

# OPINIE I KOMENTARZE FRDL

OPINIA nr 4/2024

## KAMPANIE LOKALNE 2.0. POTENCJAŁ STRATEGII KOMUNIKACYJNYCH SAMORZĄDÓW TERYTORIALNYCH NA TIKTOKU

Wojciech Kułaga

### Wprowadzenie

W epoce dynamicznego rozwoju technologicznego i przeobrażeń społecznych, samorządy terytorialne są zmuszone adaptować się do zmieniającego się krajobrazu komunikacyjnego. Wykorzystywanie mediów społecznościowych staje się fundamentalnym elementem nowoczesnych strategii komunikacyjnych samorządów, umożliwiając interakcję z obywatelami, dystrybucję informacji oraz budowanie zaangażowania społecznego. Ewolucja mediów społecznościowych (Perrin, 2015; Tuten, 2023) zmieniła także sposób, w jaki samorządy prezentują się i komunikują z szerokim gronem społeczności lokalnych. Facebook, Twitter, Instagram czy TikTok to platformy, które nie tylko stanowią narzędzia do dystrybucji treści, ale także przestrzeń dla kreowania wizerunku oraz budowania relacji z obywatelami (Tuten, 2023).

Poprzez dostosowanie przekazu do specyfiki i wymiarów mediów społecznościowych, samorządy mają możliwość dotarcia do nowych grup społecznych. Platformy te umożliwiają władzom samorządowym nie tylko skuteczne przekazywanie informacji, lecz także dynamiczne i interaktywne komunikowanie się z lokalnymi społecznościami. Dzięki wykorzystaniu mediów społecznościowych, samorządy stają się bardziej dostępne i zbliżone do swoich społeczności, co pozwala im lepiej zrozumieć potrzeby i oczekiwania mieszkańców. Platformy stanowią nie tylko narzędzia informacyjne, lecz przede wszystkim dają możliwość inicjowania dialogu i angażowania obywateli w procesy decyzyjne na poziomie lokalnym. W efekcie, samorządy mogą budować większą zaangażowaną społeczność, uwzględniając różnorodność i specyfikę poszczególnych grup społecznych.

Artykuł skupia się na ocenie potencjału, jaki strategii komunikacyjne samorządów terytorialnych mogą stosować na TikToku, wybierając za cel dotarcie do społeczności lokalnych, tworzenie więzi cyfrowych oraz promowanie zaangażowania obywateli w życie publiczne, a także budowanie własnego wizerunku (Tuten, 2023). Poprzez zgłębianie tych obszarów eksplorowana jest istotna rola, jaką pełnią nowoczesne narzędzia komunikacji w kształtowaniu reputacji samorządów oraz w zachęcaniu lokalnych społeczności do aktywnego angażowania się w procesy podejmowania decyzji na szczeblu lokalnym. W analizie roli mediów społecznościowych w kontekście komunikacji samorządów, platforma TikTok wyróżnia się jako niezwykle fenomen ostatnich lat (Harriger, Thompson, Tiggemann, 2023).

Oprócz tradycyjnych gigantów, takich jak Facebook czy Instagram, TikTok wyłania się jako dynamiczne środowisko, które przekracza granice zwykłej rozrywki. To, co czyni TikToka wyjątkowym, to nie tylko jego zdolność do dostarczania rozrywki i treści w formie krótkich filmów, ale także potencjał do budowania relacji oraz angażowania społeczności na poziomie lokalnym. Platforma zapewnia niezwykłą interakcję, umożliwiając użytkownikom tworzenie treści, które szybko stają się viralowe (Shifman, 2014) i docierają do szerokiej publiczności.

## Media społeczne jako partycypacyjna sfera publiczna

Sfera partycypacyjna to obszar komunikacji społecznej, w którym uczestnicy nie tylko obserwują się nawzajem, lecz również wspólnie tworzą przestrzeń dialogu. To tutaj często dochodzi do osiągnięcia społecznego konsensusu lub wypracowywania rezultatów procesów politycznych, takich jak wspólne decyzje czy opracowywanie strategii. Z punktu widzenia teorii demokracji, sfera partycypacyjna nie tylko identyfikuje istotne problemy społeczne, ale również oddziałuje na dyskusję nad nimi oraz kreuje narracje, które skłaniają do debaty i rozwiązań politycznych (Hess, 2013).

W przeciwieństwie do politycznej sfery publicznej, która oddaje głos problemom wymagającym uwagi systemu politycznego, sfera partycypacyjna działa jak system alarmowy. Składa się z obywateli, którzy mogą nie być specjalistami, ale są wyczuleni na szeroki zakres spraw społecznych, aktywnie uczestnicząc w kształtowaniu dyskursu i poruszaniu istotnych tematów dla społeczeństwa. Jest to przestrzeń, w której obywatele nie tylko wymieniają spostrzeżenia, ale również angażują się w tworzenie zmian i reagują na wyzwania społeczne (Hess, 2013).

