

NAUKI O MEDIACH / MEDIA STUDIES

JUSTYNA MOŁODZIEJKO

**KOMUNIKACYJNE FUNKCJE TWITTERA.
UŻYTKOWNICY SERWISU MIKROBLOGOWEGO
WOBEC SYTUACJI ZAGROŻENIA NA PRZYKŁADZIE
SERII ZAMACHÓW TERRORYSTYCZNYCH W PARYŻU****1. Wprowadzenie**

Wiek XXI to czas wielu konfliktów politycznych, religijnych i społecznych na całym świecie. Atak na World Trade Center 11 września 2001 r. uznaje się za wydarzenie o symbolicznym znaczeniu dla ewolucji terroryzmu – sprawcy zamachu rzucili wyzwanie zachodniej cywilizacji. Współcześnie terroryzm stanowi jedno z największych zagrożeń dla ludzkości. To także problem, który z biegiem czasu urósł do rangi zagrożenia międzynarodowego. Poszczególne państwa oraz grupy państw współpracujące ze sobą w międzynarodowych organizacjach są zgodne, iż walka z terroryzmem będzie procesem kosztownym i długotrwałym.

Polski socjolog i medioznawca Tomasz Goban-Klas stwierdził, że „wszelkie instytucje i ruchy społeczne we współczesnym świecie, aby zaistnieć i działać, muszą systematycznie porozumiewać się ze swoimi członkami, z grupami i środowiskami oraz szeroką publicznością. Potrzebne są zatem media – tak własne, jak masowe, niezależne, narodowe i globalne”¹. Kwestie związane z działaniami terrorystów szeroko poruszają telewizja, prasa, radio, ale i nowe media, m.in. wszelkie platformy społecznościowe. Temat terroryzmu dynamicznie rozwijany jest w sieci m.in. dzięki możliwościom, jakie dają mobilne aplikacje, np. Facebook, Twitter, YouTube, Instagram. Media tradycyjne informują o wszystkich ważnych zdarzeniach szybko, ale nie szybciej niż dziennikarze internetowi – krótka notka czy twitt wystarczą, aby z informacją dotrzeć do milionów ludzi śledzących bieżące wydarzenia.

Temat niniejszego artykułu odnosi się do reakcji środowiska sieciowego na wydarzenia z 13 listopada 2015 r., kiedy to w Paryżu doszło do serii zamachów terrorystycznych. Cel opracowania stanowi wskazanie, w jakich funkcjach użytkownicy serwisu mikroblogowego Twitter wykorzystywali tę platformę

JUSTYNA MOŁODZIEJKO, studentka dziennikarstwa i komunikacji społecznej UWM w Olsztynie,
e-mail: justyna.molodziejko@gmail.com

¹ T. Goban-Klas, *Media i terroryści. Czy zastraszą nas na śmierć?*, Kraków 2009, s. 79.

komunikacji podczas wspomnianych wyżej wydarzeń. Zagadnienia, na których skupiono się w przedstawianym artykule, dotyczą takich zachowań prezentowanych przez użytkowników serwisu, jak: poszukiwanie osób zaginionych, oferowanie schronienia osobom, które znalazły się bez dachu nad głową oraz solidaryzowanie się z ofiarami tragedii. Prezentowana w dalszej części artykułu analiza pokaże, że komunikacyjne funkcje Twittera związane ze zwiezlością i szybkością przekazu stanowią trafną odpowiedź na potrzeby użytkowników sieci pojawiające się w sytuacji zagrożenia, np. wobec zamachów terrorystycznych.

2. Metodologia badań

Opracowania na temat sposobów wykorzystania Twittera podczas zamachów w Paryżu można odnaleźć na internetowych stronach mediów tradycyjnych, np.: artykuł opublikowany w serwisie Polskiego Radia zatytułowany *Zamachy w Paryżu: realna pomoc z Twittera. Media społecznościowe w obliczu tragedii*², dwa teksty w internetowym wydaniu „Gazety Wyborczej”: *Zamachy w Paryżu. Reakcje świata na Twitterze*³ i *Paryż po zamachach 13 listopada*⁴ oraz artykuł opublikowany na portalu TVN24 pt. *Otwarte drzwi. Internauci pomagali znaleźć schronienie w czasie zamachów*⁵. Ich autorzy analizują zachowania użytkowników mediów społecznościowych i przybliżają tok wydarzeń związanych z atakami terrorystycznymi we Francji. Twitter stał się w przypadku zamachów w Paryżu ważnym, o ile nie najważniejszym, narzędziem szybkiego przekazywania informacji, kreowania opinii oraz kształtowania narracji na temat walki z terroryzmem.

