

ЧУРУЛИКАЙКИ ЦЕНЗУРАТА

Д-р Пламен Павлов

Домашното врабче (*Passer domesticus*) е дребна птица от семейство Врабчови (Passeridae), разред Врабчоподобни (Passeriformes). Среща се по всички континенти, без Антарктида. Обитава всички типове човешки поселения, рядко се среща в дивата природа.

Врабчето е странна птица. Немирно, палаво, игриво. Когато е гладно чурулика. Когато е жадно чурулика. Когато е добре нахранено чурулика. От радост и мъка, от студ и жега врабчето винаги ЧУРУЛИКА.

На някои врабчета песните са дълги и омайни. Има обаче едно синьо врабче, което както и да пее, винаги успява да изчурулика най-много 140 ноти. Това врабче е виртуално. То чурулика от интернет, от мобилни телефони.

Гласът му се чува все повече и повече. Цели орляци врабчета му пригласят, а все повече се логват да слушат омайните му къси песни...

За онези, които не са се досетили, става дума за Twitter.

Феноменът Twitter е социална мрежа, платформа за микроблогинг, система за новини, рекламна машина. За Twitter у нас знаят малко хора. Това е добре и зле. Добре е – защото не е пренаселено като във Facebook. Зле – защото не става купон. Животът в Twitter е по-лек и по-бърз. Платформата налага рестрикции, с които обаче руши бариери.

Едно от най-характерните неща в Twitter е ограничението. Цензурирането по дължина на чуруликаното премахва досадните ретардации, пести време, не дразни и в някаква степен е *par excellence* интернет комуникация. В допълнение – никога нямаме извинение, за това, че не постваме в Twitter. Нужно е малко време. Възможно е използването както на свързани компютри, така и на мобилни телефони.

Правилата са прости. Има няколко неща, които трябва да знаем.

На първо място – всичко да е събрано в рамките на каноничните 140 знака.

На второ място – говорейки за някого поставяме една кльомба пред името му и той получава съобщение, че е бил цитиран.

На трето място – знакът диез наричан още хаш таг (hashtag) маркира следа към верига или чат стая, която може да се следи и анализира.

С това обучението приключва. От тук нататък започва творчеството и интересната част.

Ако влезем в невероятно скучната страница на Twitter, може би никога няма да продължим нататък. Там няма нищо! Скука! Пълен Дзен!

В същото време Twitter все повече е горещата дума в новинарските и маркетингови среди. След юни 2009 година вече нищо не е такова, каквото беше. За какво става въпрос?

По това време в Иран се провеждат избори. В затворената и репресивна държава се случват неща, за които няма как да разберем. От свалянето на Шаха до тези избори Иран е строго охраняема зона. Интернет се цензурира. Няма никаква новинарска свобода. И в този момент в Иран откриват Twitter! Различни свободомислещи хора започват да постват, това което виждат, чуват и мислят. Маркирането на съобщенията с хаш #IranElections дава възможност всички съобщения да се събират, претърсват и анализират.

За броени часове всички телевизии и новинарски мрежи започват да базират своите емисии на Twitter. Всеки пост се очаква и публикува като новина. Замислена като връзка между кратките съобщения от мобилните телефони и интернет мрежа, вече получава излаз към телевизионния ефир.

Стига се дотам, че Държавният департамент на САЩ, подтикнат от големите новинарски мрежи, отправя молба към собствениците на Twitter да отложат планираната профилактика на услугата, защото от тях целият свят получава информация за случващото се в Иран.

Дошъл е звездният час на Twitter. Всеки зрител на CNN знае за чудната нова услуга, успяваща да пробие железните окови на ислямската цензура.

Неуловимите потребители на мобилни телефони успяват чрез Twitter да постигнат онова, което скъпо платените репортери с убийствено скъпа техника и сателитна връзка не успяват. Те са навсякъде.

Говори се за Интернет революция и Twitter революция. Онлайн журналистиката има още един формат за изява. Акаунтът в Twitter е задължителен за всеки занимаващ се с комуникация.

Разбира се, остават открити въпросите относно достоверността, стабилността на източниците, възможността за влияние от страна на недоброжелатели и т.н.

Twitter, обаче, остава фактор в комуникацията. Във времето на световна финансова криза, неговите пестеливи изразни средства са сякаш натъкмени специално. Дори нещо повече – Twitter е на печалба.