

OPINIE SIEĆ DORADZI

Sieć doradzi

tekst: Tomasz Seroczyński

Po rozpoznaniu marki
urządzenie wyświetla
na trzymanej w ręku
paczce kolorowy
sygnalizator
rekomendujący
lub odradzający zakup.

Nie wiadomo, jakie znaczenie miałby dziś internet, gdyby nie pojawiły się strony www. Jego popularyzacja wydaje się być zarówno przyczyną, jak i skutkiem rozwoju i rosnącej dominacji sieci www – sze-

rzej dostępny internet gwarantował stały napływ nowych odbiorców i twórców stron, ale równocześnie to właśnie istniejące już strony i ich wartość coraz częściej okazywały się najlepszym wabikiem dla kolejnych fal świeżo upie-

czonych internautów. Płynna granica pomiędzy rolą twórcy i odbiorcy pozostała zresztą do dziś jednym z wyróżników internetu wśród innych mediów, czemu niewątpliwie przysłużył się już na samym początku Tim Berners-Lee, programując pierwszy działający serwer sieci www, przechowujący pierwszą witrynę, udostępnianą za pomocą pierwszej przeglądarki.

Po dwudziestu latach od tego wydarzenia Tim, w publicznym wystąpieniu na początku tego roku, odniósł się do ewolucji, która ukształtowała obecną formę sieci www. Przypomniał, że hipertekst, będący podstawą konstrukcyjną stron internetowych, powstał jako narzędzie do agregowania powiązanych ze sobą danych, głównie w postaci ilustrowanego tekstu. Innymi słowy – jego założenia i możliwości skrojono bardziej na potrzeby Wikipedii niż YouTube'a. Jednakże po dwudziestu latach czasem bardziej, czasem mniej przemyślanych udoskonaleń, to właśnie odtwarzająca wideo strona www posłużyła do rozpowszechnienia poglądów Tima (podobnie jak wielu innych wystąpień, które oglądać można w doskonałym serwisie TED.com).

Pomimo wszystkich korzystnych efektów rozwoju, Tim zauważył, że w otoczeniu zasympilowanych przez www różnych form multimedialnych coraz mniej dostępny staje się pierwiastek elementarny sieci – wartościowa informacja.

Często bywa ona zagubiona wśród trzeszczących w szwach metod, którymi próbujemy przekroczyć naturalne ograniczenia technologii, by nadać jej jeszcze bardziej nowatorską postać. Stąd postulat, który Tim uczynił myślą przewodnią swego wystąpienia – „Raw data now!” („Teraz surowe dane!” – parafrazując polskie hasło patriotyzmu konsumenckiego).

Według Tima właśnie surowe dane mają stać się kolejnym, dominującym obliczem sieci. Stwierdzając to, powinnością operatorów serwisów i usług internetowych uczynił udostępnianie danych w sposób nieobarczony formą, umożliwiającą ich swobodne przetwarzanie, a także gwarantujący wolność wyboru metody i narzędzia do ich odczytania. Zwracał się do swojej publiczności jako użytkowników internetu, namawiając do manifestacji takich oczekiwań, co miałyby przyspieszyć proces zmian. Oglądając ten fragment wystąpienia można odnieść wrażenie, że zaledwie niewielka część słuchaczy zdołała obudzić w sobie entuzjazm równy temu, z którym Tim Berners-Lee opowiadał o swojej nowej koncepcji.

Zupełnie inaczej wyglądało zachowanie publiczności w trakcie wystąpienia Pattie Maes, reprezentującej MIT, która przedstawiła prototyp urządzenia nazwanego Sixth sense (tę prezentację również można obejrzeć w serwisie TED.com). Wydaje się, że na żywszej re-

akcji publiczności zaważyła w tym przypadku zwykła przezwaga fizycznego, namacalnego gadżetu. Stanowi on po prostu świetną ilustrację dla może i porywająco przedstawionej, ale najwyraźniej wciąż zbyt ulotnej wizji nadchodzących zmian, którą opisał Tim Berners-Lee.