Warto nadmienić, że współcześnie odbiorców mediów nie szokują już informacje o nowych zamachach organizowanych przez grupy terrorystyczne. Z dnia na dzień tego rodzaju wydarzenia stają się coraz powszechniejsze i coraz łatwiej przyswajalne przez zmediatyzowane społeczeństwo. W społeczności dotkniętej atakiem terrorystycznym, w erze wszechobecnego internetu, zachodzą nowe zjawiska o charakterze psychologicznym i społecznym. Współcześnie niemal wszystkie zachowania, odruchy prezentowane przez członków społeczności będących uczestnikami czy obserwatorami zdarzeń przenoszone są w przestrzeń portali społecznościowych. Social media stają się sferą wyrażania uczuć, publikowania poglądów i wchodzenia w interakcje z innymi użytkownikami.

² ZS, *Zamachy w Paryżu: realna pomoc z Twittera. Media społecznościowe w obliczu tragedii*, <<http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/1544628,Zamachy-w-Paryzu-realna-pomoc-z-Twittera-Media-spolecznosciowe-w-obliczu-tragedii>>, dostęp: 14.11.2015.

³ [b.a.], *Zamachy w Paryżu. Reakcje świata na Twitterze*, <<http://wyborcza.pl/10,82983,19186148,zamachy-w-paryzu-reakcje-swiata-na-twitterze.html>>, dostęp: 14.11.2015.

⁴ A. Pamuła, *Paryż po zamachach 13 listopada*, <<http://wyborcza.pl/duzyformat/1,149195,19207587,paryz-po-zamachach-13-listopada.html>>, dostęp: 19.11.2015.

⁵ nb, „*Otwarte drzwi*”. *Internauci pomagali znaleźć schronienie w czasie zamachów*, <<http://www.tvn24.pl/wiadomosci-ze-swiata,2/zamachy-w-paryzu-internauci-otworzyli-drzwi-i-pomogli-sie-schronic,594440.html>>, dostęp: 14.11.2015.

Za główny problem badawczy przedstawiony w niniejszym artykule uznano pytanie o funkcje komunikacyjne portalu społecznościowego Twitter, które ujawniły się podczas serii zamachów terrorystycznych w Paryżu z 13 listopada 2015 r. Wiąże się z tym następujące pytania o charakterze szczegółowym: Jaki był zakres wykorzystania platformy społecznościowej Twitter w okresie serii zamachów we Francji? Jaka treść i jaki obszar tematyczny obejmują wpisy publikowane na wybranych profilach portalu? Jak wygląda struktura wpisów? W jakich celach użytkownicy wykorzystywali portal Twitter (np. jako narzędzie do wyrażenia swoich emocji, solidaryzowania się z poszkodowanymi, oferowania pomocy)? Jakie czynniki wpłynęły na to, że Twitter był jednym z najczęściej wykorzystywanych portali podczas tragedii w Paryżu?

W badaniu Twittera zastosowano metodę obserwacji nieuczestniczącej. Analizą objęto treści Twittera z 13 listopada 2015 r. i z kilku dni po wydarzeniach w Paryżu. W wyniku wstępnej analizy ilościowej wybrano hashtagi: #porteouverte, #rechercheParis, #prayforParis, #wearenotafraid, #nous sommesunis, które obserwowano i przeanalizowano w celu ukazania funkcji komunikacyjnych serwisu społecznościowego (semiotyczna analiza tekstów).

