

PLIKI COOKIES

Ta strona wykorzystuje pliki cookies w celu prawidłowego świadczenia usług i wygody użytkowników. Warunki przechowywania i dostępu do plików cookies możesz zmienić w ustawieniach swojej przeglądarki. Aby uzyskać dodatkowe informacje kliknij [więcej](#)

Akceptuję

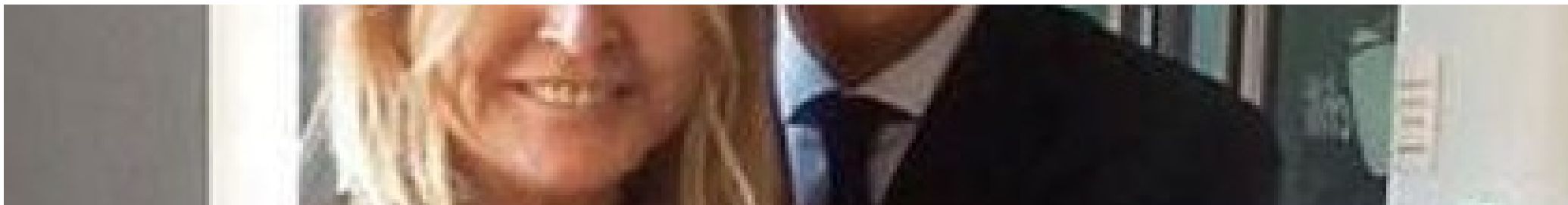


Plus Minus

Twitter nie śpi nigdy

Artur Bartkiewicz, 21.08.2015 aktualizacja: 22.08.2015, 22:40





WIĘCEJ ZDJĘĆ (3)

Zwolennicy Twittera twierdzą, że najważniejsze sentencje naszej cywilizacji, od Cyncerona począwszy, mieszczą się w 140 znakach. Problem w tym, że Cynceronowie nie rodzą się na kamieniu.

REDAKCJA POLECA

10.09.2015

Twitter po katolicku

Przywykłem do opowiadań składających się tylko z początku i końca – mawiał mistrz zwięzłości w literaturze Antoni Czechow. W dobie Twittera nawet opowiadania Czechowa wydają się jednak przegadane.

21.08.2015

Facebook, Twitter i inne maszyny piekielne

140 znaków i nawet kropki więcej – to fundament serwisu, który w 2006 roku narodził się w głowie Jacka Dorsey, niedoszęłego absolwenta uniwersytetów w Missouri i Nowym Jorku. Dorsey, w czasie burzy mózgow przeprowadzonej przez pracowników firmy Odeo, miał przedstawić ideę programu umożliwiającego porozumiewanie się za pomocą krótkich informacji tekstowych większej grupce ludzi.

21.08.2015

Youtube, czyli Nowa Forma Życia

Tak powstał serwis twttr, który wkrótce zmienił nazwę na Twitter (początkowo domena Twitter.com była zajęta). Nazwa wzięła się od słowa oznaczającego w języku angielskim „świergot” lub „szczebiotanie”, co sugeruje, że

informacje przekazywane za pośrednictwem serwisu w zamyśle twórców miały mieć raczej niewielką wagę.

Ziemieć i Olejnik

Pierwszego, historycznego tweeta wysłał sam Dorsey, który 21 marca 2006 roku wysłał wiadomość o treści: „just setting up my twttr” (dosł. „właśnie konfiguruję swój twttr”). Siedem lat później w czasie emisji w Japonii filmu „Laputa – podniebny zamek” w ciągu zaledwie jednej sekundy użytkownicy Twittera wysłali 143 tysiące tweetów o treści „balus” (nazwa zaklęcia wypowiedzianego przez bohatera filmu), ustanawiając tym samym rekord serwisu. Dziś w każdej minucie Twitter wzbogaca się o 278 tysięcy nowych wpisów.

