

Mirosław Lakomy

## Internet kognitywny

Rośnie rola Internetu w komunikacji interpersonalnej. Proporcjonalnie do liczby użytkowników zwiększa się także jego znaczenie w komunikowaniu biznesowym i politycznym. Ostatnie kampanie wyborcze w Polsce, a w szczególności w Stanach Zjednoczonych udowodniły, że mikromedia (*narrowcasting*) są dzisiaj osią, wokół której rozgrywa się walka o władzę. Można wymienić liczne tego dowody, ale najbardziej spektakularnym było powołanie przez Prezydenta Baracka Obamę, zaraz po objęciu przez niego urzędu, instytucji Cyber Cara. Wiedza na temat zarządzania komunikacją w sieci (*social advising*) staje się coraz cenniejsza. Warto zatem przybliżyć niektóre zagadnienia związane z tą sferą aktywności współczesnego człowieka. Pamiętać jednak należy, iż Internet ma różne oblicza. Z jednej strony jest kognitywny, dający szansę na współdziałanie, z drugiej zaś destruktywny i niszczący.

## Rys historyczny

Współcześni użytkownicy Internetu, zafascynowani bogactwem dostępnych aplikacji, nie zdają sobie sprawy z jego pochodzenia. Tymczasem historia tego medium sięga początków okresu zimnej wojny. W 1957 roku Związek Radziecki wystrzelił i umieścił na orbicie okołoziemskiej pierwszego sztucznego satelitę – sputnika. Kiedy informacja o tym fakcie dotarła do opinii publicznej w Stanach Zjednoczonych, wywołała panikę. Obcy obiekt przelatujący nad terytorium mocarstwa mocno pobudził wyobraźnię, inicjując różnego rodzaju działania zarówno na poziomie lokalnym, jak i państwowym. Pierwszą odpowiedzią było wystrzelenie rok później nieco większego satelity, co stało się początkiem podboju kosmosu, dzięki czemu współczesna komunikacja masowa korzysta z doskonałych środków przekazu o zasięgu globalnym. Drugą – stanowiło powołanie do życia przez

Departament Obrony projektu badawczego realizowanego przez agencję ARPA (Advanced Research Projects Agency), mającego na celu – w obliczu zagrożenia sowieckiego – stworzenie sieci komunikacyjnej dla celów wojskowych. Uznano, iż w przypadku wojny atomowej w pierwszej kolejności zniszczeniu może ulec centrum dowodzenia, co sparaliżuje łańcuch wydawania rozkazów. W 1964 roku Paul Baran z RAND Corporation zaproponował stworzenie zdecentralizowanej sieci równoległych połączeń, które mogłyby uodpornić armię na atak nuklearny, a system taki pozwoliłby zachować możliwość wydawania rozkazów i porozumiewania się podczas globalnego konfliktu zbrojnego nawet w przypadku awarii wielu węzłów. W wyniku tych działań w 1969 roku powstaje ARPAnet, pierwsza na świecie sieć złożona z czterech komputerów. W 1971 roku sieć ta liczyła już 13 węzłów, a w 1973 – 35. W tym roku stworzono także połączenia międzynarodowe z Wielką Brytanią (University of London) i Norwegią (Royal Radar Establishment). W 1974 roku Ray Tomlinson tworzy rewolucyjny i jakże praktyczny program do przesyłania elektronicznych wiadomości (e-mail). Vinton Cerf natomiast po raz pierwszy formułuje pojęcie Internetu w opracowaniu *A Protocol for Packet Intercommunication*, za co zostaje uznany „ojcem Internetu”. W 1977 roku poczta elektroniczna łączy około stu naukowców, tworząc listę dyskusyjną, która rok później przekształca się w pierwszy BBS (*bulletin – board system*), oferując pogawędki, gry, dyskusje, biblioteki programów, które przybierają w końcu formę Usenet-u – tekstowych grup dyskusyjnych. W 1982 roku grupy dyskusyjne zaczynają używać tak zwanych uśmiezków (*smiles*), znanych obecnie jako emotikony wyrażające w sposób uproszczony emocje dyskutantów.

