

TWETCH

KLEMEN KAVKA, NELI KRAMBERGER, MAJA SENEKOVIČ,
URH TOPOLOVEC

Univerza v Mariboru, Fakulteta za elektrotehniko, računalništvo in informatiko, Maribor,
Slovenija

klemen.kavka@student.um.si, neli.kramberger@student.um.si, maja.senekovic1@student.um.si,
urh.topolovec@student.um.si

Twetch je decentralizirano družbeno omrežje, ustanovljeno leta 2019, ponuja pa funkcionalnosti po katerih so ravno ta znana: uporaba kriptovalut in varnost podatkov. Deluje s tehnologijo veriženja blokov, po funkcionalnosti je zelo podoben Facebooku in še posebej Twitterju (dandanes znan pod imenom X). Lahko rekli, da si skoraj delita videz uporabniškega vmesnika, funkcionalnosti, naročnino za odklep naprednih funkcionalnosti itd. Za razliko od Twitterja oz. X, pa je Twetch na trgu družbenih omrežij prisoten le štiri leta, glavno poslanstvo platforme so kriptovalute in dobičkonosnost, kar je vzporedno z njihovim ciljem, da bodo vsi uporabniki postali milijonarji. To pa bi bilo mogoče po zaslugi dejstva, da sta vsaka objava in interakcija z objavo (všeček, poobjava itd.) in tudi funkcije kot npr. temen izgled uporabniškega vmesnika plačljivi, plačila pa lahko uporabniki izvedejo le s kriptovalutami, same interakcije se pa kot transakcije shranijo na BSV verigo. Twetch je beležil oktobra 2023 skoraj 60 000 uporabnikov, zaradi popularnosti in napovedanih rasti decentraliziranih družbenih omrežji, pa lahko sklepamo, da bo to število samo naraščalo [16, 28].

DOI

[https://doi.org/
10.18690/um.feri.3.2024.18](https://doi.org/10.18690/um.feri.3.2024.18)

ISBN

978-961-286-864-2

Ključne besede:

Twetch,
kriptovalute,
tehnologija veriženja
blokov,
decentraliziran družben
medij,
decentralizirane vsebine,
alternativa družbenemu
mediju X

1 Uvod

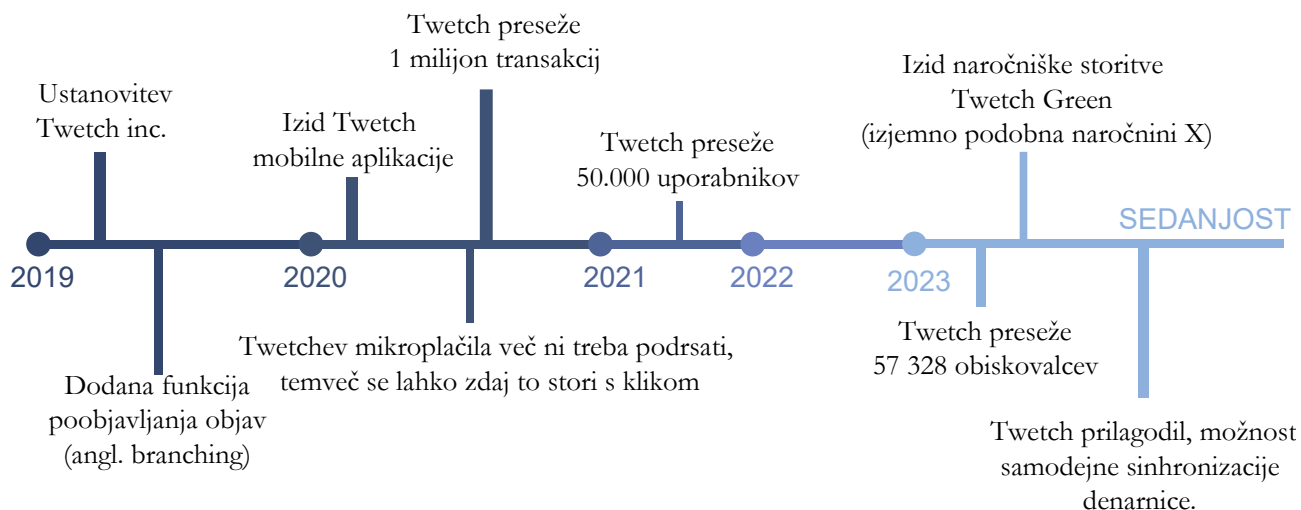
Twetch je decentralizirano družbeno omrežje, ki podpira komunikacijo v obliki mikrobloga s interaktivnimi vsebinami kot so slike in videoposnetki, omogoča pa tudi direktno sporočanje. Twetch je bil sprva razvit za arhiviranje objav družbenega omrežja Twitter oz. X, dandanes pa predstavlja alternativo, ki zaradi svoje implementacije kriptovalut in decentralizacije ponuja tudi nekaj novega. Twetch je dostopen uporabnikom mobilnih naprav Android in iOS v obliki mobilne aplikacije, prav tako ima spletno različico. Slogan Twetcha je, da bo vsak njihov uporabnik milijonar, zato ni presenetljivo, da je njegova glavna lastnost uporaba kriptovalut [14]. Vsaka objava in interakcija z to objavo ter tudi določene funkcije kot npr. temen izgled uporabniškega vmesnika so plačljivi, ta denar v obliki Bitcoina pa gre k avtorjem objav. Prispevek Twetcha je členjen na sekcije. V sekciji 2 je predstavljen pojav in razvoj Twetcha, v sekciji 3 je predstavljena konceptualna analiza Twetcha na podlagi panjega modela [19], v sekciji 4 je bila izvedena primerjava med Twetchom in njegovim glavnim konkurentom Twitterjem oz. X, v sekciji 5 je predstavljena analitika Twetcha s pomočjo spletnega mesta Similarweb, v sekciji 6 so predstavljeni primeri in dobre prakse uporabe Twetcha, v sekciji 7 so predstavljene sklepne ugotovitve in bodo trendi Twetcha in v sekciji 8 je zaključek.

2 Pojav in razvoj Twetcha

V prvem poglavju bomo pogledali, kako je prišlo do pojava Twetcha, kaj so glavni mejniki, malo bomo posegli tudi v samo delovanje družbenega medija, v podpoglavjih *Priljubljenost medija skozi čas* in *Alternative Twetcha* bomo naredili že manjšo primerjavo z drugimi družbenimi mediji.

2.1 Rojstvo Twetcha

Twetch Inc. je bil ustanovljen leta 2019, sprva za arhiviranje tвитov, danes so skupek ustvarjalcev, izdelovalcev in trolov (nekdo, ki na spletu postavlja izzivalna vprašanja ali sporočila z namenom doseči čustven odziv pri drugih članih take skupine ali jih odvrti od osnovne teme pogovora). Kot sami trdijo, želijo svoj doseg povečati na najbolj organski možni način. Medij vključuje mikroblog, ki je privzeto arhiviran v Bitcoin, šifrirane klepetalnice, trgovino 2D in 3D nezamenljivih žetonov (angl. *non-fungible tokens* oz. *NFT*) in denarnico Twetch Wallet. Spodnja slika 1 tudi prikazuje razvoj Twetcha od ustanovitve leta 2019 do leta 2023 [14].



Slika 1: Časovna os Twetcha.

Vir: [14].

2.2 Spremembe Twetcha skozi čas

V letu 2019 Twetch dobi funkcijo poobjavljanja objav (angl. *branching*), kar je podobno kot poobjavljanje na Twitterju (angl. *retweet*), torej funkcionalnost deljenja objave na našo časovnico, a čeprav je bila ta funkcija dodana v letu ustanovitve, še ni bila vključena v prvi različici medija. Po enem letu, torej leta 2020, so dodali istoimensko mobilno aplikacijo. Plačljivo ni samo objavljane, všečkanje itd., ampak tudi prilagajanje samega videza, če želimo na primer Twetch uporabljati v t. i. temnem načinu (angl. *dark mode*), je za to treba plačati. Ves čas posodablajo funkcionalnosti za lažjo uporabo, na primer od leta 2020 za mikroplačila več ni treba podrsati, temveč se lahko zdaj to stori s klikom, leta 2023 so prilagodili, da se denarnica samodejno sinhronizira. Ker BSV (Bitcoin Satoshi vision) nima osrednjega sklada, uporabniki neposredno v aplikaciji ali na spletnem mestu donirajo za dodajanje novih funkcionalnosti [22, 23].

