

Dzień dobry. Nazywam się Maciej Krzyszewski, a to jest dział zagraniczny. Podkasz o wydarzeniach na świecie, o których w polskich mediach słuchać niewiele, albo wcale.

Wysłuchasz to rozmów z ekspertami od Ameryki Łacińskiej, Afryki, Azji, Oceanii, a także mniej znanych tematów europejskich, a od czasu do czasu także odcinka solowego, w którym samodzielnie przybliżam ci jakąś historię.

Jeżeli interesują ci podejmowane tu tematy, to możesz wesprzeć moją działalność, dobrowolną wpłatą w serwisie Patronite pod adresem patronite.pl, łamany przez dział zagraniczny.

Dziś mają gościć Sylwia Czubkowska, autorka książki Chińczycy Trzymają nas mocno. Oraz współautorka razem z Janą Sosnowską. Podkasz te historie. Dzień dobry.

Dzień dobry.

Podkasz te historie, w którym, co ciekawe, jest odcinek na dokładnie ten sam temat, o którym dziś będziemy rozmawiać, ale podkreślę, że wysyłałem ci propozycję tej rozmowy zanim się pojawił ten odcinek mimo, że już był nagrany z tego co wiem. Tak pamiętam naszą konwersację.

Mieliśmy pierwotnie rozmawiać miesiąc temu, ale z różnych powodów do tego nie doszło. Natomiast od czasu, kiedy nagrałyście ten odcinek, który polecam, jak zresztą cały ten podkasz dla wszystkich osób, które są zainteresowane technologiami.

Ostatnio też uczacie GPT, bardzo ciekawe rzeczy. Natomiast od tamtej pory zmieniło się trochę rzeczy wokół TikToka, który jest tematem naszej dzisiejszej audycji, jak już wszyscy prawdopodobnie po tytule, zdążyli się zorientować, więc być może uzupełnimy to, o czym rozmiałyście wcześniej.

Ale wiesz co, to bardzo dobrze nam się ten odcinek przesunął, bo te ostatnie kilka tygodni rzeczywiście nakręciło mocno to, co się dzieje wokół TikToka.

Bardzo przyspieszyło też tendencje, które były widoczne w ostatnich tygodniach, w ostatnich miesiącach. I teraz mam wrażenie, że już właśnie nie są tendencje, tylko jest duże, polityczne, technologiczne, prawne, powiedzmy, zamieszanie na całym świecie, więc super moment na tą rozmowę.

Być może się też coś zmieni, ponieważ w ostatnich trzech dniach doszło do przyspieszenia, a my się nagrywamy na tydzień przed publikacją tego odcinka i nie wiadomo, co się wydarzy jeszcze przed następnym siedem dni, ale prawdopodobnie wszystko pójdzie w tę stronę, o której myślimy, bo wyjaśnię też od razu na wstępie słuchającym nas osobom, że kiedy odzywałem się do ciebie po raz pierwszy, wynikało to z tego, że sporo osób, i Ty też mi to napisałeś w prywatnej wiadomości, przy okazji zupełnie innej rozmowy, sporo osób uważa, że 2023 to jest ostatni rok TikToka w tej formie, w jakiej znamy go

obecnie. Zaraz do tego dojdziemy, wymienię tylko najnowsze wydarzenia, gdybym się gdzieś pomylił to odrozdumie popraw, ale to dla jasności, dlaczego się w ogóle spotykamy też w tej chwili.

Doszło do kilku zakazów. Najnowszy są z Unii Europejskiej. Parlamy teuropejskiej tuż przed naszym spotkaniem zabronił instalowania TikToka na wszelkich służbowych urządzeniach, ale też zaleca, żeby nie instalować go na prywatnych.

Do tego Komisja Europejska, która dzień wcześniej, czy dwa dni wcześniej?

Kilka dni wcześniej, żeby było też jasne te zakazy dotyczą pracowników tutaj, parlamentu europejskiego. To jeszcze nie są zakazy dla mieszkańców Unii Europejskiej, nie, dla pracowników parlamentu europejskiego.

Komisja Europejska takie same zakazy. Wiadomo już z pierwszych przycieków medialnych, że również Rada Europejska to jest dla osób, które trochę mniej znają tę strukturę, to jest ciało, w

ramach którego szefowie rządów w państwach się spotykają, że również Rada Europejska dla wszelkich osób w ramach niej pracujących ma taki zakaz wprowadzić w najbliższym czasie, być może do momentu publikacji tego odcinka. Kanada dwa dni przed tym jak się spotykamy również prowadziła taki zakaz we wszelkich instytucjach rządowych.

Wiemy oczywiście o Stanach Zjednoczonych, gdzie już w grudniu przegłosowano, że dla instytucji federalnych taki zakaz wchodzi, natomiast on zaczął obowiązywać bodajże od teraz, od właśnie marca.

No i na poziomie też stanowym. W wielu Stanach też obowiązują takie zakazy w wielu administracjach, nie we wszystkich, ale w wielu z nich.

I to tak, tematem stępu. Zaraz do tego wszystkiego powrócimy, ale chciałbym, żebyśmy strzelił od bardzo prostych rzeczy, bo słuchają nas też osoby, które nie korzystają z TikToka, nie do końca się na nim znają,

ale być może nawet dla osób, które z niego korzystają może być zaskoczeniem, że TikTok w Chinach nazywa się inaczej, jest inną aplikacją.

Czy mogłabyś wszystkim osobom nas słuchającym jak dzieciom wyjaśnić, czym TikTok jest i czy mnie jest?

A ty masz TikToka?

Mam.

Ale tak zawodowo?

Zawodowo, tak. Prywatnie jak dojdziemy do algorytmu, to mogę ci powiedzieć coś ciekawego.

Ja też właśnie przez miesiące lata mówiłam, że nie mam TikToka, aż właściwie się przyznałam.

Ale masz prywatnie czy zawodowo? Zawodowo i to jeszcze mam tylko na desktopie, nie mam aplikacji, tylko webowo używam.

Chyba nie idzie mnie tam znaleźć, bo nazwa, który używam, nie ma nic wspólnego z tym, co robię ani z żadnymi moimi rozpoznawalnymi powiedzmy cechami.

Ja mam kilka takich ką w kilku mediach społecznościowych też ze względów zawodowych, ale nie chcę, żeby to było ze mną w jakichkolwiek sposób powiązane.

Nie da się dzisiaj tak naprawdę zajmować tematyką nie tylko technologiczną, tylko poważnie dziennikarską, jeżeli ona gdzieś zahacza o tematy mniej lub bardziej związane z siecią.

A dzisiaj praktycznie to każdy temat, jeżeli się nie ma dostępu do TikToka właśnie po to, żeby sprawdzić, jak bardzo są silne przeróżne tendencje.

Więc ja tak mówiłam przez lata, że nie mam tego TikToka, nie mam, nie będę miała, że miałam przez chwilę aplikacji, jak pisałam pierwszy tekst o TikToku.

Ale wreszcie, znam, że dobra, nie ma coś ciemnie, trzeba powiedzieć, jak wygląda sytuacja. Dlaczego tu tego zaczynam? Bo to, że tak wiele osób bardzo krytycznie i z taką ogromną rezerwą podchodzi do TikToka,

właśnie wynika z tego, że ten TikTok, którego my dzisiaj używamy na świecie jest tworem bardzo trudnym, bardzo tajemniczym i bardzo specyficznym.

Również dlatego, że są dwa TikToki. Jeden to jest TikTok, ten zachodni powiedzmy globalny, drugi serwis to jest Duin, czyli chińska wersja TikToka.

Obydwe należą do tej samej spółki matki, do Bidens, chińskiej firmy z Pekinu. Przy czym TikTok zachodni jest zarejestrowany, ma swoją siedzibę headquarter w Singapurze, żeby było tak bardziej

światowo.

I ma prezesa też z Singapuru.

Ma prezesa z Singapuru, do którego chyba dzisiaj przejdziemy, bo to jest bardzo ciekawa postać, trochę o nim powiemy.

Więc są rzeczywiście dwa TikToki. Chiński na chiński rynek i TikTok jako TikTok na rynek globalny. Właściwie są takie same, ale są inne.

Mają na pewno ten sam kod źródłowy, to zostało potwierdzone.

Tak. Mają ten sam kod źródłowy, właściwie służą też do tego samego. To są po prostu serwisy z krótkimi formami wideo, niby nic nowego, ale sposób w jaki to zostało skonstruowane, w jaki sposób działa algorytm, w jaki sposób wygląda cała funkcjonalność i łatwość, też tak naprawdę tworzenia treści spowodowały, że i Douyin w Chinach i TikTok globalny stały się po prostu fenomenem.

To czas sobie powiedzieć wprost.

Wyjdę Ci jeszcze tylko w słowo, żeby jedną rzecz dodać, bo w Chinach chińska wersja, czyli Douyin właśnie, ma dużo więcej i komersu, co jest związane z tym jak działa internet chiński.

Ale to jest też chińska, taka specyfika.

Tak, specyfika.

I komers, te life komersowe próbowano też przenieść na europejski rynek w czasie pandemii zresztą, ale jedynym państwem, w tym takiej szeroko-europejskiej strefie to zadziałało to Rosja.

Prawda mówiąc, chyba tego socjologowie wiedzą dlaczego, bo to nie ma innego wytłumaczenia do końca, to gdzieś chwyta, gdzieś nie chwyta, żeby też wytłumaczyć takie mango, mango life.

Tyle zakupy, tak, tak.

Przecież też w Duin jest o tyle uproszczony, że po dwóch kliknięciach już jesteś na stronie produktu i jesteś w stanie go zamówić. Nie ma tego typu połączeń w europejskich aplikacjach.

No nie ma nią, bo to wynika też, wiesz, co z naszego prawa. Znacząco zostało dąsa z RODO, tak?

Z pewnych ograniczeń związanych właśnie z tym, że ty musisz wracać każdym razem wyrażać zgody, nie może być automatycznie przenoszony.

