

Martyna Małgorzata Siudak

Historia o tych, którzy chcieli sprawić, by ludzie byli mniej samotni

Media – Kultura – Komunikacja Społeczna 11/4, 143-149

2015

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Martyna Małgorzata Siudak
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Historia o tych, którzy chcieli sprawić, by ludzie byli mniej samotni

The Story of Those Who Wanted to Make People Less Alone

Nick Bilton, *Twitter. Prawdziwa historia o bogactwie, władzy, przyjaźni i zdradzie* [*Hatching Twitter: A True Story of Money, Power, Friendship, and Betrayal*], tłum. R. Romanek, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2015.

Słowa kluczowe: Twitter, Odeo, Internet, nowe media, mikroblog

Key words: Twitter, Odeo, Internet, new media, microblog

Koniec sierpnia 2006 roku. Trzęsienie ziemi w San Francisco.
2008 rok. Wybory prezydenckie w USA.
Połowa stycznia 2009 roku. Katastrofa lotu US
Airways 1549 nazywana „cudem na rzece Hudson”.
Czerwiec 2009 roku. Mahmud Ahmadineżad
wygrywa wybory prezydenckie w Iranie.

Można zadać pytanie, co łączy wymienione wyżej zdarzenia. Odpowiedzi mogą być różne: miejsce (w większości to USA), powaga sytuacji czy liczba ofiar (w przypadku trzęsienia ziemi i katastrofy lotniczej). W kontekście omawianej pozycji książkowej sedno tkwi jednak gdzie indziej. Wyjaśnienie można zamknąć w jednym angielskim słowie, które w wolnym tłumaczeniu oznacza „ćwierkać; szczebiotać; świergotać” – w czasowniku *twitter*. Najpopularniejszy na świecie mikroblog o tej nazwie powstał w 2006 roku. Choć od tego czasu minęło dziesięć lat, użytkowników serwisu wciąż przybywa. W ostatnim kwartale 2015 roku ich liczba sięgnęła 320 milionów¹.

Jeszcze w 1995 roku Clifford Stoll, dziennikarz amerykańskiego „Newsweeka”, pisał, że „żadna baza danych nie zastąpi codziennej gazety, żaden CD-ROM nie stanie w miejscu kompetentnego nauczyciela, a żaden komputer nie zmieni sposobu, w jaki funkcjonuje nasz rząd”. Internet i rozwój Sieci zmieniły każdy

¹ *Twitter: w III kw. przychód w górę, ale 132 mln USD straty. 320 mln użytkowników*, [online] <<http://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/twitter-w-iii-kw-przychod-w-gore-ale-132-mln-usd-straty-320-mln-uzytkownikow>>, dostęp: 10.02.2015.

aspekt życia wspomniany przez felietonistę. Istotnym czynnikiem powodującym te zmiany stały się między innymi serwisy społecznościowe. Obecnie nikogo nie dziwi, że do publicznych debat zostają dopuszczeni blogerzy, a portale typu YouTube, Twitter czy Facebook odgrywają znaczącą rolę w najnowszej rzeczywistości, nie tylko medialnej, ale i społecznej. To właśnie siła oddziaływania Twittera na społeczeństwo łączy wydarzenia opisane na początku tego tekstu, należy je zatem dokładniej opisać.

Koniec sierpnia 2006 roku, trzęsienie ziemi w San Francisco. Początki działania Twittera. Trzęsienie o sile 4,72 stopnia, które nie spowodowało żadnych strat, było momentem przełomowym dla osób tworzących omawiany serwis. Narzędzie to, początkowo mające za zadanie wyświetlanie zaktualizowanego statusu użytkownika, stało się tym, za pomocą którego po prostu udostępniano informacje. Wszystko za sprawą tweetów, które w krótkim czasie wypełniły serwis. Właśnie ich celem było informowanie o wyczuwalnym trzęsieniu ziemi. „Mimo że użytkownicy usługi znajdowali się w tym czasie w różnych miejscach, przez krótką chwilę wydawało im się, że czas i przestrzeń się skurczyły. [...] Twitter pomógł grupce ludzi czuć się mniej samotnymi”².

