehetővé teszik saját üzeneteink, elképzeléseink mások által felépített platformon történő továbbítását, vagy magának a platformnak a módosítását, továbbfejlesztését is.

**2. A címkézés (tagging)** az a folyamat, melynek során egy kép, videó vagy szöveg meta adatokkal lesz ellátva. A szerző vagy az oldal szerkesztője tehát kulcsszavak hozzáadásával felcímkézi a világhálóra feltöltött tartalmat, az adott fájl után szereplő címkék pedig az azonos témát tartalmazó fájlokhoz vezetnek. A címkézés a könyvtári katalogizálás kizárólagos (és kényszerből zsarnoki) módszerével szemben korlátlan besorolási lehetőségeket biztosít és így jelentéstágító funkcióval bír. (Szűts, Az augmentált valóság média- és kommunikációelméleti hatásai 2011) A címkézésnek szerepe van egyes tudományterületek határainak megjelölésében, a szerzőség deklarálásában is, miközben maguk a címkék általában írott kifejezések. A módszer előzményének tekinthető például a múzeumi tárgyak megjelölése, a digitalizálás, és az ebből következő könnyű kereshetőség azonban a jelenséget kiemelten fontossá tette az információk tárolása és a kommunikáció során, ezzel is segítve a felhasználókat az őket érdeklő tartalmak megtalálásában. A címkézést maguk a felhasználók végzik el saját ismereteik és felfogásuk szerint, az így felmerülő kérdések a tömegek bölcsességének tárgyalása során kerülnek megválaszolásra. A címkék gyakran címkefelhőt alkotnak, az így kapott vizuális adatbázisban a legreprezentáltabb és így legfontosabb kifejezések a középkori ikonok univerzumából ismert szemantikus perspektíva felfogás alapján méretben is nagyobbak. A hierarchikus osztályozást a demokratikus váltja tehát fel; magát a folyamatot a szakirodalom 'folksonomy'-ként említi, az elnevezés a címkézés együttműködésen alapuló folyamatára utal, mely a tömeg (folk) és osztályozás, illetve elnevezés (taxonomy) kifejezésekből jött létre. (Mathes 2004)

**3. A tömegek bölcsessége (Wisdom of Crowds).** Tim O'Reilly a blogok, a wikik, a címkézés, és végső soron a web 2.0 sikerét a tömegek bölcsességének új reprezentációs lehetőségeivel hozza összefüggésbe. (O'Reilly 2005) A linkelés során például a felhasználó új információt kapcsol egy adott

szöveges dokumentumhoz, képhez vagy videóhoz, ezzel pedig új tartalmat hoz létre. A többi felhasználó azzal, hogy rákattint a linkre, megerősíti a véleményét, így egy útvonal jön létre, melyet a keresőmotorok, amilyen maga a Google is, regisztrálnak és figyelembe vesznek a találatok rangsorolása során. Ilyen módon a tömegek bölcsessége újfajta tudást hoz létre. A jelenségről a megváltozó üzleti modellek kapcsán részletesen James Surowiecki írt (Surowiecki 2004), aki a tömegek bölcségének három fő alkotóelemét különbözteti meg. Állításait a kommunikáció általános jelenségét figyelembe véve adaptáltuk. Ily módon beszélhetünk

- a) megismerésről,
- b) tájékozódásról
- c) és együttműködésről.

A megismerés a megszerzett információ feldolgozását jelenti, mely a korábbi folyamatokkal szemben a web 2.0 kontextusában sokkal gyorsabbá és demokratikusabbá válik, kizárva a hierarchikus struktúrákra jellemző, egymástól élesen elhatárolható szakértő és amatőr megszólalás pozícióit. A tárgyi világ közlekedési struktúrájából átvett tájékozódás felgyorsítja a kommunikációs folyamatot és kevesebb összeütközést, konfliktust produkál. Végül pedig az együttműködés teszi lehetővé, hogy a központ nélküli, rizómaszerű rendszerben létrejöjjön a bizalom hálózata és a tömegek bölcsessége. Figyelembe kell vennünk a tömegek bölcsességének kritikáját is. Megfigyelhető, hogy természeténél fogva nem minden tömeg (csoport) bölcs. Meg kell tehát határoznunk azokat az ismérveket, mely lehetővé teszik a bölcs és a nem bölcs tömeg felismerését. Surowiecki erre a következő mutatókat javasolja:

- a) Vélemények sokszínűsége. A kommunikációban résztvevő valamennyi ágensnek részletes ismeretekkel és határozott véleménnyel kell rendelkeznie, mely végső esetben sarkított is lehet.
- b) Függetlenség. A kommunikációban résztvevő ágensek véleményét nem determinálhatja az őt körülvevők véleménye.
- c) Rizómaszerű szerkezet. A középpont nélküli rendszernek köszönhetően a kommunikációban résztvevő valamennyi ágens rendelkezik specifikus, csak rá jellemző tudással, melyet képes és hajlandó megosztani.
- d) Információ áramlás gerjesztés. A web 2.0 néhány mechanizmusának az a szerepe, hogy segítse a folyamatot, melynek során a személyes vélemény kollektív döntéssé, és így bölcsessé válik.

**4. Az információ és a kommunikációs folyamatban való részvétel mint hajtóerő.** A web 2.0 környezetében megnő az információ adatbázisokban való tárolásának jelentősége, mivel ez egyszerre jelenti a gyorsabb kereshetőséget, az információ megosztás folyamatának leegyszerűsítését, a tájékozódást segítő címkézhetőséget, illetve a remixelhetőséget (mashupolhatóságot).[2] A jelenig valamennyi paradigmaváltó internetes alkalmazás azonos hatásmechanizmusbeli alappal: egy adatbázissal rendelkezik. A Google keresője és Térképe, a Yahoo oldalakat katalogizáló rendszere, az Amazon és az eBay online áruházak katalógusa, illetve a Napster fájlcsereelő rendszere egy rendkívül részletes, folyamatosan fejlődő adatbázissal rendelkezik. Az Amazon könyvárúháza azonos termékeket árul, mint a Barnesandnoble.com, azonban lehetővé tette a felhasználók számára a könyvek véleményezését és a kommunikációban való aktív részvételt. (O'Reilly 2005) Ilyen módon a felhasználó a többiek aktivitása alapján információt szerez a valós idejű trendekről, és részt vehet az adott kötettről szóló diskurzusban is. A produktum, mely ily módon létrejön a felhasználók által hozzáadott érték.

Az adatbázisok szerepe átvezet a kérdéshez, hogy kinek a tulajdona az információ a web 2.0-ban? Ennek megválaszolásához kézzelfoghatónak tűnik egy történet rekonstruálása: Arthur C. Danto szerint a műalkotások a múzeum kontextusában definiálhatók, az intézmény pedig Napóleon óta, aki gyűjteményét a meghódított területekről elhurcolt műalkotásaiból gyarapította, a művészet birtoklásán keresztül egyben a tekintély jelképe is. "A múzeum a hatalom szimbólumaként lépett be a modern köztudatba, nem pusztán egy olyan helyként, ahol esztétikailag lenyűgöző műalkotásokat lehet látni, valamint a mestereket tanulmányozni." (Danto 1995)

Egy online kezdeményezés, a Google Art Project 17 múzeum 1061 műalkotását mutatja be a világhálón a valóság-hű érzékelésre fektetett hangsúllyal. (Brown 2011) A múzeumok kétféle nézetben látogathatók: a galériák három dimenzióban is végigjárhatóak, illetve a műalkotások nagyfelbontásban tekinthetők meg, így a felhasználó a virtuális térben azt is látja, amit a valódi térben nem, és ebbe a

térbe a fizikai világ bármely pontjából beléphet, illetve létrehozhatja saját galériáját a kedvenc alkotásaiból.