2.3 Priljubljenost medija skozi čas

Medtem ko sta v mesecu oktobru 2023 imela Twitter oz. X 6,141 milijarde obiskovalcev in Facebook 16,71 milijarde, jih je Twetch imel 57 328 [16]. Pri tem moramo upoštevati, da je slednji na trgu manj časa kot Twitter oz. X in Facebook ter da je na neki način namenjen oziroma usmerjen le določenim ljudem, v smislu, da vseh ne zanimajo mediji, ki temeljijo na BSV. Za malo lažjo primerjavo so nam lahko podatki o količini uporabnikov Twitterja oz. X in Facebooka v prvih treh letih. Twitter oz. X je do leta 2009 imel 23,5 milijonov uporabnikov [17], Facebook jih je do leta 2007 zbral 58

milijonov [18]. X je do leta 2009 imel 23,5 milijonov uporabnikov [17], medtem ko jih je Facebook do leta 2007 zbral 58 milijonov [18]. Vendar moramo pri tej primerjavi biti pozorni na razlikovanje terminov obiskovalec in uporabnik. Vsem trem omenjenim družbenim medijem je skupno, da je največ uporabnikov iz ZDA.

2.4 Alternative Twetcha

Najbolj popularni centralizirani alternativni družbenega medija Twetch sta Facebook in Twitter oz. X. Med tem, ko lahko na vseh teh družbenih medijih objavljamo vsebine, jih všečkamo, delimo itd., Twetch obljublja decentralizirano in celo dobičkonosno alternativo prej navedenima družbenima medijema. To doseže po zaslugi tehnologije veriženja blokov. Najbolj popularen decentraliziran predhodnik Twetcha je Mastodon, ustvarjen leta 2016, prav tako izjemno podoben Twitterju oz. X. Mastodon je odprokoden decentraliziran družben medij, ki spada pod okrilje Fediverse [25].

3 Konceptualna analiza Twetcha

Drugo poglavje je posvečeno obravnavi osnovnih konceptov, ki se večinoma pojavljajo pri vseh družbenih medijih in naprednih konceptov, ki so pri vsakem družbenem omrežju bolj specifični. Na sliki 2 je prikazan panjev model osnovnih konceptov, šestkotnik svetlo modre barve je glavni osnovni koncept Twetcha, šestkotniki temno modre barve boljše vidljivosti predstavljajo osnovne koncepte, slabo vidljiva šestkotnika pa predstavljata osnovna koncepta, ki nista prisotna na Twetchu[14].



Slika 2: Panjev model osnovnih konceptov Twetcha.

Vir: [19].

3.1 Osnovni koncepti

3.1.1 Identiteta

Twetch ponuja koncept identitete, ostalim uporabnikom je prikazano naše uporabniško ime in ime, na svojo Twetch stran lahko vnesemo tudi biografski opis, ki je prav tako viden ostalim uporabnikom. Twetch ponuja koncept identitete, ostalim uporabnikom je prikazano naše uporabniško ime in ime, poleg tega lahko na svojo Twetch stran vnesemo tudi biografski opis, ki je prav tako viden ostalim uporabnikom.

Prijava v Twetch je zelo enostavna, deluje tako, da samo vpišemo svojo uporabniško ime (angl. *username*) in ni treba razkriti ostalih osebnih informacij, kot so npr. starost, spol, bivališče itd. kot bi moral v nekaterih ostalih družbenih medijih izpolniti. Vendar, da sploh lahko začnemo s prvo objavo moremo plačati dva centa in tudi za ostale objave je treba plačevati. Twetch poizveduje identiteto posameznika, namenjeno je samopromociji in zaslužku, saj vse kar objavimo, je označeno kot tvoj produkt, od katerega dobimo tudi svoj identitetni ključ. Twetchu je bolj pomembno delanje kot identiteta samega sebe, saj je izključno namenjen prodaji in zakupu nezamenljivih žetonov [14].

3.1.2 Prisotnost

Twetch ne ponuja koncepta prisotnosti, saj gre za delno asinhron družben medij, kar pomeni, da ni pričakovanega takojšnjega odziva uporabnika. S tem ni postavljenega pričakovanja o ne takojšnjem odzivu uporabnikov na objave ali sporočila, kar se razlikuje od tradicionalnih družbenih medijev, kjer je pogosto prisoten element trenutne interakcije. Tako uporabniki pridobijo večjo svobodo pri objavljanju in komuniciranju brez, da bi se počutili pritiskani zaradi trenutnih odzivov ali nujni prisotnosti v realnem času [14].

3.1.3 Razmerja

Twetch ponuja koncept razmerij, in sicer uporabniki si lahko med seboj sledijo, seveda pri tem ni nujno, da je to sledenje obojestransko. Za sledenje prav tako ni potrebna zahteva oziroma potrditev zahteve, tako kot to deluje pri prošnjah za prijateljstvo na kakšnih drugih družbenih medijih, kot na primer Facebook. Posledično, ko nekomu sledimo, se nam na časovnici poleg drugih objav prikažejo tudi njihove. Nadaljnje povezave lahko sklepamo tudi preko teh, ki jih že imamo. Na profilih je namreč možno videti komu določena oseba sledi ter kdo sledi njej. Tukaj je velika možnost, da bomo

hitro našli še več ljudi s sebi podobnimi interesi. Kot pri večini družbenih medijev, tudi na Twetchu, skozi vedno večjo popularnost osebe – veliko sledilcev, všečkov, delitev – pride do pojava vplivnežev.

Pri obravnavanju aspektov vzdrževanja in razširjanja odnosov, je Twetch zastavljen bolj za razširjanje, saj odnosi oziroma razmerja niso osrednja funkcija Twetcha, zato če se že s kom povežemo je velika verjetnost, da bo ta odnos bolj površinski. S tem povezana je tudi zasebnost oziroma anonimnost. Na Twetchu ni treba uporabljati svoje prave identiteta oziroma imena, po katerem bi nas ljudje prepoznali, kar je pri vzdrževanju stikov kar pomembno [14].

3.1.4 Pogovori

Twetch ponuja koncept pogovorov, eden je v obliki komentiranja na objave (twetche), drug v obliki direktnih sporočil (angl. *direct messages*). Direktna sporočila na Twetchu omogočajo pošiljanje sporočil, ki so vidna samo pošiljatelju in prejemniku ali prejemnikom sporočila. Ta funkcija seveda ni brezplačno na voljo, tako kot vse na Twetchu, je tudi za to funkcijo potrebno plačati. Da torej lahko pošiljamo direktna sporočila preko Twetcha, moramo odšteti 21.80 € v enkratnem znesku, lahko koristimo funkcijo z njihovo naročniško storitev Twetch Green (več o tem pod naprednimi koncepti). Če ne želimo ne plačati enkratnega zneska in ne naročnine, se lahko pogovarjamo z ostalimi uporabniki Twetcha v komentarjih določenih objav (vsak komentar je plačljiv, avtorju objave zasluži z kakršno koli interakcijo z njegovo objavo). Pogovarjanje preko komentarjev napram direktnim sporočilom ne ponuja zasebnosti in je nepraktično [14].

3.1.5 Skupine

Koncept skupin je eden izmed tistih, ki niso prisotni na Twetchu. Uporabniki se tako ne morajo povezovati v skupine kot jih poznamo, na primer na Facebooku, kjer skupine predstavljajo organizirane virtualne prostore za specifične interese, dejavnosti ali skupnosti. To tudi pomeni, da se uporabniki ne morejo organizirati ali povezati na enak način kot na drugih družbenih medijih, kjer skupine služijo kot osrednje mesto za izmenjavo informacij, pogovorov in sodelovanji med člani iste skupnosti [14].

3.1.6 Sloves

Twetch ponuja koncept slovesa, v obliki števila sledilcev, ki jih imamo. Prav tako vsakemu uporabniku dodeli oceno (angl. *score*), glede na njegovo dejavnost, ostalim uporabnikom je nevidna. Ta ocena se uporablja za določanje vidnosti uporabnika in količine denarja, ki ga ta lahko zasluži. Torej višja kot je ocena, bolj viden bo uporabnik in višja bo količina denarja ki ga lahko zasluži [14].

3.1.7 Deljenje

Deljenje na Twetchu ni omejeno na samo en tip vsebine, temveč je raznoliko in nima tako razvidno ločenega glavnega tipa, kot npr. video na YouTube. Tako lahko na Twetchu z drugimi uporabniki delimo besedila, slike, videe, povezave, ankete ipd. Prav tako se uporabljajo ključniki (angl. *hashtag*) za klasifikacijo vsebine. Poleg svojih vsebin lahko delimo tudi objave (angl. *twetche*) drugih uporabnikov na našo stran, čemur pravimo poobjavljanje (angl. *branching*). V primeru, da ne želimo, da bi vsi videli objavo, je deljenje možno tudi preko neposrednih sporočil (angl. *direct messages*). Namenov deljenja je več, in sicer izražanje mnenja, deljenje interesov ter iskanje ljudi z nam podobnimi interesi, deljenje ustvarjalnih vsebin kot tudi zaslužek v primeru interakcije drugih z našo objavo. V skladu s tem je vzdušje precej sproščeno v primerjavi z na primer LinkedInom, kjer je okolje bolj profesionalno [14].