Twitter ma dziś ok. 500 mln użytkowników, z czego ok. 302 miliony jest aktywnych. Największą popularnością cieszą się konta piosenkarki Katy Perry (jej wpisy śledzi ponad 70 mln użytkowników), idola nastolatków Justina Biebera (ok. 65 mln obserwujących) oraz Baracka Obamy (60 mln użytkowników). Na dalszych miejscach znajdują się: Taylor Swift, Lady Gaga, Justin Timberlake, Rihanna i Britney Spears. Na świecie popkultura wyraźnie wygrywa więc na Twitterze z polityką.

W Polsce, gdzie konta na serwisie ma ok. 3 milionów osób, jest nieco inaczej. Wprawdzie najczęściej śledzonym kontem jest MTV Polska (795 tys. obserwujących), ale na drugim miejscu znajduje się już twitterowy profil TVN 24, na piątym – Radosława Sikorskiego, na szóstym – papieża Franciszka, na siódmym – „Gazety Wyborczej”, a na ósmym – „Newsweeka”. Polski Twitter polityką stoi.

Nie powinno to jednak dziwić, zważywszy na to, że w Polsce na Twitterze największą aktywnością wykazują się politycy, dziennikarze, a także blogerzy czy tzw. dziennikarze obywatelscy. Twitter stał się więc platformą informacyjno-publicystyczną. Politycy tweetują, żeby cytowały ich media, a dziennikarze komentują rzeczywistość. W 140 znakach.

Mogłoby się wydawać, że dziennikarze i politycy, czyli ludzie przywykli do działania w przestrzeni publicznej, będą „ćwierkać” rozsądnie i ostrożnie. Nic bardziej mylnego. Okazuje się, że gdy Twitter nie śpi, budzą się upiory.

Podstawowym problemem tweetujących wydaje się rozgraniczenie sfery publicznej i prywatnej. A mówiąc precyzyjnie – brak tego rozgraniczenia w internecie. – Rewolucja cyfrowa postawiła pod znakiem zapytania sensowność tego rozróżnienia. Wprowadzenie ścisłej granicy między privatum i publicum nie jest już możliwe – tłumaczył w rozmowie z „Kulturą Liberalną” socjolog internetu Dominik Batorski.

Na ten sam problem zwraca uwagę dr Kamila Tuszyńska w rozmowie z „Plusem Minusem”. – W internecie często dochodzi do mieszania dyskursów, używania niewłaściwego języka, w niewłaściwym kontekście – wyjaśnia. A mówiąc prościej: na Twitterze bardzo często mówimy publicznie w sposób, w jaki powinniśmy wyrażać się wyłącznie w kontaktach prywatnych. Tych ostatnich zaś na Twitterze nie ma, bo – oddajmy znów głos dr Tuszyńskiej – „w internecie nie ma nic prywatnego”. Politycy i dziennikarze uparcie nie przyjmują jednak tego do wiadomości.

Przykładem pomieszania dyskursów jest historia słynnego już zdjęcia Krzysztofa Ziemca, na którym dziennikarz TVP naśladuje gest Andrzeja Dudy na tle fotografii prezydenta. Sprawę można byłoby potraktować jako niewinny żart, gdyby Ziemiec pokazał zdjęcie swoim znajomym. Jednak udostępniając fotografię każdemu użytkownikowi internetu, Ziemiec w ocenie wielu wykonał gest mający charakter deklaracji politycznej, który niewątpliwie będzie często używany jako argument na brak obiektywizmu dziennikarza.

Politycy i dziennikarze uparcie nie przyjmują do wiadomości, że w internecie nie ma rozmów prywatnych. Wszystkie wymiany zdań są publiczne

Podobną wpadkę zaliczyła w mediach społecznościowych Monika Olejnik. Na swoim Facebooku zamieściła zdjęcie, na którym obejmuje ją Donald Tusk, opatrzone komentarzem dziennikarki TVN „To se ne vrati. Teraz rządzą kobiety”. I znów – gdyby zdjęcie pozostało w sferze prywatnej i obiegło krąg znajomych dziennikarki, nie byłoby problemu. Ale w przestrzeni publicznej stało się ono dowodem na jawnie deklarowaną przychylność dziennikarki dla obecnej władzy.