Wyjaśnienia wymagają pewne terminy, które będą stosowane w dalszej części artykułu, np. „funkcje wypowiedzi”. Pojęcie to wywodzi się z pism Romana Jakobsona, który stwierdza, że każdy tekst realizuje kilka funkcji komunikacyjnych, ale jedna jest dominująca. Wypowiedziom towarzyszą różne intencje komunikacyjne, np.: informacyjna, ekspresywna, impresywna. Dla porządku należy również wyjaśnić, że Twitter to serwis społecznościowy udostępniający usługę mikroblogowania, „hashtag” to słowo lub wyrażenie będące formą znacznika (poprzedzone symbolem #), „twitt” to pojedyncza wiadomość opublikowana na portalu Twitter, a „retwitt” jest funkcją udostępniania, przekazywania zamieszczonych na Twitterze treści. Terroryzm będzie rozumiany, za T. Gobanem-Klasem, jako użycie przemocy przeciwko dominującemu systemowi i władzy. Badacz definiuje również sytuację zagrożenia jako zjawisko wywołane działaniem sił natury bądź człowieka, które powoduje, że poczucie bezpieczeństwa maleje bądź zupełnie zanika. Mianem zamachu określa jeden z głównych elementów walki stosowany przez organizacje terrorystyczne, który ma na celu osiągnięcie pewnego celu politycznego w sposób nielegalny⁶.

3. Twitter jako platforma komunikacyjna podczas serii zamachów w Paryżu

Serię ataków terrorystycznych z 13 listopada 2015 r. zapoczątkował zamach w siedzibie tygodnika „Charlie Hebdo” w Paryżu, który miał miejsce 7 stycznia 2015 r. Zginęło w nim dwanaście osób. Późniejsze ataki odbyły się w Saint-Denis we Francji i rozpoczęły się o 21.16 czasu lokalnego. W krótkich odstępach

⁶ T. Goban-Klas, *Media i terroryści...*, s. 2.

czasu doszło do trzech eksplozji i sześciu strzelanin. Najkrwawszy atak miał miejsce w sali koncertowej Bataclan. Zginęło 137 osób, ponad 300 zostało rannych, z czego 99 osób było w stanie ciężkim. W odpowiedzi na ataki prezydent Francji François Hollande ogłosił w orędziu telewizyjnym stan wyjątkowy oraz tymczasowe zamknięcie granic Francji. Ataki zostały zorganizowane przez tzw. Państwo Islamskie. Były to najkrwawsze wydarzenia we Francji od II wojny światowej i doprowadziły do pierwszego stanu wyjątkowego na terenie całego kraju od czasu wojny algierskiej w 1961 r.

Media na całym świecie nagłaśniały informacje o atakach, a w relacjach pojawiały się takie określenia jak „rzeź” i „masakra”. W wielu publikacjach solidaryzowano się z rodzinami ofiar. Internet w obliczu tragedii w Paryżu stał się głównym źródłem informacji, zwłaszcza wśród młodych ludzi; wówczas relacje na żywo aktualizowane co kilka minut czy raporty specjalne na temat zamachów terrorystycznych były materiałami najczęściej przeglądanyymi przez użytkowników sieci.

Twitter, który miał służyć przekazywaniu mało istotnych informacji związanych z codziennością, obecnie używany jest przez osobistości ze świata polityki, nauki, mediów i showbiznesu, a jego moc ujawniają sytuacje kryzysowe, czego przykładem są zamachy we Francji⁷. Eryk Mistewicz swoją książkę *Twitter – sukces komunikacji w 140 znakach. Tajemnice narracji dla firm, instytucji i liderów opinii* rozpoczyna stwierdzeniem, iż „Twitter to najbardziej charakterystyczne medium nowych czasów; medium posttelewizyjne, postradiowe i postgazetowe. Medium, które jednocześnie jest portalem informacyjnym, lepszej generacji serwisem SMS, systemem alarmowym, gdzie dzieje się coś ważnego w naszym mieście, bądź na świecie, czatem pomiędzy użytkownikami, wyszukiwarką tendencji, trendów, opinii, miejscem publikacji i promowania prac, wypowiedzi, nagrań, zdjęć, klasycznym serwisem społecznościowym [...]”⁸. Najważniejszym aspektem funkcjonowania Twittera jest możliwość szybkiej reakcji na to, co właśnie się wydarzyło.