Ważną datą jest rok 1983, kiedy to od ARPAnet odłączono jej część wojskową – tworząc MILNET. Można powiedzieć, że od tego momentu zaczyna powstawać właściwy Internet. Do rozwoju Internetu włącza się National Science Foundation, tworząc NSFNET, sieć komputerów wykorzystywanych w celach naukowych. W 1989 roku formalnie zaprzestaje funkcjonować ARPANET, całkowicie oddając pole sieci cywilnej, jednakże w historii Internetu najważniejszy okazuje się rok 1990. Na zamówienie fizyków z CERN-u Tim Berners-Lee tworzy World Wide Web – pierwszy na świecie system komunikacji pozwalający na łączenie tekstów, zdjęć i dźwięku. Zainstalowany na serwerach CERN-u niebawem rozprzestrzenił się na cały świat,

umożliwiający tworzenie tak zwanych witryn, dzięki którym każdy użytkownik sieci mógł stać się nadawcą specyficznych dla siebie informacji. Proces ten konsekwentnie zmienia oblicze masowych systemów komunikacyjnych (*broadcasting*) w systemy oparte na mikrogrupach (*narrowcasting*). Dla ułatwienia przeglądania rosnącej liczby stron internetowych pojawiają się pierwsze programy do przeglądania. W 1994 roku David Filo i Jerry Yang tworzą Yahoo, pierwszy katalog zasobów sieciowych na świecie. Jednocześnie zjawisku temu towarzyszy sukces finansowy jego twórców. Zostają oni pierwszymi milionerami z branży internetowej. We wrześniu 1998 roku Larry Page oraz Sergey Brin zakładają inną przeglądarkę. Zastanawiając się nad chwytliwą nazwą firmy, próbowali wymyślić coś, co mogłoby kojarzyć się z ogromną ilością danych. Dziesiątka do potęgi 100 oznacza w matematyce niewyobrażalnie wielką liczbę i nazywana jest gogolem<sup>1</sup>. Anegdota mówi, że w 1938 roku Edward Kasner – amerykański matematyk – zastanawiając się nad nazwą dla liczby  $10^{100}$ , zapytał o to swojego dziewięcioletniego wówczas siostrzeńca Milтона Sirotta, a ten bez zastanowienia odpowiedział – googol. Rejestrując domenę, S. Brin w pośpiechu wpisał omyłkowo nazwę google – i tak już zostało. Obecnie firma jest warta około 190 mld \$.

Druga połowa lat dziewięćdziesiątych to okres szybkiego rozwoju sieci. Pojawiają się nowe usługi, takie jak RealAudio – technologia przesyłania ciągłej transmisji dźwiękowej, która umożliwiła stworzenie tak zwanego radia strumieniowego (konwergencja radia do Internetu). Zaistnienie telewizji w eterze nastąpiło około 30 lat po radiu, tymczasem w Internecie technologia WebTV pojawiła się już rok po RealAudio. W maju 1996 roku Procter&Gamble stał się pierwszym dużym reklamodawcą internetowym, wyznaczając nowy trend w tej branży. Jest to jednocześnie początek euforii na giełdach całego świata w związku ze spółkami z tej branży. Fundusze venture-capital, wietrząc ogromne zyski związane z rozwojem sieci, inwestowały ogromne sumy w rozwój tego rynku. Jednakże nadmierne przecenianie rosnących szybko akcji dot-comów doprowadziło początkowo do boomu, tworząc tak zwaną bańkę internetową, następnie do załamania i kryzysu giełdowego. Internet jednakże osiągnął już stan niezależności od stanu nastrojów na rynku kapitałowym i rozwija się niezwykle dynamicznie. Począwszy od roku 2000, pojawiają

się w sieci nowe zjawiska, które określamy zjawiskiem Web 2.0. Przekształca się bowiem model korzystania z sieci z biernego oglądactwa w czynne współtworzenie. Proces ten umożliwiło tak zwane oprogramowanie Wiki.