Jaskrawym przykładem niezrozumienia tego, że prywatność w internecie to pojęcie względne, jest internetowa aktywność radnego PO z Poznania Tomasza Lipińskiego. Lipiński, prywatnie kibic Lecha Poznań, 22 marca 2015 roku na chwilę „zawiesił” (jak sam deklarował)

publiczny charakter swojego twitterowego konta i zamieścił na nim wpis o treści: „Jeden jest mistrz Polski, jedna k... w Polsce jest... mistrzem jest Kolejorz, a tą k... Legia jest :)” (przy czym wykrępowania pochodzą od redakcji, a nie od radnego).

Nie trzeba dodawać, że media nie uznały wpisu radnego za zupełnie prywatny. Pikanterii całej sprawie dodaje to, że radny Lipiński jest członkiem komisji oświaty i wychowania w radzie miasta.

Publicznego charakteru internetu nie zrozumiała też Ewa Wójciak, dyrektor Teatru Dnia Ósmego, która komentując na Facebooku wybór kardynała Jorge Mario Bergoglio na papieża, stwierdziła, że konklawe wybrało „ch...”, który donosił wojskowym na lewicujących księży”. Symptomatyczne jest to, w jaki sposób Wójciak tłumaczyła się ze swojego wpisu. – To był prywatny wpis, a sprawa została rozdmuchana – powtarzała wielokrotnie. Rzecz w tym, że ten prywatny wpis pojawił się w medium, do którego swobodny dostęp ma dziś ponad połowa mieszkańców Ziemi.

Być może problemy z dyskursem w sieci biorą się stąd, że wiele osób postrzega świat komunikowania masowego wciąż bardzo tradycyjnie. – Człowiek wciąż myśli: gazetę wezmę do ręki, a internetu do ręki wziąć się nie da, bo to wirtualny byt. To, co piszę w internecie, gdzieś w tej wirtualnej rzeczywistości jest, ale nikt do tego nie dotrze. Ulotność, chwilowość – to określenia, które cały czas krążą dookoła internetu – mówi dr Tuszyńska.

Jako dowód na taki sposób myślenia socjolog podaje przykład jednego z ostatnich wpisów Jacka Kurskiego na Twitterze. Kurski zaprzysiężenie Andrzeja Dudy skomentował słowami: „Krew jego dawne bohaterzy a imię jego czterdzieści i cztery. Prezydentura wraca w godne ręce dokładnie 1944 dni po śmierci Lecha Kaczyńskiego”.

– To, w jaki sposób tłumaczył ten wpis, może być osobnym studium tego, jak nie korzystać z mediów społecznościowych. Kurski powiedział coś takiego: Twitter jest miejscem, gdzie się wrzuca luźne impresje, intuicje. Otóż nie. Do tego służą prywatne notatki. Jeśli już coś publikuje się w internecie, należy popracować nie tylko nad tym, żeby wpis nie zawierał błędów ortograficznych – trzeba jeszcze zastanowić się nad jego treścią – podkreśla dr Tuszyńska.

We wrzucaniu „luźnych impresji” na Twittera Kurski nie jest rzecz jasna osamotniony. Wiele takich impresji pojawiało się na koncie Radosława Sikorskiego w czasach, gdy był jeszcze szefem polskiej dyplomacji. Minister, którego słowa były traktowane jako oficjalne stanowisko Polski, potrafił spytać na Twitterze o to, „ile polskich miliardów chcą wpompować (politycy PiS – red.) w skorumpowaną gospodarkę UKR aby przekupić prez. Janukowycza”, co było bardzo dalekie od języka dyplomacji.

Innym razem Sikorski – jako urzędujący minister – podzielił się na Twitterze „intuicją”, że „min. Budzanowski wkrótce będzie miał ważne wiadomości ws. cen gazu dla Polski”. I rzeczywiście – następnego dnia PGNiG poinformowało o podpisaniu korzystnego kontraktu. Jak Sikorski skomentował fakt publicznego ujawnienia poufnych informacji, na których wiele osób mogło się bardzo wzbogacić? – To ryzyko aktywnej polityki informacyjnej – mówił. Wiadomo, drobiazg. To w końcu tylko internet.