Charakterystycznym elementem komunikacji za pośrednictwem Twittera jest stosowanie hashtagów. Ułatwiają one użytkownikom odnajdowanie informacji na dany temat, a także włączanie się do dyskusji poświęconej określone mu zagadnieniu. Jak podsumowuje Karolina Adamska, funkcją hashtagów jest: tagowanie (znakowanie wpisów), uzupełnianie wypowiedzi, komentowanie aktualnych wydarzeń, wyrażanie solidarności z ofiarami tragedii, popieranie kogoś lub czegoś, organizowanie akcji społecznych, ale może to być również forma zabawy czy element działalności marketingowej. Stosowanie hashtagów usprawnia komunikację za pośrednictwem Twittera, której podstawowymi cechami

⁷ Pomysłodawcami serwisu, który zapoczątkował nową erę w komunikacji między ludźmi na całym świecie, byli Jack Dorsey, Evan Williams oraz Biz Stone. Programiści pracowali nad nowym sposobem wysyłania wiadomości tekstowych za pośrednictwem telefonów komórkowych i tak 21 marca 2006 r. wysłano pierwszego twitta. Zob. K. Żołyński, *5 lat Twittera*, „Geekweek.pl”, <<http://www.geekweek.pl/aktualnosci/4568/5-lat-twittera>>, dostęp: 05.06.2016.

⁸ E. Mistewicz, *Twitter – sukces komunikacji w 140 znakach. Tajemnice narracji dla firm, instytucji i liderów opinii*, Warszawa 2014, s. 7.

są: zwięzłość i szybkość. Hasłowość hashtagów przyczynia się do podkreślenia tematu wypowiedzi. Użytkownicy serwisu mikroblogowego mogą ignorować docierające do nich komunikaty lub je udostępniać bądź komentować⁹.

Fala komunikatów na Twitterze po serii zamachów w Paryżu jest dowodem, że właśnie ten serwis społecznościowy odpowiadał potrzebom użytkowników. Jakie czynniki wpłynęły na popularność tej platformy podczas wydarzeń z 13 listopada 2015 r.? Po pierwsze – skrótowość. System, który operuje informacją w 140 znakach, sprawia, że użytkownik przez słowa-klucze, krótkie i treściwe zdania czy hashtagi przekazuje najważniejsze informacje innym. Podczas wydarzeń w Paryżu funkcjonowało to znakomicie. W obliczu tragedii obywatele nie trudzili się czytaniem obszernych treści, ale wystarczyło zamieścić zdjęcie z miejsca zdarzeń i dodać krótki opis, aby odbiorca wiedział, gdzie i kiedy doszło do danej sytuacji. Kolejnym czynnikiem mającym duży wpływ na wybór Twittera przez internautów jest jego szybkość. W większości przypadków platforma mikroblogowa reaguje na wydarzenia szybciej niż niejedna agencja prasowa. Szybkość Twittera ujawnia się m.in. w krytycznych, newralgicznych dla społeczności międzynarodowej wydarzeniach, gdy treści sprawniej niż za pomocą tradycyjnych mediów rozprzestrzeniają się w sieciach społecznościowych. Trzecim z podstawowych czynników decydujących o popularności opisywanego serwisu jest jego rosnący zasięg. E. Mistewicz stwierdził, iż „Twitter jest [...] najciekawszym narzędziem nowych mediów. Pokazuje kierunek rozwoju narzędzi komunikacyjnych przyszłości: bezpłatnych dla użytkowników, uproszczonych do granic możliwości [...], do wykorzystania w każdym miejscu, na każdym urządzeniu”¹⁰. Nie dziwi więc fakt, iż rośnie liczba osób, które instalują Twittera w swoich telefonach, aby na bieżąco obserwować najnowsze wydarzenia.