Koszt 350 dolarów, Pranav Mistry, członek zespołu Pattie Maes, skonstruował przenośne urządzenie, które przy całej swojej toporności zdawało się skutecznie zacierać granice pomiędzy otaczającym nas światem a tym, co dotychczas pozostawało dostępne wyłącznie na ekranie komputera poprzez obiektyw kamery cyfrowej czy słuchawkę telefonu komórkowego. Mimo wielu niedoskonałości, już w tej podstawowej postaci prototyp wydaje się znajdować bliżej celu zmian zachodzących w technologiach informacyjnych niż choćby laptop, na którym powstał ten artykuł.

W jednej z odtworzonych scen Pranav Mistry staje naprzeciwko kolegi, na którego koszulce pojawia się po chwili wyświetlona przez urządzenie chmura tagów określających, z jaką osobą Pranav ma do czynienia. Nie jest to pełen profil z Facebooka, a jedynie konkretna, przydatna w danym momencie realnej interakcji informacja. Nic jednak nie stoi na przeszkodzie, by jej źródłem faktycznie był Facebook, pod warunkiem, że serwis dostarczy ją w skondensowanej, surowej formie (do czego akurat Fa-

cebook wydaje się gotowy już dziś, zważywszy rozbudowane API – spis metod pozwalających zewnętrznym aplikacjom na interakcję z zasobami serwisu).

W innej scenie Pranav, stojąc przy sklepowej półce, weryfikuje za pomocą swojego narzędzia poziom ekologicznej troski reprezentowany przez producenta papieru toaletowego. Po rozpoznaniu marki, urządzenie wyświetla na trymanej w ręku paczce kolorowy sygnalizator rekomendujący lub odradzający zakup. Zapewne bardzo łatwo w tym samym miejscu mógłby się pojawić, pochodzący z jakiegoś serwisu social shoppingowego, licznik pozytywnych i negatywnych opinii czy też informacja z porównywarki cenowej o tym, czy gdzieś indziej produkt nie jest dostępny w niższej cenie.

Podobny temu sposób użycia internetu nie tylko zmu-

sza do wprowadzenia zmian w technologii przechowywania i dostarczania informacji, ale także na nowo definiuje jej naturę i użyteczność. W świecie Sixth sense i Raw data wielkie, rozbudowane serwisy www o sztywnej konstrukcji ustępują popularnością prostym, elastycznym rozwiązaniom, których podstawową jednostką pozostaje pojedyncza, specyficzna funkcja czy informacja, dostępna na tyle, by łatwe było skorzystanie z niej we właściwym miejscu i momencie, za pomocą wybranego narzędzia. A kryterium pragmatyczności zyskuje tu wymiar kategoriyczny, warunkujący powodzenie lub porażkę usługi online.

Czy kolejna postać internetu dojrzeje za dwa, pięć czy za dziesięć lat – trudno to przewidywać. Historia konsekwentnego rozwoju tego trendu wskazuje jednak na bardzo niewielką szansę jego odwrócenia. Jego najdawniejszym

przejawem, pozostającym w pamięci autora, jest pomysł lodówki, która sama zamawia przez internet nowy zapas wyczerpujących się produktów (<http://www.k2.pl/zapobiegliwa-lodowka.htm>). I choć początkowo mogła się ona wydawać wyrwana prosto z filmu sf, to dziś zarówno zapobiegliwa lodówka, jak i podobne jej wizje zyskują coraz bardziej naturalne miejsce w naszym otoczeniu. Nawet bez wsparcia uznanych autorytetów i liderów technologicznego postępu można więc przyjąć, że w ten właśnie sposób internet opuści wysłużoną przeglądarkę, środowisko, w którym rezydował przez ostatnie dwadzieścia lat. Przez lodówkę. ■

.....

Tomasz Seroczyński,
new internet concepts manager,
K2 Internet SA.
ts@k2.pl