

Tweety na szczycie. Polityka responsywna

Mirosław Łakomy

Twitter jest ważnym elementem architektury nowych „nowych mediów”¹. Odgrywa coraz ważniejszą rolę w komunikowaniu politycznym. Jest także istotnym składnikiem systemu medialnego, który ukształtował się w wyniku rozwoju internetu i telefonii mobilnej oraz technologii komputerowej.

Treści publikowane w nowych „nowych mediach” powstają w wyniku prosumpcji, są wynikiem współpracy wielu twórców, którzy partycypują w kreowaniu zawartości. Najlepszym przykładem jest serwis YouTube, który stanowi największą na świecie bibliotekę plików wideo tworzonych oddolnie przez użytkowników. W tym kontekście pierwotne rozumienie systemu medialnego musi uwzględniać przestrzeń wirtualną. W tak pojmowanym systemie Twitter odgrywa istotną rolę jako narzędzie komunikowania aktorów politycznych, którzy za jego pośrednictwem dostarczają wiadomości z pierwszej ręki, głównie dziennikarzom oraz innym politykom. Należy dodać, że dzięki postępowi technologicznemu możliwości publikowania treści w serwisie poszerzyły się także o zdjęcia i filmy. Umożliwiają to aplikacje znane pod nazwą Twitpic² i Twitcam³. Twitter należy do

kategorii serwisów *social networkingowych* funkcjonujących w czasie rzeczywistym. Jest miejscem do wymiany informacji i łączenia się z innymi użytkownikami, szybkiego publikowania ważnych newsów i linkowania do bardziej rozbudowanych serwisów (najczęściej do YouTube i Facebooka).

Jego najważniejszą zaletą jest skrótość, natychmiastowość i kompresja treści. Osoby śledzące dany profil w czasie rzeczywistym otrzymują informację o nowych wpisach. W związku z tym wytworzył się pragmatyczny zwyczaj, że followersami⁴ aktorów politycznych są najczęściej dziennikarze, którzy w ten sposób wprost ze źródła pozyskują najważniejsze, krótkie i zwarte informacje. Tą drogą aktorzy polityczni zyskali narzędzie do błyskawicznego reagowania na bieżące wydarzenia w kraju i za granicą, zaś dziennikarze mogą jednocześnie śledzić wielu polityków. Ten mechanizm nazywamy responsywnością Twittera, czyli możliwością błyskawicznego docierania do opinii publicznej z informacjami ważnymi dla nadawcy i szerokiej masy odbiorców. Korzystanie z tradycyjnych mechanizmów informowania mediów, takich jak konferencje

¹ Termin wprowadzony do dyskursu naukowego przez Paula Levinsona.

² <http://twitpic.com/> [dostęp: 2.01.2014].

³ <http://twitcam.livestream.com/> [dostęp: 2.01.2014].

⁴ Followers – dosłownie: ‘podążający za, śledzący, obserwujący’ – odbiorca treści publikowanych w serwisie.

prasowe czy briefingi, wydłuża ten proces, dlatego w sytuacjach niecierpiących zwłoki Twitter jest niezastąpiony. „Ze względu na swój specyficzny, sms-owy charakter, jest on dziś jednym z najważniejszych narzędzi Web 2.0, przydatnych w interakcji nie tylko między poszczególnymi politykami, ale przede wszystkim na linii polityk–wyborca. Dzięki tej platformie mikroblogowej politycy mogą w krótki i przystępny sposób przedstawić swoje stanowisko w danej kwestii, odpowiedzieć na komunikaty pochodzące od innych członków elit czy zareagować na sygnały płynące ze strony opinii publicznej”⁵, stając się narzędziem polityki responsywnej, czyli polityki szybkich odpowiedzi.

Twitter – narzędzia

Twitter posługuje się kilkoma specyficznymi narzędziami. Nazwa użytkownika poprzedzana jest znakiem @ i prezentuje się następująco: @username. W tak oznaczonym koncie można zamieszczać tweety, czyli maksymalnie 140 znakowe posty, które mogą zawierać tekst, odniesienia do innych użytkowników (@Mentions), linki zewnętrzne przekierowujące uwagę odbiorców do materiałów w innych serwisach (np. YouTube, Facebook, blogi), zawierających rozwinięte wersje wydarzeń, oraz *hashtags*. Ciekawostką jest symbol #tag, często używany na Twitterze. Jest to fenomen kulturowy wprowadzony spontanicznie w serwisie przez użytkowników do oznaczania słów kluczowych lub tematów w tweecie, jako sposób kategoryzowania wiadomości. „Dodanie symbolu # przed słowem kluczowym lub frazą w tweecie spowoduje skategoryzowanie tweetu i ułatwi odnajdywanie go w tzw. chmurze tagów. Kliknięcie słowa oznaczonego #tagiem skutkuje wyświetleniem pozostałych tweetów oznaczonych tym słowem kluczowym”⁶. Innym

narzędziem jest „Retweet” (RT), który służy do interakcji i polemiki z wybranymi użytkownikami. Format retweetowania wyglądałby zatem następująco: „RT@username kontent tweetu”. Ilość retweetów świadczy o rozmowności właściciela konta. Innym narzędziem oferowanym przez serwis jest „Trending Topics” (TTs), który jest zestawieniem tematów poruszanych w tym samym czasie przez większość użytkowników serwisu. Jest to swego rodzaju barometr opinii publicznej, który może wskazywać nastroje społeczne. TTs staje się ważnym narzędziem dla aktorów politycznych wówczas, gdy na agendzie medialnej znajdują się problemy ważne ze społecznego punktu widzenia. Kliknięcie na wybrany temat trendów przywołuje szereg wpisów, dzięki którym można rozpoznać wątki deliberacji społecznej. „Listy użytkowników” to kolejna usługa rzadko wykorzystywana przez aktorów politycznych. Umożliwia ona organizowanie podążania za siecią powiązanych ze sobą @users. Dla przykładu: konto partii politycznej może oferować w ten sposób listę kont wszystkich swoich członków. Pomocna może okazać się także aplikacja „Promoted Tweets”, dzięki której aktor polityczny może zwrócić uwagę *mainstreamu* Twittera na ważne tematy, zawarte np. w programie partii. Niezwykle pomocne są także wspomniane wyżej Twitpic (TTpic) oraz Twitcam (TTcam).