To jest też różnica między Duin a Tiktokiem. Jakby nie było, Tiktok operuje w tych społeczeństwach, na tych rynkach.

Oczywiście Unia Europejska jest pod tym kątem najbardziej rozwinięta, ale na wielu rynkach, na których już jest dosyć poważne ustawodawstwo związane z ochroną prywatności, ochroną przepływu danych,

osobowych przepływu usług, etc., więc są większe ograniczenia nałożone na tę aplikację niż ma rzeczywiście Duin.

No to jest ta jedna różnica bardzo taka użytkowa, można powiedzieć, ale są inne różnice, które są dosyć oczywiste dla każdego,

kto chociażby odrobinę liznął funkcjonowanie Chin, Chińskiej Republiki Ludowej, również w kontakcie technologiczno-politycznym, bo od tej polityki dzisiaj po prostu nie będziemy mieli szansy uciec.

To poczekaj, zanim dojdziemy do polityki, bo faktycznie nie możemy od niej uciec i też nie możemy uciec od RODO, bo to też będzie część naszej dyskusji,

ale jeszcze ponownie dla osób, które z TikToka nie korzystają, czy możesz wytłumaczyć, jak działa ten słynny algorytm?

Chciałabym? Ja myślę, że dużo osób chciałbym na świecie umieć wytłumaczyć, jak działa słynny algorytm TikToka. To jest jedna z tych najgorętszych spraw, które naprawdę rozgrzewają ludzi. My widzimy, jak on działa ogólnie, jak działa w szczególności tego naprawdę nie wiadomo. To jest święty graal dzisiaj internetu, zrozumieć się, algorytm TikToka, wiesz?

Ale w dużym skrócie. Myślę, że teraz powszechnie to coś rozumiemy, jak funkcjonują media społecznościowe.

Są to platformy, na których pojawiają się po to, żeby budować pewnego rodzaju sieci kontaktów z znojomymi współpracownikami.

W Polsce się wychowaliśmy tak naprawdę, jeśli chodzi o media społecznościowe na naszej klasie, czyli nie wiem, z kolegami z klasy, tak?

Mogą się też osoby obce, tak jak na Twitterze, gdzie łączy nas, nie wiem, wspólnota zainteresowań, powiedzmy.

Tiktok, mimo tego, że jest postrzegany jako medium społecznościowy, idzie tutaj wbrew temu tak naprawdę zjawisku,

bo na Tiktoku nie działa się po to, nie jest się na Tiktoku po to, żeby poznawać ludzi albo mieć kontakty ze znojomymi.

Tiktok jest bardziej jak medium rozrywkowy. Dzisiaj tak naprawdę konkurencją dla TikToka, de facto, jest bardziej Netflix niż Facebook.

Ja mam powiedzieć, że YouTube też.

YouTube oczywiście, tak, ale w sensie media rozrywkowe, a nie media, które są stricte platformami społecznościowymi.

Więc na Tiktoku oczywiście mamy twórców, mamy odbiorców tej twórczości, tylko to, co się dostaje, to, co się ogląda, to, na co się trafia,

nie tyle zależy od twojej sieci kontaktów. Oczywiście algorytm bierze pod uwagę, co załajkowałeś, jakie konto obserwujesz, ale to jest jeden z elementów.

A bardziej zależy tak naprawdę od tego, jak ten właśnie tajemniczy algorytm oceni daną treść i uzna jej wysoką skuteczność, taką chwytliwość

i jak szeroko ją dostarczy kolejnym odbiorcom.

Dlatego mówię o tym Netflixie, bo to trochę jest jak z Netflixem, gdzie się wchodzi, się przegląda i czasami potrafisz stracić więcej czasu na przeglądanie biblioteki.

O, boże, tak. Zdecydowanie to, że problem Netflixia.

Tylko Tiktok pokonał właśnie. Nie tracisz tego czasu na przeglądanie biblioteki, nie trafionych dla ciebie materiałów,

bo wystarczy według wyliczeń kolejnych analityków dwie godziny na Tiktoku, żeby ten algorytm tak doskonale poznał twoje potrzeby zainteresowania,

to czego szukasz, żeby zacząć ci dostarczyć po prostu świetnie dobrany контент.

Czasami nawet mniej, ponieważ jej godziny jest takie śledztwo z 2021 roku Wall Street Journal, gdzie oni utworzyli ilość tam botów.

To już jest tak, inaczej. Ten okres się skracał, tak? Myślę, że za chwilę to będzie również dobrze może pół godziny,

bo to też wynika z tego, że mimo tych ograniczeń, które są nakładane na świecie właśnie w związku z ochroną danych osobowych,

Tiktok ma tak skonstruowaną swoją funkcjonalność, że przykład, który dobrze wspominał się tego

Duin, czyli chińskiej wersji, gdzie tam dotyczy i komersu.

W Tiktoku mniej i komersu, ale tak naprawdę wszystkich naszych działań.

Kiedy klikamy na treść na Tiktoku, nas nie przenosi do osobnej, otwieranej łybowo z przeglądarki strony,

to wszystko jest otwierane w ramach Tiktoka, w ramach aplikacji albo tam webu Tiktokowego, więc aplikacja ma szansę zbierać i jeszcze więcej informacji na nasz temat,

jeszcze bardziej je dokładnie przetwarzać, widzieć nasze potrzeby, nasze zainteresowania itd.

I tak doskonale po prostu te treści dobierać, podkładać, że z tego się robi świetnie uszyty na miarę produktu rozrywkowy.

Mniej social mediowy, właśnie mniej społecznościowy, a bardziej rozrywkowy.

Trafiający też bardzo dobrze w twoje gusty, a dodajmy, bo to nas przeniesie do innej części rozmowy później,

aplikacja, która serwuje ci rozrywkę bez względu na twoje zainteresowania, bo potrafi nawet niszowe treści znaleźć.

Czyli jeżeli interesują cię konkretnie, na przykład wśród psów, mobsy, to on ci będzie serwował te mobsy.

On rozpozna po iluś tam kilkudziesięciu minut, także wolisz psy, które mają krótką kufę niż długą, tak?

To jest bardzo uzależniające też.

Nie będziemy teraz chodzili w tą całą rozmowę, co Tiktok robi z dziećmi, w jaki sposób działa, bo to jest jakby osobny temat.

Nie chciałbym, żebyśmy możemy o Tiktoku zrobić kilka odcinków.

Chciałem przejść do takich kwestii trochę bardziej konkretnych.

Zacznijmy od tego, wspomniany już wcześniej Singaporeczyk, czyli kto rządzi Tiktokiem tak naprawdę?

Kto rządzi nominalnie, a kto rządzi naprawdę?

I znowu to jest też takie pytania, które sobie zadają teraz dośmienia analitycy, bardziej politycy z całego świata.

Kto rządzi Tiktokiem?

Oficjalnie Shunzichu.

To jest właśnie prezes Tiktoka, 40-latek Singapuru.

To, że 40 lat jest o tyle ważne, że właśnie jest postrzegany jako dosyć młody człowiek, jeżeli chodzi o ten rynek menadżerski.

Może nie tak młody jak Mark Zuckerberg, kiedy zakładał Facebooka, ale to jest też trochę inne środowisko, tak?

Więc młody menadżer z Singapuru, z fajnym doświadczeniem, jeżeli chodzi o takie biznesy na styku Chiny Zachód,

bo on był też przez długi czas menadżerem w Xiaomi, chociażby wprowadzał Xiaomi na rynki zagraniczne.

Ształcił się zagranicą, prawda?

Ształcił się, tak, oczywiście, oczywiście, że się kształcił zagranicą.

Z całkiem niezłymi kontaktami Wielkiej Brytanii w scenach jednoczonych środowiskach takich inwestorskich

zatrudniony w TikToku za chwilę będzie dwa lata, w maju będzie dwa lata.

Głównie po to, żeby tak naprawdę zbudować taką pozycję i wizerunek TikToka jako firmy niezależnej. Firmy, która, dobra, ma właściciela chińskiego, ma tą spółkę, matkę Biden z chińską, ale łączą ją oficjalnie.

Oczywiście tylko i wyłącznie kontakty strictly biznesowe.

Działa sobie centrala w Singapurze, są oddziały w Stanach Zjednoczonych, być może za chwilę w Dublinie, być może gdzieś jeszcze, bo firma się rozwija.

Są też te takie lokalne oddziały, np. w Polsce też mamy biury Tiktok, a mimo, że one jest zmniejszane.

Takie są plotki.

Podobno ma zostać przeniesione do Londynu, ale nie mamy jeszcze potwierdzenia na tym chwilę. Ale jakby nie było, są też lokalne rzeczy.

To już oddziały te lokalne, to takie, jak oddziały lokalne były na początku, nie wiem, Google czy Facebooka.

Głównie są sprzedażowe, tak, marketingowe, bo rynki rosną, więc trzeba zarabiać.

Szuzy i чул rzeczywiście został zatrudniony po to, żeby tą firmę wprowadzić na zachód, nie tylko jako produkt, który się świetnie przyjął.

Bo taki moment w czasie pandemii 2020 roku, że to była najczęściej pobierana aplikacja na świecie. Ona przeskoczyła tam Google, właśnie przeskoczyła YouTube, a przeskoczyła Netflix, czyli na nóg giganty.

Tak, i częściowo trwa do dziś, bo np. zeszłym roku najczęściej ściąga na wywłoszech i w Hiszpanii, z tego co wiem, z rynków europejskich.

Kolejne rynki po prostu zaczęła obejmować.

No 1,6 miliarda użytkowników co miesiąc.

Do takich wyników Facebookowi, jeżeli dobrze pamiętam, zajęło dojście 14 lat, 15 lat.

No taka TikTok 2. No w cztery można powiedzieć, bo...

Powiedzmy, że pięć nawet nie będzie, ale to przyspieszenie nastąpiło rzeczywiście w dwa lata, tak? Ogromne tempo wzrostu, bardzo ciekawe oczywiście demografia, o której wszyscy wiemy, bo to są głównie zetki Alfa,

czyli pokolenie nastolatków, dwudziestoparolatków, ale nie tylko, bo bardzo mocne wejście w ostatnich miesiącach też to milenialesów,

czyli 30-40 latków, czyli pokolenie Shunzi чул, jakby nie było.

