

Tomasz Sulewski: Jak sobie radzi Iza Kozdraś?

Autorka dowodzi, że blog córki premiera to nie "intelektualna pustka, głupoty i przecenione ciuszki", ale niemal poważny projekt biznesowy z patentem na zarabianie pieniędzy

Autorka dowodzi, że blog córki premiera to nie "intelektualna pustka, głupoty i przecenione ciuszki", ale niemal poważny projekt biznesowy z patentem na zarabianie pieniędzy

Nie lubię tekstów pisanych pod założoną z góry tezę. Jeszcze bardziej nie lubię, gdy takie teksty powstają w obrębie mediów, które chcą się widzieć jako analityczne i merytoryczne. A już najbardziej nie lubię, gdy pisze się je po to, żeby "dowalić" konkurentom lub prywatnym antagonistom.

Przykładem takiego właśnie postępowania jest najnowszy tekst Izy Kozdraś z portalu Kampania na żywo ("Blog Kasi Tusk świetnie sobie radzi. Lepiej niż wpolityce"). Misja - powiedzieć kilka ciepłych słów pod adresem formacji, która jest nam dość bliska. Jak? Najprościej jak się da - używając statystyki. Nie od dziś przecież wiadomo, że statystycznie da się udowodnić prawie wszystko. Do tego, niejako przy okazji, można też dołożyć Karnowskiemu. Dzięki temu wyjść by z tego mogła mieszanka

idealna.

Czy można w artykule Kozdraś odnaleźć jakąkolwiek cenną myśl? Niespecjalnie. Autorka dowodzi w nim, że blog córki premiera to nie "intelektualna pustka, głupoty i przecenione ciuszki", ale niemal poważny projekt biznesowy z patentem na zarabianie pieniędzy ("Kasia Tusk już zaczęła sprzedawać reklamy. Córka premiera może się okazać się zdolnym internetowym przedsiębiorcą"). Jako dowód przytacza, dla porównania, statystyki ruchu na blogu młodej szafiarki i... na portalu www.wpolityce.pl. I co się okazuje? "Jej ciuszki zaczynają wygrywać z pravicowym portalem". Ha! Nie dość, że młoda, zdolna i z dobrym nazwiskiem, to jeszcze z palcem w bucie sama jedna przegania swym zasięgiem zgraję pravicowych oszołomów.

Nie wiem, co było dla Kozdraś celem ważniejszym - przymilić się Tuskównie, czy poszydzić z wpolityce.pl. Już samo porównywanie tych dwóch stron wydaje się być zabiegiem mocno naciąganym (to tak, jakby porównywać liczbę osób oglądających kuchnia.tv i TVN Turbo), ale rozumiem, że gdzie jest potrzeba, tam trzeba znaleźć sposób. Jako narzędzie użyła autorka statystyk ze strony Alexa.com. Wydaje się jednak, że nie jest z tym portalem zbyt zżyta - gdyby było inaczej, wiedziałyby, że w zależności od tego, jakich statystyk użyje, może swoją tezę podpompować jeszcze bardziej..

Na wykresie przedstawionym w tekście córka premiera idzie z portalem Karnowskich łeb w łeb. Ale to dlatego, że wybrane zostało porównanie według odsetka ogólnej liczby użytkowników internetu odwiedzających te strony (Reach). A przecież lepiej byłoby użyć porównania według odsetka osób, których obecność na stronie sprowadza się do jednej odsłony (Bounce%) i od razu byłoby lepiej widać, jak Kasia Tusk miażdży naszego przeciwnika.



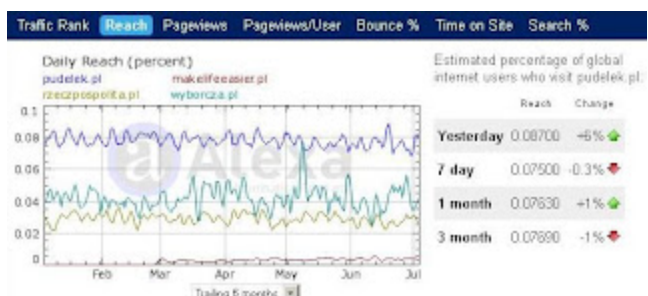
Słucham? Że to akurat niezbyt chwalebny wynik? A kto by tam się tym przejmował, ważne że wykres ładny. Przepraszam? Że w pozostałych porównaniach www.makelifeeasier.pl wypada bardziej? Oj, to po prostu o tym nie mówmy. Może nikt się nie przyjrzy - a wynik jak znalazł.

W moim przekonaniu tekst Kozdraś aż nazbyt dobitnie pokazuje - choć pewnie wbrew intencjom autorki - na czym polegać może praktyczne manipulowanie statystykami, badaniami i ankietami, które służą udowadnianiu znanych "z góry" wniosków. Z tym większą przykrością to piszę, że cenię działalność Tomka Machały i założonego przez niego portalu. To jeden z niewielu wciąż (notabene obok wpolityce.pl) w Polsce autorskich projektów dziennikarskich, ciekawie wykorzystujących siłę nowych mediów. Ich siła polega nie na tym, że są obiektywne (ich redaktorzy nie starają się nadmiernie ukrywać swoich prywatnych sympatii), ale na tym, że w swoim zdrowym i naturalnym subiektywizmie zachowują profesjonalizm i uczciwość. Artykuł o blogu Kasi Tusk moją wiarę w taką postawę autorów Kampanii nieco nadwyręża.

PS. I jeszcze dwa komentarze merytoryczne bezpośrednio do pani Izy. Pisze Pani "Szydzenie z innych ma w internecie krótkie nogi". Porównałem sobie w Alexie dwie strony, które do porównywania się nadają dużo bardziej - wpolityce.pl i Kampanię na Żywo, w tym samym ujęciu, jakie Pani przyjęła w swoim tekście. Oto efekt:



I rzecz druga. Zastanawia się Pani, czy "może jednak internauci wolą oglądać stroje do biegania i chodzenia pani Kasi, a nie czytać o runnerach artykuły Jacka Karnowskiego". Zmartwię Panią - internauci wolą siedzieć na Pudelku:



Hmm.. Czy na pewno? A może sama znajdzie Pani miejsce, w którym pomanipulowałem przekazem?

Tomasz Sulewski