

Polityka i media w XXI wieku...

czyli o dużym zastąpieniu mediów tradycyjnych przez internet i social media na przykładzie działań polityków na platformach komunikacyjnych w ostatnich latach.

Relacja między mediami a polityką jest złożona i kluczowa dla funkcjonowania współczesnych demokracji. Media będące „czwartą władzą”, pełnią rolę nadzorczą wobec polityków i instytucji państwowych, informując społeczeństwo, wpływając na opinię publiczną i kształtując działania polityczne. Politycy i partie starają się z kolei wykorzystać media, aby budować swój wizerunek i komunikować swoje przekazy, co prowadzi do licznych interakcji i wzajemnych zależności. Obecnie możemy zaobserwować rozkwit relacji między polityką a mediami. Tradycyjne media, takie jak prasa, radio i telewizja, nadal odgrywają znaczącą rolę, jednak to internet i media społecznościowe radykalnie zmieniły sposób komunikacji politycznej. Dzięki rozwojowi technologii, politycy mają dziś możliwość bezpośredniego dotarcia do swoich wyborców, co jednocześnie umożliwia odbiorcom większy dostęp do informacji i wgląd w mechanizmy władzy. Idealnym miejscem do obserwowania tego zjawiska i rozwoju jest platforma Tiktok. Aplikacja stworzona docelowo do umieszczania krótkich filmików tanecznych, dziś jest jednym z głównych potarli informacyjnych na skalę światową. To właśnie tutaj swoje działania podejmował **Rafał Trzaskowski**¹, który w czasie **kampanii prezydenckiej w 2020** roku korzystał z TikToka do dotarcia do młodszych wyborców i przedstawienia swojego programu. Warto zaznaczyć, żeby był to szczytowy czas rozwoju tej platformy, z uwagi na panującą pandemię, ograniczenia oraz izolacje. Wiele osób zaczęło wtedy korzystać z TikToka w ramach tzw „zabicia czasu”, rozrywki oraz w późniejszym czasie- dostarczania oraz przepływu informacji. Filmy, które Trzaskowski publikował na TikToku, często miały formę humorystyczną lub kreatywną, co przyciągało uwagę i sprawiało, że były bardziej przystępne. Wykorzystywał aktualne trendy, memy i popularne wyzwania, co sprawiło, że jego kampania była bardziej autentyczna i „ludzka”. Jest to platforma popularna wśród młodych ludzi, co czyni ją idealnym miejscem do promowania swojego wizerunku oraz programu wyborczego. Młodsze pokolenie jest często

¹ Rafał Trzaskowski- kandydat na urząd prezydenta RP w wyborach w 2020 roku. Od 2018 roku prezydent miasta stołecznego Warszawy. Wiceprzewodniczący Platformy Obywatelskiej.

mniej zaangażowane w tradycyjne formy polityki, a TikTok stanowił dla niego sposób na nawiązanie kontaktu z tym segmentem. Głównym celem medialnego działania Trzaskowskiego była edukacja oraz przeciwdziałanie dezinformacji. W przystępny sposób przedstawiał młodemu pokoleniu poszczególne punkty swojego programu wyborczego takie jak kwestie związane z ekologią czy równouprawnieniem, ale także działając w terenie przedstawiając plany na rozwój miast. Przedstawiając krótko swoje stanowisko w jasny oraz przystępny sposób stopniowo zbudował zaufanie wśród swoich odbiorców pozostawiając bezpieczną przestrzeń bez dezinformacji oraz skandali czy kłamstw. Kampania Rafała Trzaskowskiego na TikToku była znaczącym przykładem wykorzystania nowoczesnych technologii i mediów społecznościowych w polityce. W obliczu zmieniającego się krajobrazu medialnego, takie podejście mogło przyczynić się do większego zainteresowania młodych wyborców oraz ich zaangażowania w proces demokratyczny. Trzaskowski udowodnił, że politycy mogą skutecznie korzystać z platformy, aby budować autentyczne relacje z wyborcami oraz promować swoje idee w sposób kreatywny i przystępny.