Świetne wyniki finansowe naprawdę, reklama się przeniosła na TikTok.

Również dlatego, że bardzo korzystne warunki oferuje TikTok, szczególnie w porównaniu z tymi potentatami reklamy,

czyli Google i Facebookiem, same sukcesy, same sukcesy, naprawdę pasmo sukcesów.

Wśród tego pasma sukcesów, pasmo mega problemów.

Zanim dojdziemy do problemów, odstawmy jeszcze na chwilę z Singapuru, ponieważ jest coraz więcej informacji,

które pojawiłem się w mediach zachodnich, szczególnie w Forbesie, który ma zaskakująco dobre informacje na temat tego 30 lat TikTok.

To zaraz powiemy, dlaczego.

Ale bardzo często powtarzę się ta historia o tym, że nominalny prezes TikToka sam nie do końca wie,

co się z nim dzieje,
bo jednak wszystkie decyzje zapadają w dalszym ciągu w Chinach, w bardzo wąskim gronie założycieli,
oczywiście jednego głównego założyciela, ale też na przykład jego byłego współlokatora z Akademika, i że tak naprawdę w dalszym ciągu to, co się dzieje z TikTokiem, ta strategia jest wykuwana w Pekinie, a nie w Singapurze.
W dużym skrócie tak, takie informacje idą, i one z jednej strony są zaskakujące, z drugiej strony nie są zaskakujące,
bo o tym, że Bidens jednak ma silny wpływ na TikToka, właściwie wiadomo, można powiedzieć od początku.
Od początku to znaczy jeszcze fajnie byłoby się cofnąć, powiedzieć, skąd się wziął ten TikTok.
No to tak naprawdę Bidens zakupił już dosyć niezłą i taką mającą dobrą pozycję aplikację Music Only. Jeszcze post-influencerzy na przykład z niej korzystali tam właśnie w 2017 roku, że tam niektórzy zaczynali.
Bardzo kupił gotowy produkt, wyglądający bardzo podobnie do dzisiejszego TikToka.
Oczywiście tam się zmieniło, tam interfejs, właśnie algorytm został dopracowany, miliony szczegółów technologicznych,
ale klubu było takie same, krótkie formy wideo, bardzo łatwe do montowania,
z gotowymi mechanizmami, takimi pomagającymi w montażu, ogromną biblioteką muzyki.
Tak początkowe też TikTok wyglądał, że to było głównie treści muzyczny, powiedzmy około muzyczne,
czyli psinki, tańce przeróżne, tak, karaokę. Taka zabawowała aplikacja.
Tyle, że rzeczywiście Bidens też dysponował przy zakupie bardzo dużymi finansami, bardzo potężnymi pieniędzmi, które, i tu jest ciekawa historia, tak naprawdę wypłynęły z inwestycji rządowych chińskich.
Formalnie jest 3% tylko mają teraz w spółce, ale w rzeczywistości przez spółki córki.
Tam jest dużo różnych udziałowców ciekawych, między innymi China Network Television, czyli takie TV pa chińskie.
To też, my 1% jest oficjalnie udziało, ale to finansowanie było z takiego pakietu na inwestycje w start-upy, na inwestycje w innowacje.
I początkowo twórca Bidensa chciał tak naprawdę te pieniądze włożyć w rozwój aplikacji takiej edukacyjnej.
Jak wiemy, jednak rozrywka z edukacją wygrywa, no i wygrała rozrywka.
Był budżet, były setki milionów dolarów na to, żeby tą aplikację mocno finansowo kopsnąć.
Poszły te pieniądze oczywiście na rozwój bebechów tych technologicznych, głównie właśnie kwestii związanych z akorytmizacją.
Tak naprawdę też wszystkich kwestii technologicznych związanych właśnie z łatwością tego interfejsu.
To jest naprawdę bardzo elastyczna, bardzo taka przyjemna włożenie aplikacji, usługa, nie tylko aplikacja.
I okazało się, że to po prostu chwyciło, czyli produkt skupiony na krótkich wideo, bardzo wygodny włożeniu,
dopasowany do sposobu komunikacji do potrzeb, 20-latków na 100-latków, chwycił jak nie wiem co.

I na początku nikt się nie skupiał specjalnie na tym chińskim właścicielu, na tych twórcach. Po to też tak naprawdę zatrudniono tego szanyczu, żebyś tak za bardzo na tym nie skupiać. A to o czym pisze Forbes, zresztą nie tylko Forbes, to są informacje, które no wyciekają od pracowników po prostu tiktoka.

I one dotyczą i składu właśnie założycielskiego, bliskich kontaktów i takiego kierowania ręcznego całą tą firmą.

Ale również kwestii związanych z tym, że pracownicy Bidens, chińscy pracownicy Bidens, mają wciąż dostęp,

można powiedzieć wręcz ręczny do danych użytkowników, przynajmniej ze Stanów Zjednoczonych.

A jak ze Stanów to pewnie i z reszty świata też.

No i te rzeczy wyciekają jedna za drugą.

No i tu będziemy za chwilę przychodzić do polityki, bo to ja bez tego się nie da.

Wejdziecie tu jeszcze w słowo, bo za chwilę wrócę do tego wątku, ale zanim o tym powiemy, jeszcze jedna historia, nieprzypadkowo przywołałem też Forbesa, bo on wypłynął w dwóch istorych.

Jedna to jest szpiegowanie dziennikarzy, którzy mieli tiktok zainstalowany na swoich telefonach.

W tym dziennikarze też Forbesa, dziennikarek w zasadzie.

I druga rzecz, o której chciałbym przez chwilę porozmawiać, to jest informacja, która została opublikowana w styczniu.

Duży tekst, to nie jest informacja, to jest duży tekst z rozmowami właśnie z osobami stiktoka.

O tym jak działa, możemy różnych nas używać, ale puszowanie powiedzmy.

Czyli sztuczne wypychanie pewnych treści przed innym.

Wyjaśni w skrócie o co chodzi.

No i tutaj właśnie znowu wracamy do tego algorytmu, bo przekonanie jest takie, że w mediach społecznościowych też platformach cyfrowych dostajemy takie treści, które w jakiś sposób są świetnie dopasowane do naszych potrzeb, tak?

Film, który wstawimy w PiS zdjęcie cokolwiek,

więcej zbiera aktywności na Facebooku, lajków, serduszek.

Wiadomo, bardziej serduszek i nam innych tych grymasków niż lajków,

więcej komentarzy udostępnień, tym większe ma szansę na to, żeby mieć coraz większe te zasięgi.

Po prostu algorytm wynagradza treści, które budzą emocje.

I takie jest właściwie we wszystkich mediach społecznościowych,

we wszystkich platformach cyfrowych.

Nie jest też specjalną tajemnicą, że od jakiegoś czasu,

że oczywiście te platformy cyfrowe mogą podbijać pewne treści, które im pasują,

albo je zmniejszać, jeżeli coś jest niehalo według zarządzających,

na to słynne szadłubane, chociażby na Facebooku czy na Twitterze, tak?

Czyli znowu już zmniejszenie zasięgów, jak coś jest kontrowersyjne,

polityczne, cycki słynny, Facebookowe,

czyli pojawiają się sutki kobieca, tak?

Tak, co ciekawe, że przy męskich to nie działa.

Dożucę jeszcze jedną ciekawostkę, bo być może część z nas słuchających

z tego nie zdaje sprawy, że na przykład na YouTubie tak jest,

że jeżeli masz filmiki na YouTube i masz włączoną monetyzację, to YouTube podbija im zasięgi, a jeżeli masz wyłączoną, to im obniża zasięgi. Dlaczego? No bo to jest bardzo prosty YouTube, zarabia większość pieniędzy z tych reklam, więc zarazimy na tym, żeby ludzie oglądali jednak te, które mają włączone reklamy, a nie te, które mają wyłączone. Ja mam na przykład wyłączone, z żadnych powodów generalnie uważam, że nie powinno być reklam z tego typu materiałów, jakie publikuję. Przynajmniej nie tych reklam, takich dysplejowych, jakichś, wiesz, randomowych i tak dalej. I wiem, że to też między innymi wpływa na obniżenie zasięgów. Natomiast słyszałem właśnie od osób, które żyją z YouTube, od polskich YouTuberów, że kwestia monetyzacji na kanałach, to nie jest kwestia zarabiania na nich, bo zarabia się dziś już jednak przynajmniej te duże pieniądze w inny sposób, ale jest kwestia to zasięgowe, żeby właśnie YouTube nie wyciął tych wyświetleń. Wracając o tych, tak. Tak, tak jest, tak jest, tak się dzieje, więc to są takie proste zasady, jeżeli chodzi o właśnie budowanie zasięgu treści. W TikToku wracając do tłumaczenia tego algorytmu. Ja tak do tego cały czas wracam po trochu i to tłumaczę, bo dopóki się nie wejdzie w ten system, nie posiedzi się w tym trochę, to może być trochę trudne do zrozumienia. W całej reszcie mediów społecznościowych twojej zasięgi jednak zależy od tego, jak dużo masz bazę obserwujących, jak dużo masz subskrypcji, follow usów, fanów, zwał jak zwał. Na TikToku oczywiście to też jest ważne, ale nie musi być najważniejsza. Bardzo często zdarzają się takie przypadki. Na początku oczywiście wielu twórców to strasznie cieszy, są totalnie tym zajarani, że puszczasz swój pierwszy filmik i on robi 5 milionów, 10 milionów, 50 milionów, jesteś influencerem, inspenie, minutę, filmik z psem, 10 milionów. W całą świat mnie ogląda. Początkowo analitycy tłumaczyli to sobie tym, że no dobra, wiadomo jaki jest. TikTok też będzie nagradzał nowych twórców, chcąc podbudować ich takie przekonanie, że jest świetnie, będą tworzyć więcej, będą nakręcać zainteresowanie całym serwisem, sami też będą produkować więcej treści, więc to jest dział, ten cały mechanizm, newsletter, generalitat, content itd. Jeżeli mają lepsze dotarcie niż na innych platformach, więc więcej czasu byś więcej. Więc oczywiście przeniosą się z Facebooka, z Instagrama,

czy całej reszty na TikToka.