A történet előzménye, hogy a web 2.0-ban a felhasználók által létrehozott virtuális galériák ismertsége és megítélése immár a közösség aktivitásától függ. Ebből következik, hogy a "hagyományos" múzeumok az online környezetben a honlapjukkal már képtelenek a hatalom szimbólumaként meghatározni önmagukat. Az Art Project így már legkevesbé sem a hatalom szimbóluma, a múzeumlátogatás is elérhető joggá vált. Annak ellenére tehát, hogy a virtuális gyűjtemények mind a Google szoftveres környezetében léteznek, senki sem vádolja a céget azzal, hogy egyedülként kívánja birtokolni az immár virtuális információt, ahogy azt például Danto Napóleon műalkotások iránt tanúsított attitűdjével kapcsolatban megtette. (Szűts, *The Quest for Realistic and 3D Visual Representation on the World Wide Web* 2011)

**5. Az interakció mint paradigmaváltó elem.** A recepció a web 2.0 fogalmára gyakran a részvételi kultúra webes megnyilvánulásaként hivatkozik. Ezen felfogás szerint a felhasználó nem egyszerűen elszenvedője az online tartalmaknak, hanem interaktív alakítója is. Nem csupán tartalom fogyasztásról van szó, hanem egyidejűleg tartalom gazdagításról, tartalom létrehozásáról, megosztásáról is. (Dragon 2008) Ez a részvétel és interakció pedig aktivitást szül, mely nem minden esetben új tartalmak létrehozását, hanem megosztásban, kommentelésben, a közösségi oldalak üzenőfalán történő alkalmazások segítségével automatikus publikálást jelent. Részvételünk már nem passzív, hanem a manipulációt elfedő privát aktivitásban jelenik meg. Létrejön a hálózat által uralt virtuális tér. (Miskolczy 2008, 170)

A nagyfokú interaktivitás miatt a web 2.0 médiafelületeit, amilyen a YouTube is, participatív médiának nevezzük. A tömegkommunikáció hagyományos modelljeivel szemben, amikor a szolgáltató a tartalmat egy adott séma alapján a felhasználó felé erőteljesen közvetíti (a jelenség angol elnevezése a push media), a participatív médiában a felhasználók interakciójuk révén kontrollt gyakorolhatnak afelett, hogy milyen tartalmakat szeretnének elérni, vagy éppen feltölteni. A felhasználó interaktivitását igénylő médiát így pull vagy my medianak is nevezzük.

**6. A centralizáltság hiányában** a kooperáció veszi át a kontroll szerepét. Az új technológiák természete létrehozta az egyenrangú számítógépek közti kapcsolatot egy olyan demokratikus hálózat formájában, melyben nincs kiemelt vagy fölérendelt résztvevő és hozzászóló. A rizómaszerű szerkezetben nem létezik már központi gép, mely az adatokat tárolja vagy ellenőrzi, és nem létezik központilag létrehozott és felügyelt tartalom sem, az információ a felhasználók birtokában van. Ezen környezetben elmosódik a határ a hivatásos kommunikátorok és tartalomlétrehozók, illetve a civilek között, így a web 2.0-ban a szakemberek és a laikusok egyenrangúak, ami konfliktusokhoz és értékzavarhoz vezethet. A rendszer előnye, hogy a média így demokratikussá válik, és megkerüli a kapuőröket vagy cenzorokat, viszont sokkal nagyobb lesz a manipuláció lehetősége, mivel megszűnnek a korábban elfogadott alapértékek. Ilyen vitákban gyakran az érzelmi érvek dominálnak. Az új a kontextus kizárólag a szoftver (alkalmazás) szabályainak engedelmessékedik.

