

## **„Tiktokizacja” przekazu politycznego: Wyzwania dla demokracji i społeczeństwa**

Współczesny świat polityki charakteryzuje się dynamicznymi zmianami, napędzanymi m.in. przez rozwój nowych technologii komunikacyjnych. Jednym z najbardziej widocznych trendów jest rosnąca dominacja krótkich form przekazu, inspirowanych popularnymi platformami społecznościowymi, takimi jak Tiktok czy Instagram. To zjawisko, które pozwalam sobie określić mianem "tiktokizacji" przekazu politycznego, budzi wiele kontrowersji i obaw o konsekwencje dla demokracji i społeczeństwa.

Analiza historyczna wykazuje, że długość wypowiedzi polityków ulegała stopniowemu skracaniu na przestrzeni ostatnich dekad. Trend ten jest widoczny zarówno w wystąpieniach telewizyjnych, jak i w mediach społecznościowych. Jeszcze w XX wieku dominowały długie i szczegółowe przemówienia, w których politycy mogli przedstawiać swoje argumenty i wizje w sposób kompleksowy. Warto to wspomnieć chociażby debatę między Lechem Wałęsą i Alfredem Miodowiczem, w której dyskutanci mieli możliwość wygłaszania wypowiedzi nieograniczonych czasowo. Obecnie coraz częściej obserwujemy krótkie, emocjonalne i dosadne wypowiedzi, często o charakterze propagandowym.

Zmiana ta jest wynikiem wielu czynników, m.in. rosnącej konkurencji o uwagę odbiorców w dobie nadmiaru informacji, presji ze strony mediów dążących do skrócenia czasu antenowego oraz wpływu nowych technologii, które ułatwiają tworzenie i dystrybucję krótkich treści.

Badacz Denis McQuail sytuuje obecne media nawet w centralnym punkcie procesu przekazywania informacji. Twierdzi on, że „przypadek polityki jest ewidentnym przykładem adaptacji instytucji społecznej do rozwoju środków masowego przekazu, zwłaszcza zważywszy na fakt, że media stały się głównym (jeżeli nie jedynym) źródłem informacji i opinii na tematy polityczne”<sup>1</sup>.

Jak podpowiada Zygmunt Bauman, społeczeństwo XXI wieku nazwać można „podłączonym do sieci” lub też „społeczeństwem bezprzewodowym”. Warto jednak nadmienić, że słowa te padły w szczycie popularności portali pokroju MySpace, a ekspansja serwisów internetowych na nasz czas i środki nie zatrzymała się – wręcz przeciwnie. Współczesny człowiek – jak zauważa Bauman – nie czuje oporu przed „życiem w sieci”,

---

<sup>1</sup> D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, tłum. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2012, s. 512

ujawnianie danych, a także utrzymywaniem kontaktów towarzyskich via internet. Tak rozumiany sposób funkcjonowania społeczeństwa Bauman określa jako „społeczeństwa spowiedników”, czyli „społeczeństwa z upodobaniem zacierają czego granicę dzieląc niegdyś rzeczy prywatne od publicznych, czyniącego cnotą i obowiązkiem publiczne obniżanie prywatności oraz usuwającego z publicznego przekazu wszystko, co nie daje się sprowadzić do poziomu prywatnych sekretnych wyznań, i wszystkich tych, którzy nie zamierzają się nimi podzielić”<sup>2</sup>. W swojej pracy Bauman wskazuje, że pojawia się w współczesnym świecie tendencja, aby sprowadzać przedmiot, usługi, a nawet i samego człowieka w roli towaru, dlatego musi być on atrakcyjny, dobrze widoczny na rynku, pożądany i wartościowy, aby mógł zostać „kupiony”. Głównym elementem społeczeństwa konsumentów jest budowanie szczególnej sieci relacji międzyludzkich, które kształtują się na wzór więzów między konsumentami a przedmiotami konsumpcji. Następuje, tym samym, zatarcie granicy między podmiotem a przedmiotem konsumpcji – Bauman mówi wręcz o przekształceniu konsumentów w towary. Mechanizm utowarowienia i daleko posuniętej konsumpcji ma jeden główny cel, którym jest pozyskiwanie coraz nowszych, coraz lepszych „towarów” wszelkiej maści. Reguła wymiany towaru „starego” na „nowy” nie jest jednak tożsama z wymianą towaru „wadliwego” tudzież nie nadającego się do użytku. „Nowe” przyciąga swoją atrakcyjnością – choćby pozorną – oraz świeżością. Tym samym, reguły znane dotąd z procesów sprzedaży produktów przemysłowych wkroczył do świata relacji międzyludzkich.