I to wytłumaczenie miało ręce i nogi.

Dopóki rzeczywiście nie pojawiły się pierwsze, mocniejsze teksty śladcze, z których wynika, że obok tego wytłumaczenia są też po prostu mechanizmy, można powiedzieć ręczne, czyli to właśnie takie puszowanie, kiedy TikTok, tudzież jego pracownicy, tudzież pracownicy połączeni z algorytmem, bo te decyzje często zapadają na takim styku maszynowo-ludzkim, mają ochotę z różnych powodów, pewne treści podbić, to je mogą po prostu podbić ręcznie.

To są takie batony też, po prostu, nie?

Chciałem powiedzieć, że czasami te powody, bo to oczywiście o czym teraz mówisz, może się kojarzyć z chińską propagandą i zaraz do niej dojdziemy.

Niekoniecznie są takie, niekoniecznie.

I właśnie te motywy bywają bardzo przyziemne.

Czasami chodzi o to, żeby żona miała więcej wyświetleń.

I na przykład takie przypadki też się zdarzały, ale okej, rozbijmy to na dwa segmenty.

Pierwszy to jest ten duży, do którego zmierzamy, bo on nad nami wisi, czyli właśnie polityka i te zakazy, od których zaczęliśmy naszą rozmowę.

Czyli co się dzieje, że duża część świata zachodniego zaczyna w tej chwili działać w sprawie TikToka.

W przypadku Unii Europejskiej jest tak, że była ta mityczna data pierwszy września tego roku, kiedy TikTok musi się dostosować do ustaleń dotyczących między innymi właśnie RODO, ale jak widzimy teraz zaczęły wchodzić wcześniej różnego rodzaju obustrzenia dla pracowników unijnych.

W Stanach mimo, że prezydent Trump mówił już... 2020.

Tak, że prowadzi do podzielenia TikToka, że część wykupi Oracle, czyli amerykańska spółka i tak dalej. No nie doszło do tego ostatecznie, ale teraz prace przyspieszyły i ten kurs przeciwko TikTokowej w Stanach jest znacznie mocniejszy.

Do tego doszła też ta Kanada, gdzie historia zupełnie jest z pobocznych powodów.

Natomiast rozmawiamy przez chwilę tylko o kwestiach stricte politycznych.

Zostawmy rozrywkę na boku.

Co się dzieje, dlaczego teraz jest tyle ruchu w tym temacie?
Trochę zostawmy tą rozrywkę na boku, a trochę do niej wrócimy.
Nie, no na pewno wrócimy, bo jeszcze chciałem o niej to poruszyć.
Bo to są dwa powody skanalizowania problemu wokół TikToka.
Pierwszy powód, to jest powód taki, że właśnie mamy ten 2022-2023 rok i to nie jest ta sytuacja powiedzmy sprzed dekady.
Podobna sytuacja powiedzmy była Facebooka.
Szybki wzrost, zachwyty, zmiana w ogóle sposobu funkcjonowania, świata komunikacji medów etc.
Tylko my nie widzieliśmy z czym my mamy do czynienia.
My wtedy naprawdę byśmy my, czyli społeczeństwo, regulatorzy, dziennikarze, analitycy, cała reszta, blik dzieci węgle.
Dzisiaj już wiemy, czym są platformy cyfrowe.
Dzisiaj już rozumiemy, czym są mediastycznościowe.
Wiemy, jakie niosą ze sobą problemy, wyzwania potężne, ale to potężne też skandale.
Również tenastyku polityki na czerwę scambrićanalitka, czyli tym, co przeorało Facebooka i pokazało, jakie mogą być wpływy na kampanię wyborczą.
I teraz mamy też follow-up izraelskiej firmy, która twierdzi, że przekreślała 30 różnych wyborów na świecie, a której założycie jest powiązany scambrićanalitka, jest też bardzo dobre śledztwo na ten temat między innymi gardiana.
Więc polecam, jeżeli ktoś jest zainteresowany.
Mnie wszystko się tam dopina, na przykład kwestia tego, czy zostały przekrecone na ostatnie wybory w niger, i nie tec teraz, tylko te poprzednie.
Ale jest dużo wskazówek, ciekawych wątków, powiązań między innymi też dziennikarzami we Francji, więc bardzo ciekawe śledztwo.
My to już rozumiemy, tak?
My już wiemy, że platformy cyfrowe i mediastycznościowe to nie są jakieś takie zabawki dla najmłodszych użytkowników internetu.
To są potężne firmy.
One mają wpływ na decyzje konsumenckie, mają wpływ na decyzje polityczne, mają wpływ na pewne zjawiska społeczne, idzie tym z informacja, idzie targetowanie, bicha wioralne.
My to wiemy, wiedzą to politycy, wiedzą to regulatorzy.
I tak dosyć późno obudzili się sprawie TikToka.
Nawet bardzo późno się obudzili w sprawie TikToka.
Tak bardzo późno, że na przykład najlepszy,

najbardziej zaawansowany polski watchdog,
jeżeli chodzi o kwestie cyfrowe i kwestie regulacje BigTaków,
czyli Pan optykon, obudził się w tym roku.
Wcześniej się TikTokiem nie zajmował.
Dopiero teraz zatrudnił pierwszego analityka,
który siądzie w ten temat.
I to jest późno.
Dobra, to zatrzymajmy się jeszcze na sekundę.
Dlaczego tak jest?
Czy dlatego, że TikTok po prostu rozmyślnie,
poniżej radaru operował,
czy chodziło też o to,
że nie osiągną jeszcze takiej pozycji dominującej,
jak Facebook i Instagram,
czy chodziło też o kwestie pokoleniowe,
że przez tyle czasu korzystały z niego osoby,
dzieciaki, mówiąc prost,
czyli decydenci nie mieli okazji,
nawet jak zauważyć tej aplikacji.
Zauważali, ale była ta długa rozmowa,
pamiętam, podczas pandemii,
że TikTok to są jakieś głupoty i tak dalej.
I myślę, że dopiero zeszły rok nam pokazało,
że TikTok to jest na przykład oglądanie na żywo wojny w Ukrainie.
Dokładnie, Tokwar.
Ja myślę, że TikTok tylko nie doceniono.
Duża część właśnie analityków,
obserwatorów uważała, że to będzie...
A, taki Snapchat.
Kto tam, że się Snapchata pamięta.
Jakieś tam we Francji jeszcze jest popularna,
właściwie resztę rynków to już nie za bardzo.
Albo nie wiem, Wine. Pamiętasz Wine?
Pamiętam.
Ale gdzie jest?
TikTok trochę krótkie filmiki.
Dla osób, które nie wiedzą krótkie,
zapętlone filmiki dokładnie.
Tak, no upadło.
Nawet byli influencerzy Wainowi,
którzy byli zapraszani, pamiętam,
wtedy do telewizji.
Byli.

Nie wiem, co się z nimi dzieje.
Przeszli na Instagrama i na TikToka.
Ale duża część analityków uważa,
że ten trend, który się pojawi,
wzrośnie i zniknie.
Że to pokolenie najmłodsze
po prostu dorośnie
i pójdzie na dorosłe media społecznościowe,
czyli na Facebooka na przykład.
Ja pamiętam też taką narrację,
że w momencie, w którym się skończą obostrzenia covidowe,
że wówczas ludzie wyjdą do świata
i przestaną tak korzystać...
Robić te TikToki.
Tak, robić te TikToki,
bo to znowu była taka górnolotna narracja,
że głupoty robią, bo siedzą,
zamknięci w domu.
No mniej więcej tak.
Nie pierwszy raz w historii
w ogóle kwestii technologicznych,
czegoś nie doceniono.
Więc obudzono się dosyć późno,
ale za to obudzono się,
że się tak na pełnej można powiedzieć.
I to jest pierwszy element,
czyli tak naprawdę taka pewna nasza dojrzałość
już w traktowaniu wyzwań technologicznych,
szczególnie związanych z platformami cyfrowymi.
A drugi element tego, co się dzieje,
to nie ma co ukrywać,
po prostu to jest polityczny element,
mocno polityczny.
I możemy oczywiście traktować pomysły Trumpa,
tak jak traktujemy wiele pomysłów Trumpa
i wiele jego zapowiedzi, wypowiedzi
w taki bardzo krytyczny sposób.
Ale dzisiaj kolejne grupy polityków
i kolejni politycy amerykańscy
mówią, że w przypadku TikToka
to miał trochę nosa i trochę rację.
Tyle, że robią, tak jak tu Trumpa,
nie jest buta, bez wytłumaczenia

i na tam jeszcze wchodzą ciekawe wątki,
w których my na chwilę przejdziemy, właśnie Oraklowa,
bo to też kwestie powiązań pewnych.
Szczególnie potaku Rosji już na Ukrainę rok temu
bardzo mocno kolejne rządy na świecie
zaczęły patrzeć w taki dychotomiczny sposób na to,
co się dzieje.
I ta dychotomia jest ewidentnie ustawiona
na sytuację zachód na to,
Stany Zjednoczone,
jako jeden blok, oraz Rosja i Chiny,
Dragon Bear, jako drugi blok.
Ja tak trochę niechętnie podchodzę do tej dychotomii,
bo ona nie jest taka jednoznaczna na tym świecie
i to nie jest tak, że my mamy tutaj powrót
takiej żelaznej kurtyny i dwóch światów,
pierwszego zachodniego i drugiego rosyjskokońskiego,
powiedzmy, świata, ale to,
jak przepływają siły gospodarczo,
militarno, technologiczne,
widać w tym okładzie.
Więc Chiny, które oczywiście,
to nie jest tak, że autorytarne państwo chińskie
się pojawiło w 2021 roku,
no rządy dyktatury,
ładnie się teraz to nazywa tak naprawdę,
cyfrowy leninizm, no to
Xi Jinping już skutecznie 10 rok,
czy tam właściwie 11 rok wprowadza.
Tak, bo to jest też ciekawe,
że on był też pierwszym przewodniczącym komunistycznej
partii Chin, który wziął się za te technologie.
One wcześniej działały z dość dużą swobodą
do mniej więcej w 2016 roku.
O postawiu na technologię po prostu, postawiu,
znaczy buduje potęgę Chin,
tak jak Wielka Brytania wyrosła jako imperium
na pierwszej rewolucji przemysłowej
i Stany Zjednoczone, drugi rewolucji przemysłowej,
tej technologicznej takiej rewolucji przemysłowej.
Tak, Xi Jinping postawił na to,
że Chiny wyrosną na cyfrowej
rewolucji przemysłowej, na najsilniejszą