Latające przedmioty

Również ludzie zazwyczaj ostrożni i oszczędni w słowach – a więc pracownicy naukowcy – dają się na Twitterze ponieść swobodzie formułowania „impresji”. Jaskrawym tego przykładem jest historia dr. Jacka Kochanowskiego, socjologa z Uniwersytetu Warszawskiego, który na Twitterze skomentował burzę, jaka rozpętała się w mediach po deklaracji feministki Katarzyny Bratkowskiej, która zapowiedziała, że usunie ciążę w Wigilię.

Dr Kochanowski oburzony atakami Kościoła na Bratkowską postanowił bronić jej na Twitterze. Zrobił to jednak w dość specyficzny sposób. „Bratkowska powinna wyskrobaną zygotę wsadzić w słoje, zapeklować i wysłać panu księdzu. Niech kanonizują św. Zygotę. Patronkę oszołomów” – napisał człowiek, który na co dzień zajmuje się kształceniem przyszłych elit Rzeczypospolitej.

– Może to kwestia etykietowania? Gdyby w nazwach kont osób publicznych pojawiał się dodatkowy człon nazwy wskazujący na instytucję, którą reprezentują (np. MSZ Radosław Sikorski), to może przed umieszczeniem wpisu w sieci każdy przypominałby sobie, że wypowiada się jako przedstawiciel określonej instytucji lub grupy społecznej? – zastanawia się dr Tuszyńska.

Socjolog zwraca przy tym uwagę, że choć media nagłaśniają niemal każdą wpadkę osoby publicznej używającej Twittera jako przekaźnika „impresji”, to wciąż pojawiają się kolejni politycy czy dziennikarze, którzy z uporem godnym lepszej sprawy umieszczają w sieci słowa, których nigdy nie użyliby np. w czasie występu w telewizji. Tymczasem żadne medium nie utrwała wypowiedzi tak jak internet – mało osób ma bowiem dostęp do telewizyjnych archiwów, natomiast dostęp do wyszukiwarki Google ma każdy internauta.

Jest jeszcze jedna pułapka, która czyha na wszystkich użytkowników Twittera – jest nią wspomniana już wcześniej ograniczona liczba znaków. Wspomniany na wstępie Czechow potrafił w opowiadaniach posiadających jedynie początek i koniec oddać istotę opisywanego problemu. Na Twitterze nie ma jednak miejsca na początek i koniec. Jest miejsce na jedną myśl.

Eryk Mistewicz, wielki miłośnik Twittera, przekonuje wprawdzie, że „wszystkie sentencje naszej cywilizacji, od Cycerona począwszy, mieszczą się w 140 znakach”. Problem jednak w tym, że Cyceronowie nie rodzą się na kamieniu – zdecydowaną większość użytkowników Twittera stanowią ludzie, którzy nie zapiszą się w historii ludzkości jako mistrzowie słowa. To zaś oznacza, że aby zwrócić na siebie uwagę w 140 znakach, zamiast dbać o głębię przekazu, dbają o to, by wyróżniał się on w inny sposób. Zazwyczaj po prostu go radykalizują.

– Punktem wyjścia jest to, żeby jakoś zaistnieć – przy bardzo dużej liczbie użytkowników Twittera osoby, które nie mają followersów, nie mogą się przebić – przyznaje dr Tuszyńska. W efekcie, jak tłumaczy socjolog, rozmowa na Twitterze często przypomina dyskusję, w której zamiast wymiany opinii, rozmówcy zaczynają rzucać w siebie przedmiotami. – Nie widać tego, co się mówi, widać te latające przedmioty – dodaje.

Tańce rytualne

Medioznawca prof. Maciej Mrozowski w rozmowie z „Plusem Minusem” zwraca uwagę na inny aspekt tego zjawiska. – Wśród młodych ludzi obserwujemy powrót do plemienności. Młodzi szukają dziennikarzy i osób publicznych dzielących ich wartości. Zamykają się w gettach informacyjnych, nie chcą dyskutować z drugą stroną, chcą ją co najwyżej hejtować. Plemiona wykonują rytualne tańce. My oplujemy ich, oni oplują nas – i w taki sposób budują swoją tożsamość – tłumaczy.