**7. Diverzitás vagy hosszú farkok.** A kifejezést általában a web 2.0-ás környezetben elterjedt új szolgáltatási eljárások megnevezésére használják. Ebben a kontextusban ugyanis megszűnik a nagyon kis volumenben fogyó termék fogalma. Az elnevezést egy görbén a kiugró érdeklődésre igényt tartó produktumok mellett hosszan elnyúló, csupán egy-két felhasználó által megrendelt termékeket ábrázoló vonal leírására használják. Az Amazon.com online könyvtár esetében például a korábbi modellel ellentétben a kiemelt, nagy érdeklődésre számot tartó kötetek mellett egyenrangú szerepet kaptak a csupán egy-két példányban létezők is. A könyveket ugyanis nem tartják raktáron, hanem adatbázisban tárolják, és igény szerint szerzik be. A hosszú farkok paradigmaváltást hozott az információ keresésében is. A keresőoptimalizálás során a frekvenciát kulcsszavakkal (címkékkel) szemben, melyek esetében erős verseny tapasztalható, a szolgáltatók a sok kulcsszó stratégiát követik, így az online kommunikáció nagy sebességének következtében a keresőkből érkező látogatottság jelentős része az 1-2 felhasználó által keresett kulcsszavakból áll össze. (Chris 2006)

Mindezen felvetés alapján elmondhatjuk, hogy a virtualizáció (pl. csupán online környezetben létező, valódi polcokkal és kötetekkel nem bíró könyvtárak) és a gyakorlatilag korlátlan tárhely következményeként végképp jelentőségüket veszítik a fizikai korlátok. Egy online könyvtárban nagyságrendekkel nagyobb kötettség található, és valamennyi kötetből a böngészőn keresztül történő

olvasás során korlátlan számú példány áll rendelkezésre, így jelentősen felgyorsul az információ terjedése.

**8. Az újfajta tudás és a hitelesség kérdése.** A tömegek bölcsessége kizárja a hagyományos publikálási mechanizmusokat (hatályon kívül helyezi a kapuőrök, szerkesztők és kiadók rendszerét). Tisztázandó kérdés tehát, hogy ezt az újfajta tudást követi-e az intézményi struktúra, illetve "ki ad kulcsot" a használatához. A kizárólagos teljességre való jog formálása nélkül kijelenthetjük, hogy egy új tanulási folyamat kialakítására van szükség, melynek alapja az online források hitelességének felismerése. Mivel a világháló természetéből adódik, hogy a szolgáltatások folyamaton fejlődnek vagy eltűnnek, illetve újak jelennek meg, komoly hangsúlyt kell fektetni arra, hogy az oktatott anyag mindig a legfrissebb, éppen aktuális állapotot tükrözze.

Megvizsgálandó kérdés lenne, hogy a képernyőolvasás hogyan ássa alá a szövegértési képességeket, hiszen a copy-paste logika azt sugallja, hogy keresd meg a lényegét és vidd. Egyre kevésbé fontos a forrásszövegek integritása, autoritása, megbízhatósága. Az összeszedetett törmelékek összerendezése így többnyire mechanikus, mozaikszerű. (Orlovsky 2004)

Spengler szerint "a kritikai tudás azon a hiten alapszik, hogy a ma megértése fölényben van a tegnapi megértésével szemben. Megint csak az élet az, amely erre a hitre kényszerít. Megoldhatja-e a kritika a nagy kérdéseket, vagy csak a megoldhatatlanságukat rögzítheti? A tudás kezdetén még az előbbiben hiszünk. De minél többet tudunk, annál biztosabbak leszünk az utóbbiban. Amíg még reménykedünk, a titkot problémának nevezzük." (Spengler 1994, 11) Vajon hogyan tudjuk eldönteni, hogy egy megosztásra szánt állítás igaz vagy sem. Saját korábbi tapasztalatainkra és néhány apró jelre (pl. az URL cím jellegére) figyelhetünk. (Ropolyi 2006) Csupán saját korábbi tapasztalataink alapján tudjuk megmondani, hogy Vanevar Bush Memexről szóló, "As we may think" cikke (<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/3881/>) a hiteles forrás szemben a <http://www.ps.uni-saarland.de/~duchier/pub/vbush/vbush-all.shtml> közléssel.