imperium świata do tego 47 roku,
czyli do stulecia powstania chińskiej
Republiki Ludowej.
Żeby było jasne, to nie jest tajemnica,
o tym wszyscy wiedzieli,
ale traktowali to trochę tak,
to jako ambicje dobra, ambicja państwa
środka, ale my tu robimy biznesy
i nie ma to za bardzo wnikać.
Ale wybuch wojny, to co się zaczęło
dziać w wyniku też i przy okazji
wojny wokół tej wanu, czyli ruchy
też takie militarne, dosyć
jasne postawienie sytuacji
przez Stany Zjednoczone, albo jesteś z nami,
albo jesteś przeciwko nam, no nawet nie tyle,
że przeciwko nam, ale albo jesteś z nami
i wtedy cię wspieramy, po sorry,
radź sobie sam trochę.
Zaczęło skłaniać kolejne państwa,
kolejne rządy, kolejnych polityków i regulatorów
do bliższego przeglądania się
tym usługom technologicznym z Chin,
a nie ma dzisiaj żadnej usługi
technologicznej z Chin, która miała
rzeczywiście mocniejszy impact
nie tylko gospodarcze,
ale również społeczny, niż tiktok.
I to polityczne tło
zaczęło rezonować,
zaczęło rezonować w takim właśnie
tempie, jak wymieniałeś na samym początku
naszej rozmowy, dzień w dzień coś się dzieje
i to było do przewidzenia tak naprawdę.
Jak się obserwowало ostatnie tygodnie,
to było do przewidzenia, że tak się będzie
skłaniać, bo
nic nie wskazuje tak naprawdę
na to, że Shunji Chu, czyli ten prezes tiktok,
o którym mówiliśmy,
ma wystarczająco mocną pozycję
w samej firmie, by jego kolejne
spotkania, a było tych spotkań sporo,

choćby właśnie z komisarzami
Unii Europejskiej, z Werą Niurwarową,
między innymi, czyli komisarzą młotem
na Big Techy można powiedzieć,
gdzie było spotkanie pod koniec stycznia
miesiąc temu, miesiąc temu z kawałkiem.
I ona musi być tylko spokajająca właśnie, że
centra w Unii Europejskiej
danych.

Dodajmy właśnie, bo mówiłaś o Irlandii,
chodzi o to, że tiktok obiecał, że w Irlandii
otworzy centrum przetwarzania danych,
ponieważ chodzi o to, że pojawiły się te informacje,
że ze względu na to, że przekazuje
dane użytkowników do Chin,
to o tym samym łamie
nasze europejskie zasady ochrony
danych konsumentów, a Europa jest
o ile Stany Zjednoczone tutaj podchodzą
do wszystkiego tak z pozycji dużo bardziej
politycznej, to wydaje mi się, że Unia podchodzi
z pozycji tej administracyjnej, przede wszystkim
broniącej Europejczyków, a dodajmy już ponad
co trzeciej Europejczyk korzysta z tiktok,
jak niektóre sondaże nawet mówią, że
150 milionów.

Ja czytałem, że 250 już.

Może 250.

Może mamy rozbieżne liczby.

Natomiast zmierzam do tego, że
dlatego mówiłaś o Irlandii i z tego też wynikają
te spotkania, które oni tutaj prowadzą,
spokajając, że dostosowują się do wymogów
europejskich, wcześniej po prostu ich
do tego tak nie przymuszamy jak teraz.

Tak, ale zobacz, były te spotkania
i mija miesiąc

i zaczynają się właśnie działania, które
jakby pokazywały, że te spotkania nikogo
nie uspokoiły. Nie uspokoiły nikogo
w samych instytucjach unijnych, tak?
Bo te decyzje dotyczące pracowników
Komisji Europejskiej, Parlamentu Europejskiego,

być może za chwilę Rady Europy, a i kolejnych ciał
wcale się nie zaskoczę, to są decyzje,
które po prostu mają być oczywiście
z jednej strony ochronne
w stosunku do pracowników, warto też
podkreślić, że te zakazy dotyczące
pobierania, używania aplikacji tiktok
mają nie dotyczyć tego sprzętu firmowego,
czyli tego, który jest kupowany za pieniądze
unijne, który służywany przez pracowników
jako sprzęt takich do zadań
zawodowych, ale również prywatnego,
jeżeli mają tam jakiekolwiek aplikacje,
które służą do celów zawodowych, czyli na przykład
poczne po prostu. Więc one
mają oczywiście z jednej strony ma być ochronne.
Są takim sygnałem, uważajcie, nie używajcie,
bo do końca nie wiemy, co tam się dzieje,
jak dużo informacji,
które przepływają przez was sprzęt
może być pobrane, przetworzone,
może być wykorzystane do lepszego waszego
stargetowania, ale to są też sygnały,
które po prostu idą i w stronę tiktoka
i w stronę obywateli slash
konsumentów unijnych coś się niehalo.
Te obietnice, które słyszymy,
są niewystarczające.
Ja jestem przekonana,
że gdzieś tam w tym jest bardzo ważny argument,
jakby nie było sojuszu
Unii Europejskiej stanami zjednoczonymi,
to jest takie sobie trochę przybicie piątki, nie?
Też idziemy w tą stronę wspólnie,
ale jednak Unia Europejska
nie jest do końca skłonna do takich czysto
politycznych gestów.
To się za często nie dzieje na tej warstwie,
więc ja rzeczywiście
to się z tobą bardzo mocno zgadzam,
że te decyzje, które płyną z Brukseli teraz
powinny być bardzo poważnie wyrarny
pod uwagę przez kolejne państwo unijne.

Zatrzymajmy się w takim razie, jeszcze to na sekundę i popómy trochę do przodu, jeżeli możesz powrócić z fusów. Te wszystkie decyzje, które zapadły teraz, ale też te, które są planowane na najbliższy czas, są jakieś przecieki, które jeszcze ma się zadziać, chociaż one oczywiście na razie są na takim poziomie dość spekulacyjnym. Ale czy te opowieści, które od kilkutygodniczy tam, że 2023 będzie oznaczało dla TikToka radykalne zmiany, czy ty uważasz, że faktycznie w tym roku się tak zadzieje, czy te obostrzenia, ale też być może jakieś ewentualne kary, które mogą być na Tiktok nałożone finansowe za nie dostosowywanie się do regulacji przede wszystkim unijnych w tym przypadku, bo stany są jeszcze do tyłu za Europą, czy myślisz, że to może wpłynąć jakoś na aplikację i czy może to naruszyć też jej pozycję no lidera jeszcze nie, ale tego Benjaminka, który się wspina po pozycję pierwszą wśród wszystkich właśnie mediów, no nie tylko społecznościowych, ale w ogóle cyfrowych platform. Kary to mniej. Kary już są rzeczywiście nakładane. Francja chociaż będzie nałożyła 5 milionów euro kary za nieprzestrzeganie zasad dotyczących dokładniku kisów. No tak, ale to jest kara, która ma dokładnie, to dla Ciebie dla mnie jest dużo kara. Kary są takie po prostu, chociaż jest to jedna i wyższa kara, jeżeli chodzi o Francję, jeżeli chodzi o kukisy, no, ale nadal to są grosze. Włochy też wystąpiły do unijnego inspektora ochrony danych osobowych właśnie z procesem przeciwko tiktokowi, który też się najprawdopodobniej zakończy karą finansową, ale kary tak jak kary naprawdę nie zaszkodziły

Google'owi, ani Facebook'owi,
ani Amazon'owi, a tam były
ogromne kary, sięgające setek
milionów dolarów nakładanej.
To boli na chwilę, ale za chwilę te firmy
odrabiają straty, tak samo te kary
w stosunku do tiktoka nie będą finansowe
specjalnie miały większego znaczenia,
oprócz tego, że będą sygnałami, takimi idącymi
tak obserwujemy, kažemy.
Myślę, że znacznie
bardziej bolesne mogą
być właśnie te bany, nawet jeżeli one
dotyczą pracowników konkretnych instytucji.
Nie wierzę oczywiście, że pod pewien
takich banów nagle zaczną wykurszać
użytkownicy tiktoka jako tacy, bo po pierwsze
większość z nich o tym nie wie.
Chyba, żeby to była informacja
o tiktoku, taki żarcik.
Bardzo słaby.
Ale taka jest prawda, bo
jednym ze zjawisk, który obserwujemy
wokół tiktoka, takich może pobocznych,
ale bardzo ciekawych, bardzo ważnych, jest to, że
zaczyna się przenosić proces wyszukiwania
informacji. Z Google'a
np. właśnie do wyszukiwarki tiktoka, czy tam
teraz jeszcze do chat GPT, ale też tak swoją drogą.
Chat GPT może bingie,
jeżeli wypuści tą swoją nową wersję, ale to jest jak
to jest osobna też dyskusja.
Uciekają powoli
tiktokownicy, którzy przez dekady szukali
tak naprawdę wszystkiego w Google'u, czy też
wyszukiwarkach internetowych,
do alternatywnych miejsc.
No bo są szybciej, skuteczniejsze bardzo często,
albo to też kwestia przyliczania.
Dostarczają ci to, czego chcesz. Nie dostarczyć
tak jak Google nagle 100 wyszukiwań, to tam 10 000
jakieś treści, musisz się przez to
przekopywać, tylko dostarcz ten tiktok