W odniesieniu do Twittera sprowadza się to do tego, że osoba publiczna, która chce zgromadzić odpowiednią liczbę tzw. followersów (a więc osób, które śledzą jej wpisy), musi wzbudzać skrajne emocje – tzn. z jednej strony zyskać aprobatę jednego z „plemion”, z drugiej zrazić do siebie przedstawicieli innego szczepu. W ten sposób zyskuje się zarówno wyznawców, jak i hejterów – a jedni i drudzy budują zasięg twitterowego konta danej osoby publicznej.

Takie podejście do sprawy stanowi zagrożenie zwłaszcza dla aktywnych na Twitterze dziennikarzy. Biorąc udział w dyskusjach na bieżące tematy na Twitterze i chcąc być zauważonymi w społeczności, w której co minutę pojawiają się setki tysięcy wpisów, narażają się na pokusę przystąpienia do jednego z „politycznych plemion” funkcjonujących w Polsce.

Plemiona i totemy

Symptomatyczny jest casus Pawła „Rybitzkiego” Rybickiego – blogera, a jednocześnie publicysty współpracującego m.in. z „Gazetą Polską Codziennie”, który – jak się okazało – brał udział w pracach sztabu wyborczego Andrzeja Dudy (w którym był odpowiedzialny – a jakże – za prowadzenie twitterowego konta Dudy).

Kiedy wyszła to na jaw, a Rybickiemu zarzucono konflikt interesów, ten bagatelizował sprawę, zwracając uwagę, że przecież nie należy do PiS, a „Komitet Wyborczy jest niezależny od partii”. Problemu więc nie widzi albo nie chce widzieć, bo wie, że jego „plemię” go nie odrzuci.

A tego, do jakiego „plemienia” należy, Rybicki na Twitterze nie ukrywa. „30 sekund filmiku i Kopacz zaorana na metr głęb ws samolotu, który za nią latał”, „Przemowa PEK (twitterowy skrót stosowany do określenia premier Ewy Kopacz – red.) w skrócie: Nie rozumiem żartów i nie wiem, co oznacza właściwie te 2.0”, „Charakterystyczna jest stylistka PEK: – Dostałam kawę... zobacze, co dadza mi w Warsie. Ona nie wie, że normalni ludzie kupują”, etc.

– Młodzi ludzie, z którymi rozmawiam na uniwersytecie, uważają, że dziennikarz, który ukrywa się za maską profesjonalizmu, jest mało wiarygodny. Rozumieją to tak: taki dziennikarz za pieniądze wszystko powie. Młodzi ludzie postrzegają wiarygodność dziennikarza jako

wiedzę m.in. o tym, z jaką partią się identyfikuje – przyznaje prof. Mrozowski.

Nie trzeba dodawać, że to niebezpieczna droga, na której końcu debata publiczna zostaje zastąpiona przekrzykiwaniem się partyjnych propagandzistów nie tylko w świecie polityków, ale również w świecie mediów.

Myliłby się jednak ten, kto uznałby, że problemy z korzystaniem z mediów społecznościowych są domeną wyłącznie polskich polityków czy dziennikarzy. Mało tego – w Polsce nie było jeszcze afery tak głośnej jak ta, której bohaterem był były już gwiazdor amerykańskiej Partii Demokratycznej Anthony Weiner. Weiner, wielka nadzieja demokratów, używał Twittera – jak się okazało – nietypowo. Polityk wysyłał bowiem swoje zdjęcia w stroju Adama młodym kobietom.

Kiedy sprawa wyszła na jaw, najpierw próbował przekonać opinię publiczną, że ktoś włamał się na jego konto, ale gdy ta strategia zawiodła, przyznał się do popełnienia błędu i odszedł z polityki. Historia była bardzo głośna, ponieważ żona Weinerja była w tamtym czasie jedną z najbliższych współpracownic ówczesnej sekretarz stanu Hillary Clinton, a na dodatek – jak ujawniły media – gdy Weiner chwalił się swoją męskością przed nieznanymi na Twitterze, jego żona dowiedziała się, że jest w ciąży.