3.2 Napredni koncepti

V tem podglavju je naštetih nekaj najpomembnejših oz. najzanimivejših naprednih konceptov, ki jih ponuja Twetch. Poleg spodaj navedenih so v uporabi še drugi, a jih v tem članku nismo posebej izpostavili, saj se nam niso zdeli tako bistveni [14].

3.2.1 Kriptoalute

Twetch ponuja napredni koncept kriptoalut. Vse v Twetchu v bistvu deluje na principu kriptoalut, vsaka objava, komentar, všeček in celo spreminjanje nastavitvev uporablja kriptoalute, kar pomeni, da moramo za katerokoli dejanje na Twetchu plačati, ampak vsak všeček, komentar in poobjava, ki jih dobimo, nam zasluži denar. Vsaka objava se hkrati tudi arhivira v BSV. Za upravljanje s temi kriptoalutami imamo v Twetchu možnost vključitve Twetch denarnice, več o tem spodaj [14].

3.2.2 Denarnica

Twetch poleg kriptovalut ponuja tudi koncept denarnice. Na Twetchu imamo svojo denarnico, kjer lahko nadzorujemo in razpolagamo z našimi kriptovalutami. Uporabnikom omogoča upravljanje transakcij v obliki verige blokov Bitcoin. Denarnica je zgrajena za necentralizirane aplikacije in nezamenljive žetone, ter zagotavlja varno in uporabniku prijazno izkušnjo za upravljanje kriptovalut in nezamenljivih žetonov. Če želimo uporabljati Twetch Wallet znotraj Twetcha, moramo najprej svojo denarnico povezati, saj je ta drugače neodvisna od Twetcha, in je lahko uporabljena zgolj kot denarnica za katerekoli kriptovalute. Če jo povežemo z našim Twetch računom, lahko denarnico uporabljamo za prijavo v Twetch in za opravljanje transakcij na platformi [14].

3.2.3 Market

Twetch ponuja tudi koncept marketa. Market na Twetchu nam omogoča prodajo in zakup nezamenljivih žetonov (angl. *non-fungible tokens*). V marketu večinoma trgujejo digitalni umetniki. Na marketu imamo možnost videti koliko števil nezamenljivih žetonov imamo, zaslužka, koliko ljudi je kupilo od tebe in mnogo več. Market deluje tako, da ko kupimo nezamenljiv žeton, pripada samo nam in ga ne moremo presnemita, saj so nezamenljivi žetoni sprogramirani, tako da je unikatna, kar jo naredi več vredno. Uporabniki lahko plačajo in pridobijo denar v kripto valutah. Da lahko začnemo s prodajo moramo vložiti svoj denar, saj drugače ne moremo objaviti. Trgovanje z nezamenljivimi žetoni je tudi ne regulirano področje in prosti trg, kar pomeni da ni nobenih zagotovil [14].

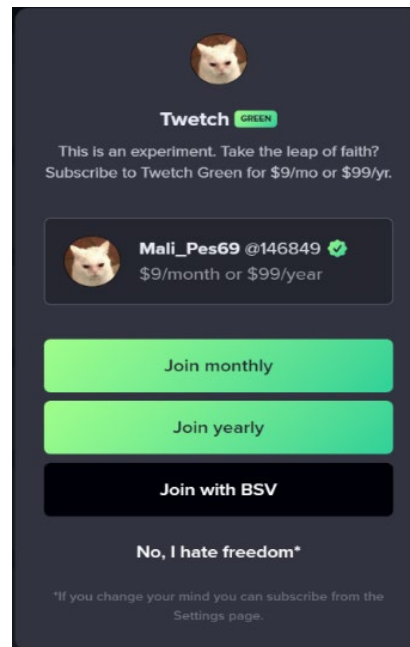
3.2.4 Analitika

Twetch prav tako omogoča ogled analitike za določeno objavo. Na katerikoli objavi lahko v desnem zgornjem kotu kliknemo na tri vertikalne pike, in kliknemo na opcijo analitika. Tako lahko izvemo koliko všečkov, komentarjev in poobjav je dobila določena objava, in koliko je uporabnik zaslužil od všečkov, komentarjev, poobjav in tudi od objave nasploh [14].

3.2.5 Naročniška storitev Twetch Green

Twetch ponuja naročniško storitev s imenom Twetch Green. Naročnino lahko plačujemo mesečno (9 € na mesec), ali letno (99 € letno), kot prikazuje slika 3 spodaj. Ta naročniška storitev nam omogoči veliko paleto drugače plačljivih funkcij kot so direktna

sporočila, sprememba izgleda časovnice itd., prav tako dobimo zraven našega uporabniškega imena zeleno verifikacijsko značko (značka označuje, da imamo aktivno naročnino Twetch Green) [14].



Slika 3: Naročnina Twetch Green.

Vir: [14].

3.2.6 Funkcije

Za razliko od bolj poznanih centraliziranih medijev, Twetch dodaja nove funkcije na podlagi donacij, ki jih prejme od uporabnikov. Ti si lahko na podstrani Twetcha, imenovani funkcije (angl. *features*), ogledajo seznam bodočih funkcij, pri katerih je napisan kratek opis, koliko denarja je treba zbrati za vzpostavitev določene funkcije ter vrstico napredka. Tukaj torej uporabniki izberejo koliko in k kateri funkciji bodo prispevali. Poleg seznama funkcij, ki še niso v uporabi, si lahko ogledamo še dva razdelka. Eden je za tiste, za katere se je zbralo že dovolj denarja in so zdaj v uporabi, drugi so t. i. moje funkcije (angl. *my features*) [14].

4 Primerjava s Twitterjem oz. X

V tem poglavju bomo decentraliziran Twetch primerjali z enim od konkurenčnih centraliziranih medijev, in sicer Twitterjem oz. X. Primerjali ju bomo iz vidik osnovnih in naprednih konceptov, iz vidika vsebine in vidika uporabnikov.



Slika 4: Panjev model osnovnih konceptov Twitterja oz. X.

Vir: [19].

4.1 Primerjava iz vidika konceptov

4.1.1 Osnovni koncepti

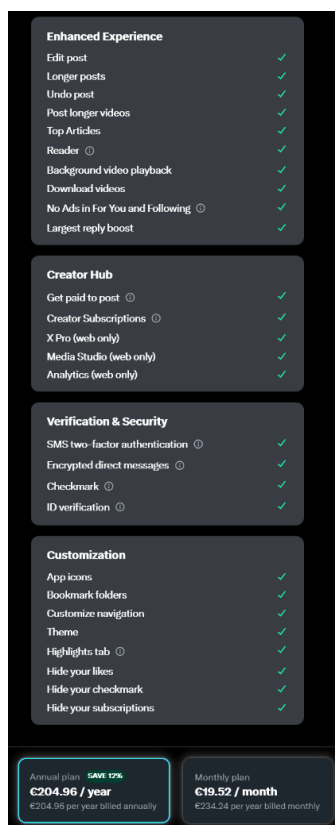
Twitter oz. X, kot lahko tudi vidimo na sliki, ponuja skoraj identične osnovne koncepte kot Twetch, konec koncev je poslednji neke vrste kopija Twitterja oz. X, ki je bil sprva ustvarjen ravno za arhiviranje objav Twitterja oz. X na BSV. Na sliki 6 je razvidno katere koncepte ponuja Twitter oz. X (moder šestkotnik predstavlja primaren osnovni koncept deljenja, ki je najbolj prominenten na Twitterju oz. X. Šestkotniki svetlo sive barve ponazarjajo še ostale osnovne koncepte, ki jih ponuja, le da niso tako prominentni kot deljenje. Temno sivi šestkotniki predstavljajo osnovne koncepte, ki niso prisotni). Torej kot je že razvidno na sliki, Twetch in Twitter oz. X imata prominenten koncept deljenja (pri Twitterju oz. X imajo ključniki veliko večjo vlogo), ostali osnovni koncepti so identiteta, razmerja, sloves in pogovori, Twitter oz. X ponuja še koncept skupin (angl. *communities*). Tukaj se lahko pridružimo določeni skupini, s katero si delimo določene skupne interese, lahko bi rekli, da je ta koncept nekaka razširitev ključnika (angl. *hashtag*).

4.1.2 Napredni koncepti

Glede naprednih konceptov se Twitter oz. X in Twetch bistveno razlikujeta. Medtem, ko je večina naprednih konceptov Twetcha na en ali na drug način povezan s kriptovalutami, Twitter oz. X nima integracije s kriptovalutami.