Wybory prezydenckie w USA, 2008 rok. Zdarzenie było opisywane nie tylko na blogach. Komentarze polityków i przedstawicieli mediów można było znaleźć przede wszystkim na Twitterze. Narzędzie służyło wyborcom do organizowania masowych demonstracji, a kandydatom – do prowadzenia kampanii. Prekursorem w tej materii był senator z Illinois, Barack Obama. Zauważył on potencjał Twittera dużo wcześniej – zarejestrował się w serwisie dokładnie 5 marca 2007 roku. W czasie kampanii wyborczej wzrosła aktywność mediów tradycyjnych. Pracujący w nich dziennikarze zakładali konta w portalu, by błyskawicznie przekazywać informacje swoim odbiorcom. Wrażenie robią liczby wysłanych wiadomości przez tak zwanych userów niespełna dwuletniego serwisu: „Podczas konwencji z 2008 r. 1,4 mln użytkowników aktywnie korzystających z Twittera wysłało ponad 365 000 tweetów dotyczących konwencji obu największych partii: Republikanów i Demokratów” [T 133]. Czas kampanii to też jeden z pierwszych przypadków współpracy Twittera z siecią telewizyjną CurrentTV. Podmioty te wspólnie organizowały debaty prezydenckie: wymianę tweetów toczoną między zwykłymi użytkownikami sieć CurrentTV miała transmitować na żywo w swoich programach telewizyjnych. Powstała wówczas nowa forma interaktywnej telewizji, która obecnie nie wydaje się być czymś nadzwyczajnym. Wybory z 2008 roku zapisały się na kartach historii jako te, w których po raz pierwszy na taką skalę użyto „arsenału” mediów społecznościowych.

Połowa stycznia, 2009 rok. Katastrofa lotu US Airways 1549 nazywana „cudem na rzece Hudson”. To wydarzenie stało się powodem szczytowej aktywności Twittera w nagłówkach mediów. Samolot lecący z Nowego Jorku ze 155 pasażerami na pokładzie uległ awarii (stado ptaków uszkodziło silniki). Pilot

² N. Bilton, *Twitter. Prawdziwa historia o bogactwie, władzy, przyjaźni i zdradzie*, Gliwice 2015, s. 91 (przy kolejnych cytatach pochodzących z tej książki podaję w tekście głównym skrót T i numer strony).

zdecydował się na lądowanie na rzece Hudson. Nikomu nic się nie stało. „Zdjęcie przedstawiające pasażerów uciekających z nabierającego wody samolotu trafiło na konto Twittera jakiegoś turysty przebywającego akurat na przepływającym obok promie. A potem okazało się, że jest wszędzie – w Internecie, w gazetach i w wieczornych wiadomościach” [T 160].

Największa popularność Twittera, związana z tworzeniem społeczeństwa w Sieci, przypadła na czerwiec 2009 roku. Wówczas Mahmud Ahmadineżad wygrał wybory prezydenckie w Iranie. Jak się okazało – sfałszowane wybory. Po ogłoszeniu wyników zarówno konkurenci prezydenta, jak i zwykli obywatele zaczęli wyrażać swoje zaniepokojenie zaistniałym faktem. Młodzi „gromadzili się” w Internecie, na Twitterze i Facebooku (w istocie nawiązując dzięki Sieci liczne interakcje), a potem wyszli na ulice. Taką genezę ma „arabska wiosna”. Wykorzystywanie przez mieszkańców Iranu zasobów Internetu, głównie portali społecznościowych, zadecydowało o sukcesie wystąpień przeciw złej kondycji państwa. Sieć była głównym miejscem wymiany opinii i krytykowania władzy. Tutaj informowano o antyrządowych akcjach, a także mobilizowano społeczność arabską do działania. Twitter stał się narzędziem w rękach rewolucjonistów. Narzędziem na tyle ważnym, że twórcy serwisu otrzymali list z prośbą o przesunięcie zaplanowanych prac konserwacyjnych strony tak, aby jeden z protestów Irańczyków mógł odbyć się z dostępem do mikroblogu. Nadawcą listu był Jared Cohen, pracownik Departamentu Stanu USA. Pisał on: „Zmiana decyzji naprawdę i dosłownie może zrobić różnicę w kontekście tego, co dzieje się w tym kraju” [T 195]. Prace konserwatorskie na stronie wstrzymano.