Twitter – historia

Twitter zaistniał w sieci w 2006 roku z inicjatywy czwórki informatyków, którzy rok wcześniej praktykowali już z serwisem podcastowym Odeo. Początkowo nic nie wskazywało na sukces tej inicjatywy. Serwis był jednym z wielu działających wówczas w sieci. Należał do mediów elitarnych, bowiem liczba jego użytkowników była śladowa. Wszystko zmieniło

⁵ M. Lakomy, *Demokracja 2.0*, Kraków 2013, s. 180.

⁶ Por. <http://support.twitter.com/articles/20170359-twitter-czesto-zadawane-pytania-faq#> [dostęp: 2.01.2014].

się w ciągu pięciu miesięcy 2009 roku⁷. W trakcie tzw. zielonej rewolucji w Iranie, kiedy to młodzież wyszła na ulice, aby zaprotestować przeciw fałszowaniu wyników wyborów prezydenckich, krwawo tłumiony protest został nagłośniony dzięki Twitterowi. Świat dowiedział się o irańskich wydarzeniach, co uruchomiło proces błyskawicznej popularyzacji tego medium. W tym kontekście czasami jest wysuwany argument, że w tym okresie w Iranie liczba użytkowników tego serwisu była minimalna. Mimo to przekaz trafił do Stanów Zjednoczonych, gdzie w 2009 roku aż 62,4% internautów już z niego korzystało, co sprawiło, że informacja o rewolucji dotarła do mediów o zasięgu światowym (efekt CNN). Echem tych relacji było znane wystąpienie Hillary Clinton, w którym odniosła się do sytuacji w Iranie, wspominając także o Twitterze.

Zwieńczeniem dynamicznego rozwoju serwisu był debiut giełdowy (7 listopada 2013 roku), który potwierdził zarówno jego wartość biznesową (szacowaną na około 14 miliardów dolarów⁸) jak i kulturową (ewolucja od małego projektu do globalnego zjawiska społeczno-kulturowego w dziedzinie komunikacji społecznej).

Twitter – statystyki

Rozwój Twittera dokonał się błyskawicznie. W ciągu zaledwie dwóch lat przekształcił się z medium niszowego w popularne, zgodnie

z logiką krzywej EPS. Obecnie ten serwis jest najbardziej popularny w Stanach Zjednoczonych, Europie Zachodniej, Japonii, Korei Południowej i Brazylii. Doskonale obrazuje to serwis Tweetping, który umożliwia obserwowanie w czasie rzeczywistym, na mapie świata, z jaką intensywnością są umieszczane tweety⁹. Zdaniem Kamili Tuszyńskiej¹⁰ „w ciągu siedmiu lat od powstania Twitter zdobył pozycję najszybszego źródła informacji na świecie. Jeśli coś się wydarzy, to na Twitterze jest średnio w ciągu 20 minut. Na Facebooku dopiero po 4 godzinach”¹¹. Media tradycyjne zaś z reguły śledzą najważniejsze konta, które są wykorzystywane jako jedno z istotniejszych źródeł informacji dziennikarskich. W rezultacie serwis zaktywizował już „ponad pół miliarda użytkowników, z czego 200 milionów aktywnych, którzy piszą często po kilkadziesiąt wiadomości dziennie. Dotyczy to zarówno obywateli USA, państw Europy Zachodniej, Brazylii (drugi najchętniej tweetujący kraj na świecie), a nawet Egipcjan i Hindusów”¹². Aktywność w serwisie według kryterium językowego pokazuje, że najczęściej używany jest język angielski (41,57% wszystkich tweetów), następnie – hiszpański (11,16%) oraz portugalski (9,5%). Język polski jest 18. w kolejności, z 0,4% użytkowników¹³.

Jak wynika z danych Polskiej Agencji Prasowej „z Twittera korzysta 218 mln użytkowników miesięcznie. Dziennie nadają oni średnio pół miliarda tweetów. Najpopularniejszym

⁷ <http://twitpic.com/> [dostęp: 2.01.2014].

Por. <http://support.twitter.com/articles/20170359-twitter-czesto-zadawane-pytania-faq#> [dostęp: 20.11.2013].

⁸ *Twitter wystrzelił na giełdzie. Akcje wzrosły o 72,69%*, <http://tvn24bis.pl/informacje,187/twitter-wystrzelil-na-gieldzie-akcje-wzrosly-o-72-69-proc,369500.html> [dostęp: 2.01.2014].

⁹ <http://tweetping.net/> [dostęp: 2.01.2014].

¹⁰ dr Kamila Tuszyńska – doktor nauk humanistycznych, medioznawca, socjolog kultury i teoretyk sztuk wizualnych. Rozprawę doktorską obroniła w Zakładzie Retoryki i Mediów Uniwersytetu Warszawskiego. Jest członkiem PLOiU Uniwersytetu Warszawskiego oraz ZBOTL Polskiej Akademii Nauk.

¹¹ M. Wachnicki, *Dlaczego Polacy nie lubią Twittera?*, <http://polska.newsweek.pl/dlaczego-polacy-nie-korzysta-ja-z-twittera-newsweek,artykuly,270698,1.html> [dostęp: 26.12.2013].

¹² Tamże.