coś pod ciebie, nadany temat, którego szukasz.
Chat GPT trochę też,
tylko może to jest faktycznie temat na osobną dyskusję,
bo ja jestem reszczarowany działaniem chat GPT
do naszej pracy.
Wszyscy jesteśmy reszczarowany działaniem chat GPT
do naszej pracy. Nie, nie, nie.
To się nie sprawdza, przynajmniej w moim przypadku,
no nie wiem. Ale to na inną dyskusję, bo
są ludzi, którzy rzeczywiście korzystają, nam naukowcy
mówili, że wykorzystują chat GPT
do pisania, można powiedzieć, takich
konspektowych wersji swoich artykułów naukowych.
Ja tego nie widzę. Ja tego nie widzę.
Od programów stów słyszałem, że też się sprawdza programowanie
dość dobrze, ale w wyszukiwaniu
informacji, to może zrobimy taki didur tylko
na sekundę, bo może ktoś nas słucha,
że to jest ciekawe, ale sprawdzałem
na konkretnych przykładach, wrzucałem
teksty, prosiłem go, żeby
napisał mi straszczenia tych tekstów, teksty po angielsku,
żeby było łatwiej, tak?
I żeby pisał też to straszczenie po angielsku.
Bardzo często rozmię się z istotą
artykułu. Leje wodę.
Leje wodę. O, strasznie, nie?
Jest to niewyobrażalne. Tak, leje wodę,
po prostu, że wszyscy uczniowie w Polsce byli
jakby dumni, nie? Często dochodzi do
absurdalnych wręcz pomyłek, kiedy
próbuję też w konwersacji wielokrotnie dawać
wskazówki, a ja...
O kogo mi dokładnie chodzi? Albo o co mi dokładnie chodzi?
Ściemnia. Ściemnia.
Wymyśla, a wymyśla takie rzeczy.
Ja wrzucałam pytanie, czy wie, kim są
maisterki, tak? A propos taki mój blok,
takiego maisterkowania. Wymyślał...
Ciebie i Barbary Sowie też, no. I Alicji Rzeczkowskie.
I Alicji Rzeczkowskie. Wymyślał takie
po prostu nazwiska, kto za tym stoi,
kompletnie nie wiem skąd.

Jakie, wiesz co, tak naprawdę jakby rozrzucić imiona i nazwiska dowolne. To też jest ciekawe względem informacyjnym, bo chodzi właśnie o to, że w momencie, w którym robisz coś w Google, wyszukujesz, wiadomo, że masz też te pierwsze wyniki wynikające z odpowiedniego działania samego Google'a, jeżeli chcesz trochę głębiej poszukać, to musisz się natrudzić i z Google'a... Znowu algorytm. No znowu algorytm. Z Google'a trzeba umieć korzystać po prostu, trzeba się tego nauczyć, natomiast trzeba się GPT, to co mnie uderza bardziej, jak rozmawiamy jako dziennikarze, to jest to, że on ci podaje właśnie odpowiedź, która jest błędna, ale on się do tego nie przyzna. I będzie się upierał. Będzie się upierał. Znaczący, będzie mówił, że rzeczywiście przeprasza wynika tak naprawdę wciąż z niezaskonałości tego modelu LMM, tych łączy, language models, tak? Nie, ale się na pewno poprawi to w dużo szybszym czasie, niż nam się wydaje, bo to jest zaskakująco dobrze działającą maszynę. Tylko wiesz, to też wynika, wiesz, to trochę z wszelkich analiz dotyczących właśnie LMM, że one, jak nie wiedzą, to po prostu ściemniają. One kłamią. Tak funkcjonują na razie. Znaczący, są jak dobrze właśnie polscy uczniowie, nie? Leją wodę i ściemniają. No widzisz, może dlatego to się tak, że od GPT jest w przestrzeniach, wróćmy do TikTaka, bo... Właśnie to jest w wspólne przecięcie tej AI generatywnej i TikTaka. My się zaczęliśmy powoli przenosić tam z próbami wyszukiwania informacji. Więc jeżeli czegoś nie ma na TikTaka, to bardzo możliwe, że naprawdę użytkownicy z TikTaka o tym nie będą wiedzieli. Dlatego właśnie nie wierzę, że decyzje, które dotyczą pracowników, gdzieś staffu Instytucji Unijnych, będą miały przełożenie na użytkowników, ale mogą mieć przełożenie na kolejne rządy unijne.

I to jest bardzo ważne, to jest bardzo ciekawe.
No wiesz, tam minister Cieszyński,
czyli Polski podsekretarz stanu,
sekretarz stanu zajmujący się cyfryzacją,
tam zapowiada, że my tam nie szykujemy się do banów TikTaka.
No ale to jest tak, w jednym wywiadzie powie tak,
a w drugim wywiadzie powie nie.
Bo nie mamy po prostu żadnych planów,
żadnej strategii, bo w ogóle Polska i strategię
dotyczące Big Techów to jest...
To jest na inny odcinek.
Zostawmy to w takim razie, chciałbym...
Ale tylko mówię, że myślę i mam takie silne
przecucie, że będą
kolejne rządy w państwach Unii Europejskiej
przyglądało się po prostu TikTakowi
w tym roku
w znacznie bardziej krytyczny sposób
również dlatego, że w wielu państwach,
zresztą jak co roku,
ale również dlatego, że w tym roku w wielu państwach
będą wybory.
Tak, to prawda. Chciałbym odejść
od kwestii politycznych i porozmawiać
przez chwilę jeszcze o rozrywce,
bo jedno z przewidywaniem,
dlaczego TikTok może się zacząć wygaszać
w tym roku, czy spowolnić w tym roku,
to jest m.in. to, co zostało,
w janoś wcześniej, ale w styczniu zrobiliśmy
to będzie dłuższe pytanie.
Ludzie uciekają z Facebooka
z różnych powodów.
Z powodów generacyjnych,
ale też m.in. z powodu tego, jak
Facebook zaczął działać, jak wygląda
twoj wall na Facebooku.
Ja przestałem z Facebooka
korzystać chyba jakoś w zeszłym roku,
tak mi się wydaje, nie jestem w stanie
po prostu używać czegokolwiek poza
Messenger'em tam, bo jest już dla mnie
w większości nieprzydatne, przynajmniej walla

głównego, bo Facebook serwuje mi inne rzeczy, kompletnie niepowiązane z moimi zainteresowaniami, co też może wynikać z tego, jak wyglądają moje kukisy względu na to, że pracuję poszukując różnych źródeł informacji. W większości nika, że tak ma, że naprawdę dostaję groch z kapustą, jak społecznościowy. Chociaż Instagram mnie dobrze zna. Na moim prywatnym koncie na Instagramie mam remonty, pieseczki i sportywaki. Mi Instagram mnie też dobrze zna, dobiera mi tak sukienki i komersowo, że mogę nie chodzić po sklepach. Natomiast wracając do tej dyskusji, że zmieniało użytkowników do TikToka przede wszystkim opierało się na tym algorytmie, o którym mówiłeś wcześniej, że Tiktok był w stanie odgadnąć dokładnie, co Cię interesuje. Teraz powtarzają się te informacje, że coraz częściej Tiktok stosuje to puszywanie po to, żeby zachęcić już nie tylko twórców, żeby się pojawili na tej platformie i dlatego sztucznie pompuję im zasięgi, ale też zachęca firmy, bo przechodzi z tego etapu budowania publiczności do etapu monetyzowania tej publiczności. Czyli musi zachęcić reklamodawców, żeby się reklamowali na Tiktoku i żeby pokazać, my jesteśmy w stanie pchnąć Waszą reklamę do wszystkich, do których chcemy ją pchnąć, a nie tylko do tych, którzy są zainteresowani produktem typu takiego czy innego. Tiktok, jak na razie odnosi sukcesy na tym polu, bo rosną jego przychody, chociaż nie tak szybko, jak by chciał, bo ostatni rok zamknął o 2 miliardy mniejszym przychodem, niż zapowiadał, ale co raz więcej reklamodawców się tam pojawia i ten trend jest bardzo widoczny. A tylko się tylko wtrąca.

Nie rosną te przychody tak bardzo szybko, jak by chciał, dlatego właśnie po prostu te reklamy są tam bardzo tanie. On jest naprawdę tani reklamowo. Teraz ta kwestia z pytaniem. Czy nie sądzisz, że paradoksalnie to, że Tiktok doszedł do pewnego pułapu i zmienia teraz swoją strategię działania względem użytkowników, czyli że zaczyna serwować im te reklamy i tak dalej. Czy to nie sprawi, że użytkownicy zaczęli coraz mniej z niego korzystać? Dlatego, że te treści nieprzerwane, uzależniające treści, nie interesują. Teraz sam co chwila przerywane czymś innym. Oczywiście nie dla wszystkich, nie zawsze. To nie jest jeszcze takie natężenie, jak na wspomnianym przed chwilą Facebooku, gdzie już tych reklam jest za dużo. Ale czy to może być coś, co zmieni popularność tej aplikacji i czy paradoksalnie nie uważasz, że nie mówię, że spotkaj go to samo co Snapchat. Ale fakt, że rozwiązania Tiktokowe są tak często kopiowane przez YouTube, przez Instagram, przez też Facebook i tak dalej. Czy on nie traci na wyjątkowości i czy tak jak Instagram zabił Snapchata w pewnym momencie, czy może być tak, że jednak dzięki temu, że te lepiej usytuowane platformy się przystosowują i podkradają Tiktokowi jego sposoby, czy to też może go przetrącić. Czy po prostu ta rozrywka go nie przetrąci, jeżeli nie polityka. Słuchaj, zgodziłabym się z tym do wczoraj, mniej więcej. Ok, bardzo dobrze się spotykamy w takim razie. Dzisiaj. Rzeczywiście, jest pewien w ogóle życia platform społecznościowych