**9. Szerzői jogok, másolás, hamisítás, creative commons.** A web 2.0-ben megfigyelhető az információ alul- és túlszabályozottsága. A digitális kódolás, illetve a felhasználóbarát számítógépes környezet megjelenése lehetővé teszi a gyors kereshetőséget, könnyű másolhatóságot, megoszthatóságot és remixelhetőséget. A webkettes környezetben - a Facebookon, YouTube-on és a Wikipédia kontextus írható/olvasható tulajdonságának következtében - a felhasználóból egyszerre lesz szerző és kiadó, átugorva az eddigi ellenőrzési mechanizmusokat. A digitális tárhelyek szinte korlátlanul válásával, illetve a hordozható eszközök elterjedésével a felhasználónak mind nagyobb információéhsége van, melyet csillapítani csak az új, a szerzői jogokat teljes mértékben kikerülő technika képes. A digitális létezésükből kifolyólag a felhasználók egy része a testük hiányából fakadóan súlytalannak tartja őket. További probléma, hogy a digitális kódoltságból fakad a másolásvédelem kudarca, mely két területen is megnyilvánul. A kiadók egyrészt képtelenek lépést tartani az új megosztási és másolási technikákkal, másrészt pedig a másolásvédelmet magukba foglaló rendszerektől elfordul a közönség, mivel olyan közegben szocializálódott, amely filozófiája szerint az online elérhető tartalmak minden esetben ingyenesek. Felnőtt egy generáció, mely úgy érzi, hogy az online elérhető szellemi tulajdon ingyenes. Az új kontextus alapvető jellemvonásai az azonnaliság, a populáris tartalom, és a "copy-paste magatartás". (Szűts, Lehet a művészet mindenkié? 2012) A Creative Commons egy olyan jognyilatkozat, melyet a szerző a digitális műhöz csatol. Ez a licenc megszabja, mit tehet a befogadó szabadon a művel, és milyen esetben kell engedélyt kérnie a szerzőtől. (Lessig 2005)

**10. Mashupolhatóság és remixelhetőség** A mashup fogalom azt a folyamatot jelöli, melynek során a felhasználók több létező szolgáltatást úgy építenek össze, hogy nem adnak hozzá az összeépítésen túl értéket. A web 2.0-ban elterjedt a multimédiás tartalom, ahol a szövegek mellett vizuális vagy audiovizuális információk is elérhetők, ezzel könnyítve a megértést, vagy éppen növelve az átadott információ mennyiséget. Így létrejön egy olyan rendszer, amiben a lényegi információáramlást már multimédiás csomagok hordozzák. Erre a legjobb példa a YouTube, ahol az információt már maga a videófájl tartalmazza, azonban gyakran különféle kiegészítő információk kerülnek rá feliratként, narrációt, elérhetőséget, forrásokat megjelenítve. A 2005-ben megjelent Google Maps alkalmazás-programozási interface lehetőséget biztosít a felhasználók számára a felület személyre szabására, így az könnyen összekapcsolható például adatbázisokkal. Számtalan, a Google térképet felhasználó mashup oldal létezik, ilyen például a HousingMaps.com is, ami a Google Mapset a Craigslist ingatlan hirdetési adatbázisával ötvözi. (Ostrow 2007)

## Jegyzetek

[1] A jelenség nem előzmények nélküli, hiszen az Akamai, mely az Adobe, az Apple, az Audi, a BMW, az eBay, a Microsoft és a Yahoo online tartalmainak gyors elérését biztosítja, illetve a DoubleClick, mely a Google hirdetéstervező és keresőoptimalizáló szolgáltatása a web 2.0 előfutárának tekinthető.

[2] Az eszközök fizikai testére mutató hardver, és az alkalmazásokat jelölő szoftver mellett a diskurzusba bevezethetjük az infover kifejezést is, mely az adatbázisokat jelzi.