¹³ www.sgi.com [dostęp: 26.12.2013].

użytkownikiem Twittera jest kanadyjski piosenkarz Justin Bieber, którego profil śledzi 45,3 mln osób. Amerykański prezydent Barack Obama jest dopiero czwarty, z 37,5 mln śledzących. Dalajlama zajmuje 90. miejsce. Jego wpisy śledzi 7,8 mln osób¹⁴. Ciekawostką jest fakt, że prezydent Stanów Zjednoczonych, tweetując z ogromnym upodobaniem, został uznany za twitoholika i w tym rankingu zajmuje czwartą pozycję, za piosenkarzami Katy Perry, Justinem Bieberem i Lady Gagą¹⁵.

Rośnie także znaczenie Twittera w Polsce, choć na tle innych krajów daleko nam do czołówki. Z raportu przygotowanego przez Interactive Research Center dla spółki Edelman Digital Polska wynika, że „we wrześniu 2012 roku najpopularniejszym twitterowym kontem w Polsce był TVN24, z liczbą 138 162 użytkowników. Daleko w tyle, na drugim miejscu, znalazło się konto „Gazety Wyborczej”, z 64 609 śledzącymi. Trzecie miejsce, z nieco ponad 64 tysiącami obserwujących, zajął specjalista doradztwa zawodowego i organizator specjalistycznych szkoleń Ludwik Siadlak”¹⁶. Niewiele ustępuje czołówce najbardziej aktywny na Twitterze polityk minister Radosław Sikorski. Rysuje się tutaj pewna prawidłowość, z której wynika, że na świecie tweetują masy internautów, w Polsce zaś głównie to czynią politycy i celebryci. Te dane potwierdzają badania przeprowadzone przez Rafała Janika („Twitter in Poland”) w okresie od 1.10.2012 do 15.01.2013 roku. Wynika z nich, że mimo że w Polsce Twitter jest odwiedzany przez 2 miliony osób, to zarejestrowanych jest tylko 350 tysięcy kont,

a 56 tysięcy użytkowników wysłało minimum dwie wiadomości¹⁷. Najbardziej popularnymi politykami byli: Janusz Palikot, Donald Tusk, Paweł Graś, Radek Sikorski, Sławomir Nowak, Michał Boni. Konta polityków na Twitterze są śledzone głównie przez dziennikarzy, co potwierdza tezę o katalityczności starych i nowych mediów. W ten sposób media tradycyjne zapewniają sobie bezpośredni dostęp do informacji z pierwszej ręki, które mogą być wykorzystane jako newsy. Ranking cytowań tweetów według autora raportu był następujący: „Gazeta Wyborcza” – 633, „Rzeczpospolita” – 448, „Dziennik Gazeta Prawna” – 313, RMF FM – 290, Radio Zet – 189, „Wprost” – 185, TVN24 – 161, „Newsweek” – 128, „Fakt” – 97, „Polityka” – 95¹⁸.

Twiplomacja

Niezwykła łatwość posługiwania się Twitterem, prowadząca się do sformułowania informacji na smartfonie oraz umieszczenia jej na koncie w serwisie za pomocą jednego kliknięcia (dokładnie tak jak wysyła się sms), sprawiła, że aktorzy polityczni uznali to medium za jedno z najlepszych narzędzi komunikowania. W rezultacie trudno dzisiaj znaleźć polityka, który byłby nieobecny na Twitterze. Rosnąca popularność tego narzędzia w tym środowisku sprawiła, że stworzono ranking najbardziej aktywnych polityków, którzy uprawiają tzw. twiplomację (jest to swego rodzaju władza komunikacji¹⁹). Termin oznacza posługiwanie się mikroblokiem w szeroko pojętej dyplomacji. Na fali ogromnego zainteresowania Twitterem

¹⁴ Polska Agencja Prasowa, *Gospodarka*, http://www.pap.pl/palio/html.run?_Instance=cms_www.pap.pl&_PageID=1&s=infopakiet&dz=gospodarka&idNewsComp=124707&filename=&idnews=128018&data=&status=biezace&_Checksum=1895943468 [dostęp: 2.01.2014].

¹⁵ <http://twittercounter.com/pages/100> [dostęp: 2.01.2014].

¹⁶ <http://natemat.pl/38235,twitter-w-polsce-coraz-popularniejszy-poznaj-jego-najwieksze-gwiazdy> [dostęp: 26.12.2013].

¹⁷ Por. <http://www.slideshare.net/rafaljanik/twitter-in-poland> [dostęp: 26.12.2013].

¹⁸ Tamże.

¹⁹ M. Castells, *Władza komunikacji*, Warszawa 2013.

wykształcił się także nowy nurt badań dotyczący obecności światowych liderów politycznych w tym serwisie. Wynika z nich, że ponad 77% rządzących ze 193 krajów członkowskich ONZ korzysta z tego rodzaju komunikacji. Prawie połowa z 505 kont przeanalizowanych w serwisie Twiplomacy.com firmy Burson-Marsteller to osobiste konta szefów państw, szefów rządów i ministrów spraw zagranicznych. Co trzeci ze światowych przywódców tweetuje osobiście, korzystając z szybkiego dostępu przez smartfony lub netbooki. Badanie to dowodzi, że Twitter stał się potężnym narzędziem komunikacji umożliwiającym przekazywanie krótkich wiadomości milionom odbiorców. Dzięki temu serwisowi społecznościowemu dochodzi również do bezpośredniej interakcji pomiędzy użytkownikami, bowiem aż dwie trzecie (68%) spośród światowych liderów dokonało między sobą wzajemnych połączeń²⁰. Dzięki Twitterowi możliwa też stała się bezpośrednio komunikacja (interakcja) pomiędzy przywódcami najpotężniejszych państw na świecie: USA i Rosji. Czerwone telefony, które zainstalowano do kryzysowych rozmów pomiędzy liderami tych państw w okresie zimnej wojny, zastąpiono Twitterem. Prezydent USA Barack Obama śledzi jedynie dwóch swoich partnerów – premiera Rosji Dmitrija Miedwiediewa i premiera Norwegii Jensa Stoltenberga²¹. Obaj politycy zresztą także są aktywnymi użytkownikami tego serwisu. Jeśli chodzi o inne rankingi, to należałoby zwrócić uwagę na:

- ranking najlepiej skomunikowanych aktorów politycznych na świecie (mierzony liczbą wzajemnych połączeń): Minister Spraw Zagranicznych Szwecji (@carlbildt), Minister Spraw Zagranicznych Polski

(@PolandMFA), Ministerstwo Spraw Zagranicznych Wielkiej Brytanii (@foreignoffice), Ministerstwo Spraw Zagranicznych Francji (@francediplo);

- ranking najintensywniej obserwowanych liderów na świecie (mierzony liczbą śledzących), wśród których znajdują się kolejno: Barack Obama (@BarackObama), Papież Franciszek (@Pontifex), Prezydent Turcji Abdullah Gul (@cbabdullahgul) i Premier Turcji Recep Tayyit Erdogan (@RT_Erdogan);
- ranking najbardziej aktywnych liderów (mierzony liczbą wysyłanych tweetów dziennie): Prezydent Wenezueli (@PresidencialVen), Prezydent Republiki Dominikany (@PresidencialRD), Rząd Chorwacji (@VladaRH), Rząd Ukrainy (@Kabmin_UA), Prezydent Kolumbii (@infopresidencia);
- ranking najbardziej rozmownych liderów na świecie (mierzony liczbą replik): Premier Ugandy (@AmamaMbabazi), Prezydent Rwandy (@PaulKagame), Minister Spraw Zagranicznych Szwecji (@fragaCarlBildt), Prezydent Ekwadoru (@MashiRafael), Minister Spraw Zagranicznych Rwandy (@LMushikiwabo)²².

Według autora raportu Twiplomacja 2013 Matthiasa Lufkensa „ludzie chcą kontaktować się ze swoimi przywódcami za pomocą Twittera (...). Jednak zdumiewające jest to, że konta o największej popularności cechuje jednocześnie najmniejszy stopień interakcji z innymi użytkownikami Twittera”²³. Analiza raportu wskazuje także, że Twitter cieszy się dużą popularnością w mniejszych krajach, „dla których stanowi doskonałe narzędzie do pojawienia się na politycznej mapie świata i do bezpośredniego

²⁰ Por. <http://twiplomacy.com/> [dostęp: 02.01.2014].

²¹ Por. <http://twiplomacy.com/info/north-america/> [dostęp: 2.01.2014].

²² http://twiplomacy.com/wp-content/uploads/2013/07/Top5_infographic_final.png [dostęp: 3.01.2014].

²³ http://www.proto.pl/informacje/info?itemId=125989&rob=Twiplomacy:_@BarackObama_wciaz_najpopularniejszy_polski_MSZ_na_dobrej_pozycji [dostęp: 3.01.2014].

kontaktu z zagranicznymi partnerami. Wszystkie 45 rządów państw europejskich oficjalnie funkcjonuje na Twitterze. W Ameryce Południowej oficjalne konta mają wszystkie kraje, poza Surinamem. W Ameryce Północnej, Azji i Afryce z Twittera korzysta odpowiednio 79%, 76% i 71% rządów. Natomiast jedynie nieco ponad 1/3 (38,4%) władz państw Pacyfiku odkryła ten serwis mikroblogowy²⁴. Słabo wykorzystywane jest narzędzie dostępne na Twitterze w postaci tzw. list, za pomocą których można tworzyć wykazy agend rządowych czy placówek dyplomatycznych. Jedynie Ministerstwo Spraw Zagranicznych Izraela posługuje się tym narzędziem właściwie – „stworzyło 15 list na koncie @Israel oraz 8 na koncie @IsraelMFA. Także Komisja Europejska @EU_Commission zarządza 12 listami @StateDept 8, zaś konto premiera Malezji @NajibRazak udostępnia 7 list. Brytyjskie @ForeignOffice zgromadziło na listach 194 konta ambasadorów, ambasad, konsulatów i misji, zaś na drugim miejscu znalazło się polskie MSZ ze 150 usystematyzowanymi profilami w ramach list. Kolejne miejsca zajmują @IsraelMFA (127), @StateDept (127) oraz szwedzkie Ministerstwo Spraw Zagranicznych (116)”²⁵.

Twitter – analiza przypadków

Doświadczenia egipskich aktywistów z okresu Arabskiej Wiosny dowiodły, że Twitter jest doskonałym narzędziem komunikacji i mobilizacji w czasie kryzysu. Do historii przeszły tweety z Placu Tahrir, które opublikowano

w formie książkowej jako dowód roli nowych „nowych mediów” w procesie obalania władzy autorytarnej²⁶. Za pośrednictwem Twittera próbują dotrzeć do opinii publicznej także aktywiści z Bahrajnu, którzy bezskutecznie walczą o zniesienie monarchii w tym kraju. Ich działalność jest całkowicie ignorowana przez media głównonurtowe, dlatego aktywiści korzystają z narzędzi dostępnych w sieci²⁷.

W 2011 roku, który przeszedł do historii jako Annus Horribilis²⁸, miały miejsce także ważne wydarzenia społeczne w Wielkiej Brytanii, które znane są jako London Riots, choć dotyczyły wielu innych miast brytyjskich. Dziennikarze jednej z najbardziej opiniotwórczych gazet „The Guardian” (John Burn – Murdoch, Paul Lewis, James Ball, Christine Oliver, Michael Robinson i Garry Blight) 24 sierpnia 2011 roku dokonali analizy wydarzeń z perspektywy aktywności uczestników tych rozruchów na Twitterze. Efektem działań jest interaktywny wykres²⁹, który obrazuje współzależność aktywności w serwisie i w przestrzeni miejskiej (zdaniem Castellsa jest to tzw. przestrzeń autonomii³⁰). Zaskakująca jest prawidłowość potwierdzająca tezę o interferencyjności aktywności on- i offlinowej³¹ oraz mobilizacyjnej funkcji tego serwisu. Z wykresu wynika także, że w czasie kiedy uczestnicy zamieszek komunikowali się ze sobą na Twitterze, na ulicach brytyjskich miast panował spokój. Kiedy zaś kończyła się aktywność w sieci, ulice wypełniały się agresywną młodzieżą. Z badania płynnie wniosek, że obserwacja tego serwisu może

²⁴ Tamże.