mediów cyfrowych. To widzimy tak, że jest początek, poziom wzrostu, szybkie wzrosty, szybkie zachwyty, duże wzrosty użytkowników, duże wzrosty monetyzacji, potem zaczyna się rzeczywiście takie nastawienie bardziej na zarabianie, tak, czyli na pójście na rękę reklamodawcom, to przyrabialiśmy już na Facebooku, chociażby to było bardzo wyraźnie widoczne i widzimy tak się to Facebookowi skończyło, właśnie tym co mówisz, beznadziejnej miłolami, zmęczaniem użytkowników, ucieczką generacyjną, próbą pójścia podobno ma być jakiś mocniejszy strzał niedługo, w mecie zobaczymy, ale metawersym jest naprawdę trudne i bardzo kosztowne, Facebook się wycofał z tych dziesięciu tysięcy zatrudnionych pracowników Unii Europejskiej, takie były zapowiedzisz czy rok temu jest pewien taki cel życia platform, ale jednak Tik Tok jest inny jest inny, dlatego że doskonale, ale to naprawdę doskonale wyczuwa trędy i to nie takie trędy treściowe, tylko trędy technologiczne i to o czym mówię, że do wczoraj bym się zgodziła, ja dzisiaj już jestem taka bardziej, no nie wiem, nie wiem, może im jednak wyjdzie, wynika z tego, że w ostatnich dniach Tik Tok pokazał a właściwie influencerze na Tik Tok'u, czy też użytkownicy Tik Tok'a, pokazali co tam się dzieje z filtrami, czy ty wiesz, jak wyglądają filtry na Tik Tok'u, najnowsze. Wiemy jak wyglądają najnowsze filtry na Tik Tok'u jestem zaskoczony, że jak nałożyłem sobie filtr młody macie i to wyglądają tak samo. Tylko, ładniej. Nie wiem, kłóciłbym się, bo mogę ci pokazać, bo nawet zrobiłem kilka zdjęć. Słuchaj, te filtry, o których mówię to jest taka drobnostka, może się wydawać. One są naprawdę super doskonały.

Normalnie filtry są widoczne,
to znaczy, kiedyś pamiętasz, te filtry takie pierwsze,
co tam, wszyscy właśnie z taktotowe, jakieś pioski,
kotki i tak dalej. Zabawny,
ale widać, że znaczy, to było czywiste.
Instagramowe filtry lepsze, ale to
też widać, poruszysz dłonią,
przekręcisz głowę, cokolwiek, zaraz ta sztuczna
rzęsa się odkleja, nie, czy cokolwiek, ten
botoks wspaniały.
Filtry na Tik Tok'u
są na poziomie
produkcji filmowych, hollywoodzkich,
nie wiem, James'a Cameron'a,
można powiedzieć, to wygląda doskonale.
No, bo korzystają z tej technologii deepfaków,
prawda, w dużej mierze.
Właśnie, i tu jest tak naprawdę kłůł.
Nie sam filtr jest kłůł, tylko to,
że Tik Tok, co chwilę dostarcza,
nowe, bardzo wysoko zaawansowane
rozwiązania technologiczne, znowu
już prosto używalne,
dobierane w bardzo
mądry, sprytny sposób do potrzeb
użytkowników. Zanim on się zdążą
i coś dostają, kolejną taką, wiesz,
błyskotkę, która będzie ich przyciągała.
Bo nie ma co ukrywać,
no jesteśmy takim pokoleniem, to kolejne
pokolenia mediów społecznościowych, które są
arcystyczne, chcą tam lepiej wyglądać i tak dalej.
I nawet to zaproponowanie filtrów, to jest właśnie
mechanizm na to, żeby tych ludzi na chwilę
dłużej przytrzymać, co więcej,
co jest bardzo ważne, to pokazuje,
że ta platforma, ta firma
ma dostęp do naprawdę ogromnej
bazy informacji i możliwości technologicznych
do tego, żeby dokonywać tych skoków,
co chwilę, zanim inni się zdążą przygotować,
to ona już dostarcza.
Jest akurat do przodu w takim razie.

Dokładnie, dokonuje ucieczki, co chwilę.
Więc ja myślę, że tak jak pod względem politycznym, rzeczywiście regulacyjnym, pod względem wizerunkowym, pod względem takiego PR-u będzie miała coraz trudniej, tak pod względem przekonywania do siebie użytkowników i przywiązywania będzie się broniła w tym roku. Tym bardziej być może, że właśnie wiesz, tu ma problemy, to będzie jeszcze więcej puszczała pieniędzy, jeszcze więcej będzie tak naprawdę wykorzystywała póki może danych, które zbiera. Nie tych danych, tam wiesz, o jednej, drugiej osobie, tylko tych metadanych, bo tu metadane są kluczowe, które zbiera właśnie z użytkowników unijnych, amerykańskich, Filipin, całego świata, gdzie tam się nie zachcę, żeby mieć naprawdę totalnie dużą, mocną siłę do rozwoju kolejnych technologii, którymi będzie zaskakiwała. No deep fake, no to jest deep fake, nie? Wygodny, tak ładny, tak nieinwazyjny deep fake. Prawda. Ostatnia kwestia. Już nie dotycząca tiktoka, w zasadzie też osobna, ale stwierdziłam, że skoro i tak, to już jesteś tam... Pogadanie. Wiesz, nie będziemy o tym rozmawiali, drugiej godziny, ale po prostu mnie to ciekawi, bo skoro nawiązaliśmy już do tego, że Facebook trochę umiera, to znaczy on oczywiście nie umrze, bo starsi użytkownicy z niej okorzystają i to po prostu zamienia się w takim medium społecznościowe dla starszych osób. Ale nie umrze, dlatego że po prostu meta to nie jest tylko Facebook. To jest WhatsApp. No i to jest w ogóle cała osobna dyskusja komunikatory. Ale nie w to, w co chodzić. Na samym początku już zaznaczyłeś, że tiktok

nie jest medium społecznościowym. Jest platformą cyfrową, ale niekoniecznie, chociaż może też tak działać, ale dla większości osób to nie jest platforma do komunikacji ze znajomymi. Że jednak do tego służą innego rodzaju media społecznościowe. I mówię o tym do tego, bo mimo wszystko i Facebook, i Instagram, i wspomniana nawet nasza klasa wcześniejsza. To pamięta. Budowały swoją popularność na tego typu interakcjach. Na interakcjach pomiędzy ludźmi, których znasz. I mówię o tym dlatego, bo w ostatnim czasie co zwiększą popularność, zyskuje Be Real. Dla osób, które jeszcze nie korzystały z tej aplikacji o określanie godzinie, wszyscy użytkownicy, którzy są tam ze sobą połączeni, ponieważ są znajomymi, tak to działa, robią sobie zdjęcie, jest jedno zdjęcie zrobione tym aparatem, który jest z przodu telefonu, więc widać, co jest przed tobą, a drugie zrobione na ciebie. I korzysta z tego co raz więcej moich znajomych. Nie znam za dużo zetek, muszę się przyznać. Przecież się nie znam na takim poziomie, żebym wiedział, jak wygląda ich rozrywka. Ale czytałem już kilka tekstów, że Be Real szczególnie wśród zetek, w szkołach amerykańskich się rozprzestrzenia. Nie jestem w stanie tego zweryfikować. Natomiast, czy sądzisz, że gdzieś na horyzoncie jest taki powrót klasycznych mediów społecznościowych. Mediów, które po prostu pokazują, co w danej chwili robisz i twoi znajomi, że jesz zupę, a ktoś inny jest na siłowi. Wiesz, co mi chodzi, o takie potrzeby powrotu do tego, że Hej, jestem tu, to jest moje zdjęcie stąd. Było fajnie, ze znajomymi.

Jakby nic więcej. Nie chcesz reklam.
Nie chcesz komunikatów. Chcesz po prostu zobaczyć, co twoi znajomi robią o tej samej godzinie, co ty, że leżą na tej kanapie i oglądają tego Netflix'a, whatever. Czy myślisz, że to jest gdzieś tam zarogiem, czy to jest po prostu ewenem? Jest zarogiem, chociaż nie wiem do końca czy w postaci Be Real.
Bo wiesz, bo tak naprawdę co chwilę wyskakują typu nowe pomysły Clubhouse.
Pamiętasz jeszcze Clubhouse? Pamiętam Clubhouse.
I co się stało z Clubhouse? Ja nigdy nie byłem na Clubhouse, ale przynajmniej jednego naszego znajomego reportera, który jest zawiedziony upadkiem tej platformy.
Ale to nie znaczy, że to jest jakaś porażka, po prostu funkcjonujemy też w takim świecie mediów społecznościowych, mediów klasycznych.
Takie mieszanki, w których jest potrzeba, że się pojawia coś nowego, bo za każdym razem nam się wydaje, że to o, to będzie ten next big thing, który tam wstrząśnie. Może to będzie Be Real, może nie. Ja to widzę, raczej tak naprawdę w bardzo silnym rodzaju storiesów, Reelsów i komunikatorów właśnie, i komunikatorów.
Może my w Polsce nie używamy tak WhatsAppa, ale na świecie WhatsApp jest używany właśnie w grupach szczególnie, tworzonych trochę medium społecznościowe, właśnie tu i teraz i do komunikacji z wąską grupą, czyli z konkretną grupą.
Bardzo często podaję przykład Brazylii, bo w Brazylii WhatsApp jest w zasadzie pierwszym aplikacją, z jakiej korzystasz w telefonie, nawet jak gdzieś kupujesz telefon w Brazylii, to masz już pre-instalowany WhatsApp. Tam WhatsApp oczywiście spełnia też więcej funkcji, bo to nie jest tylko takie, jak u nas, że wysyłamy sobie wiadomości, tam robisz też zakupy na WhatsAppie, samej szpice na WhatsAppie i takie dalej, ale faktycznie jest to bardzo duża

dominacja WhatsAppa, jako kanału informacyjnego, to co wcześniej mówiłaś o TikToku, to na przykład w Brazylii WhatsApp tak działa. Chociaż w ostatnim czasie też telegram, ale on nie ma jeszcze takiego zasięgu WhatsApp, jakby w dalszym ciągu dominuje i jest przede wszystkim źródłem informacji. Mimo tego, że jest różnica oczywiście między komunikatorami, a Reelsami czy Storiesami, jako częścią mediów platform społecznościowych, takich jak Instagram, to jednak jest o tyle to podobieństwo, że po pierwsze to są rzeczywiście takie rzeczy Instant, tu i teraz.