Eden napredni koncept, ki si ga delita oba družbena medija je napredni koncept naročniške storitve. Ta koncept na Twitterju oz. X deluje po istem principu kot na Twetchu (saj je Twetch dobil inspiracijo ravno od Twitterja oz. X). Pri Twitterju oz. X je ta naročnina razdeljena na tri nivoje: X Basic, X Premium, X Premium+ (včasih se je naročnini reklo Twitter Blue), pri Twetchu Twetch Green. Pri Twitterju oz. X naročniška storitev zraven našega uporabniškega imena prikaže verifikacijsko značko (do 1. 4. 2023 je značka označevala javne osebnosti, katerih istovetnosti je jamčil Twitter oz. X, po 1. 4. 2023 je značka dobila drugo funkcionalnost. In sicer, dandanes modra značka ob našem uporabniškem imenu pomeni le, da imamo aktivno naročnino X Premium). Na Twitterju oz. X imamo možnost tudi skriti modro značko zraven našega imena. Tako kot pri Twetchu, naročniška storitev na Twitterju oz. X omogoči tudi ogromno novih funkcionalnosti kot je razvidno na sliki 5 (na sliki je prikazan najdražji nivo naročnine, naročnini X Basic in X Premium ne ponujata vseh teh funkcij)[20].

Oba družbena koncepta si prav tako delita napredni koncept analitike, ampak pri Twetchu nam ta omogoča vpogled v število všečkov, komentarjev, poobjav in zaslužka katerekoli objave kateregakoli uporabnika. Pri Twitterju oz. X nam napredni koncept analitike omogoča vpogled v uspešnost naših objav.



Slika 5: Funkcionalnosti naročnine X Premium.

Vir: [21].

4.2 Primerjava iz vidika vsebin

Twetch in Twitter oz. X sta oba platformi za objavljane kratkih sporočil, slik, anketnih objav itd. vendar imata nekaj ključnih razlik: Twetch je zgrajen na verigi blokov Bitcoin, kar pomeni, da so vsi podatki shranjeni javno in pregledno. Twitter oz. X je centralizirana storitev, ki nadzoruje podatke in lahko cenzurira ali briše objave. Uporabniki Twetcha morajo plačati majhno pristojbino (predpisan znesek, ki se mora plačati državi, občini skupnosti za določeno storitev ali uporabo nečesa) v Bitcoinih za objavo, všečkanje ali komentiranje na platformi. To ustvarja spodbudo za kakovostno vsebino in odvrača od neželene pošte in trolanja (namerno povzročanje neugodja, težav določenemu uporabniku družbenega omrežja s takim ravnanjem, usmerjenim na njegove objave). Twitter oz. X je brezplačen za uporabo, vendar se za prihodke zanaša na oglaševanje in zbiranje podatkov. Uporabniki Twetcha so lastniki svojih podatkov in jih lahko uporabijo tako, da zaslužijo Bitcoin z všečki in komentarji. Lahko tudi dajo napitnine drugim uporabnikom ali zaračunajo dostop do njihove vsebine, uporabniki Twitterja oz. X nimajo neposrednega nadzora ali koristi od svojih podatkov.

Standardna objava na obeh družbenih medijih je tekstovna objava v obliki mikrobloga. Na Twetch je mogoče objavljati sporočila dolžine 512 znakov, vključno s presledki, med tem, ko je na Twitterju oz. X limit za sporočilo 280 znakov, vključno s presledki (če imamo katerokoli od naročnin X, se nam podaljša število znakov na 25 000, vključno s presledki). Na obeh družbenih medijih lahko objavljamo tudi slike (do štiri fotografije na objavo na obeh družbenih medijih), ankete, videe itd. [14, 20].

4.3 Primerjava iz vidika uporabnikov

Najbolj drastična razlika med zgoraj navedenima družbenima medijema je v številu obiskovalcev, pri čemer jih je Twetch v mesecu oktobru 2023 imel 57 328, Twitter oz. X v istem obravnavanem časovnem obdobju 6,141 milijard. Čeprav za to nismo našli konkretnega vira, lahko glede na okolje družbenega omrežja in funkcionalnosti, ki jih ponuja, sklepamo, da je na Twitterju oz. X več vplivnežev. To sledi iz tega, da je Twitter bolj poznan in po navadi je tako, da bolj zaupamo poznanemu kot novejšemu konceptu. Torej več ljudi se odloči postati vplivnež v okolju, ki jim je bolj poznano in zaupljivo. Prav tako ima Twitter oz. X že nasploh več uporabnikov, iz česar sledi, da lahko ima ena oseba posledično več sledilcev. Še zadnja razlika, ki jo bomo izpostavili so interesne točke uporabnikov, ki se delno prekrivajo, vendar ne vse. Hitro lahko sklepamo, glede na decentraliziran značaj Twetcha, da se uporabniki slednjega medija zanimajo za kriptovalute, še zlasti Bitcoine, NFT in podobne zadeve, medtem ko na Twitterju oz. X

takega (vsaj ne tako izrazitega) interesa ni mogoče zaslediti. Kljub vsem naštetim razlikam je prisotna tudi velika podobnost. Ta je, da pri obeh družbenih medijih uporabniki skozi svoje objave izražajo svoje mnenje, delijo interese ter ustvarjene izdelke.

4.4 Ugotovitve

V spodnji tabeli 1 so prikazane razlike in skupnosti družbenih medijev Twetch in Twitter oz. X. V sodobnem svetu družbenih medijev je razumevanje temeljnih konceptov, ki oblikujejo platforme, bistveno.

Tabela 1: Razlike in skupnosti družbenih medijev Twetch in Twitter oz. X

Razlike in podobnosti	Twetch	Twitter oz. X
Koncepti (napredni)	Uporaba kriptovalut, naročniška storitev, analitika objav, denarnica, market	Naročniška storitev in analitika objav.
Koncept (osnovni)	Identitete, pogovori, slovesa in razmerja	Identitete, pogovori, slovesa in razmerja, skupine
Najpomembnejši osnovni koncept	Deljenje	Deljenje
Vsebina	Tekstovne objave z omejitvijo 512 znakov, maksimalno 4 slike na objavo, anketne objav in videi	Tekstovne objave z omejitvijo 280 znakov (25 000 s naročnino), 4 slike na objavo, anketne objave in videi
Izgled	Časovnica v obliki mikrobloga	Časovnica v obliki mikrobloga
Uporabniki	57 328	6,141 milijard

Vir: [17, 18].

Twitter oz. X je priljubljena platforma, ki ponuja podobne koncepte kot Twetch, saj je slednji znan kot decentralizirana alternativa Twitterja oz. X. Oba družbena medija si delita skoraj povsem enake osnovne koncepte: primarni koncept deljenja, koncept identitete, koncept pogovorov, koncept slovesa in koncept razmerja, Twitter oz. X ponuja še koncept skupine. Glede naprednih konceptov si nista tako podobna. Delita si le napredni koncept naročniške storitve in napredni koncept analitike.

Twetch deluje na verigi blokov Bitcoin, ki ponuja preglednost in uporabniško lastništvo podatkov prek mikroplačil, medtem ko je Twitter oz. X centralizirana platforma, ki temelji na oglaševanju in zbiranju podatkov. Twetch spodbuja kakovostno vsebino z majhnimi pristojbinami za Bitcoin, medtem ko je Twitter brezplačen, vendar lahko trpi zaradi neželene pošte in trolanja. Poleg tega so uporabniki Twetcha bolj nagnjeni k temam, povezanim s kriptovalutami, medtem ko Twitter skrbi za širši spekter interesov. Kljub tem razlikam obe platformi uporabnikom omogočata deljenje kratkih sporočil, slik in sodelovanje s svojimi skupnostmi. Twitter oz. X je bolj popularen in ustaljen izmed

dveh, kar je razvidno iz gromozanskega števila uporabnikov. Twitter oz. X je družben medij namenjen za kakršnega koli uporabnika, Twetch je družben medij za poznavalce kriptovalut in decentraliziranih družbenih medijev, ki cenijo zasebnost in varnost platforme. Razlike med Twitterjem oz. X in Twetch so tudi razvidni na zgornji tabeli.

5 Analitika Twetcha

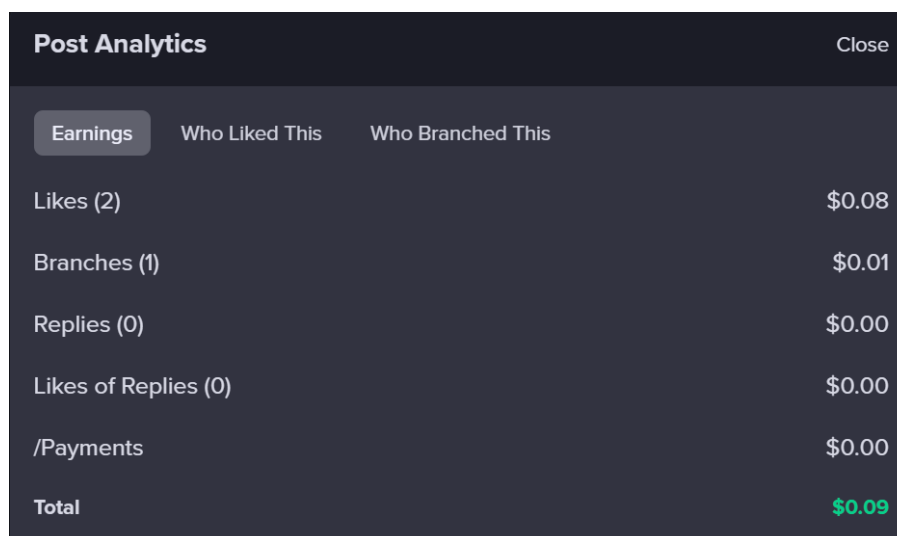
V tem poglavju si bomo pogledali nekaj metrik ter z njimi povezane koncepte, ki se uporabljajo v obravnavanem družbenem mediju, torej Twetchu. Najprej so skozi podpoglavja obrazložene posamezne metrike, na koncu sledi še povzetek s tabelo za lažje razumevanje.