Baumanowska perspektywa na konsumpcję mediów jest zatem wyjątkowo atrakcyjna poznawczo i – zdaje się – jest adekwatnym opisem naszej dzisiejszej rzeczywistości. Przekaz polityczny również staje się „towarem”, podobnie jak wyborcy i ich głosy. „Nowe” nieustannie musi zastępować „stare” – nie wskutek zużycia pewnych politycznych myśli, doktryn czy programów, a jedynie na skutek utraty świeżości i atrakcyjności. I właśnie kryterium „atrakcyjności” tegoż nowego „towaru politycznego” jest w tym miejscu kluczowe. W pewien sposób zjawisko „tiktokizacji” przekazu politycznego stanowi odpowiedź na to wyzwanie – krótkie, emocjonalne oraz powielalne (a więc – pozwalające użytkownikowi utożsamić się z przekazem) treści sukcesywnie zastępują programy polityczne. To, co nie mieści się w kilkunasto–/kilkudziesięciosiekundowym klipie nie jest warte uwagi, gdyż nie jest wystarczająco „atrakcyjne”.

---

<sup>2</sup> Z. Bauman, „Konsumowanie życia”, Kraków 2009, s. 9

„Tiktokizacja” przekazu politycznego wiąże się z szeregiem poważnych zagrożeń dla demokracji i społeczeństwa. Jednym z najważniejszych problemów jest pogłębianie polaryzacji społecznej. Krótkie, emocjonalne i często manipulacyjne treści sprzyjają tworzeniu się „baniak informacyjnych” i wzmacnianiu skrajnych poglądów. W rezultacie dochodzi do zaniku konstruktywnej debaty publicznej i wzrostu wrogości między zwolennikami różnych opcji politycznych.

Kolejnym zagrożeniem jest kryzys debaty demokratycznej. Skrócenie czasu wypowiedzi polityków uniemożliwia im rzetelne przedstawianie swoich argumentów i programów, co prowadzi do uproszczenia debaty i utrudnia podejmowanie racjonalnych decyzji politycznych. Ponadto „tiktokizacja” sprzyja dominacji populistów i demagogów, którzy potrafią skutecznie wykorzystywać krótkie, emocjonalne treści do manipulowania opinią publiczną.

Należy również zwrócić uwagę na niebezpieczne emocje, jakie mogą być wywoływane przez „tiktokizację” przekazu politycznego. Krótkie, agresywne i często obraźliwe treści mogą prowadzić do wzrostu gniewu, frustracji i przemocy w społeczeństwie. Wiąże się z tym również kryzys natury tożsamościowej. Wybór polityczny należy traktować jako wybór o charakterze moralnym, a więc znajdujący uzasadnienie w wyznawanym przez jednostkę/wspólnotę systemie wartości i regułach moralnych. Natłok przekazu – niekoniecznie zgodnego z systemem wartości – może prowadzić do wystąpienia poważnych wątpliwości dotyczących ostatnich wyborów politycznych, dotyczących poczucia przynależności do grupy wyborców danej opcji politycznej. Jak pisał Lech Witkowski: „Można wręcz mówić o współczesnym zjawisku „kryzysu tożsamości” nie tylko w tym sensie, że jednostki i całe grupy społeczne tracą oparcie egzystencjalne, że zanika ich stabilności i poczucie autonomii i odrębności, że chwieją się identyfikację i poczucie przynależności. Dochodzi na dodatek do zachowań i działań czy identyfikacji sprzecznych z tym, co w każdym możliwym sensie dotychczasowej tożsamości miałyby ją konstituować”<sup>3</sup>. Tym samym, „tiktokizacja” może przyczynić się do pogłębienie kryzysu – nadwątlonej już – tożsamości. Szczególnie, gdy uwzględnimy fakt, że żyjemy obecnie w erze pół-prawd i fake newsów – również one (odpowiednio utrwalone i rozprowadzone) mogą stanowić przyczółek do wystąpienia zjawiska przynależności do grupy i również one – gdy ich fałsz wyjdzie na jaw – mogą przyczynić się do pogłębienie kryzysu tożsamości.

---

<sup>3</sup> I. Witkowski, „Tożsamość i zmiana. Epistemologia i rozwojowe profile w edukacji”, Wrocław 2010 r., s. 155

Zjawisko „tiktokizacji” przekazu politycznego ma istotny wpływ na procesy kształtowania opinii publicznej i podejmowania decyzji politycznych. Krótkie, emocjonalne i często manipulacyjne treści łatwiej przyciągają uwagę odbiorców i pozostają w ich pamięci, co może prowadzić do kształtowania się uproszczonych i stereotypowych opinii na temat polityki. Ponadto „tiktokizacja” sprzyja rozpowszechnianiu dezinformacji i fake newsów, co utrudnia podejmowanie racjonalnych decyzji politycznych. Ten problem stanowi poważne wyzwanie dla demokracji i społeczeństwa. Konieczne jest podjęcie działań mających na celu ograniczenie negatywnych skutków tego zjawiska.

