

## Świat po Twitterze (X) czyli co dalej?

Mamy sześć władz. W powszechnej świadomości jedynie cztery. Pierwsza to władza ustawodawcza. Drugą jest władza wykonawcza. Trzecią jest niezależna od dwóch pierwszych, władza sądownicza, której celem jest niezależny osąd w granicach obowiązującego prawa. Czwartą władzą są niezależne i profesjonalne media (obiektywizm to inna sprawa), które patrzą na ręce wszystkim i są odpowiedzialne za komunikację społeczną. Piątą władzę stanowi religia, bez względu na wyznanie. Umowna "ambona" jest bowiem wyjątkowo silnym i wpływowym kanałem przekazu, ponieważ wierni nie w pełni go racjonalizują. Szóstą władzę stanowią media społecznościowe, które kierują się innymi zasadami niż profesjonalne media, rozumiane jako wiarygodne i jakościowe dziennikarstwo. Tabloidy nie są dla mnie mediami.

Każda ze wspomnianych sześciu władz, może wchodzić ze sobą w różnorakie interakcje, co nie zawsze jest korzystne dla procesów demokracji. Przykładem są historyczne przykłady "sojusz tronu i ołtarza" i bliska współpraca pomiędzy władzą świecką (tronem) a władzą religijną (ołtarzem). W takim sojuszu władza państwowa i instytucje religijne wspierają się wzajemnie w celu umocnienia wpływów w społeczeństwie i utrzymania władzy. W różnych epokach w historii, monarchowie i hierarchowie kościoła współdziałali, aby wzajemnie legitymizować swoje pozycje, często podporządkowując społeczeństwo jednemu porządkowi religijno-politycznemu. "Ołtarz" bowiem zawsze wykorzystywał bezkrytyczną wiarę swoich wyznawców, a "tron" - władzę wykonawczą i stanowienie prawa.

Dziś w tym kontekście można użyć pojęcia "sojuszu tronu i sieci", w którym pierwsza i druga władza, łączy się z szóstą. I może to tworzyć wybitnie groźną mieszankę socjotechniczną.

"[Wall Street Journal](#)" w swoim tekście z 25 października przekazał, że Elon Musk od 2022 roku prowadził regularne, potajemne rozmowy z prezydentem Rosji, Władimirem Putinem, oraz wysokimi urzędnikami Kremla, w tym z Siergiejem Kirijenką ([PAP/ Onet](#)). Rozmowy te dotyczyły spraw osobistych, biznesowych oraz napięć geopolitycznych. Rosja miała wywierać presję na Muska, grożąc mu, by nie aktywował swojej sieci Starlink nad Tajwanem, co miało być przysługą dla Chin. Kontakty Muska z Rosją wzbudziły niepokój w Stanach Zjednoczonych, zwłaszcza że SpaceX, jego firma, jest kluczowym partnerem rządu USA, co daje Muskowi dostęp do tajnych dokumentów.

Jednocześnie Muskowi zarzuca się szerzenie rosyjskiej propagandy i zmianę stanowiska w sprawie wojny w Ukrainie, m.in. poprzez promowanie planu pokojowego korzystnego dla Rosji, zakładającego oddanie Krymu i neutralność Ukrainy. Dodatkowo w 2022 roku Musk miał informować Iana Bremmera, szefa think-tanku Eurasia Group, o rozmowie z Putinem, w której omawiano cele Rosji wobec Ukrainy.

Kontakty Muska z Rosją mają być trzymane w tajemnicy, jednak działania miliardera, w tym zaangażowanie w wybory w USA oraz w kampanię Donalda Trumpa, który również miał prowadzić tajne rozmowy z Putinem, budzą kontrowersje. Musk zaprzeczył doniesieniom, twierdząc, że rozmawiał z Putinem jedynie raz w 2021 roku na temat kosmosu.