Podobne działanie w mediach prowadzi także **Justin Trudeau**². Trudeau jest znany z autentycznego i przystępnego stylu komunikacji w mediach społecznościowych takich jak Instagram, Twitter czy TikTok. Stara się przedstawiać swoje działania polityczne, jak również osobiste momenty z życia rodzinnego (np. wspólne zdjęcia), co pomaga kreować jego wizerunek jako osoby otwartej i bliskiej ludziom. Zauważa się, że przedstawianie swojego życia prywatnego w mediach pozwala wzbudzić większe zaufanie odbiorców, przez co komunikacja staje się bardziej przejrzysta a prowadzone działania i kampanie mają większe szanse na powodzenie. Często publikuje posty bezpośrednio skierowane do obywateli, odpowiada na pytania i komentarze, co sprawia, że jego relacje w mediach społecznościowych są bardziej interaktywne i angażujące. W ten sposób zdobywa zaufanie obywateli pozostawiając sobie ścieżkę do rozwoju na tle politycznym, co ma przełożenie na działanie i system całego państwa. Trudeau wykorzystuje swoje platformy, aby podkreślić swoje poparcie dla różnorodności oraz równości. Często publikuje posty wspierające inicjatywy LGBTQ+, wielokulturowość oraz prawa kobiet i prawa mniejszości. Regularnie komentuje również wydarzenia dotyczące ochrony praw człowieka, zarówno w Kanadzie, jak i na arenie międzynarodowej. Podejmowanie takich kroków ma znaczenie na sytuację w kraju. Kanada jest promowana jako kraj tolerancyjny i przede wszystkim ceniący i akceptujący

² Justin Trudeau-kanadyjski polityk, od 2015 roku premier Kanady. W 2016 i 2018 roku znalazł się na liście 100 najbardziej wpływowych ludzi na świecie stworzonej przez tygodnik Time.

różnorodność, co może mieć wpływ na relacje z innymi narodami oraz jej pozycję na arenie międzynarodowej. Podobnie jak Rafał Trzaskowski, Justin Trudeau skupia się na aktywności na Tiktoku, trafiając w grupę odbiorców młodych, publikując treści ważne dla wspomnianej grupy wiekowej, takie jak edukacja czy prawa człowieka. Zachęca w ten sposób młodzież do podejmowania aktywności obywatelskiej zapewniając, że ich głos oraz działania są ważne dla polityki i gospodarki ich kraju. Podczas pandemii COVID-19 regularnie publikował informacje o środkach ostrożności, szczepieniach oraz wsparciu dla osób i firm, które ucierpiały w wyniku kryzysu zdrowotnego. Dzięki temu mógł skutecznie informować Kanadyjczyków i budować wizerunek lidera zaangażowanego w zdrowie i bezpieczeństwo obywateli. Swoimi działaniami podkreśla również problem kwestii klimatycznych i ochrony środowiska, które są jednym z priorytetów jego rządu. Bezpośrednie komunikaty, wideo czy sesje „na żywo” pomagają Kanadyjczykom uzyskiwać informacje bezpośrednio od premiera, co minimalizuje ryzyko dezinformacji i ułatwia obywatelom uzyskiwanie rzetelnych danych. Politycy używają i będą używać mediów społecznościowych do prezentowania swojej działalności, kampanii wyborczych czy aktualnych wyzwań i działań. Media tradycyjne takie jak telewizja czy radio są nadal bazowym elementem, jednak to komunikatory społeczne odgrywają tutaj najważniejszą rolę.

Warto zaznaczyć, że w Internecie i mediach nic nie ginie. Każde działania i wypowiedziane słowa, nawet te przedstawione w kilkusekundowych filmikach na Tiktoku muszą być rzetelne a przede wszystkim oparte na faktach. Politycy pozwalający sobie na kłamstwo oraz przedstawianie w fałszywy sposób danego tematu dla własnych korzyści są bardzo szybko demaskowani przez internautów- szczególnie ze środowiska młodzieży. Wszystkie poczynione kroki, nawet te w kampaniach wyborczych sprzed kilku lat zostają zapamiętane przez odbiorców oraz zapisane na karcie historii, co zaowocuje (lub nie) w działaniach politycznych w przyszłości. W mediach tradycyjnych niestety łatwiej jest ukryć coś lub przedstawić w niejasny sposób, a odbiorcy nie mają możliwości natychmiastowej reakcji. Przeciwnieństwem charakteryzują się natomiast social media, tutaj, gdzie każdy może od razu zamieścić komentarz oraz na bieżąco monitorować przedstawiane treści, kłamstwo oraz szerzenie dezinformacji jest natychmiast wykrywalne oraz prostowane pod presją nacisku użytkowników komunikatorów i poszczególnych platform. Algorytmy mediów społecznościowych, które decydują o tym, jakie treści są widoczne dla użytkowników, mają coraz większy wpływ na polityczne nastroje społeczne. Platformy te stosują złożone algorytmy oparte na sztucznej inteligencji, które analizują preferencje użytkowników i

dostosowują treści, które im pokazują Polityka odgrywa w mediach ogromną rolę cały czas rozwijając swoją współpracę a jej przyszłość zależy od wspólnego wysiłku polityków, dziennikarzy oraz samych odbiorców.

Bibliografia

„Media w wyborach. Kampanie wyborcze. Media w polityce “ Teresa Sasińska-Klas

Materiały Rafała Trzaskowskiego i Justina Trudeau na platformie Tiktok
<https://www.tiktok.com/tag/trzaskowski> <https://www.tiktok.com/discover/justin-trudeau-official>