²⁵ Tamże.

²⁶ Por. A. Nunns, N. Idle, *Tweets from Tahrir*, 2011.

²⁷ <https://bahrainwatch.org/ipspy/> [dostęp: 4.01.2014].

²⁸ M. Lakomy, *Internet i polityka światowa w 2011 roku* [w:] „Perspektywy Kultury” 2012, nr 7, s. 111–127; tegoż, *Internet i kultura*, Akademia Ignatianum Kraków 2013.

²⁹ <file:///C:/Documents%20and%20Settings/ML/Pulpit/DOKUMENTY/wykres/riots-twitter-traffic-interactive.htm> [dostęp: 4.01.2014].

³⁰ M. Castells, *Sieci oburzenia i nadziei. Ruchy społeczne w erze Internetu*, Warszawa 2013.

³¹ Por. M. Lakomy, *Demokracja 2.0. Interakcja polityczna w nowych mediach*, Kraków 2013.

dostarczać niezwykle ważnych informacji dla służb bezpieczeństwa. Z odpowiednim wyprzedzeniem mogą one bowiem przygotować się do interwencji w określonych rejonach miast.

W ostatnim czasie Twitter zyskuje na znaczeniu także jako narzędzie zliczania głosów w popularnych programach telewizyjnych o charakterze kwizowym, w których widownia dokonuje wyboru zwycięzców. W polskiej praktyce stacje telewizyjne posługują się jeszcze technologią sms-ów. W Stanach Zjednoczonych coraz częściej używany jest Twitter, za pomocą którego dokonuje się błyskawicznych rozstrzygnięć³². Wyobraźmy sobie, że uczestnicy programu dysponują następującymi kontami na Twitterze: @zawodnik1, @zawodnik2, @zawodnik3 itd. Głosowanie odbywa się w określonym przedziale czasu przez wysłanie tweetu na wybrany adres. Na ekranie telewizora widzowie obserwują wykres obrazujący liczbę napływających głosów w czasie rzeczywistym. Potyczkę wygrywa zawodnik, który uzyska największą liczbę postów. Przeniesienie tego mechanizmu do praktyki politycznej może skutkować zmniejszeniem znaczenia tradycyjnych sondaży wyborczych. Zdaniem „The Washington Post” dzięki Twitterowi można będzie niebawem przewidzieć wynik wyborów³³. Potwierdzają to wyniki badań Fabio Rojasa, socjologa z Uniwersytetu w Indianie. Współczesny polityk komunikuje się z elektoratem za pomocą różnych środków, ale coraz częściej są to narzędzia internetowe (polityka 2.0). Stąd też, na podstawie analizy procesu deliberacji dokonywanego się na tych płaszczyznach, można określać preferencje polityczne danego społeczeństwa (netizenów). Badania przeprowadzone przez F. Rojasa dotyczyły wyborów do Izby Reprezentantów USA.

Jak twierdzi, „korzystając z miliardów przykładów tweetów zarchiwizowanych na Uniwersytecie w Indianie wybraliśmy ponad pół miliona z nich, które wymieniają demokratycznego lub republikańskiego kandydata do Kongresu w 2010 roku. Dla każdego okręgu obliczyliśmy procent tweetów, które wymieniały któregoś z kandydatów. Znaleźliśmy mocną korelację pomiędzy tym, ile razy dany kandydat „był tweetowany”, a końcowym wynikiem w wyborach. (...) W 2010 roku przewidzieliśmy zwycięzców w 404 na 406 przypadków”³⁴. Należy dodać, że w badaniach tweetów nie brano pod uwagę wartościowania danego kandydata. Nie określano zatem, czy jego nazwisko pojawia się w pozytywnym, czy negatywnym kontekście. Sam fakt, że na Twitterze mówiono o kimś oznaczał, że znajduje się on na drodze do sukcesu. Badanie opinii publicznej i przewidywanie wyniku wyborów w społeczeństwach zaawansowanych pod względem poziomu użytkownika internetu będzie zatem łatwiejsze i znacznie tańsze niż obecnie.

Jeśli chodzi o przykłady posługiwania się Twitterem przez aktorów politycznych, to można ich wymienić niezliczoną ilość. Wśród najbardziej interesujących należałoby zaprezentować Hermana van Rompuya – przewodniczącego Rady Europejskiej – którego konto na Twitterze stało się szczególnie popularne 7 i 8 lutego 2013 roku. Po nieudanych negocjacjach w listopadzie 2012 roku napięcie w sprawie budżetu unijnego rosło. Opinia publiczna w krajach członkowskich UE oczekiwała na oficjalny komunikat. Dziennikarze na próżno próbowali zdobyć jakieś przecieki w tej sprawie, bowiem przywódca byli odcięci od mediów. W sukurs przyszedł Herman van Rompuy, który na swoim

³² <https://dev.twitter.com/media/twitter-tv> [dostęp: 4.01.2014].

³³ <http://wpolityce.pl/artykuly/60068-washington-post-siec-internetowa-zmniejszy-znaczenie-sondazy-czyli-otym-jak-dzieki-twitterowi-mozna-przewidziec-wynik-wyborow> [dostęp: 4.01.2014].