5.1 Metrika zaslužka objave

Kot že omenjeno pri poglavju naprednih konceptov, imamo znotraj Twetcha opcijo za vpogled v analitiko katerekoli objave. Ta metrika je namenjena vsem uporabnikom, ki jih zanima uspešnost in dobičkonosnost katerekoli objave. V tem vpogledu lahko zasledimo koliko všečkov, komentarjev in poobjav je dobila objava, in posledično koliko denarja je ta objava zaslužila avtorju le te. Metrika je brezplačna vsem uporabnikom, dostopna je ob kliku na tri vertikalne pikice na katerikoli objavi. Na spodnji sliki 6 so prikazane metrike za dan 14. 11. 2023 [14]. Enačba metrike:

$$a = (b \times 4) + c + d + e$$

a=zaslužek, b=všečki, c=poobjave, d=všečki komentarjev, e=plačila.



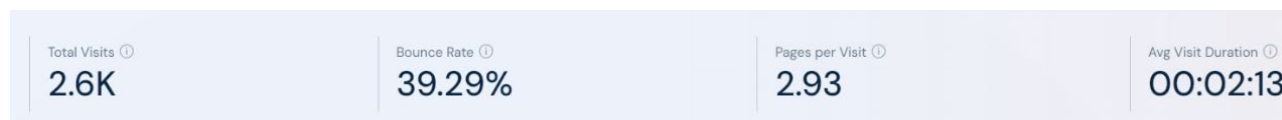
Post Analytics		Close
Earnings	Who Liked This	Who Branched This
Likes (2)		\$0.08
Branches (1)		\$0.01
Replies (0)		\$0.00
Likes of Replies (0)		\$0.00
/Payments		\$0.00
Total		\$0.09

Slika 6: Metrika zaslužka objave na Twetchu

Vir: [14].

5.2 Metrike iz strani Similarweb

Spletna stran Similarweb omogoča vpogled v analitiko za ogromno število družbenih omrežij, slika 7 spodaj prikazuje vpogled v analitiko za Twetch.



Slika 7: Metrika mesečnega obiska, obiska na stran, števila ogled strani na obisk, pogostosti trajanja obiska.

Vir: [24].

5.2.1 Metrika mesečnega obiska

Na spletni strani Similarweb lahko sledimo tudi drugim metrikam za Twetch, saj je analitika zaslužka objave edina vgrajena metrika v sami aplikaciji oz. spletnem mestu Twetch. Ena izmed teh metrik, ki jih lahko sledimo na Similarweb je mesečni obisk, na sliki 7 je ta vrednost pod »total visits«. Na dan pisanja, 14. 11. 2023, lahko vidimo, da je imela aplikacija oz. spletno mesto Twetch v mesecu novembru 2600 obiskov [24].

5.2.2 Metrika obiska ene strani

Podatek stopnja odboja (angl. *bounce rate*) na sliki 7 nam prikazuje tudi koliko je procentualno ljudi, ki zapustijo spletno mesto ali aplikacijo Twetch po ogledu le ene strani. Vidimo lahko, da ta stopnja na dan 14. 11. 2023 stoji na 39.29% [24]. Enačba:

$$a = \frac{b}{c} \times 100$$

a = stopnja odboja, b = št. vseh obiskovalcev, ki po ogledu le ene strani zapustijo stran, c = št. Vseh obiskovalcev spletnega mesta ali aplikacije.

5.2.3 Metrika števila ogledov strani na obisk

Podatek strani na obisk (angl. *pages per visit*) na sliki 7 nam prikazuje, koliko podstrani spletnega mesta ali aplikacije Twetch si obiskovalci v povprečju ogledajo. Na dan pisanja, 14. 11. 2023, je število ogledanih strani Twetcha na uporabnika v povprečju 2.93 strani [24]. Enačba:

$$a = \frac{b_1 + b_2 + \dots + b_n}{c}$$

a =št. ogledov strani na obisk, b =število ogledov strani za določenega uporabnika, c =število vseh uporabnikov.

5.2.4 Metrika pogostosti trajanja obiska

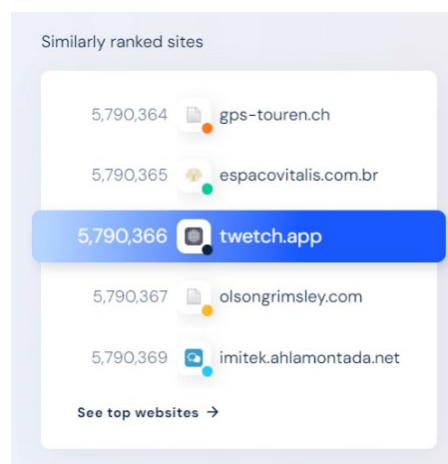
Podatek povprečnega časa obiska (angl. *average visit duration*) na sliki 7 nam prav tako prikazuje za koliko časa v minutah obiskovalci povprečno ostanejo na spletni strani ali aplikaciji Twetch. Iz diagrama je razvidno, da obiskovalci v povprečju na strani ostanejo 2.13 minut [24]. Enačba:

$$a = \frac{b_1 + b_2 + \dots + b_n}{c}$$

a = Pogostost trajanja obiska, b =trajanje obiska za določenega uporabnika, c =število vseh uporabnikov.

5.2.5 Metrika globalne uvrstitve

Legenda na spodnji sliki 8 nam prikazuje globalno uvrstitev (angl. *global rank*) Twetcha glede na obisk spletnega mesta Twetch v primerjavi z obiskom vseh ostalih spletnih strani. Twetch zaseda na dan pisanja, 14. 11. 2023, 5 790 366. mesto. Vendar je položaj Twetcha v primerjavi s mesecem septembrom 2023 zapadel za 456 428 mest na tej lestvici [24].

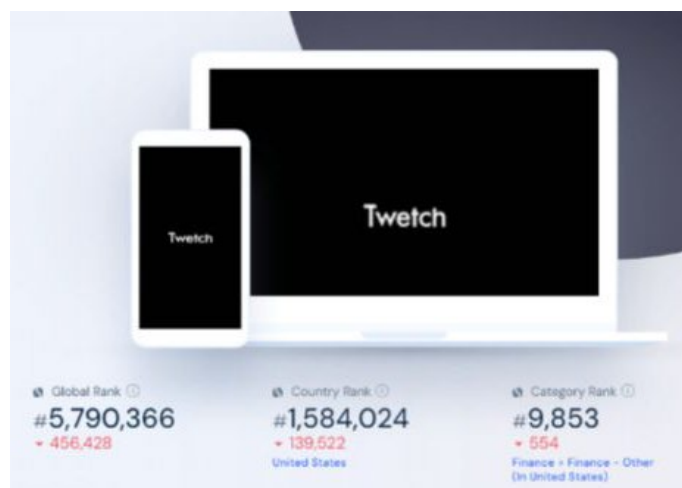


Slika 8: Metrika obiska za Twetch iz SimilarWeb.

Vir: [24].

5.2.6 Metrika uvrstitve v državi

Podatek uvrstitev v državi (angl. *country rank*) na sliki 9 nam prikazuje število uvrstitve spletnega mesta Twetch na lestvico razvrščeno glede na obisk spletne strani. Ta metrika prikazuje podatke le za Združene države Amerike, najbolj prominentne državi glede uporabe. Twetch na dan pisanja, 14. 11. 2023, zaseda 1 584 024. mesto. Vendar je za 139 522 zapadlo v primerjavi s mesecem septembrom 2023 [24].



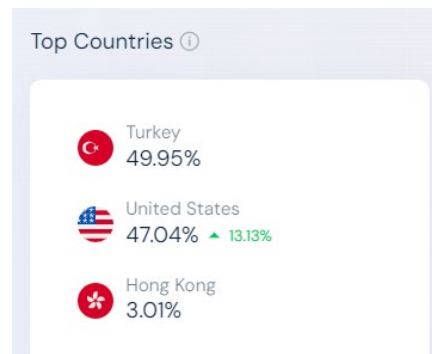
Slika 9: Metrika globalne uvrstitve, uvrstitve v državi, uvrstitve v kategoriji.
Vir [24].