Raczej nie przeglądamy sobie WhatsAppa, żeby tam znaleźć coś, chyba, że jakaś konkretna rzecz, jest jakieś zdjęcie, chcemy wyszukać, albo telefon do kogoś, cokolwiek z przyszłości.

Są to rzeczy, które giną, to trochę tak jak w Bililis też tak, że my nie chcemy zostawiać czegoś na zawsze, tylko chcemy być na chwilę, czytając uwagę przykuć i właśnie raczej znajomych uwagę, albo jakiś konkretnej grupy uwaga, nie zostawić po sobie wielki ślad w postaci wpisu na pięć tysięcy znaków na Facebooku i sesji fotograficznej.

Ja myślę, że rzeczywiście jesteśmy teraz w takim momencie, że na tyle długo funkcjonujemy już w świecie mediów społecznościowych i z całej pokolenie, które są urodzone i kompletnie nie znająca świata przed.

Pokolenie, które już jest dorosłe, żeby było jasne. Albo prawie dorosłe.

Nie, no jest już dorosłe. No tak, no Facebook ma 19 lat, więc nie zna innego świata, a nawet starsze pokolenia nie bardzo już pamiętają ten inny świat.

Ja prawdą mówiąc, jak sobie dzisiaj myślę o w tym świecie sprzed 20 lat, ja nie wiem, jak ja się kontaktowałam ze znajomymi, jak to jest możliwe w ogóle, jak muszę się wtedy łapali, no trzy głoń jakiś czy komórek

nie było to, że w ogóle nie wiem, ja nie wiem.
Chodziło się do ludzi, po prostu jak zwierzę,
nie pukało do drzwi. Nie jesteśmy czy tak starzy.
Zajdźmy z tego, to nie jest to. Nie, ale w tym
sensie tłumaczę, że funkcjonujemy już na tyle
długo w tym świecie, że jesteśmy, zobacz,
na tyle dojrzały, że możemy sobie
wypracowywać własne sposoby funkcjonowania.
Oczywiście, że wszyscy
widzimy ogromne niedoskonałości, tak?
Wypracowujemy sobie
swoje własne strategie.
Dużo ludzi się wycofuje,
albo po prostu przestaje działać. Nie mówię,
że koniecznie musi zamykać konto,
rozdziierać szaty, uciekać,
ale po prostu wycofuje się z mediów
społecznościowych. Zaczyna ich używać inaczej.
Dzieli sobie te media społecznościowe
na takie bardzo prywatne i na przykład
zawodowe i rozrywkowe, bo to jest
naprawdę kló, coraz bardziej wszystkich
mediów społecznościowych, że my traktujemy jako rozrywkę.
Nie jako społecznościowość,
jako taką. I w tym wszystkim
tiktok jest rzeczywiście takim dysreptorem.
Wszedł i po prostu jak japońska gojilla,
nie wiem, przechodzi mi do głowy, że ten chiński
smok o nich będzie takie banalne,
ale przyszedł i
poprzewracał te utarte schematy trochę do góry
nogami i cały czas je po prostu przewraca,
bo cały czas wrzuca właśnie jakieś pionki,
pokazuje, że może zrobić więcej,
że może szybciej przepracować pewne mechanizmy,
że dostarczy nowszą technologię,
nie jakąś rewolucyjną,
ale na tyle dobrą, że zaskakuje.
Bardzo ciekawy
mogą być rzeczy związane z tiktokiem
właśnie z kwestiami reklamowymi, bo tam się dużo
zmienia wierzch w bebecach.
To, co mówiłeś o tym pchaniu, puszowaniu treści

reklamowych, to jest jedno, ale coraz lepsze
targetowanie tymi reklamami, no to przecież
tu leży złoty garniec
tego wszystkiego, więc
bardzo ciekawy rok będzie
dla tiktoka, ale banny
będą się sypać moim zdaniem.
Póki co raczej nie wiesz, że to będą bane.
Dla użytkowników to było bardzo ciężko znaleźć
argumenty takie prawne,
a my funkcjonujemy, jak wiesz, jednak w państwach praworządnych.
No bo mam oczywiście banny
już na świecie konkretne, india zablokowały,
Pocistan zablokował.
Tajwan zablokował swoim urzędnikom tylko.
Tajwan tylko urzędnikom? Tylko urzędnikom.
To jest właśnie ta różnica, nie?
Że państwa, które funkcjonują w tym systemie praworządnym,
znaczy gdzie jednak prawo jest
na piedestale, zaczynają używać tych argumentów
w stosunku do tych grup
użytkowników, gdzie mogą go użyć, czyli
do tych, którzy korzystają ze sprzętu kupowanego
za pieniądze państwowe. A te państwa,
które są powiedzmy semi.
No tak, bo india są dla nas w ciągu krajem demokratycznym,
tylko że coraz bardziej autorytarnym
w formie, w praktyce.
Tak, no to mogą używać troszeczkę
twardszych argumentów, no ale oczywiście czym innym
jest banny indyjski, czy inny jest zupełnie banny
pakistański, czy irański, tak, gdzie tam się pojawiają
te argumenty moralnościowe, albo po prostu
blokowania dostępu obywatelom
do wszystkiego. Raczej bym się nie spodziewała
właśnie banów dla użytkowników,
nie pójdziemy w tą stronę, ale
ograniczenia, takie kopanie po kostkach,
zmuszanie TikToka
do tego, żeby dostosowywał się do pewnych zasad
ach, i nie powiedzieliśmy o tych
amerykańskich w ogóle, o projekcie Texas.
O projekcie Texas z Raklem? Tak.

Ja powiem szybko. No dobrze.
Bo tylko powiem, bo to jest super ciekawe.
Bo tu się wracamy do tego Trumpa.
Trump, grożąc Tiktokowi, albo
banem całkowitym, albo zapowiadając
podział, w którymś momencie po prostu wskazał
na Oracle. A dlaczego wskazał na Oracle?
Bo prezesem Oracle'a jest
Elise. Jego właściwie tak naprawdę
jedyny funfel, jedyny kumpel
finansowy też, w Dolinie Krzemowej,
więc dzisiaj, chociaż
nie doszło do tego podziału, to rzeczywiście
zadziałało projekt Texas, bo na serwerach
w Texasie, w serwerach Oracle
właśnie są przechowywane dane użytkowników
amerykańskich, więc no co mieli
zarobić amerykańska firma, to trochę zarobiła, tak?
Co oczywiście nie skończyło problemów
TikToka w Stanach Zjednoczonych, bo nawet to przechowywanie
danych użytkowników, to jak już mówiliśmy
i tak nie zapobiegło, dostępowi do tych
danych, przeze m, chińskich pracowników, tak?
Pracowników firmy, tak. Będzie tego
coraz więcej, to się będzie nakręcało,
tu argumenty polityczne będą się
sypać, i mocniejsza
pozycja Chiń też, znaczy w sensie im widzimy
mocniejszą pozycję taką globalnie, tym
będzie to częściej podnoszone,
ale Tiktok będzie uciekał przed tym.
Dziękuję Ci w takim razie, zakończmy na tym,
bo wiem, że tu z Tobą jeszcze można wejść
w 15 różnych wątków. Przypomnę,
że dziś moją gością była Sylwia Czupkowska,
jeżeli jesteście Państwo zainteresowani
większą ilością tego typu rozmów
o technologiach, to możecie oczywiście
posłuchać podcastu te historie, które
współprowadzisz z Janą Sosnowską,
a jeżeli interesują Państwo
chińskie działania w tym dobrym
i o Tiktoku akurat w Twojej książce

nie ma za dużo. Bo to było,
wiesz dlaczego? Za wcześniej.
Za wcześniej? Za wcześniej.
Że ta książka dopiero wyszła. Te działania
Tiktoka, bo też nie powiedzieliśmy w ogóle
wątku lobbingowym Tiktoka,
ale nie będziemy o tym mówić.
Nie będziemy o tym mówić, tylko mówię,
te działania lobbingowe Tiktoka zaczęły się
dosłownie kilka tygodni, czy kilka miesięcy po tym,
jak skończyłam pisać, to pokazuje
przyspieszenie po prostu na tym rynku.
Bardzo dobrze, można mówiąc w takim razie,
uzupełnić sobie, zrobić bazę do nadbudowy
i przeżytać Twoją książkę.
Chińczycy trzymają nas mocno,
którą bardzo serdecznie polecam.
Dziękuję Ci oczywiście za dzisiejszą rozmowę.
I to już wszystko w tym odcinku
podcastu Dział Zagraniczny.
Na kolejny zapraszam za tydzień
tradycyjnie w czwartek po południu.
Ta audycja
postaje dzięki wyjątkowej społeczności
słuchaczek i słuchaczy.
Jeżeli chcesz, to również możesz wesprzeć moją działalność
dobrowolną w patom w serwisie Patronite
pod adresem patronite.pl
ułamane przez Dział Zagraniczny.
Dzięki takiemu finansowaniu produkują
nie tylko ten podcast.
Dział Zagraniczny to różne informacje o wydarzeniach
w Ameryce Łacińskiej, Afryce, Azji,
Warszocemii, które publikują na mojej stronie
internetowej DziałZagraniczny.pl
a także na Instagramie, Facebooku
czy YouTube.
W każdym z tych serwisów znajdziesz mnie
wpisując w wyszukiwarce Dział Zagraniczny.
Do usłyszenia!