Przypomnę, że Elon Musk kupił Twittera 27 października 2022 roku za kwotę 44 miliardów dolarów. Zakup ten zakończył kilkumiesięczny proces, który rozpoczął się w kwietniu 2022 roku, gdy Musk złożył ofertę kupna platformy. Od tego czasu platforma, obecnie znana jako X, przeszła znaczące zmiany finansowe i operacyjne. Aby sfinansować zakup, Musk wykorzystał kombinację własnych środków, inwestycji zewnętrznych oraz kredytów bankowych. Około 27 miliardów dolarów pochodziło z jego własnych zasobów, 5,2 miliarda dolarów od inwestorów, takich jak Larry Ellison i saudyjski książę Alwaleed bin Talal, a 13 miliardów dolarów z kredytów bankowych<sup>1</sup>. W marcu 2023 roku Musk oszacował wartość X na mniej niż 20 miliardów dolarów, co oznacza spadek o ponad 50% w porównaniu z ceną zakupu<sup>2</sup>. Kredyty zaciągnięte na zakup generują roczne odsetki przekraczające 1 miliard dolarów. Banki, które udzieliły finansowania, poniosły znaczne straty, ponieważ wartość długu spadła, co czyni tę transakcję jedną z najgorszych dla sektora bankowego od kryzysu finansowego w 2008 roku<sup>3</sup>. Musk zredukował zatrudnienie o około 80%, co miało na celu obniżenie kosztów operacyjnych. Jednakże takie cięcia mogą wpływać na zdolność firmy do wprowadzania innowacji i utrzymania jakości usług<sup>4</sup>. Od momentu przejęcia przez Elona Muska, X (dawniej Twitter) doświadczył znacznych wyzwań finansowych, w tym spadku wartości, wysokich kosztów obsługi długu oraz utraty przychodów z reklam.

Fundamentalne pytanie brzmi. Kiedy rozsypie się droga zabawka Elona? I co z tego wyniknie?

Twitter (X) od momentu powstania stał się platformą komunikacji w czasie rzeczywistym, na której użytkownicy mogli natychmiast reagować na wydarzenia z całego świata. W szczególności dziennikarze, politycy i celebryci wykorzystywali go do komunikowania się z odbiorcami na bieżąco, co przyciągnęło globalną publiczność zainteresowaną szybkim dostępem do informacji. Platforma przyciągała ludzi zainteresowanych polityką, kulturą czy aktualnymi wydarzeniami, którzy mogli swobodnie komentować i dzielić się swoimi poglądami. Wprowadzenie hashtagów oraz sekcji z trendami (#) umożliwiło grupowanie tematów i tworzenie ogólnodostępnych wątków dyskusji. Hashtagi pozwalają użytkownikom na łatwe znajdowanie informacji o konkretnych wydarzeniach i angażowanie się w popularne tematy. Platforma stała się atrakcyjna dla polityków, celebrytów, dziennikarzy i marek, którzy wykorzystywali ją do bezpośredniej komunikacji. Obecność wpływowych osób, dziennikarzy, osobowości czy firm przyciągnęło szerokie grono użytkowników. Twitter odegrał kluczową rolę w organizacji protestów i ruchów społecznych, takich jak Arabska Wiosna, ruch Black Lives Matter i inne globalne kampanie społeczne. Szybkie rozprzestrzenianie się informacji pozwalało na koordynację działań w czasie rzeczywistym.

A dziś? Znane osobowości napiszą "dzień dobry" i natychmiast zaleje je fala hejtu z anonimowych kont lub farm trolli. Ognista dyskusja polityków zamienia się w klasyczny shitstorm, ku uciechu tabloidowych dziennikarzy, którzy stworzą z wymiany ciosów kolejny tekst. Komunikacja w klasycznym rozumieniu przestała istnieć. Dominuje przekaz jednostronny, a od czasu do czasu pojawiają się dyskusje czy jest to platforma wymiany opinii czy stanowiska politycznego, bo "Pan Prezydent na Twitterze napisał, że ...".

Elon Musk za 44 miliardów dolarów wziął w posagu dostęp do rzędu dusz wielkich tego świata i pół biedy, gdyby na tym poprzestał. Jest pierwszym, który ten potencjał globalnej komunikacji zaczął wykorzystywać do własnych, partykularnych interesów.

Właściciel ze swoimi aktywami może zrobić wszystko. Dziś produkuje chipsy, jutro marmoladę. Ale media, na dodatek globalne, wpływowe, z listą kont najważniejszych polityków, dziennikarzy, przedsiębiorców czy ekspertów na świecie - nie są fabryką chipsów. One kształtują obraz otaczającego świata na dodatek wzmacniany przez dziennikarzy, którzy transmitują przekaz dalej.

Twitter (obecnie X) jest uznawany za medium wpływowe, a jego znaczenie na przestrzeni lat stale rosło, zwłaszcza w kontekście polityki, mediów i ruchów społecznych. Podobnie jak inne platformy społecznościowe, ma charakter globalny. Ta cecha jest wyjątkowo trudno dostępna dla klasycznych mediów, które działają albo w swoich segmentach rynku, albo w bańkach informacyjnych. Facebook, Instagram czy Tik Tok stały się globalne, ale jedynie X zgromadził tak wpływową społeczność w wymiarze całego świata. Na czele tej społeczności stoi Elon Musk, który albo ulega rosyjskim wpływom, albo nimi steruje, albo kieruje się intencjami, których kompletnie nie jesteśmy w stanie zrozumieć i jedynie spekulować.