## Internet kognitywny

W miarę upływu czasu do Internetu dołącza coraz więcej sieci komercyjnych, prowadzonych przez operatorów telekomunikacyjnych. Szacuje się, że z początkiem 2007 roku w sieci pracowało już około 430 milionów komputerów<sup>2</sup>, a liczba użytkowników przekroczyła 1,1 miliarda. Organizacją Internetu zajmuje się kilka instytucji. Za opracowywanie standardów technicznych i protokołów sieciowych umożliwiających współpracę komputerów między sobą odpowiada – Internet Engineering Task Force (IETF). Wyznaczaniem standardów związanych z usługą www zajmuje się natomiast World Wide Web Consortium (W3C). Zarządzaniem światowym systemem adresowania komputerów w Internecie oraz nadzorowaniem przydziałów adresów IP oraz domen poszczególnym operatorom sieci zajmuje się z kolei instytucja o nazwie Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). Wymienione organizacje działają w ścisłym kontakcie z Internet Society (ISOC), która nieoficjalnie uważana jest za reprezentację wszystkich środowisk użytkowników sieci. Funkcjonowanie tych przedsiębiorstw wynika w głównej mierze z hierarchicznej budowy Internetu, co wymaga ścisłego nadzoru w kwestiach techniki i technologii. Jednakże Internet po przejściu drogi od ARPAnet-u do sieci współczesnej zaczyna rządzić się własnymi prawami. Wielu badaczy twierdzi, że choć został stworzony do konkretnych celów i jest nadzorowany przez wymienione wyżej instytucje, to ewoluje w nieprzewidzianych kierunkach i żyje własnym życiem. Jest jak wirtualna galaktyka, jak układ nerwowy rodzącego się organizmu, który powoli wypełnia tkankę podskórną Ziemi. Zafrapowani jego budową i rozprzestrzenianiem w czasie i przestrzeni ochotnicy z całego świata stworzyli jego mapę<sup>3</sup>. Wynika

<sup>2</sup> Por. J. Rafa, *Technologia łączności internetowej*, w: *Słownik wiedzy o mediach*, red. E. Chudziński, Bielsko-Biała 2007.

<sup>3</sup> Por. <<http://www.fizyka.umk.pl/.../w11/Internet-map.gif>> (dostęp: 30.12.2009).

z niej, że ¼ Internetu jest zależna od jego jądra, które stanowią największe światowe korporacje, zaś ¾ połączeń dokonuje się bez jego pośrednictwa. Potwierdza to początkową tezę, iż nawet mimo awarii infrastruktury będzie on funkcjonował dalej. Oznacza to także, że Internet nie ma właściciela, że każdy może z niego korzystać oraz, iż każdy może za jego pośrednictwem być nadawcą.

Równoległe z rozwojem infrastruktury Internetu postępuje kulturowe zjawisko zdefiniowane jako Web 2.0. Pokolenie młodzieży wypiastowane przez sieć nazywamy *Net Generation* (internauci lub spaidermani), a komputer z dostępem do niej – elektroniczną matką. Pospolite ruszenie domorosłych informatyków, zrzeszonych za pomocą Internetu wytwarza dziś profesjonalne oprogramowanie warte około 60 mld \$. Takie korporacje, jak Microsoft czy IBM odkryły, że niezliczone rzesze hobbystów – amatorów z niewyjaśnionych przyczyn zaczęły w czasie wolnym robić to co zawodowcy, a konkutowanie z nimi jest niemożliwe. Pojawia się więc koncepcja – Internetu kognitywnego – nastawiona na współpracę, a nie konkurencję, na wykorzystanie nieograniczonych możliwości trustu ludzkich mózgów połączonych siecią, na otwarcie epoki hiperinnowacyjności. W tych okolicznościach nowego znaczenia nabiera

dorobek Gabriela Tarde'a, francuskiego uczonego, który (...) postanowił dociec, jakie są mechanizmy tworzenia nowości. (...) Tarde doszedł do wniosku, że warunkiem innowacyjności nie jest konkurencja, lecz współpraca, i to szczególny jej rodzaj: *cooperation Inter-cerebrale*, czyli kooperacja wynikająca ze spotkania mózgów. To właśnie te międzymózgowe relacje stanowią podstawę dla komunikacji społecznej, bez której niemożliwa byłaby późniejsza faza kopiowania innowacji<sup>4</sup>.

Don Tapscott i Anthony D. Williams, badając ogromny obszar ekonomii współpracy, którą nazwali wikinomią<sup>5</sup>, potwierdzili kognitywność Internetu i odkryli, że istnieją nowe modele szybszego wzrostu społeczeństw informacyjnych opartych na:  
– stosowaniu zasady *open source*;

---

<sup>4</sup> E. Bendyk, *Kapitalizm jako kooperacja mózgowa*, „Niezbędnik Inteligenta”, dodatek do „Polityki” nr 25 (2008), s. 16.

<sup>5</sup> Por. D. Tapscott, A.D. Williams, *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, przekł. P. Cypryański, Warszawa 2008, s. 376.

- wykorzystaniu *ideagor* zapewniających dostęp do globalnego rynku pomysłów;
- tworzeniu wspólnot prosumenckich jako źródła innowacji;
- budowaniu nowego modelu współpracy w nauce (nowi aleksandryjczycy);
- konstruowaniu platform uczestnictwa pozwalających na realizowanie globalnej sceny, gdzie liczne wspólnoty partnerskie realizują nowe przedsięwzięcia w wysoce synergicznym ekosystemie;
- budowaniu globalnych hal produkcyjnych ponad granicami i strukturami organizacyjnymi oraz tworzeniu wkinomicznych miejsc pracy opartych na nietradycyjnych metodach.