Z Twittera korzystają miliony ludzi na całym świecie. Najbardziej aktywnymi użytkownikami serwisu są mieszkańcy Stanów Zjednoczonych oraz zachodniej części Europy. Inne popularne miejsca na twitterowej mapie świata to wybrzeże Brazylii, obszar Zatoki Perskiej, Japonia oraz Azja Południowo-Wschodnia. Popularność TT, jak skróto jest nazywany omawiany mikroblog, w poszczególnych krajach można określić, posługując się stroną *TweetPing*. To narzędzie, które działa w czasie rzeczywistym. Jego zadaniem jest geolokalizacja tweetów na konturowej mapie świata. Strona nie rejestruje jednak wszystkich użytkowników. A tych jest wielu: od polityków, przez gwiazdy i celebrytów, po media tradycyjne i tak zwanych zwykłych ludzi. Co ważne – bez względu na swój status społeczny osoby te dynamicznie reagują na każde zmiany i ulepszenia zapowiadane przez twórców serwisu. Na początku lutego 2016 roku w Sieci pojawiła się informacja o możliwej zmianie sposobu wyświetlania tweetów z chronologicznego na sugerowany przez algorytm. Zmiana sprowadzała się do tego, że pierwszymi wyświetlanymi wpisami byłyby te najbardziej popularne. Na zapowiedzi natychmiast zareagowali internauci. Na Twitterze pojawił się hashtag #RIPTwitter, którym użytkownicy wyrażali swoje niezadowolenie i zapowiadali śmierć serwisu. Na te komentarze zareagował @jack, który napisał, że zmiany nie zostaną wprowadzone w ciągu tygodnia (rys. 1).



Rys. 1. Wpis użytkownika @jack na Twitterze z 6 lutego 2016 roku
Źródło: [online] <www.twitter.com/jack>, dostęp: 10.02.2016.

Kim jest @jack? Okazuje się, że to jeden z założycieli Twittera, obecnie dyrektor generalny serwisu. Zastanawiające jest, jak niewiele osób potrafi powiedzieć, kto właściwie odpowiada za stworzenie mikroblogu. Kojarzenie nazwiska Marka Zuckerberga z Facebookiem to dziś nic nadzwyczajnego, dużo słabiej w takim kontekście wypada znajomość twórców serwisu Twitter. W tym pomocna jest lektura publikacji Nicka Biltona. Ten dziennikarz i bloger na prawie trzystu stronach książki *Twitter. Prawdziwa historia o bogactwie, władzy, przyjaźni i zdradzie* opisuje powstanie i rozwój Twittera w oparciu o historię czwórki przyjaciół: Evana Williamsa (@Ev), Noaha Glassa (@Noah), Jacka Dorsey'a (@Jack) oraz Biza Stone'a (@Biz). Autor już na początku przedstawia sylwetki założycieli TT, opatrując każdy podrozdział nazwą użytkownika, pod którą możemy znaleźć daną osobę w serwisie społecznościowym.