5.2.7 Metrika uvrstitve v kategoriji

Podatek uvrstitev v kategoriji (angl. *category rank*) na sliki 9 nam prikazuje uvrstitev spletnega mesta ali aplikacije Twetch v kategoriji finance. Na dan pisanja, 14. 11. 2023, Twetch zaseda v kategoriji finance za regijo ZDA 9 853. uvrstitev. Vendar je ta uvrstitev zapadla za 554 mest v primerjavi z mesecem septembrom 2023 [24].

5.2.8 Metrika prometa spletnega obiska glede na državo

Spodnja slika 10 nam prikazuje promet spletne strani ali aplikacije Twetch glede na državo (angl. *web traffic by country*). Iz slike je razvidno, da skoraj polovica, bolj specifično kar 49,95 % prometa na Twetch poteka v Turčiji. Združene države Amerike si lastijo 47 % celotnega prometa Twetch, Kitajska, bolj specifično Hong Kong le 3 % [24].



Slika 10: Metrika prometa spletnega mesta ali aplikacije Twetch na državo.
Vir: [24].

5.3 Ugotovitve

Twetch glede analitike ne ponuja veliko, samo možnost vpogleda v zaslužek katerekoli objave. Katerakoli drugo analitiko pa je možno vpogledati preko orodij za analitiko, ki niso vgrajena v Twetch. Npr. na spletnem mestu Similarweb je na voljo kar veliko podatkov o Twetch, a se ti le nanašajo na celotno družbeno omrežje. Uporabnikom vpogled v individualno analitiko na žalost ni mogoč. V spodnji tabeli 2 so pregledno navedene vse metrike, ki jih ponuja spletna stran Similarweb in Twetch.

Tabela 2: Metrika za Twetch iz strani Similarweb

Koncept merjenja	Naziv metrike	Definicija metrike	Razlaga pomena metrike	Orodja, ki vključujejo metriko
Koncept zavedanja	Promet glede na državo	Promet spletnega mesta ali aplikacije glede na državo.	Ta metrika nam v procentih poda kolikšen delež prometa za določeno spletno mesto ali aplikacijo potek v določeni državi	Similarweb Analytics
Koncept zavedanja	Uvrstitev v kategoriji	Uvrstitev družbenega medija na lestvico, glede na obisk spletnega mesta v primerjavi s vsemi ostalimi spletnimi stranmi v kategoriji finance za regijo ZDA.	Ta metrika nam pove, katero mesto je na lestvici dosegel družben mediji, glede na obisk spletnega mesta v primerjavi s vsemi drugimi spletnimi mesti v kategoriji finance za regijo ZDA.	Similarweb Analytics
Koncept zavedanja	Uvrstitev v državi	Uvrstitev družbenega medija na lestvico, glede na obisk spletnega mesta v primerjavi s vsemi ostalimi spletnimi stranmi v regiji ZDA.	Ta metrika nam pove, katero mesto je na lestvici dosegel družben mediji, glede na obisk spletnega mesta v primerjavi s vsemi drugimi spletnimi mesti v regiji ZDA.	Similarweb Analytics

Koncept merjenja	Naziv metrike	Definicija metrike	Razlaga pomena metrike	Orodja, ki vključujejo metriko
Koncept zavedanja	Globalna uvrstitev	Uvrstitev družbenega medija na lestvico, glede na obisk spletnega mesta v primerjavi s vsemi ostalimi spletnimi stranmi.	Ta metrika nam pove, katero mesto je na lestvici dosegel družbeni medij, glede na obisk spletnega mesta v primerjavi s vsemi drugimi spletnimi mesti.	Similarweb Analytics
Koncept zavedanja	Povprečno trajanje obiska	$a = \frac{b_1 + b_2 + \dots + b_n}{c}$ a=Pogostost trajanja obiska, b=trajanje obiska za določenega uporabnika, c=število vseh uporabnikov.	Ta metrika nam pove, za koliko časa v minutah obiskovalci povprečno ostanejo na spletni strani ali aplikaciji Twetch	Similarweb Analytics
Koncept zavedanja	Število ogledov strani na obisk	$a = \frac{b_1 + b_2 + \dots + b_n}{c}$ a=št. ogledov strani na obisk, b=število ogledov strani za določenega uporabnika, c=število vseh uporabnikov.	Ta metrika nam pove, koliko strani si v povprečju obiskovalci ogledajo pred odhodom	Similarweb Analytics
Koncept zavedanja	Mesečni obisk	Število obiskovalcev enega meseca.	Ta metrika nam pove, koliko ljudi je obiskalo spletno stran ali aplikacijo Twetch v roku enega mesca.	Similarweb Analytics
Koncept pretvorbe	Obisk le ene strani	$a = \frac{b}{c} \times 100$ a= stopnja odboja, b=št. Vseh obiskovalcev, ki po ogledu le ene strani zapustijo stran, c= št. Vseh obiskovalcev spletnega mesta ali aplikacije.	Ta metrika nam podaja število ljudi, ki so zapustili spletno mesto ali aplikacijo Twetch po ogledu le ene strani	Similarweb Analytics
Koncept vključenosti	Zasluzek objave	$a = (b \times 4) + c + d + e$ a=zaslužek, b=všečki,=poobjave, d=všečki komentarjev, e=plačila.	Ta metrika nam pove, koliko določen uporabnik zasluži od objave. Zasluzek je odvisen od interakcij z objavo kot so všeček, komentar, poobjava itd.	Twetch.com

Vir: [14, 24]

6 Primeri in dobre prakse uporabe Twetch

V tem poglavju so zajete primeri in dobre prakse uporabe družbenega omrežja Twetch. Obdelali bomo Twetch v globalnem in lokalnem prostoru, domene uporabe Twetcha, SWOT analizo medija, morebitne omejitve uporabe družbenega medija v določenih državah in priljubljene instance Twetcha.

6.1 Twetch v globalnem in v lokalnem prostoru

Na globalni ravni, Twetch omogoča, da lahko ljudje iz vsega sveta delijo svoje vsebine in jih poosebijo, kar omogoča decentralizirano izmenjavo informacij in idej. V lokalnem kontekstu lahko Twetch služi kot prostor za lokalne skupnosti ali za posameznike, ki lahko delijo svojo vsebino, ki je bolj specifična za njihovo geografsko območje ali interese. To lahko vodi do ustvarjanja močnih lokalnih skupnosti in omrežij znotraj platforme, ki se osredotočajo na skupne interese ali teme.

Na platformi, kot je Twetch, je mogoče poosebiti vsebine v katerem koli jeziku, vključno s slovenščino. Uporabniki lahko delijo svoje vsebine, kot so besedila, slike, video posnetki ali kakršna koli vsebina, v svojem domačem jeziku [22].

6.2 Domene uporabe Twetcha

Medtem ko je Twitter oz. X platforma na kateri so aktivni politiki, podjetja, znane osebe itd., je Twetch platforma na kateri so v glavnem prisotni posamezniki, še posebej tisti, ki jih zanimajo kriptovalute. Zaradi malega števila uporabnikov in dejstva, da je Twetch še zelo mlado družbeno omrežje, ni presenetljivo, da trenutno te platforme ne uporablja nobena visoko profilna oseba kot so politiki ali znane osebe.

6.3 SWOT analiza Twetcha

Slika 10 na desni prikazuje grafiko, ki podrobneje razloži SWOT analizo. Pri SWOT analizi se preučujejo štiri glavne komponente:

- Prednosti (angl. *strengths*): značilnosti podjetja ali projekta, ki mu dajejo prednost pred drugimi.
- Slabosti (angl. *weaknesses*): lastnosti, ki podjetje ali projekt postavljajo v slabši položaj glede na druge.
- Priložnosti (angl. *opportunities*): elementi v okolju, ki bi jih podjetje ali projekt lahko izkoristil v svojo korist.
- Grožnje (angl. *threats*): elementi v okolju, ki bi lahko povzročili težave podjetju ali projektu.

6.3.1 Prednosti (angl. *strengths*)

Prednosti družbenega omrežja Twetch sta zagotovo decentralizacija in kriptovalute. Twetch se zelo zanaša na dobičkonosnost platforme, cilj družbenega omrežja je narediti vse njegove uporabnike milijonarje. Če bodo ta cilj kdaj dosegli je še zdaj neznano, ampak Twetch resda omogoča zaslužek z vsakim všečkom, delitvijo, komentarjem in poobjavo objave uporabnika. Prav tako je vsaka objava in interakcija z objavo transakcija, ki se shrani na BSV verigo, ki omogoča trajnost naših objav. Kot decentralizirano družbeno omrežje pa nudi večjo mero zasebnosti kot njegove centralizirane alternative.