Z Twittera najczęściej korzystają osoby w wieku 25–34 lata, m.in. dziennikarze i politycy. Serwis pełni funkcje społeczne, marketingowe i promocyjne, ale przede wszystkim komunikacyjne. 13 listopada 2015 r. Twitter posłużył stacjom telewizyjnym, radiowym oraz prasie do publikowania najnowszych informacji na temat przebiegu wydarzeń w Paryżu, przekazywania aktualnych danych o liczbie zabitych i rannych, przywoływania wypowiedzi najważniejszych osób ze świata polityki. Udostępniano także krótkie filmy z relacjami z miejsca zamachu oraz nagrania reakcji przechodniów tuż po zatrzymaniu sprawców.

W internecie, w tym na Twitterze, publikowano treści, które nie ukazywały się w telewizji czy prasie, bo były to materiały drastyczne i brutalne. Udostępniano także zdjęcia sali koncertowej Bataclan na chwilę przed zamachem, zdjęcia miejsc na chwilę po zamachach, ostrzelane restauracje i inne miejsca związane z tragedią. Serwis mikroblogowy wykorzystywała również francuska policja, zamieszczając krótkie komunikaty o poszukiwaniu sprawców ataku, dodając na końcu najpopularniejszy ówczesnie hashtag: #ParisAttack. Informacje te nie rozpowszechniłyby się w tak szybkim tempie i nie dotarłyby do tak licznej grupy odbiorców za pośrednictwem mediów tradycyjnych.

⁹ K. Adamska, *Hashtag, czyli komunikat? Rola i funkcje hashtagów na Twitterze*, „Studia Medioznawcze” 3(2015), s. 65–67.

¹⁰ E. Mistewicz, *Twitter – sukces komunikacji w 140 znakach...*, s. 13.

4. Hashtag – wyróżnik komunikacji na Twitterze

Znak # stał się symbolem nowej ery, w której powoli brakuje już miejsca dla mediów tradycyjnych. Zastosowanie hashtagu wynika z istoty nowych mediów, wzmacnia przekaz, jest skalowaniem dyskusji i umożliwia natychmiastowy dostęp do wybranej przez nas tematyki. Otagowany wpis ma dwukrotnie większą szansę zostać retwittowany, czyli przesłany dalej.

Sylvain Lapoix podczas zamachów w Paryżu zapoczątkował w mediach społecznościowych używanie hashtagu #Puerteouverte (otwarte drzwi). Początkowo myślał o funkcji geolokalizacji, która określałaby położenie osób za pomocą GPS-u bądź adresu IP¹¹, jednak interakcje na Twitterze okazały się prostszym i szybszym rozwiązaniem. Użytkownicy serwisu mikroblogowego 13 listopada 2015 r., w panice i wśród natłoku informacji, chcieli dokonać jak najszybszej selekcji danych i dotrzeć do wiadomości, które były im potrzebne w danym momencie. Dzięki hashtagom korzystający z Twittera internauci mogli grupować i selekcjonować informacje, aby odnaleźć wpisy dotyczące poszukiwania najbliższych czy możliwości uzyskania lub zaoferowania schronienia. Hashtagi ułatwiały również wyrażenie gestu solidarności z Paryżem. Najpopularniejszymi hashtagami używanymi podczas i tuż po serii zamachów w Paryżu były: #porteouverte, #rechercheparis, #prayforParis, #wearenotafraid, #nous sommes unis. Odegrały one największą rolę w komunikacji użytkowników Twittera.

#Porteouverte, czyli „otwarte drzwi” – dzięki temu komunikatowi przebywający daleko od domów ludzie, którzy tuż po zamachach nie mogli wrócić do miejsca swojego zamieszkania, znaleźli schronienie w mieszkaniach życzliwych paryżan. Należy przypomnieć, że po zamachach, w wyniku wprowadzenia nadzwyczajnych środków bezpieczeństwa, swobodne przemieszczanie się po Paryżu było utrudnione. Hashtag #Porteouverte wykorzystywano też w celu wskazywania drogi do bezpiecznych miejsc.