„Tiktokizacja” przekazu politycznego staje się coraz większym zagrożeniem dla fundamentów demokracji i spójności społeczeństwa. Skrócone, emocjonalne i często manipulacyjne treści zalewają media społecznościowe, zastępując rzetelną debatę i pogłębiając polaryzację. Aby skutecznie przeciwdziałać temu zjawisku, niezbędne jest kompleksowe podejście obejmujące działania na wielu płaszczyznach.

Jednym z takich działań, które mogą pomóc w walce z tym zjawiskiem jest oczywiście rzetelna edukacja medialna stanowiąca klucz do budowania świadomych i krytycznie myślących obywateli. Wdrożenie programów edukacyjnych w szkołach i organizowanie kampanii dla dorosłych są niezbędne, aby uczyć rozpoznawania manipulacji w mediach i rzetelnej oceny informacji. Ważne jest również wspieranie inicjatyw obywatelskich w tym zakresie. Niezbędne jest wyposażenie ludzi w umiejętności niezbędne do poruszania się w skomplikowanym świecie informacji, tak aby mogli odróżniać fakty od fikcji, a rzetelne analizy od manipulacji.

Nie można zapominać także o ochronie rzetelnego dziennikarstwa, które jest fundamentem dla zdrowej demokracji. Dofinansowanie mediów publicznych i promowanie niezależnych mediów opartych na faktach i analizie to kluczowe działania. Konieczna jest również walka z dezinformacją i fake newsami poprzez weryfikację informacji i oznaczanie fałszywych treści. Należy wspierać media, które rzetelnie informują i dostarczają społeczeństwu rzetelnych analiz, opierając się na faktach i sprawdzonych źródłach informacji.

Następną kwestią powinna być regulacja mediów społecznościowych, która staje się coraz bardziej pilna. Opracowanie przejrzystych algorytmów, weryfikacja użytkowników i walka z mową nienawiści to niezbędne kroki w tym kierunku. Należy dążyć do stworzenia przestrzeni cyfrowej wolnej od manipulacji i sprzyjającej rzetelnej debacie publicznej. Konieczne jest opracowanie i wdrożenie regulacji prawnych, które ograniczą

rozprzestrzenianie się dezinformacji i fake newsów w mediach społecznościowych, a także zapewnią przejrzystość działania algorytmów i weryfikację tożsamości użytkowników.

Niemniej istotnym jest również wzmocnienie roli społeczeństwa obywatelskiego. Należy wspierać organizacje pozarządowe, zachęcać do aktywności obywatelskiej i promować kulturę dialogu w debacie publicznej. Aktywne społeczeństwo obywatelskie stanowi fundament zdrowej demokracji i jest w stanie skutecznie przeciwstawiać się manipulacjom i dezinformacji. Należy aktywizować społeczeństwo obywatelskie, zachęcać do udziału w debacie publicznej i wspierać organizacje pozarządowe, które działają na rzecz rzetelnej informacji i ochrony demokracji.

Zwiększanie świadomości polityków to kolejny istotny element. Szkolenia, promowanie dobrych praktyk i apelowanie do odpowiedzialności w zakresie komunikacji to kluczowe działania w tym obszarze. Politycy powinni zdawać sobie sprawę z zagrożeń płynących z „tiktokizacją” przekazu i dążyć do stosowania w swojej komunikacji długich, rzetelnych i konstruktywnych wypowiedzi. Należy edukować polityków o zagrożeniach płynących z „tiktokizacji” przekazu politycznego i promować dobre praktyki w zakresie komunikacji, oparte na rzetelności, faktach i konstruktywnym dialogu.

Wcześniejsze kampanie wyborcze opierały się w dużej mierze na bezpośrednich kontaktach z wyborcami, takich jak: spotkania, debaty i manifestacje. Jednakże, nowe media umożliwiają politykom dotarcie do większej liczby ludzi za pomocą internetu. Dlatego też wiele kampanii wyborczych skupia się teraz na mediach społecznościowych, gdzie politycy mogą dotrzeć do wyborców i wyborczyń w każdej chwili, bezpośrednio przez telefony i komputery. Nowe media dają politykom szansę na bezpośrednią komunikację z wyborcami. Facebook, Twitter, Instagram czy YouTube stają się areną, na której odbywają się debaty, prezentacje politycznych programów, relacje z wieców i spotkań z wyborcami. Politycy i polityczki mają możliwość dotarcia do szerokiego spektrum odbiorców i odbiorczyń, niezależnie od ich lokalizacji czy statusu społecznego. Dodatkowo, interaktywne funkcje tych platform umożliwiają politykom zbieranie opinii i informacji zwrotnych od wyborców, co pozwala na lepsze zrozumienie ich potrzeb i preferencji.