6.3.2 Slabosti (angl. *weaknesses*)

Twetch je razmeroma mlada platforma, ki je bila ustvarjena komaj leta 2019. Kot družbeno omrežje pa so največji velikani na trgu v obstoju že desetletje ali skoraj dva. Ena izmed glavnih slabosti Twetcha je njegova nepoznanost oziroma njegova skromna baza uporabnikov. Decentralizirana družbena omrežja so v veliki meri manj poznana in popularna kot centralizirana, in to je razvidno tudi pri Twetchu. Glavni dobiček družbenega omrežja pa temelji ravno od uporabnikov, in vsebin ki jih ustvarjajo, torej več kot ima družbeno omrežje uporabnikov, bolj uspešno je.

Ena izmed slabosti Twetcha je tudi težnja po plačljivosti za katerokoli storitev. Ko si ustvariš Twetch račun, moraš za katerokoli dejanje (objava, spreminjanje nastavitev, odklepanje naprednih funkcij itd.) odšteti določen znesek. To je resda mogoče za nekatere uporabnike zaželeno stvar, ampak mnogo uporabnikov tako odvrnejo od uporabe te platforme. Poleg tega pa je plačilo za katerokoli storitev možno le s kriptovalutami, kar še bolj omeji ciljno skupino uporabnikov.

6.3.3 Priložnosti (angl. *opportunities*)

Twitter oz. X je ob spremembi vodje doživel izrazite spremembe, zaradi česar je v letu 2023 zapustilo platformo preko 100 milijonov uporabnikov [27]. Teh sto milijonov uporabnikov bi lahko Twetch poskusil privabiti na svojo platformo, saj glede funkcionalnosti je Twetch skoraj identičen Twitterju oz. X.

Ker je zanimanje za kriptovalute in decentralizirana omrežja iz leta v leto večje, in razne analize prikazujejo, da bo v naslednjih desetih letih tržni delež le teh še naknadno zrasel [28], ima Twetch dobro priložnost za uspeh.

6.3.4 Grožnje (angl. *threats*)

Glavna konkurenca Twetchu je Twitter oz. X, ki se je v mesecu oktobru leta 2023 ponašal s preko 6,1 milijarde obiskovalcev, med tem ko jih je Twetch štel le okoli 57 000. Twetchu so konkurenca decentralizirana kot centralizirana družbena omrežja nasploh.

Twetch je v veliki meri odvisen od kriptovalut za osnovne funkcionalnosti (kot so objavljanje, všečkanje, komentiranje itd.), še posebej od kriptovalute Bitcoin, saj se vse objave in interakcije z objavami shranijo kot transakcije na verigo BSV. To pomeni, da če bi kriptovaluta padla v vrednosti ali celo propadla, bi celotno družbeno omrežje Twetch bilo ogroženo.

6.4 Morebitne omejitve Twetcha v določenih državah

Twetch trdi, da je brez cenzure, kar pomeni, da nihče ne more nadzorovati ali manipulirati, kaj je objavljeno na njem. Vendar pa to še ne pomeni, da je Twetch brez kakršnih koli omejitev ali predpisov v določenih državah. Nekatere države lahko imajo prepovedano uporabo kripto valut ali tehnologijo veriženja blokov. Na primer Kitajska je prepovedala uporabo kripto valut in blokirala dostop do številnih tujih spletnih mest in platform družbenih medijev. Zato je čisto mogoče, da se uporabniki na Kitajskem soočajo s težavami pri dostopanju ali uporabi Twetcha. Podobno lahko imajo tudi druge države drugačne zakone, ki vplivajo na uporabo Twetcha, zato je priporočljivo, da so uporabniki seznanjeni z lokalnimi predpisi glede uporabe tovrstnih spletnih strani in platform [29].

6.5 Priljubljene instance Twetcha

6.5.1 Dobre prakse za bogato uporabniško izkušnjo

V ospredju naj bo uporabnost in preprostost: Twetch poskuša zagotoviti čimbolj prijetno uporabniško izkušnjo, in to dosega s preprostostjo videza in uporabe. Najpomembnejše funkcije so vedno prikazane ob strani z ikonami ter tekstom, preko katerih lahko hitro pridemo do zelenih podstrani. Stran oziroma aplikacija je sestavljena na zelo jasen način.

6.5.2 Vseprisotna rešitev

Twetch ima tako spletno stran kot mobilno aplikacijo, ki se ne razlikujeta po videzu ali funkcionalnosti. Poleg tega Twetch deluje na več spletnih brskalnikih, med katerimi so na primer Chrome, Microsoft Edge in Mozilla Firefox. Prav tako se podatki sinhronizirajo preko več naprav, kar pomeni, da so ti neodvisni od naprave oziroma lokacije. Z dostopanjem do vsebin preko različnih naprav je povezano tudi upravljanje digitalnih pravic. Kot omenjeno v odstavku »Dobre prakse« za bogato uporabniško izkušnjo, je poskrbljeno za minimalno število potrebnih interakcij oziroma za enostavno uporabo, ne glede na to ali smo na spletni strani ali na mobilni aplikaciji.

7 Sklepne ugotovitve in bodoči trendi

7.1 Poglavitne ugotovitve

Nekatere ključne ugotovitve in lastnosti Twetcha so, da je decentralizirana platforma, kar pomeni, da ni centralnega upravljanja ali nadzora. Vsebina se shranjuje in upravlja prek blockchain tehnologije (na BSV verigi), kar omogoča večjo varnost in preglednost.

Vsaka interakcija s vsebino, kot so objave ali komentarji, prinese zaslužek v obliki kriptovalut (BSV) avtorju. Ta model omogoča uporabnikom zaslužek iz lastnih vsebin in spodbuja kakovostno ter vrednostno ustvarjanje vsebin.

Ponuja tudi mikroplačila, kar pomeni, da vsaka interakcija s vsebino, kot so objave ali komentarji, prinese zaslužek v obliki kriptovalut (BSV) avtorju. To omogoča uporabnikom zaslužiti z lastnimi vsebinami.

Kljub relativno nizki uporabniški bazi v primerjavi z večjimi družbenimi omrežji, kot je Twitterju oz. X, je Twetch dosegel okoli 60.000 uporabnikov v določenem času, kar kaže na priljubljenost tega decentraliziranega družbenega omrežja [16].

Te ugotovitve prikažejo, da Twetch velja za družbeno omrežje, ki skuša ustvariti platformo, ki spodbuja vrednostno ustvarjanje vsebin, decentralizacijo ter uporabnikom omogoča dobičkonosnost z interakcijami na platformi.

7.2 Implikacije prispevka

Ta prispevek je namenjen vsakemu, ki si želi izvedeti kaj več o decentraliziranih družbenih medijih, oz. specifično Twetchu. Izve lahko kako je nastal ter se razvijal od ustanovitve leta 2019 do leta 2023. Prav tako lahko poizve katere osnovne in napredne koncepte ponuja platforma, s kakšnimi funkcionalnostmi se ponaša in razne statistične podatke kot so število uporabnikov itd. V prispevku pa je Twetch zmeraj primerjan z njegovo največjo konkurenco, velikanom Twitterjem oz. X.

7.3 Morebitne omejitve prispevka

Decentralizirana družbena omrežja so novost na trgu družbenih omrežji, zaradi česar so ta manj poznana in posledično na spletu o le teh ni veliko podatkov. In vse to drži tudi za Twetch, ki je bil ustanovljen komaj leta 2019, kar pojasni zakaj smo ob pisanju tega prispevka velikokrat naleteli na pomankanje informacij in virov.

7.4 Bodoči trendi

Prihodnji trendi na Twetchu, so lahko odvisni od različnih dejavnikov, kot so razvoj nove tehnologije, spremembe v svetu kriptovalut in splošni trendi v družbenih omrežjih. Nekateri možni trendi, ki bi se lahko razvijali na podobnih platformah v prihodnosti, vključujejo razširjanje na več jezikov, kot so platforme, ki omogočajo mikroplačila, bi se lahko bolj usmerile v podporo več jezikom in bi s tem pritegnile širše globalno občinstvo, vključno z ustvarjalci in uporabniki v manjših jezikovnih skupnostih. Drugi trend je večja integracija s kriptovalutami. Glede na rast sveta kriptovalut bi lahko takšne platforme postale bolj integrirane s kriptovalutami, morda celo omogočile večjo uporabo različnih kriptovalut poleg Bitcoina. Tretji trend je večja varnost in zasebnost. To je razvoj, ki bi se lahko zgodil, ki bi imel večjo osredotočenost na varnost in zasebnost uporabnikov, saj postaja to vedno bolj pomembnejše v digitalnem svetu. To so samo nekatere možne smeri, ki bi se lahko razvile v prihodnosti. Vendar je treba vedeti, da je pri napovedovanju trendov vedno nekaj negotovosti, saj so odvisni od številnih dejavnikov, vključno z uporabniškimi preferencami, tehnološkim napredkom in splošnimi spremembami v okolju.

