

論述	大陸現況	法令天地	資通安全	科技新知	健康生活	生態保育	文與藝	傳播・溝通・新視野	其他
----	------	------	------	------	------	------	-----	-----------	----

新聞局國家影視產業資訊平台，緊隨網路科技新應用與時俱進。

新媒體產業的機會與挑戰系列(1)

Web 2.0 的概念與應用

◎曾瑾瑗

行政院新聞局為了活化影音產業界的交流，厚植臺灣影音創作能量，於民國93年建置「TAVIS.tw國家影視產業資訊平台」。開站初期定位為影視產品線上目錄，由新聞局向各影音公司徵集作品給使用者瀏覽，是單向提供資訊；隨著web2.0時代來臨，國家影視產業資訊平台必須隨著新的網路科技應用與時俱進，新聞局因而於96年開始進行轉型規劃，並於97年9月24日正式改版，成為可以讓缺乏發表管道的創作人上傳影音作品、相互交流、觀摩的影音創作平台。希望藉此讓大家看見當代最佳的影音創作，從而發掘素人創作新秀。

Web2.0與Web1.0的概念與應用差別在哪裡？Web2.0的創新之處又是如何影響網路使用者的行為，且待我們從頭說起。

Web2.0的概念與應用

2001年秋天，網路公司的股票價格在美國股票市場大幅下滑，許多投資者認為，網際網路不過是誇大不實的科技而已，這個時期泡沫化的網路公司，一般統稱為第一代網路（web1.0）。儘管股票市場暴跌，背後隱含的新科技應用革命，卻已經悄悄誕生。

歷經「達康」崩盤洗牌後，許多功能齊全強大而受歡迎的網路新應用，如雨後春筍般出現，從此揭開第二代網路（web2.0）的序幕，而達康泡沫化也成為第一代網路（web1.0）進入第二代網路的分野。

2003年4月，在電腦出版商O'Reilly公司及Media Live International公司的聯合腦力激盪會議中，O'Reilly創辦人Dale Dougherty及任職於Seybold出版社，自1980年代即推廣電子出版品的Craig Cline共同提出了web2.0的新概念。他們注意到，達康崩盤後倖存的網路公司似乎都有一些特質與傳統的網路公司有所不同。首先，這些公司把網站視為「提供各式服務的平台」；其次，把使用者放在最核心的位置。這類網站最吸引人的地方在於透過參與互動，經由使用者的貢獻，使平台資源更為豐富。這些參與討論的使用者逐漸形成社會網絡，最後集結為龐大不可忽視的意見社群，也由於參與者的多元化意見，所謂的「主流」與「非主流」的價值不再涇渭分明。

上述這些崩盤後依舊存活的網路公司透過新的技術架構及應用軟體，為整個資訊界掀起前所未見的濤天駭浪，其影響層面也從資訊界延伸到媒體、學術、商業、文化各個層面，幾乎所有應用到網路的產業都在朝web2.0引領的觀念邁進。新的名詞如enterprise2.0、teaching 2.0、learning2.0、media2.0、library2.0如百花齊放般出現，這股由資訊產業帶動的整體社會現象，我們統稱為「2.0」現象。

由web 1.0進入2.0並非技術上的革命，而是觀念上的演進；它並非與傳統網路全然斷層，而是在科技中加入了人文色彩。如果說以往的科技過度強調硬體技術（information technology），web2.0則試圖把重心拉回對「人」的重視，強調科技的應用來自於人際的溝通與體驗；資訊科技結合自由精神與人文主義再出發，成為人性化的資訊，因此有人把web2.0稱為網路上的文藝復興。而這種結合來自眾人集體智慧的參與，以最簡單的網路概念而言，「web1.0」代表單向的「下載」、「閱讀」；「web2.0」代表雙向的「上傳」、「分享」。美國互動策略公司執行經理（Director, Interactive Marketing General Mills）Jim Cuene曾比較web1.0和web2.0之間的差異如下表：