Najpierw myśl, potem pisz

Lista twitterowych wpadek amerykańskich polityków jest zresztą znacznie dłuższa. Na przygotowanej przez „Time” liście dziesięciu największych twitterowych kontrowersji znalazł się m.in. wpis republikańskiego kandydata do Senatu z Wisconsin Dane'a Deutscha. Deutsch przekonywał użytkowników Twittera, że „Zarówno Hitler, jak i Lincoln byli silnymi liderami. Charakter Lincolna uczynił z niego wielkiego przywódcę, którego dziedzictwo żyje do dziś”. I o ile peany na cześć Lincolna nikogo nie zdziwiły, o tyle zestawienie amerykańskiego prezydenta z Hitlerem zdecydowanie politykowi nie posłużyło – miejsce w Senacie wywalczyła jego konkurentka.

Z kolei Mike Parry, republikanin z Minnesoty, „wslawił się” w internecie tym, że na Twitterze określił prezydenta Baracka Obamę „żadnym władzy, aroganckim czarnym człowiekiem”. Parry tłumaczył potem, że wyraził jedynie swoją opinię na temat charakteru prezydenta, i dodał, że to, iż Obama jest czarnoskóry, jest po prostu faktem.

Międzynarodowy skandal na Twitterze wywołała z kolei żona izraelskiego ministra spraw wewnętrznych Silvana Shaloma, która pytała internautów, czy wiedzą o tym, jak wygląda „kawa Obama”. „Jest czarna i słaba” – wyjaśniła. – To był tylko głupi żart, który ktoś mi opowiedział – tłumaczyła się Judy Nir Mozes Shalom, która szybko usunęła wpis. Ten zaczął żyć jednak własnym życiem, a kobietę oskarżono o działanie na szkodę izraelskiej dyplomacji.

Przestroga dla wszystkich nonszalancko korzystających z Twittera użytkowników powinna być historia Julia Reya, młodego hiszpańskiego piłkarza. Rey, mając 17 lat i będąc osobą jak najbardziej prywatną, postanowił poinformować za pośrednictwem serwisu społecznościowego o swojej niechęci do drużyny piłkarskiej Deportivo La Coruna. Zrobił to w nieparlamentarny sposób, używając hiszpańskiego odpowiednika polskiego słowa zaczynającego się na literę „k”.

Trzy lata później Rey, który pewnie dawno już zapomniał o tym, co wypisywał w sieci jako nastolatek, otrzymał ofertę transferu do Deportivo. Zawodnik zgodził się bez wahania, ustalił już nawet warunki kontraktu – i wtedy przedstawiciel jego nowego pracodawcy postanowił sprawdzić, o czym „ćwierkał” w sieci kandydat na piłkarza Deportivo.

Efekt? Transfer został anulowany, ponieważ klub uznał, iż nie może go reprezentować ktoś, kto „nie szanuje jego barw, herbu i wartości, które reprezentuje”. Morał? Skoro tyle uwagi można poświęcić internetowym wpisom nikomu nieznanego piłkarza, o ile dokładniej są analizowane wpisy osób publicznych?