Evan Williams, syn farmera z Nebraski, przybył za Zachodnie Wybrzeże jako dwudziestopięcioletni. Miał zajmować się przygotowywaniem materiałów marketingowych w firmie O'Reilly Media. Później pracował między innymi w Intelu i firmie Hewlett-Packard, gdzie tworzył nieskomplikowane oprogramowanie. Pod koniec lat dziewięćdziesiątych stworzył stronę internetową, która początkowo miała być bazą informacji o przebiegu podejmowanych w firmie działań, wewnętrznym dziennikiem, gdzie śledziło się postępy prac nad danym projektem. Williams nazwał dziennik Bloggerem i udostępnił go światu. Odtąd każdy mógł stworzyć swój własny dziennik w Sieci, a Ev stał się rozpoznawalnym twórcą w świecie nowych technologii. W 2003 roku sprzedał Bloggera firmie Google.

Zanim jednak do tego doszło, w 2002 roku poznał Noaha Glassa, kreatywnego i dysponującego niekończącymi się zasobami energii przybysza z północnej Kalifornii. Zaczęli współpracować. Kiedy Google kupił Bloggera, Williams postanowił zainwestować w nowy pomysł Glassa – startup związany z audioblogami. Serwis miał upraszczać tworzenie i udostępnianie podcastów, także pobieranie ich na urządzenia mobilne. Poza firmą projekt nosił nazwę Citizenware, ale wśród swoich mówiono o nim Odeo.

W tym czasie do grupy dołączył Jack Dorsey. Pochodzący z St. Louis mężczyzna był prawdziwym pasjonatem nowych technologii. Williamsa znał tylko z artykułów w mediach, ale nie przeszkodziło mu to, by wysłać do niego swoje CV z pytaniem, czy nie szuka pracowników. Wkrótce dołączył do ekipy Odeo. Zgrał się z innymi pracownikami, każdą chwilę spędzali razem.

Ostatnim z czwórki założycieli TT był Biz Stone, który wcześniej pracował w Google razem z Williamsem. Kiedy ten odszedł z Google, Stone czuł się niešťczęśliwy, brakowało mu starego szefa. Dlatego też nie zastanawiał się długo nad zmianami i zakończył współpracę z amerykańskim przedsiębiorstwem. Zebrał swoje rzeczy i we wrześniu 2005 roku rozpoczął pracę w Odeo.

W krótkim czasie serwis Odeo stał się centralnym internetowym magazynem podcastów. Internauci tworzyli i nagrywali pliki audio, a później udostępniali je innym użytkownikom z całego świata. Ze strony można było korzystać za darmo. Problem jednak pojawił się, gdy pracownicy serwisu zauważyli, że logujący się użytkownicy do strony nie wracają. Co więcej – „żaden z pracowników Odeo *de facto* nie korzystał z usługi, którą współtworzył” [T 55]. Prawdziwe załamanie nastąpiło, kiedy Steve Jobs ogłosił, że Apple uzupełnia ofertę iTunes o możliwość dołączania podcastów. Trzeba było przeorganizować firmę.

Książka N. Biltona nie jest pozycją naukową, a niektóre fragmenty można uznać za wyjęte wręcz z powieści sensacyjnej. Trzymające w napięciu dialogi, umiejętne wprowadzanie kolejnych postaci czy nagłe zwroty akcji – tym stylem posługuje się autor, opisując część historii nowych mediów. Dla badacza działającego w obszarze medioznawstwa istotne mogą być daty czy autentyczne nazwy i nazwiska, które pomagają usystematyzować zgromadzone uprzednio lub znane dane. Publikacja ta powstała bowiem na kanwie setek wywiadów, firmowych dokumentów i archiwalnych wpisów w serwisach społecznościowych, o których zapomnieli nawet ich twórcy. Prócz wymienionych w tytule: zdrady, przyjaźni, władzy i bogactwa czytelnik znajdzie wiele ciekawostek, które pomogą mu zrozumieć, czym w pierwotnym zamysle miał być Twitter i jak się zmieniał od powstania do obecnej pozycji wśród serwisów społecznościowych.