8 Zaključek

Twetch je na prvi pogled le kopija Twitterja oz. X, ki ne ponuja nobene nadgradnje tega že obstoječega družbenega omrežja. Twetch se resda ne trudi za distinkcijo Twetcha od Twitterja oz. X, ampak ravno obratno. Družbeni omrežji si skoraj delita identičen

uporabniški vmesnik, funkcionalnosti, naročnino, format mikrobloga itd. Kjer se pa Twetch razlikuje od konkurence, je v decentralizaciji in kriptovalutah. Twetch poleg zahtevanja denarja za objavljanje in interagiranje z objavami omogoča tudi odklepanje raznih naprednih funkcij in spreminjanje nastavitev, omogoča tudi zbiranje sredstev za implementacijo novih funkcij kot tudi vgrajeno denarnico za kriptovalute. V nekaterih vidikih sta si torej Twetch in Twitter oz. X izredno podobna, v nekaterih pa čisto različna. Twetch je kot komaj štiriletno podjetje zaradi svojih unikatnih funkcij našlo svoje mesto na trgu družbenih omrežij. Kot pa je značilno za katerokoli družbeno omrežje, za Twetch prav tako velja, da več uporabnikov kot dobi platforma in več vsebine, ki jo ti posledično ustvarijo, bolj popularna bo platforma.

Literatura

- [1] Provides Ng, "Control and Communication: A System Study of Platform Economics and Digital Archives in Architectural Design", June 2021. [Elektronski]. Dostopno na: https://www.researchgate.net/profile/Provides-Ng/publication/352372655_Control_and_Communication_A_System_Study_of_Platform_Economics_and_Digital_Archives_in_Architectural_Design/links/60ca181b299bf1cd71d505eb/Control-and-Communication-A-System-Study-of-Platform-Economics-and-Digital-Archives-in-Architectural-Design.pdf [str.13]. [Datum dostopa: 10. 10. 2023].
- [2] G. Liu , X. Dong , M. Wang , "The Evaluation Method of Science and Technology Collaborative Innovation Based on Blockchain Technology" 2023 International Conference on Blockchain Technology and Information Security (ICBCTIS), 28 August 2023, Publisher: IEEE, DOI: 10.1109/ICBCTIS59921.2023.00039. [Datum dostopa: 10. 10. 2023].
- [3] Remjx, "A Beginner's Guide to Twetch: Bitcoin's Twitter clone", 16 April 2021. [Elektronski]. Dostopno na: <https://remjx.com/a-beginners-guide-to-twetch-bitcoins-twitter-clone>. [Datum dostopa: 10. 10. 2023].
- [4] B. R. Trago, "The possibilities of blockchain technology in the development of local ecological knowledge on ecological farming," 2023. [Elektronski]. Dostopno na: <https://edepot.wur.nl/638092>. [Datum dostopa: 10. 10. 2023].
- [5] E. Kadena and S. Qose, "Blockchain in Social Media: Eliminating Centralized Control vs. Challenges," in 2022 IEEE 10th Jubilee International Conference on Computational Cybernetics and Cyber-Medical Systems (ICCC), 6-9 July 2022 2022, pp. 000111-000116, doi: 10.1109/ICCC20225925.2022.9922845. [Datum dostopa: 10. 10. 2023].
- [6] A. Sucks, "I Tried Out BSV's Twetch Social Media Platform So You Don't Have To." [Elektronski]. Dostopno na: https://medium.com/@Austerity_Sucks/i-signed-up-for-bsvs-twetch-social-media-platform-so-you-don-t-have-to-462f0db8b614. [Datum dostopa: 10. 10. 2023].
- [7] P. Freni, E. Ferro, G. Ceci, "Fixing Social Media with the Blockchain". (2020). ACM Digital Library. [Elektronski]. Dostopno na: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3411170.3411246>. [Datum dostopa: 10. 10. 2023].
- [8] I. Ush Shahid, MT. Anjum, MS. Hossain Miah Shohan, R. Tasnim, M. Al-Amin, "Authentic Facts: A Blockchain Based Solution for Reducing Fake News in Social Media". (2021). ACM Digital Library. [Elektronski]. Dostopno na: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3510487.3510505>. [Datum dostopa: 10. 10. 2023].
- [9] I. Morehouse, "Twetch: A glimpse of the future of social media?". (2022). Twetch [Elektronski]. Dostopno na: <https://blog.twetch.com/twetch-a-glimpse-of-the-future-of-social-media/>. [Datum dostopa: 10. 10. 2023].
- [10] V. Dinkar Desai, A. Ajmuddin Shikalgar, "A Review on IPFS Based Decentralized Social Media Platform". (2023). ResearchGate. [Elektronski]. Dostopno na: https://www.researchgate.net/publication/371158121_A_Review_on_IPFS_Based_Decentralized_Social_Media_Platform. [Datum dostopa: 10. 10. 2023].

- [11] Cade Diehm, Shahed Warreth, Roel Roscam Abbing, „Decentralised social media,“ 20 februar 2023. [Elektronski]. Dostopno na: <https://policyreview.info/glossary/decentralised-social-media>. [Datum dostopa 10 oktober 2023].
- [12] S. Haig, „Cointelegraph,“ 8 april 2020. [Elektronski]. Dostopno na: <https://cointelegraph.com/news/bitcoinsvs-social-platform-twitch-streamlines-p2p-payments>. [Poskus dostopa 10 oktober 2023].
- [13] Cryptonews, „Binance,“ 8 februar 2023. [Elektronski]. Dostopno na: <https://www.binance.com/en/feed/post/206080>. [Datum dostopa 10 oktober 2023].
- [14] Twitch, "Twitch.com.". [Elektronski]. Dostopno na: <https://twitch.com/> (accessed 27. 10. 2023).
- [15] D. Savič. "Twitter po slovensko.". [Elektronski]. Dostopno na: <https://www.dsavic.net/2010/05/17/twitter-po-slovensko/> (accessed 4. 11. 2023)
- [16] Similarweb, "WebsitePerformance.". [Elektronski]. Dostopno na: https://pro.similarweb.com/#/digitalsuite/websiteanalysis/overview/website-performance/*/999/28d?webSource=Total&key=twitch.com,twitter.com,facebook.com. [Datum dostopa: 7. 11. 2023].
- [17] Mercedes Bunz, "Has Twitter reached its peak?". [Elektronski]. Dostopno na: <https://www.theguardian.com/media/pda/2010/mar/12/twitter-growth>. [Datum dostopa: 4. 11. 2023].
- [18] Sedghi, A. "Facebook: 10 years of social networking, in numbers." The Guardian. [Elektronski]. Dostopno na: <https://www.theguardian.com/news/datablog/2014/feb/04/facebook-in-numbers-statistics>. [Datum dostopa: 4. 11. 2023].
- [19] J. H. Kietzmann, K. Hermkens, I. P. McCarthy, and B. S. Silvestre, "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media," Business Horizons, vol. 54, no. 3, pp. 241-251, 2011/05/01/ 2011, doi: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>. [Datum dostopa: 7. 11. 2023].
- [20] ANI. "X Now Allows Users to Hide Their Blue Check Marks After Paying Monthly \$8 Subscription Fee: How It Works". [Elektronski]. Dostopno na: <https://www.gadgets360.com/social-networking/news/x-twitter-hide-blue-tick-mark-option-app-setting-elon-musk-feature-limits-4264790>. [Datum dostopa: 8. 11. 2023].
- [21] X, "X". [Elektronski]. Dostopno na: <https://twitter.com>. [Datum dostopa: 8. 11. 2023].
- [22] Twitch, "Twitch Features.". [Elektronski]. Dostopno na: <https://twitch.com/features>. [Datum dostopa: 15. 10. 2023].
- [23] Twitch YouTube kanal, "Swipes are dead," 2020. [Elektronski]. Dostopno na: https://youtu.be/MJD-G3fdxVo?si=I_z0mmFdNzPyTL1z. [Datum dostopa: 15. 10. 2023].
- [24] Similarweb, "Similarweb.". [Elektronski]. Dostopno na: <https://www.similarweb.com/>. [Datum dostopa: 14. 11. 2023].
- [25] Wikipedia, "Mastodon (social network)," 2023. [Elektronski]. Dostopno na: [https://en.wikipedia.org/wiki/Mastodon_\(social_network\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Mastodon_(social_network)). [Datum dostopa: 27. 11. 2023].
- [26] Wikipedia, "SWOT analysis," 2023. [Elektronski]. Dostopno na: https://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis. [Datum dostopa: 27. 11. 2023].
- [27] J. Wise, "Resources, data & statistics, X How many people have left Twitter? (2023 DATA)," 2023. [Elektronski]. Dostopno na: <https://earthweb.com/how-many-people-have-left-twitter/>. [Datum dostopa: 27. 11. 2023].
- [28] Future market insights, "Decentralized Social Network Market Outlook (2023)." [Elektronski]. Dostopno na: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/decentralized-social-network-market>. [Datum dostopa: 27. 11. 2023].
- [29] BBC, "China declares all crypto-currency transactions illegal,". 2021. [Elektronski]. Dostopno na: <https://www.bbc.com/news/technology-58678907>, [Datum dostopa: 27. 11. 2023].