### Wirtualne społeczności (*social media*)

Spółeczności wirtualne to wspólnoty skupione wokół Internetu, komunikujące się z sobą częściej w sieci niż bezpośrednio, to naturalny efekt transformacji społeczeństw stymulowanej rozwojem technologii informacyjnej. To technologicznie wyrafinowane sposoby grupowania wirtualnych wspólnot warunkowane pierwotnym instynktem życia w grupie. Serwisy społecznościowe to rodzaje interaktywnych stron www, które są współtworzone przez ich użytkowników. Zapewniają one różne sposoby komunikacji, takie jak: czaty, fora, listy dyskusyjne, blogi czy komunikatory. Pierwowzorem gatunku był portal Classmates.com (odpowiednik Naszej Klasy), stworzony w 1995 roku przez Randy'ego Conrada. Fenomen rosnącej popularności portali społecznościowych wyjaśnia stworzona 30 lat temu przez Marka Granovettera, socjologa ze Stanford University, teoria siły słabych więzi<sup>6</sup>. Mówi ona, że aby uznać swoje życie za satysfakcjonujące, konieczne są nie tylko bliskie relacje z rodziną i przyjaciółmi, ale także niezobowiązujące kontakty z dalszymi znajomymi. Internet jest zatem idealnym narzędziem do tworzenia gęstszej niż do tej pory sieci słabych więzi. Rozbudowana w ten sposób lista znajomości daje poczucie bezpieczeństwa, wsparcia, zaspokaja potrzebę afiliacji. Tworząca się w ten sposób nowa społeczność to tak zwana Generacja C – aktywnych internautów, publikujących

---

<sup>6</sup> Por. M. Kwiatkowski, *Wielka siła słabych więzi*, „Wprost” nr 46 (2009), s. 76.

i komentujących w sieci tak zwane informacje prywatne publicznie. Internet umożliwia im otwarcie się na innych ludzi i budowanie kapitału społecznego. Dlatego zapewne dzisiaj platformy wymiany informacji powstają tak dynamicznie i rozwijają się lawinowo. Coraz węższe są jednak ich specjalizacje: towarzyskie, biznesowe, branżowo-specjalistyczne, rozrywkowe, randkowe, tematyczne, multimedialne i polityczne.

Spśród największych portali towarzyskich wyróżnić można: Facebook, Myspace, Bebo, Twitter, LinkedIn, Tagged, Hi5, Flickr, Picasa, Pinger, Flaker, DailyBooth, Meme, Tumbir, Sideline, CubeTree, Nasza Klasa, Grono, Blip, Spinacz, Profeo oraz tysiące innych.

Ranking największych na świecie serwisów społecznościowych pod względem ich wartości i liczby użytkowników otwiera Facebook. Według danych spółki Alexa.com<sup>7</sup> liczba jego użytkowników przekroczyła 600 milionów osób w 2010 roku. Wartość jego wyceniono w przeddzień wejścia na giełdę na 70 mld dolarów. Wśród 30 największych serwisów społecznościowych na świecie znajdują się także: MySpace, Twitter, Bebo, LinkedIn, Tagged i Nasza Klasa, której przypisano wartość około 239 mln \$. Ciekawostką jest także rosyjska odmiana pomysłu Conrada z 1995 roku – Odnoklassniki.ru.

Największy udział w rynku serwisów społecznościowych posiada Facebook (<http://www.facebook.pl>). Jest to gigantyczny portal, który cieszy się od momentu powstania rosnącą popularnością. Powołany do życia przez Marka Zuckerberga w kwietniu 2004 roku, robi dzisiaj oszałamiającą karierę. Początkowo inicjatywa dotyczyła ekskluzywnego kręgu studentów Harvardu, jednakże w ciągu dwóch tygodni od inicjacji w sieci rozszerzyła się na połowę szkół w Bostonie. M. Zuckerberg – w obliczu niespodziewanego sukcesu – dokooptował swoich przyjaciół, Dustina Moskowitza i Chrisa Hughesa w celu rozbudowy serwisu, który w ciągu następnych czterech miesięcy obejmował już kilkadziesiąt następnych szkół. Oryginalny pomysł serwisu, M. Zuckerberg wyniósł ze swojego Liceum – Phillips Exeter Academy. *Exeter Face Book* był bowiem papierową książką ze zdjęciami uczniów szkoły, którą Mark – już jako student Harvardu – przeniósł do Internetu<sup>8</sup> w postaci programu komputerowego. Fenomenem

---

<sup>7</sup> Alexa.com, „Wall Street Journal” (dostęp: 18.05.2011).