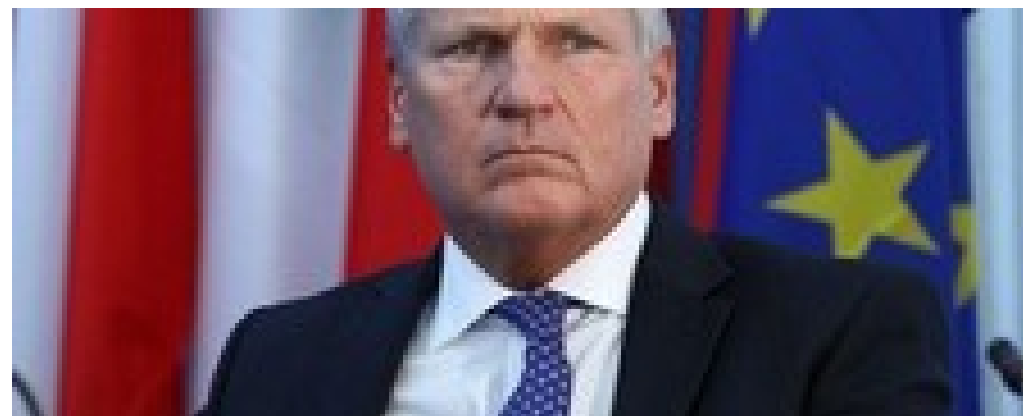
Jak cię widzą w sieci, tak cię piszą. Dlatego wszystkim użytkownikom Twittera – publicznym i prywatnym – zaleca się procedurę: najpierw myśl, potem pisz. Niestety, bardzo często jest odwrotnie.



POLECAMY



Stany Trzeciego Świata



Kwaśniewski: Rosja przystąpiła do ofensywy



Bułgarska policja zastrzeliła migranta



Michał Figurski w ciężkim stanie w szpitalu

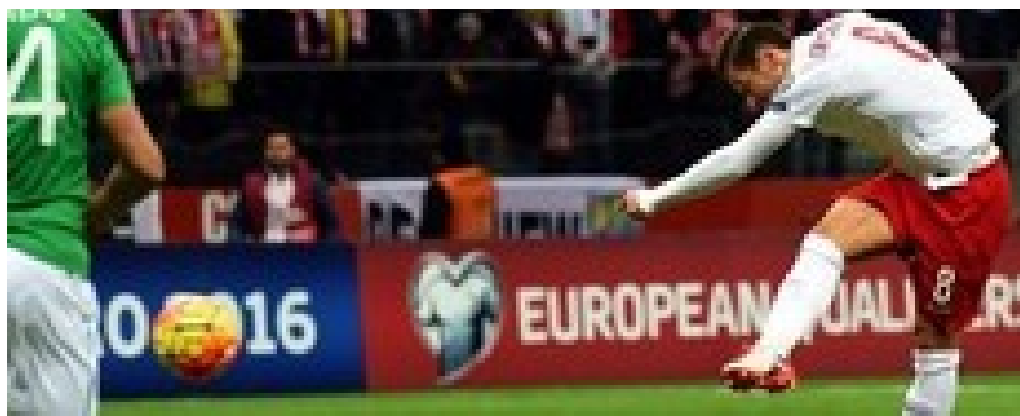


Promuj swój content TUTAJ i dotrzyj do 22 milionów internautów!

SPONSOROWANE



Najsilniejsze armie świata



Duda dziękuje piłkarzom za radość



Barometr cen: Domy używane

TAGI: [Opinie](#) [Media](#) [Media społecznościowe](#) [Twitter](#) [Kraj](#) [Plus Minus](#)

NAJCZĘŚCIEJ CZYTANE

1 16.10.2015
Tajemnice księdza Charamsy

3 16.10.2015
Moskwa nie odpuszcza nigdy

2 16.10.2015
Na Bliskim Wschodzie obudzono demony

4 16.10.2015
Ważniejsze rzeczy można robić poza parlamentem

SZTUKA

Rekordowa cena za obraz Fangora

KOMENTARZE

NAPISZ KOMENTARZ

TWÓJ PSEUDONIM:

TWÓJ KOMENTARZ:

**Gremi Business
Communication
Sp. z o.o.**

Prosta Office Centre
ul. Prosta 51
00-838 Warszawa



MAPA SERWISU

Kraj
Świat
Opinie
Nauka
Kultura
Sport
TV.RP.PL
Plus Minus
Turystyka
Życie Regionów
Fotogalerie

KONTAKT

O nas
Kontakt
Napisz do nas

REKLAMA I PRENUMERATA

Prenumerata 2015
Reklama
Polityka Prywatności
Cookies
Regulamin

PARTNERZY



POZOSTAŁE SERWISY GRUPY