Trzeba przyznać, że nie była to droga niepozobawiona trudności. Bilton niejednokrotnie wspomina, że „serwis urodził się z wadami” [T 111]. Zanim doszło to dookreślenia, czym projekt ma być, przestudiowano dziesiątki koncepcji. Dzięki szczegółowemu zapisowi wiadomo, że wzorem dla dzisiejszych tweetów była funkcja *away message* oferowana przez AOL, czyli jednego z dostawców usług internetowych w USA. Funkcja ta pozwalała na informowanie internetowych znajomych, czy w danej chwili są dostępni dla innych użytkowników. Za pomocą krótkiej wiadomości tekstowej wyświetlano społeczności sieciowej swój status. I właśnie „pomysł statusu” był prototypem dla działania Twittera.

Pierwsza oficjalna aktualizacja Twittera odbyła się 21 marca 2006 roku. Początkowo jednak strona różniła się sporo od tego, jak wygląda dzisiaj. Nie chodzi oczywiście o grafikę, ale o koncepcję działania serwisu. Prócz popularnego „obserwuj” („follow”) istniały między innymi takie funkcje, jak: „wielbij” (uzyskiwanie informacji o każdej zmianie statusu obserwowanego użytkownika) czy „zaśnij” (wstrzymanie odbierania informacji o aktualizacjach obserwowanego

użytkownika). Nie od razu powstała też koncepcja „140 znaków”. Początkowo tweety miały ograniczenie do 160 znaków, ze względu na to, że taką ich liczbę oferowali operatorzy sieci komórkowych. Z czasem też użytkownicy zaczęli stosować znak „@” oraz popularne hasztagi. To nie twórcy narzucili im ten sposób komunikacji, to – jak pisze Bilton – była inicjatywa zdecydowanie oddolna.

Długo trwały natomiast spory założycieli Twittera o to, czym serwis powinien być. Dorsey uważał, że za pomocą TT może wyrazić to, co z nim się dzieje. Williams był zdania, że za pośrednictwem serwisu można dowiedzieć się, co dzieje się wokół niego. Obaj nie dostrzegali, że każda z tych koncepcji jest trafna i każda ma udział w tym, czym dziś jest strona spod znaku niebieskiego ptaka (logotyp serwisu). Potencjał serwisu od początku zauważała natomiast konkurencja. Wielokrotnie pojawiały się oferty wykupu TT przez Google, Yahoo! czy w końcu Facebooka. Właściciel ostatniego serwisu nie raz czuł się zagrożony rozwojem popularnego mikroblogu. Bilton przywołuje sytuację z czerwca 2010 roku, kiedy pracownicy mikroblogu zaprezentowali nowe narzędzie dla Twittera o nazwie „find and follow”. Umożliwiała ono automatyczne wyszukiwanie i obserwowanie na Twitterze znajomych z Facebooka. Funkcja jednak przestała działać tuż po uruchomieniu. Facebook zablokował tę możliwość.

Jak opisuje Bilton, nie tylko konkurencja chciała mieć udział w tym, jak funkcjonuje Twitter. Wiele znanych i wpływowych osób próbowało uzyskać udziały w tej firmie. Do tego grona można zaliczyć Ashtona Kutchera, Alę Gore’a, Johna McCaina, Lady Gagę, Arnolda Schwarzeneggera czy Kanye’a Westa. Zadziwiające, jak bardzo ci znani ludzie chcieli mieć coś wspólnego z Twitterem. Niejednokrotnie zdarzało się, że przybywali do siedziby firmy, by zobaczyć, jak prosperuje, czy po prostu wysłać tweeta. Bilton przywołuje wiele takich zdarzeń. Jednym z najbardziej wspominanych przez pracowników Twittera były odwiedziny rapera Snoop Dogga czy prezydenta Dmitrija Miedwiediewa. W czerwcu 2010 roku ówczesny przywódca Federacji Rosyjskiej przybył do budynku na rogu Folsom Street i Fourth Street, by wysłać swojego pierwszego tweeta. W całej sytuacji zaskakiwał plan wizyty, o którym autor książki pisze tak: „Plan zakładał, że gdy rosyjski prezydent wyśle pierwszego tweeta, Biały Dom skomentuje go jako pierwszy, wysyłając retweeta, po czym pojawi się tweet Baracka Obamy z gratulacjami. Po nim odpowiedzi prześle burmistrz i gubernator, witając rosyjskiego prezydenta na Twitterze i w Stanach Zjednoczonych” [T 224].