³⁴ www.washingtonpost.com [dostęp: 4.01.2014].

koncie na Twitterze jako pierwszy opublikował dobrą nowinę: „Deal done!”³⁵. Chwilę potem Paweł Graś – rzecznik prasowy polskiego rządu – donosił: „SMS właśnie otrzymany od premiera: „Załatwione!!!!”³⁶. Tweetował także premier Tusk, który uchylał w ten sposób rąbek tajemnic negocjacyjnych³⁷. Twitter okazał się wówczas nieocenionym źródłem informacji z pierwszej ręki, narzędziem polityki responsywnej. Osiągnął największy sukces, stając się źródłem informacji dla pięciuset milionów obywateli Unii Europejskiej. Premier Donald Tusk, do tej pory dość sceptycznie korzystający z mediów społecznościowych, poczuł, że w ten sposób można realizować także politykę. W sierpniu 2013 roku, w trakcie przerwy w parlamencie, pojawiły się w mediach (Reuters, Newsweek) informacje, z których wynikało, że minister Jacek Rostowski rezygnuje z pełnienia urzędu. Informacja mogła zaszkodzić interesom Polski, stąd niemal natychmiastowa reakcja Donalda Tuska, który za pośrednictwem Twittera „rozbroił tę bombę”, pisząc: „Minister Rostowski nie złożył żadnej dymisji. Plotki czy nagonka?”. Najbardziej odważnym użyciem tego serwisu do interakcji z obywatelami była akcja z 30 grudnia 2013 roku, kiedy Donald Tusk między godziną 15.00 i 16.00 miał odpowiadać „na żywo” na pytania internautów. Należy ją jednak uznać za całkowicie nieudaną. Ciekawe było także starcie premiera Tuska z Jarosławem Kaczyńskim w kontekście konfliktu z Dawidem Cameronem, który dokonał stygmatyzacji Polaków nadużywających brytyjskiej pomocy socjalnej na dzieci. Sprawa odbiła się dużym echem medialnym.

Politycy ochoczo wypowiadali się w obronie polskich obywateli, używając różnorodnych argumentów. Szef PO i przewodniczący PiS zapowiedzieli nawet, że będą rozmawiać telefonicznie z brytyjskim premierem. Wywiązała się między nimi specyficzna rywalizacja. Jak to skomentowano później na portalu 300polityka.pl, „zdjęcie z rozmowy Kaczyński–Cameron, umieszczone na TTs, natychmiast stało się wirtualne; będzie zapewne też pożywką dla twórców memów³⁸. Zdjęcie natychmiast trafiło też do telewizji informacyjnych”³⁹.

Z początkiem października 2013 roku Janusz Palikot dokonał *rebrandingu* swojej partii, licząc na lepszy jej społeczny odbiór. Całą powagę tego wydarzenia, obliczonego na polepszenie wizerunku „Twojego Ruchu”, zburzył Leszek Miller niezwykle celnym *bon motem* zamieszczonym na swoim koncie na Twitterze: „Prof. Hartman zapowiedział, że ruchersi będą jednocześnie PO, PiS-em i SLD. A PSL-em?”⁴⁰. W tym kontekście należy dodać, że SLD jest partią, która dość dobrze korzysta z narzędzi komunikacji internetowej. Pokazują to doświadczenia z ostatnich lat, ale najlepiej było to widoczne podczas Konwencji SLD w Sosnowcu 14 grudnia 2013 roku. W trakcie przemówienia Leszka Millera, w kadrze za jego plecami, pojawiła się grupa młodzieży z hasłami: „Polska: #kurs na zmiany”, „#praca”, „#seniorzy”, „#młodzi”, „#gospodarka”, „#edukacja”, „#zdrowie”. Niezwykle aktualne hasła wykorzystane w tej kampanii odwoływały się do chmury *hashtagów*, których zamiarem było przeniesienie dyskusji do Twittera. W ten sposób SLD wykorzystało nowe media

³⁵ <https://twitter.com/euHvR> [dostęp: 4.01.2014].

³⁶ <https://twitter.com/pawelgras> [dostęp: 4.01.2014].

³⁷ <https://twitter.com/premiertusk> [dostęp: 4.01.2014].

³⁸ Przykład memu z udziałem J. Kaczyńskiego: <https://twitter.com/michalgornicki/status/420952133135900672/photo/1> [dostęp: 10.01.2014].

³⁹ <http://300polityka.pl/news/2014/01/08/pis-wrzuca-na-tt-zdjecie-z-rozmowy-kaczynski-cameron-tuz-po-konferencji-tuska/> [dostęp: 10.01.2014].

w komunikacji z elektoratem przez telewizję (symbioza nowych i starych mediów).

Spośród światowych przywódców uwagę zwrócił profil nowego prezydenta Iranu Hasana Rowhaniego, który we wrześniu 2013 roku niespodziewanie przekazał na Twitterze noworoczne życzenia „wszystkim Żydom”⁴¹. Konflikt izraelsko-irański rozgrywa się od kilku lat w kontekście irańskiego planu budowy broni nuklearnej. Rowhani przyjął kurs pojednawczy z Izraelem, unikając tym samym interwencji zbrojnej, którą Izrael zapowiada i przygotowuje. Twitter, jak więc widać, służy także nowej polityce Iranu, gdzie wciąż są podejmowane tematy pokojowych rozmów pomiędzy zwaśnionymi stronami.

W dniach 22 i 23 października 2013 roku w Warszawie odbył się XIII Światowy Szczyt Laureatów Pokojowej Nagrody Nobla, zwany Szczytem Noblistów. Uświetnili go swoją obecnością m.in. Dalajlama XIV, Michaił Gorbaczow, Frederik Willem de Klerk oraz Sharon Stone, która przykuwała uwagę mediów. Aktorka teetowała także bardzo aktywnie na swoim koncie. Jeden z najważniejszych wpisów umieszciała 21 października: „in Poland where 90% of the population have a secondary education & 50% procure a higher education! great example”⁴². Tak dobra opinia o Polsce propagowana przez osobę tak medialną, jak Sharon Stone, jest ważna dla tworzenia pozytywnego wizerunku Polski na świecie. Tym bardziej to istotne, że pozostali uczestnicy Szczytu nie komentowali tej uroczystości w serwisie. Dalajlama nawet nie wspominał, że był w Warszawie...⁴³

Twitterem posługiwali się także niemieccy politycy w odniesieniu do afery podsłuchowej,

kiedy dzięki informacjom uzyskanym od Edwarda Snowdena okazało się, że Narodowa Agencja Bezpieczeństwa z USA podsłuchuje rozmowy telefoniczne Kanclerz Angeli Merkel. Szczególną aktywnością w wyjaśnianiu okoliczności tej sprawy wykazał się Christian Strobele, szef Frakcji Zielonych, który nawet spotkał się z byłym pracownikiem CIA w Moskwie. Swoje dociekania w tej kwestii cyklicznie publikuje na Twitterze⁴⁴.