<sup>8</sup> Por. <<http://www.crunchbase.com/company/facebook>> (dostęp: 29.09.2010).

Facebooka jest to, że można tam tworzyć grupy zainteresowań, sieci znajomych, listy dyskusyjne itp. Dla 600 milionów użytkowników na całym świecie przygotowano również sporo aplikacji w postaci kwizów, gier i innych programów, które skutecznie pochłaniają czas internautów. Mogą oni także zamieszczać tam swoje zdjęcia i filmy (jest ich już tam ponad miliard). Nie dziwi więc fakt, że Facebook jest doskonałym nośnikiem reklam, co doceniają reklamodawcy.

MySpace (moja przestrzeń) (<http://pl.myspace.com>) powstał w 2003 roku, założony przez Toma Andersona i Chrisa DeWolfe'a. W 2005 roku za sumę 580 mln \$ został kupiony przez potentata medialnego – Ruperta Murdocha. Rok później tygodnik „Time” nie bez kozery nazwał serwis „metropolią online”. 250 milionowa publiczność cieszy się jednak słabnącym zainteresowaniem reklamodawców, co sprowokowało R. Murdocha do sprzedaży platformy ze znaczną stratą. Medium to jest także doskonałą sceną dla początkujących grup muzycznych. Wytwórnice fonograficzne mają tutaj swój poligon doświadczalny. Użytkownicy MySpace mogą dzięki temu tworzyć swoje listy ulubionych przebojów, co może być wskazówką dla stacji radiowych, jak komponować formaty muzyczne.

Serwis Bebo (<<http://www.bebo.com>>) wywodzi swoją nazwę od akronimu: *blog early, blog often* (blog od rana, blog często). Powstał w 2005 roku założony przez małżeństwo Xochi i Michaela Birch. Został zakupiony przez AOL 13 marca 2008 roku za 850 mln \$. Podobnie jak Facebook i Myspace jest on nastawiony na stworzenie przestrzeni rozrywki dla swoich użytkowników. Można tutaj uzyskać rekomendacje dotyczące muzyki, klipów wideo, ciekawych artykułów i gier, poznać ludzi o podobnych zainteresowaniach. Bez ograniczeń można dzielić się zdjęciami, muzyką, łączyć ze znajomymi, rodziną, współpracownikami.

Twitter (<http://www.twitter.com>) jako darmowy serwis społecznościowy zaistniał na szerszą skalę w trakcie wyborów prezydenckich w Iranie w czerwcu 2009 roku. Poprzez niego opozycja irańska informowała świat o fałszerstwie wyborczym w tym kraju. W środkach masowego przekazu zaistniał dzięki Sekretarz Stanu USA – Hillary Clinton, która w jednej z wypowiedzi na temat Iranu, pochwaliła serwis za możliwość, jaką dał opozycji irańskiej. Założony w 2006 roku przez Jacka Dorsey, Ev Williamsa oraz Biza Stone'a. Udostępnia usługę mikroblogowania, czyli wysyłania i odczytywania tak zwanych tweetów. Są to krótkie, nieprzekraczające

140 znaków wiadomości tekstowe, wyświetlane na stronie użytkownika oraz dostarczane pozostałym użytkownikom. Na Tweetcam można dodatkowo umieszczać nagrywane kamerą internetową krótkie filmiki, zaś na Tweepic – zdjęcia. Kilkakrotnie serwis ten był zaatakowany przez hakerów, na przykład w grudniu 2009 przez „Irańską Cyberarmię”. Warto wspomnieć, że polskim klonem Tweetera jest Blip (<http://www.blip.pl>). Skrót oznacza – bardzo lubię informować przyjaciół. Łączy usługę mikroblogowania z komunikowaniem się ze znajomymi.

LinkedIn (<http://www.linkedin.com>) założony w 2002 roku przez Reid Hoffmana. Służy głównie do nawiązywania kontaktów i relacji biznesowych. Pozwala na tworzenie i aktualizowanie międzynarodowego CV oraz dołączanie doń referencji wystawianych online przez byłych i obecnych pracodawców i współpracowników. W 2009 roku miał 50 milionów użytkowników.