Należy zauważyć, że nie wszystkie zdarzenia opisane na stronach recenzowanej książki są poświęcone znanym osobistościom, które chciały promować się za pomocą Twittera. Jeden z podrozdziałów traktuje o informacyjnej misji pasjonatów najnowszych technologii w ogarniętym wojną Iraku. Trudno to sobie wyobrazić, ale urzędnicy Departamentu Stanu USA wpadli na pomysł, by zebrać ludzi z takich firm, jak Google, YouTube czy Twitter, zabrać ich do Iraku i dzięki ich umiejętnościom wspomóc iracką administrację. Chodziło o to, by „odbudować kraj ze zniszczeń za pomocą telefonów komórkowych i najnowszych technologii” [T 179].

Ciekawym tematem podjętym przez autora są różnice między Twitterem a Facebookiem. Bilton po jednej stronie stawia cele, jakie przyświecały twórcom TT (oferowanie ludziom pewnego rodzaju mównicy czy mikrofonu, dzięki któremu każdy, bez względu na swój status społeczny, może powiedzieć to, co chce), a z drugiej przywołuje przykłady mówiące o zupełnie innej polityce Facebooka. Autor ten pisze, że serwis Zuckerberga „zupełnie inaczej traktował prawo wolności słowa i monitorowania, często wręcz naruszając prywatność użytkowników, a czasami usuwając treści, których publikacja naruszała surowe regulaminy korzystania z usługi” [T 201].

Wydaje się, że *Twitter. Prawdziwa historia o bogactwie, władzy, przyjaźni i zdradzie* to pozycja obowiązkowa dla pasjonatów i badaczy tego medium. Prócz tytułowych wątków o przyjaźni, władzy i zdradzie (które stanowią zdecydowanie większą część książki) czytelnik, wiedziony przez autora niczym przez przewodnika, poznaje etapy powstawania i rozwoju tak wielkiego dziś przedsięwzięcia, jakim wciąż jest Twitter. Ciekawe anegdoty, chronologia zdarzeń (wydarzenia opatrzone datami) i trzymające w napięciu dialogi wpływają na to, że poznajemy historię Twittera z zapartym tchem. Można zaryzykować stwierdzenie, że warto tę historię znać, szczególnie w dobie wciąż pojawiających się nowinek technologicznych i ciągłego ulepszania różnych aplikacji.

W styczniu 2016 roku ogłoszono, że Twitter kończy przygotowania do wprowadzenia nowej funkcji, która ma zmienić znany od lat sposób komunikacji na tej platformie. Nowa funkcja ma zakończyć czas 140-znakowych komunikatów. Publikujący będą mogli dodawać informacje zawierające do 10 tysięcy znaków. Rozwiązanie ma być dostępne do końca pierwszego kwartału 2016 roku. Informacja o zmianach już budzi zastrzeżenia, które skupiają się na tym, że Twitter upodabnia się do Facebooka, licząc na większe zyski. Nie wiadomo, czy zmiana się opłaci. Wspomnienie #RIPTwitter nie jest w tym kontekście pozytywnym komentarzem zmian, ponieważ wielu użytkowników za to pokochało serwis – za lapidarną formę i szybkość przekazu. Pozostaje więc czekać na nowe wiadomości, a może i mieć jakiś wpływ na dalszą historię Twittera. Każdego z założycieli możemy bowiem znaleźć w serwisie i klikając „follow”, dalej śledzić losy Evana Williamsa, Noaha Glassa, Jacka Dorsey’a i Biza Stone’a. Może nawet do nich zatweetować?