Kontynuując temat PRISM – rządowego programu podsłuchu elektronicznego na skalę globalną – należałoby stwierdzić, że większość amerykańskich korporacji internetowych zgodziła się na udostępnianie swoich serwerów dla działań NSA. Microsoft uczynił to w 2007 roku, Yahoo – w 2008, Google i Facebook – w 2009, YouTube – w 2010, Skype – w 2011 i Apple – w 2012. Dzięki temu poważnie naruszono prywatność użytkowników tych mediów społecznościowych. Naciskom Agencji oparł się jedynie Twitter, który odmówił współpracy, zyskując tym samym poważanie internautów. Jednakże w Ameryce Łacińskiej, w której politycy bardzo chętnie posługują się tym serwisem, coraz częściej pojawiają się głosy, aby odejść od jego użytkowania. Fala takich nastrojów pojawiła się po serii włamań, których dokonali hakerzy z USA na konta niektórych polityków w trakcie kampanii wyborczych. Do najzagorzalszych krytyków należy prezydent Wenezueli Nicolas Maduro, który ujawnił, że aż 6600 razy atakowano konta polityków z Ameryki Łacińskiej na Twitterze, w tym szczególnie ostro – jego własne⁴⁵. Zaproponował w tym kontekście podjęcie działań uniezależniających Amerykę Łacińską od mediów społecznościowych

⁴⁰ <https://twitter.com/LeszekMiller> [dostęp: 4.01.2014].

⁴¹ <https://twitter.com/HassanRouhani> [dostęp: 4.01.2014].

⁴² <https://twitter.com/sharonstone> [dostęp: 4.01.2014].

⁴³ <https://twitter.com/DalaiLama> [dostęp: 4.01.2014].

⁴⁴ https://twitter.com/MdB_Stroebele [dostęp: 4.01.2014].

⁴⁵ <http://rt.com/news/twitter-liberation-maduro-venezuela-145/> [dostęp: 4.01.2014].

zmonopolizowanych przez amerykańskie korporacje. Podobnie negatywną opinię o serwisie głoszą aktywiści z ruchu Occupy Wall Street, którzy oskarżają medium o nieumieszczanie informacji o ruchu w aplikacji „trendy” (TTs). Jako jedną z przyczyn podają fakt, że współudziałowcem serwisu jest jeden z największych amerykańskich banków zainteresowany zwalczaniem OWS.

Przykłady pokazują, że Twitter może stać się areną rywalizacji politycznej na skalę ponadnarodową. Zjawisko hakywizmu jest bowiem elementem współczesnej kultury politycznej. Jedną z najbardziej spektakularnych akcji tego typu było włamanie, którego dokonała Elektroniczna Armia Syryjska (SEA) na twitterowe konto Baracka Obamy. Dnia 28 października 2013 roku na swoim profilu prezydent zamieścił wpis o tym, „że imigracja jest sprawą ważną dla obu amerykańskich partii”. Dodał także link do artykułu na stronie „The Washington Post”. Link jednak nie przekierowywał do strony dziennika, ale do filmu o tym, jak syryjska armia zwalcza terrorystów – jak nazywa powstańców atakujących armię Baszara el-Asada⁴⁶. SEA przyznała się do ataku na swoim twitterowym profilu, pisząc: „dziękujemy Obamie za przekierowanie internautów na stronę SEA”⁴⁷. Dnia 24 kwietnia 2013 roku Agencja Associated Press poinformowała o ataku hakerskim na swoje konto na Twitterze. Zanim zdementowano zapisaną tam informację, odbiła się ona echem na całym świecie. Hakywiści informowali bowiem: „Pilne: Dwie eksplozje w Białym Domu, Barack

Obama ranny”. Po tym incydencie konto AP zostało zawieszona. Kontynuując wątek Białego Domu, należałoby wspomnieć o wydarzeniach, których konsekwencją było zwolnienie z pracy w administracji prezydenta Stanów Zjednoczonych Jofi Josepha. „Był on dyrektorem w Radzie Bezpieczeństwa Narodowego odpowiedzialnym za nierozprzestrzenianie broni atomowej, ale w sieci był znany jako @NatSecWonk⁴⁸ (*wonk* – ang. ‘kujon’), autor mocnych, nieraz obraźliwych wpisów pod adresem innych użytkowników”⁴⁹, szczególnie skierowanych w Hillary Clinton. Został zdemaskowany po serii publikacji krytykujących politykę amerykańskiej administracji.

Według Briana McNaira do aktorów politycznych, obok partii politycznych, organizacji społecznych, różnego rodzaju grup nacisku, zaliczamy także organizacje terrorystyczne⁵⁰. W komunikowaniu politycznym coraz częściej posługują się one narzędziami w postaci mediów społecznościowych. Jednym z najbardziej spektakularnych przykładów jest wykorzystanie Twittera przez Harakat al-Shabaab al-Mujahideen, powszechnie znaną jako Al-Shabaab – somalijską radykalną milicję islamską. Organizacja jest grupą militarną powiązaną z Al-Ka’idą stosującą brutalne taktyki terrorystyczne, ale szerzej nieznaną opinii publicznej na świecie, stąd zapewne próba zwrócenia uwagi i zyskania ponurej sławy przez zorganizowanie niezwykle krwawego zamachu na Centrum Handlowe Westgate Mall w Nairobi (Kenia) w dniach 21–24 września 2013 roku.