Spośród wymienionych wyżej portali społecznościowych na uwagę zasługuje także jedyny w tym zestawieniu polski serwis – Nasza Klasa (<http://www.NK.pl>), który także zrobił karierę finansową. Założony 11 listopada 2006 roku przez studenta informatyki Uniwersytetu Wrocławskiego – Macieja Popowicza. 8 czerwca 2008 roku 70% udziałów nabyła spółka AS Forticom, która posiada także 25% udziałów w rosyjskim serwisie Odnoklassniki.ru. Obecnie Nasza Klasa ma około 12 milionów użytkowników a dynamika jego rozwoju znacznie osłabła na rzecz Facebooka. Serwis umożliwia odnalezienie kolegów ze szkolnej ławki i podzielenie się z nimi swoim dorobkiem. Użytkownicy mają możliwość tworzenia galerii zdjęć. Wprowadzono też Śledzika (<http://www.nkpl/sledzik>) – platformę mikroblogową – która ma ułatwić podtrzymywanie kontaktów ze znajomymi ze szkoły oraz komunikator NKtalk.

Należy także wspomnieć o portalach społecznościowych, które skupiają miłośników filmowania i fotografii. Prawdziwymi gigantami są tutaj największe na świecie biblioteki plików video: YouTube, Vimeo i Dailymotion (<http://www.youtube.com>, <http://www.vimeo.com>, <http://www.dailymotion.com>), służące do publikacji filmów, oraz Flickr (<http://www.flickr.com>) i Picasa (<http://www.picasaweb.google.pl>), stworzone do publikacji zdjęć. Polskim odpowiednikiem Flickr jest Fotosik (<http://www.fotosik.pl>). Portale te umożliwiają wgrywanie filmów i zdjęć i umieszczanie ich na stronach internetowych. Zdjęcia można grupować w albumy (fotostream), co ułatwia ich gromadzenie i przeglądanie. YouTube

powstał w 2005 roku z inicjatywy Chada Hurleya, Steve'a Chena i Jaweda Karima. W 2006 roku wykupiony został przez Google Inc. za sumę 1,65 mld \$. Według Google, codziennie umieszczanych jest tu ponad 85 tysięcy filmów. Serwis ten coraz częściej wykorzystywany jest przez polityków do komunikacji z wyborcami, służy również zwykłym internautom, którzy często są świadkami ciekawych wydarzeń – jak w przypadku wyborów w Iranie czy trzęsienia ziemi w Syczuanie (2008 rok). Użytkownicy portalu często wchodzą w rolę dziennikarzy, na bieżąco informując o wydarzeniach na całym świecie. Ułatwia to rosnąca liczba telefonów komórkowych z kamerą i dostępem do Internetu. W tym celu utworzono Citizentube – gdzie można umieszczać informacje o charakterze społecznym czy politycznym. Powołano także do życia YouTube Reporter's Center, który umożliwia doskonalenie warsztatu dziennikarskiego. Można się tu nauczyć, jak stworzyć dobry reportaż, przeprowadzić wywiad lub dziennikarskie śledztwo. Telewizja CNN przyczyniła się do popularyzacji tej formy dziennikarstwa społecznego, publikując materiały dostarczane przez tzw. iReportes.

Warto także wspomnieć, że konkurencyjne Yahoo uruchamia serwis Meme, który jest klonem Twittera. Termin „meme” – został stworzony przez Richarda Dawkinsa w książce pod tytułem *Samolubny Gen* (1976). Autor zidentyfikował tam „meme” jako fragment kultury lub zachowania, który replikuje się wśród wielu osób na podobieństwo tego, co dzieje się z genami w biologii. Dziś „meme” jest popularnym słowem określającym powiedzenie podchwyczone przez internautów i coraz szerzej przez nich wykorzystywane.

Oprócz wymienionych wyżej serwisów towarzyskich dużą popularnością cieszą się także portale branżowe i specjalistyczne wykorzystywane w strategiach biznesowych. Na szczególną uwagę zasługuje jednakże tak zwana blogosfera, będąca między innymi narzędziem strategii politycznych (Janusz Palikot, Marek Migalski). Doświadczenia rodzimych oraz zagranicznych działaczy partyjnych pokazują, jak istotnym instrumentem pozyskiwania elektoratu jest sieć (Bronisław Komorowski, Barack Obama). Z tej perspektywy ciekawa wydaje się więc przyszłość tego medium jako zjawiska społecznego, zwłaszcza w kontekście rosnącego zasięgu, dostępu i doskonałości technologicznej.