Przyzwyczailiśmy się do myśli, że media są platformą wymiany informacji, wydarzeń i opinii. Zapominamy o tym, że stały się też obszarem budowania narracji. Narracje o osobowości polityków decydują o tym na kogo głosujemy. Dziś Polacy jako widzowie obserwują kogo wybiorą Amerykanie. To paradoksalne, że o przyszłości i zagrożeniach Europy Wschodniej może dziś decydować głos farmera kukurydzy z Iowa, hodowcy bydła w Nebrasce czy magazynier pszenicy w Kansas.

Kiedyś media były przede wszystkim pośrednikami, którzy przekazywały fakty i relacje z wydarzeń, pozostawiając ich interpretację odbiorcom. Dziś media coraz częściej kreują własne wersje rzeczywistości, świadomie dobierając tematy, słowa i konteksty, aby stworzyć określony obraz świata. Przykłady obejmują celowe eksponowanie pewnych tematów, manipulowanie tonem przekazu czy wybór ekspertów o określonych poglądach, aby wzmocnić zamierzoną narrację.

W dzisiejszym świecie to, jak postrzegamy polityków, często nie zależy wyłącznie od ich programu czy dokonań, ale od ich „narracji” – czyli obrazu ich osoby, jaki jest kreowany przez media. Osobowość polityka, jego charakter, sposób bycia, a nawet styl wypowiedzi stają się kluczowymi elementami, które media eksponują i które wpływają na nasze wybory polityczne. Wizerunek polityka jako charyzmatycznego lidera, „człowieka z ludu” lub „obrońcy wartości” bywa budowany świadomie, aby przyciągnąć określone grupy wyborców.

Wizerunki kreowane przez media często odwołują się do emocji – strachu, nadziei, dumy czy poczucia bezpieczeństwa. W ten sposób narracja o polityku wywołuje emocjonalny rezonans, co jest szczególnie skuteczne, gdyż ludzie częściej podejmują decyzje wyborcze na podstawie emocji niż analizy programów politycznych. W efekcie głosujemy na polityków nie dlatego, że podzielamy ich konkretne stanowisko, ale dlatego, że zbudowana wokół nich narracja wywołuje w nas pozytywne odczucia lub wzmacnia naszą tożsamość.

Dominacja narracji sprawia, że rzeczywiste dokonania polityków schodzą na dalszy plan. Polityk o dużych osiągnięciach jest przedstawiany negatywnie z powodu jednego potknięcia, podczas gdy inny, mniej kompetentny, zdobywa popularność dzięki pozytywnej narracji. Media mogą przez to świadomie lub nieświadomie manipulować opinią publiczną, co stwarza ryzyko wybierania liderów na podstawie wizerunku zamiast realnych kwalifikacji.

Czy demokratyczny świat w postaci liderów demokratycznego świata potrafi zrezygnować z komunikacji na "X" na dodatek czyniąc to jednocześnie? Jeżeli tak, to jaką mają alternatywę? Przecież nie jest nią Tik Tok, ani Facebook czy Instagram, ze względu na inną specyfikę. Być może nastał czas na medium społecznościowe, globalne, które będzie w 100% wiarygodne i aby do niego dołączyć - trzeba będzie posługiwać się swoim prawdziwym imieniem i nazwiskiem oraz weryfikacją ID (tak jak ma to miejsce na LinkedIn). "X" bowiem, choć nadal wpływowy, dryfuje w stronę najbardziej manipulacyjnego serwisu światowego, coraz bardziej opanowanego przez farmy trolli, boty, treści dla dorosłych, poprzetykane wpisami Papieża, Prezydentów i premierów, koronowanych głów, przewodnich dziennikarzy i polityków. Tak przyrządzony pasztet treści, opinii i narracji, sprzedawany pod płaszczykiem "wolności wypowiedzi" nie ma z nią nic wspólnego. Prawdziwa wolność wypowiedzi to autentyczność i wiarygodność oraz realna odpowiedzialność za słowo.

# Endnotes

1. <https://www.aljazeera.com/economy/2022/10/28/how-elon-musk-financed-his-twitter-takeover>
2. <https://www.bankier.pl/wiadomosc/Twitter-wart-mniej-niz-20-mln-dolarow-Musk-obnizyl-wartosc-o-polo-we-8512098.html>
3. <https://www.marketwatch.com/story/elon-musks-44-billion-twitter-purchase-ranks-as-worst-deal-for-banks-since-the-financial-crisis-wsj-757c09b7>
4. <https://nypost.com/2024/08/22/business/x-investors-who-helped-elon-musk-buy-company-include-vc-firms-saudi-prince/>