表1：web1.0與web2.0差異比較表

web版本 比較項目	Web 1.0 (1993-2003)	Web 2.0 (2003~未來)
模式	讀	寫
主要內容單元	網頁	文章或記錄
型態	靜態	動態
瀏覽方式	瀏覽器	瀏覽器、RSS閱讀器、其他
體系結構	client service	web service
內容創建者	版主、網頁編寫者	任何人
主導者	電腦玩家	大量業餘人士

web2.0的核心概念：使用者

由於web2.0是一個非常新，甚至還在進化中的資訊概念，因此很難對它做出明確的定義。2004年10月，全球最大電腦出版商O'Reilly Media創辦人歐萊禮（Tim O'Reilly）在該公司舉辦的研討會中，首先提及web2.0的概念輪廓：

1. 網路應扮演供使用者傳達體驗與感受，以服務為導向的平台。
2. 網路要能夠引領群體智慧，並透過閱聽人/消費者之間的參與貢獻平台價值。

歐萊禮日後又提出了補充看法：「Web2.0是因為人們改變想法，以網路做為平台，因而在資訊產業上所引起的商業革命…在這些規則中最重要的就是：開發能夠善用網路效應的產品，愈多人用，效果愈好。」

2005年9月，歐萊禮發表「什麼是Web2.0」一文，並於文中提及：web2.0是一種「蒐集群體智慧的網路運用」，主要具有下列特色：

1. 以網路為平台。
2. 匯集群體智慧。
3. 以掌握和運用資料做為核心競爭力。
4. 以不斷推出新功能取代軟體升級。
5. 程式設計輕巧。
6. 讓網友運用現有資源就能創新。
7. 軟體跨平台運用（如ipod或itunes跨越個人電腦、網路和手持式行動裝置）豐富使用者的感受。

綜合上述看法，web2.0的精神剛好可以U·S·E·R這四個字母開頭的縮寫來詮釋核心概念：

U→Unconstraint（不受限）

指使用者不再侷限於原本受限制、被動接受訊息的角色，在彼此信賴的前提下，透過開放的架構與相互監視審核的機制，讓使用者由被動轉為主動，自行決定網站內容，並透過彼此的分享來豐富網站內容。

S→Service（服務）

在web1.0的時代，網路公司都以獲利為主要考量；Web2.0時代，服務成為主流價值，平台提供的服務愈好，大家參與得愈熱烈，網路成了重視使用者體驗與感受，相互交換意見的所在。

E→Externality（外部效應）

Web2.0是系統相容的概念，每個人都能透過網路來進行網站內的各項操作，不會因為使用的瀏覽器或電腦設備不同而發生不相容的情形。使用者愈多，愈能帶來便利與人潮，吸引更多上網站瀏覽。

R→Reward（回饋）

網路公司的最終目的在營利，web2.0時代，只要用對方法，就可以帶來驚人的獲利，eBay、Amazon、Google都是典型的例子。

web2.0的創新應用技術

從web1.0進步到web2.0，網際網路自由、開放、自發性的精神始終沒有改變；而web2.0真正的創新應用技術，以部落格、影音部落格、維基，以及為數眾多的社交軟體為代表，以下分別敘述：

部落格（Blog）

部落格來自英文「Web log」的簡寫，大陸稱之為「博客」或「網誌」。部落格的原始用途是網路日記，部落客可在網頁上張貼文章、上傳圖片、引用文章，並提供網友回應，相當於傳統的BBS（電子布告欄）加上個人網站。它最吸引人的地方在於「個人化」的功能，部落客可以在很短時間內設計出獨具個人風格的站台，並且迅速找出相應的文章與留言。比起一般網站，它多樣的內容，更能吸引網友瀏覽，而且因為在上面閱讀文章，停留時間相對較久，無形中製造出許多宣傳及廣告的機會。