⁴⁶ <http://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiata,2/obama-wspiera-syryjska-armie-zart-syryjskich-hakerow,366965.html> [dostęp: 4.01.2014].

⁴⁷ https://twitter.com/intent/user?original_referer=http%3A%2F%2Fwww.tvn24.pl%2Fwiadomosci-ze-swiata-%2C2%2Fobama-wspiera-syryjska-armie-zart-syryjskich-hakerow%2C366965.html&screen_name=Official_SEA16&tw_i=394879792727601155&tw_p=tweetembed [dostęp: 4.01.2014].

⁴⁸ <http://favstar.fm/users/natsecwonk> [dostęp: 4.01.2014].

⁴⁹ <http://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiata,2/krytkowal-na-twitterze-wylecial-z-pracy-wysoki-urzednik-zwolniony-z-bialego-domu,365357.html> [dostęp: 4.01.2014].

⁵⁰ <http://www.marketingwpolityce.zgora.pl/ksiazki/ksiazka110.pdf> [dostęp: 4.01.2014].

Prawdopodobnie była to odpowiedź na kenijską ofensywę prowadzoną za milczącym przyzwoleniem władz Somalii przeciwko bojownikom Al Shabab. Immanentną cechą ataków terrorystycznych jest umieszczenie informacji o nich na agendzie medialnej w celu siania strachu, przekazania jakiegoś komunikatu politycznego lub utrwalenia w świadomości odbiorców marki organizacji. Korzystanie w tym celu z mediów tradycyjnych jest obarczone szeregiem wad, których nie posiadają media społecznościowe. Za ich pośrednictwem można bezpośrednio docierać z przekazem do adresatów. Al Shabab na kilka miesięcy przed atakiem prowadził na Twitterze twardą dyskusję z rzecznikiem armii kenijskiej Emmanuelem Chirchirem. W wyniku tej dyskusji dwa konta organizacji na Twitterze: @HSMPress i @HSMPress1 zostały zawieszane za ich użytkowanie niezgodne z regulaminem serwisu. Jednakże biuro prasowe milicji informowało 10 września 2013 roku, że adres @HSMPress został przywrócony w celu – jak pisano – „udziału Mudżahedinów w sprawie wydarzeń w Somalii, a także bieżących wydarzeń w szerszym kontekście globalnym”. Od momentu rozpoczęcia ataku do godziny 17.34, kiedy to zawieszono funkcjonowanie konta, Al Shabab informowała przez Twittera na bieżąco o rozwoju sytuacji w Centrum Handlowym, donosząc m.in. o liczbie zabitych i starając się wpływać na morale Kenijczyków: „Mudżahedini opanowali #Westgate Mall dzisiaj około południa, wciąż są w środku, walcząc z #Kenyan Kuffar na ich własnym terenie”; „spójrzcie jak strach ogarnął wasz naród. Nie macie nawet na tyle wolności, by wysłać prostego SMS-a do waszych przyjaciół i rodziny”; „Możecie przybierać odważne pozy, ale

jesteście poruszeni. Wasz duch gaśnie, a wasi liderzy nie posiadają wewnętrznej siły, by robić to, co trzeba”⁵¹. W odpowiedzi szef kenijskiej policji David Kimaiyo napisał na Twitterze, że siły bezpieczeństwa przejmują kontrolę nad coraz większą powierzchnią budynku. Na Twitterze podejmowano także próby negocjacji, ale w odpowiedzi terroryści napisali: „Nie będziemy negocjować z rządem Kenii tak długo, jak jego siły okupują nasz kraj, dlatego będziecie zbierać gorzkie owoce swojej pracy”⁵². W trakcie walk terroryści zamieszczali także zdjęcia z wnętrza Centrum Handlowego, wykorzystując do tego celu profil na Facebooku⁵³. Przykład Al Shabab pokazuje, jak młode pokolenie terrorystów podejmuje próby wykorzystywania narzędzi w postaci mediów społecznościowych w celu dotarcia ze swoim ideologicznym przekazem do młodego odbiorcy na Zachodzie, co jest szczególnie niebezpieczne z punktu widzenia proliferacji fundamentalizmu islamskiego do wielokulturowego społeczeństwa zachodniego.

Podsumowanie

Konkludując, należy dodać, że Twitter znalazł także zastosowanie do tzw. mikromapowania w czasie katastrof humanitarnych. Opracowano bowiem aplikację występującą pod nazwą TweetClicker, której działanie opiera się na *crowdsourcingowym* tagowaniu tweetów na podstawie kategorii określanych przez takie organizacje, jak ONZ czy Czerwony Krzyż. Aplikacja została praktycznie zastosowana podczas akcji pomocy dla Filipin po ataku najpotężniejszego w historii tajfunu Yolanda.

Ponadto należy stwierdzić, że Twitter znalazł uznanie jako:

⁵¹ <https://twitter.com/HSMPress> [dostęp: 4.01.2014].

⁵² Tamże.

⁵³ <http://www.cbc.ca/news/world/kenya-attack-why-al-shabaab-live-tweeted-the-assault-1.1865566> [dostęp: 4.01.2014].

- narzędzie organizowania i mobilizowania wykorzystywane przez ruchy społeczne;
- narzędzie błyskawicznego i bezpośredniego informowania opinii publicznej przez aktorów politycznych (także przez organizacje terrorystyczne);
- narzędzie bezpośredniej interakcji pomiędzy politykami;
- narzędzie badania opinii publicznej;
- narzędzie *crowdsourcingowego* mikromapowania podczas katastrof humanitarnych.

W ten sposób serwis dokumentuje swoją przydatność jako medium responsywne, najszybszy na świecie portal do przekazywania ważnych informacji politycznych.