## IRODALOM

- Anderson, Nate. "Tim Berners-Lee on Web 2.0: "nobody even knows what it means". *arstechnica.com*. 2006. 09. <http://arstechnica.com/business/news/2006/09/7650.ars> (hozzáférés dátuma: 2012. 01 17).
- Brown, Mark. "Google Art Project aims to shed new light on classic works of art." *Guardian*, 2011. 01 01.
- Chris, Anderson. *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. New York: Hyperion, 2006.
- Danto, C. Arthur. "A remekművek és a múzeum." *Magyar Lettre Internationale*, 1995: 42-45.
- Deleuze, Gilles, és Felix Guattari. "Rizóma." In *A posztmodern irodalomtudomány kialakulása*, szerkesztette: Vilcsek Béla Bókay Antal, 70-87. Budapest: Osiris, 2002.
- Dragon, Zoltán. "Mi vagy te, web kettes interaktivitás?" 2008. 03. <http://www.dragonweb.hu/blog/mi-vagy-te-web-kettes-interaktivitas/> (hozzáférés dátuma: 2012. 01 17).
- Gelegonya, Edina. "Ez nem az a tizenöt perc. Önreprezentáció a YouTube-on, illetve az ehhez kötődő népszerűség működési mechanizmusa és hálózati kontextusa." In *Zenei hálózatok. Zene, műfajok és közösségek az online hálózatok és az átalakuló zeneipar korában*, szerkesztette: Kacsuk Zoltán, Vályi Gábor Tófalvy Tamás, 93-107. Budapest: L'Harmattan, 2011.
- Greenfield, Susan. *Identitás a XXI. században*. Budapest: HVG Könyvek, 2009.
- Lessig, Lawrence. *Szabad kultúra*. Budapest: Kiskapu Kiadó, 2005.
- MacManus, Richard. "Web as Platform Mash-Ups." *readwriteweb*. 2005. 08. 17. [http://www.readwriteweb.com/archives/web\\_as\\_platform.php](http://www.readwriteweb.com/archives/web_as_platform.php) (hozzáférés dátuma: 2012.. 01. 16.).
- Mathes, Adam. "Folksonomies - Cooperative Classification and Communication Through Shared Metadata." 2004. december. <http://www.adammathes.com/academic/computer-mediated-communication/folksonomies.html> (hozzáférés dátuma: 2012. 01 16).
- McCormack, Dermot. *Web 2.0: 2003-'08 AC (After Crash) The Resurgence of the Internet & E-Commerce*. Boston: Aspatore Books, 2002.
- Miskolczi, Csaba. *Képernyők (h)arca*. Budapest: HVG Könyvek, 2008.
- O'Reilly, Tim. "What Is web 2.0, Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software." *oreilly.com*. 2005. 09 30. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> (hozzáférés dátuma: 2012. 01 14).
- Orlovsky, Géza. "A digitális szövegkiadás helyzetéről vitaindító és javaslatok." *magyar-irodalom.elte.hu*. 2004. <http://magyar-irodalom.elte.hu/biop/barbar/cikkek/og.htm> (hozzáférés dátuma: 2012. 01 16).

- Ostrow, Adam. "13 Must-See Google Maps Mashups." *Mashable.com*. 2007. 07 11.  
<http://mashable.com/2007/07/11/google-maps-mashups-2/> (hozzáférés dátuma: 2012. 01 16).
- Ropolyi, László. *Az Internet természete. Internetfilozófiai értekezés*. Budapest: Typotex, 2006.
- Spengler, Oswald. *A nyugat alkonya - A világtörténelem morfológiájának körvonalai. Második kötet*. Budapest: Európa Könyvkiadó, 1994.
- Surowiecki, James. *The Wisdom of Crowds: Why the Many Are Smarter Than the Few and How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations*. New York: Doubleday, 2004.
- Szűts, Zoltán. "Az augmentált valóság média- és kommunikációelméleti hatásai." *Médiakutató*, 9. 2011: 33-43.
- Szűts, Zoltán. "Lehet a művészet mindenkié?" *Élet és Irodalom*, 2012.
- Szűts, Zoltán. *The Quest for Realistic and 3D Visual Representation on the World Wide Web*. Budapesti Műszaki Egyetem, Visual Learning: Development - Discovery - Design, 2nd Visual Learning Conference, Budapest. 2011.

---

[A tartalomhoz >>](#)