#Rechercheparis był hashtagiem, który usprawnił proces poszukiwania ludzi zaginionych. Użytkownicy Twittera umieszczali we wpisach zdjęcia zaginionych, a także wskazywali ich wiek i tożsamość, aby w ten sposób podjąć próbę ich odnalezienia. Początek obiegowi informacji dawali najbliżsi zaginionych, następnie wpisy były retwittowane (udostępniane) przez innych użytkowników serwisu, dzięki czemu komunikat mogło zobaczyć więcej internautów, a co za tym idzie – zwiększała się szansa na odnalezienie danej osoby.

Wpisami opatrzonymi hashtagiem #prayforParis obywatele Francji, ale i ludzie z całego świata zapewniali o swoich modlitwach za ofiary zamachów, wyrażali swój smutek. Był to gest solidarności z zaatakowanym krajem, łączenia się ludzi w proteście wobec ataków terrorystycznych. Podobną funkcję spełnił hashtag #nous sommes unis, czyli „jesteśmy razem”. Za jego pomocą wyrażano współczucie, deklarowano pomoc i wsparcie poszkodowanym. Ponadto hashtag #wearenotafraid („nie boimy się”) był symbolem sprzeciwu i manifestem buntu wobec terroryzmu.

¹¹ Por. nb, „Otwarte drzwi”...

5. Zakończenie

Ewolucja internetu doprowadziła do stworzenia dogodnych warunków, dzięki którym zwiększyła się medialność zjawiska terroryzmu, wzmocnił się jego wpływ psychologiczny na użytkowników mediów. Współcześnie relacje z zamachów bywają postrzegane jako „reklama” organizacji terrorystycznych, a temat terroryzmu w mediach jest na tyle interesujący, że wiąże się ze znacznym wzrostem poziomu oglądalności, słuchalności bądź czytelności.

Przedstawione powyżej badania nad komunikacyjnymi funkcjami Twittera w obliczu tragicznych wydarzeń w Paryżu potwierdzają tezę, że właśnie ta platforma społecznościowa odegrała wówczas niezwykle ważną rolę. Twitter pełnił funkcję informacyjną, ale i komunikacyjną. Serwis mikroblogowy służył także budzeniu i podtrzymywaniu określonych emocji, przyczynił się do uproszczenia w organizowaniu się rozproszonych grup społecznych i ułatwił tworzenie wspólnot interesów między ludźmi. Reakcja na tragedię w Paryżu miała charakter hybrydyczny – łączyła przekaz wirtualny z realnym wpływem na życie paryżan. Umieszczane wpisy służyły obywatelom głównie do wyrażenia emocji, okazywania sprzeciwu wobec terroryzmu, ale i pokazywania solidarności z Francją.

Dzięki Twitterowi informacje rozchodziły się o wiele szybciej aniżeli za pomocą tradycyjnych kanałów komunikacyjnych, a ich ograniczenie liczbą 140 znaków wpłynęło na ekonomiczność przekazu. Tradycyjne gesty solidarności z poszkodowanymi zostały zastąpione możliwościami aplikacji nowych mediów, w tym przypadku hashtagami (np. #prayforParis, #wearenotafraid). Twitter 13 listopada 2015 r., a także kilka dni po serii zamachów w Paryżu, był główną przestrzenią komunikacyjną obywateli oraz miejscem pomocy, wsparcia i zjednoczenia wobec zamachów terrorystycznych.

COMMUNICATION FUNCTIONS OF TWITTER. USERS OF THE MICROBLOGGING SERVICE TOWARDS SITUATION OF THREAT ON THE BASIS OF THE SERIES OF TERRORIST ATTACKS IN PARIS

SUMMARY

The presented paper concerns information and communication functions of the microblog Twitter during and after terrorist attacks in Paris in 2015. The main purpose of this publication is to point out functions of content described with such hashtags as: #porteouverte, #rechercheParis, #prayforParis, #wearenotafraid, #nous sommes unis. Twitter's users used listed hashtags mainly to: 1) send people (who were in the area of terrorist attacks) information on where they can find safe place to stay, 2) look for lost people more effectively, 3) show support to people touched by the tragedy. On the November 13th 2015 and a few days after series of terrorist attacks in Paris Twitter was an important communication space, the place of giving help and support in fight with terrorism.

KEY WORDS: communication, Internet, Twitter, microblog, terrorism