Prowadzenie kampanii wyborczej w nowych mediach niesie jednak ze sobą zarówno korzyści, jak i wyzwania. Wzrost zasięgu i szybkość przekazu mogą przynieść sukces, ale jednocześnie wymagają ostrożności i odpowiedzialności. W dobie fake newsów i dezinformacji, politycy muszą być bardziej czujni niż kiedykolwiek wcześniej. Wirtualne

przestrzenie stają się areną rywalizacji nie tylko programów politycznych, ale również manipulacji informacją i dezinformacji. Dlatego kluczowe jest krytyczne podejście do prezentowanych treści, weryfikacja źródeł informacji i promowanie odpowiedzialnego dziennikarstwa.

Prowadzenie kampanii wyborczej w nowych mediach wymaga również umiejętności adaptacji do szybko zmieniających się trendów i preferencji społecznych. Politycy muszą być aktywni na różnych platformach, tworzyć atrakcyjne treści i angażować się w dialog z wyborcami. Odpowiednie wykorzystanie narzędzi cyfrowych, takich jak analiza danych czy targetowane reklamy, może pomóc w skierowaniu przekazu do konkretnych grup wyborczych. Jednak równocześnie ważne jest zachowanie autentyczności i wiarygodności, aby wyborcy mogli zbudować zaufanie do kandydatów.

Walka z „tiktokizacją” przekazu politycznego to proces długotrwały i wymagający ciągłych działań. Nie ma jednej prostej recepty na rozwiązanie tego problemu, ale poprzez wspólną pracę i determinację wszystkich aktorów społecznych: rządu, mediów, organizacji pozarządowych, edukatorów i samych obywateli – możemy wypracować rozwiązania, które pozwolą nam budować zdrową i odporną na manipulacje demokrację. Tylko wspólnym wysiłkiem możemy skutecznie przeciwstawić się zagrożeniom płynącym z „tiktokizacji” przekazu politycznego i budować lepszą przyszłość dla nas wszystkich. Retorycznym pozostaje pytanie, czy założenie możliwości współpracy tego typu nie jest zbyt idealistycznym założeniem.

Ważne jest, aby pamiętać, że „tiktokizacja” przekazu politycznego to złożone zjawisko, które ma wiele przyczyn i skutków. Nie ma jednej prostej recepty na rozwiązanie tego problemu. Konieczne jest podjęcie działań na wielu płaszczyznach, z udziałem różnych aktorów społecznych.

W niniejszym artykule przedstawiono jedynie zarys problematyki „tiktokizacji” przekazu politycznego. Istnieje wiele innych aspektów tego zjawiska, które wymagają dalszych badań i analiz. Ważne jest również, aby kontynuować debatę publiczną na ten temat, aby wspólnie wypracować rozwiązania, które pozwolą nam chronić demokrację i społeczeństwo przed negatywnymi skutkami tego zjawiska.

„Tiktokizacja” przekazu politycznego to poważne wyzwanie dla demokracji i społeczeństwa. Konieczne jest podjęcie działań mających na celu ograniczenie negatywnych skutków tego zjawiska. Ważne jest, aby promować edukację medialną, wspierać rzetelne

dziennikarstwo, wprowadzić regulacje dotyczące mediów społecznościowych, wzmocnić rolę społeczeństwa obywatelskiego i zwiększyć świadomość polityków.

#### Bibliografia:

1. A. Sakiewicz, "Manipulacja informacją w mediach społecznościowych", Kraków 2021
2. M. Szcześniak, "Demokracja w dobie fake newsów", Warszawa 2022
3. T. Żukowski, "Polityka w dobie mediów społecznościowych", Warszawa 2019
4. Raport Fundacji Batorego "Dezinformacja i propaganda w Polsce", Warszawa 2023
5. „Anatomia porażki wyborczej”, pod red. A. Pacześniak, Warszawa 2018
6. K. Kasianiuk, „Gra polityczną w parlamencie. Anatomia zjawiska”, Warszawa 2014
7. M. Pabijańska, „Psychomanipulacje w polityce. Metody, techniki, przykłady”, Wrocław 2007
8. E. Griffin, „Podstawy komunikacji społecznej”, przeł. O. i W. Kubińscy oraz M. Kacmajor, Gdańsk 2003
9. L. Witkowski „Tożsamość i zmiana. Epistemologia i rozwojowe profile w edukacji”, Wrocław 2010
10. D. McQuail, Teoria komunikowania masowego, tłum. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2012