隨著內容愈來愈多元，部落格也逐漸由個人日誌轉變為理念抒發、新聞報導以及商業行銷等多種用途；它既是溝通工具、行銷技巧，也是企業界直接與全球客戶一對一互動的便捷管道。使用部落格溝通，可以免去公布私人郵件信箱或其他私人聯絡資訊，卻又能夠讓讀者們發表演論，難怪比爾·蓋茲把部落格看成是繼電子郵件、電子布告欄、即時通訊軟體等三項服務後的第四項殺手級網路應用。

簡易發布技術（Really Simple Syndication，簡稱RSS）

以往網友瀏覽網頁的習慣是，要定時到自己關心的網站，才能知道是否有最新訊息；但使用RSS訂閱該網站最新訊息後，RSS Reader會定時讀取網站的最新訊息，且能將多個網站統整在同一瀏覽介面，讓網友取得資訊更為即時且容易閱讀。部落格結合RSS之後，促進了群眾間相互交談的機會，使各網站的關係更加緊密。

影音部落格（Vlog）

影音部落格（vlog或vlogging）是影像日誌（video diaries）及自製實境秀（home reality shows）兩者的結合，是部落格更進一步的延伸應用。如同部落格一樣，它的內容包羅萬象，且因加入了動態影像，更能發揮部落格格式真實不作假的精神。影音部落格中最為人津津樂道的網站是YouTube，根據2007年尼爾森網路評等（Nielson NetRatings），網友每天上YouTube瀏覽一億多次影片，新影片則以每日六萬五千支左右的速度增加。YouTube所提供的其實只是一個平台，初衷是放置家庭生活影片的虛擬空間，除了單一影片需控制在100MB、10分鐘以下，並無任何空間使用的上限。但是經各網站社群不斷串連後，高流量與資料累積量兩相循環，造訪率比Google Video高四倍。YouTube的成功，除了提供良好的網路串連模式、開放自由設定影片標籤，以及詳細明列影片瀏覽狀況（例如五顆星評等、留言、回覆他人留言等）都是成功的因素。

維基（Wiki）

維基（夏威夷語，原意為快速）是在網路上同時開放給眾人協同創作的編輯系統，只要透過網頁瀏覽器與使用簡單的標記語言，就可以讓所有人任意編輯同一件文本。在維基編寫平台最有名的應用要屬維基百科（Wikipedia）。

維基百科是第一部在線上架設，集「全世界知識總合」於一身的百科全書。只要符合它的需要與規範，任何人都可以在Wikipedia上編寫新的詞條；若是對其他人編寫的詞條產生質疑，也可以動手編輯或修改他人的詞條，一切資訊強調免費、公開、自由、信任的精神。有別於傳統百科全書聘請權威人士編輯文字內容，Wikipedia讓世界各國人士以各種語言參與編纂，隨時可新增條目，上傳最新資訊。在使用者支持下，Wikipedia網站目前已高居世界百大網站，由於它在內容創建上的劃時代變革，許多人認為不久之後它將成為世界十大網站。

社交性軟體

社交性軟體最為人稱道的功能在於「分享」，分享的内容從書籤、新聞、藝文活動到美食評鑑不一而足。以美國的社交書籤（social bookmark）del.icio.us或照片分享軟體公司Flickr為例，首先考慮的是滿足個人整理資訊的需求，由使用者自由選擇關鍵字訂定標籤（Tag），讓使用者以作者本身的定義來搜尋內容，接下來則以資料探勘(Data Mining)技術，讓性質相同的人認識彼此並建立社交關係。因此有人稱Flickr為照片分享兼交友網站。

播客（Podcast）

Podcast 是由ipod與Broadcast兩字所組合，是MP3播放器與廣播收音機的結合，因此也有人稱之為聲音的部落格。它與傳統廣播最大的區別在於，Podcast能透過RSS的訂閱功能，讓聽眾及時下載電台或網站上最新的MP3檔案，以手邊的MP3播放器即可收聽，相當於個人化的廣播節目。（待續）

（作者現任行政院新聞局綜合計畫處科長）

1. (Data Mining)技術是以資料庫搜尋、比對為主的技術，透過此項技術往往能提供最新市場情報資訊。見喬敬，全球部落格大趨勢。