Obecnie sfera partycypacyjna przeniosła się na płaszczyzny cyfrowe, takie jak media społecznościowe, w sposób, który znacząco rozszerzył jej zakres i wydźwięk społeczny. Platformy takie jak Facebook, TikTok czy X stały się przestrzeniami, na których obywatele łączą siły w dyskusji nad problemami społecznymi, kolektywnie formułując opinie, i wspólnie angażując się w rozwiązywanie kwestii istotnych dla społeczeństwa. Platformy cyfrowe nie tylko umożliwiają wyrażanie opinii, ale także tworzą miejsce do szeroko zakrojonych dyskusji, których uczestnicy wspólnie kształtują narrację wokół różnorodnych problemów społecznych. Obywatele wykorzystują social media do identyfikowania i podnoszenia istotnych kwestii, angażując się w dialog, który może wpłynąć na decyzje podejmowane w sferze publicznej.

Zjawisko to przynosi ze sobą także wyzwania, takie jak zarządzanie dyskursem i kontrola nad treściami, ale jednocześnie tworzy możliwość globalnego zaangażowania społecznego w procesy decyzyjne i działania na rzecz zmian społecznych. W ten sposób sfera partycypacyjna przenosi się na grunt cyfrowy, umożliwiając obywatelom aktywne uczestnictwo w życiu społecznym i politycznym. Tym samym partycypacyjna sfera publiczna online stanowi istotny obszar, który wymaga ciągłej obserwacji, zwłaszcza przez samorządy terytorialne. Ta dynamiczna przestrzeń w Internecie gromadzi ludzi, umożliwiając szybką i otwartą wymianę zdań, poglądów oraz pomysłów na temat kluczowych kwestii społecznych. Dla samorządów uczestnictwo w tej partycypacyjnej sferze jest niezwykle istotne, ponieważ umożliwia im nie tylko aktywne zaangażowanie się w dyskusje społeczne, ale także pozwala na lepsze zrozumienie i reakcję na potrzeby oraz oczekiwania mieszkańców. Działając politycznie w tej przestrzeni, samorządy mogą skuteczniej angażować społeczność lokalną w procesy podejmowania decyzji oraz w tworzenie rozwiązań adekwatnych do rzeczywistych potrzeb społecznych.

Media społecznościowe jako platformy partycypacyjne umożliwiają samorządom szybką reakcję na zmieniające się sytuacje, co pozwala na efektywną komunikację z lokalną społecznością. Ten dynamiczny udział w sferze mediów społecznościowych staje się kluczowy dla budowy zaufania i dialogu pomiędzy władzami a społecznością lokalną.

Aktywne uczestnictwo w tym obszarze nie tylko przynosi potencjał wzmacniania więzi społecznych, ale także pozwala na tworzenie skuteczniejszych rozwiązań, które służą konkretnym potrzebom lokalnych społeczności. Aktywne uczestnictwo w rzeczywistości, które rozgrywa się w mediach społecznościowych, umożliwia samorządom szybką identyfikację i reakcję na potrzeby społeczne, co sprzyja budowaniu bardziej efektywnych strategii działania na rzecz mieszkańców.

## Charakterystyka i potencjał TikToka

Współczesna polityka przenosi się na nowe przestrzenie, wkraczając także do obszaru mediów społecznościowych. Głęboka mediatyzacja życia sprawia, że platformy takie jak Instagram, TikTok, X czy Facebook stają się nie tylko miejscem osobistych relacji czy kreowania wizerunku, lecz także istotnym polem do działań politycznych. To miejsce, w którym polityka prezentuje się wizualnie w atrakcyjnych formach, wykorzystując zdjęcia, video-vlogi, krótkie filmy czy memy (Kułaga, Czepiec-Veltzé, 2022) do przekazania swoich przesłań.

Platformy te, na których estetyka, forma i sposób prezentacji przekazu są równie istotne jak sam komunikat - stają się swoistym kanałem dla polityki. Politycy wykorzystują te narzędzia do prezentacji swoich programów, inicjatyw czy poglądów w sposób przystępny i atrakcyjny dla odbiorców, co szczególnie było zauważalne w trakcie kampanii wyborczej 2023. W tym kontekście, platformy społecznościowe stają się polem do opowiadania historii, które mogą dotrzeć do szerszego grona odbiorców w bardziej przystępny sposób niż tradycyjne kanały komunikacji politycznej. Połączenie atrakcyjnej formy przekazu i jego szybkość rozprzestrzeniania się na tych platformach sprawiają, że polityka nabiera nowych wymiarów - stając się bardziej dostępna, wizualna i interaktywna. W tym kontekście, estetyka i treść stanowią zintegrowaną jedność, a działalność polityczna staje się naturalnym elementem codziennego przepływu komunikacji oraz interakcji społecznych.

TikTok to platforma społecznościowa, która umożliwia użytkownikom tworzenie i udostępnianie krótkich filmów (Herrman, 2019). Charakteryzuje się ona prostotą użytkowania, koncentracją na kreatywności oraz szybkim tempem przekazu treści. Użytkownicy mają możliwość nagrywania filmów o długości od kilku sekund do kilku minut, wykorzystując różnorodne efekty, filtry i dźwięki. Potencjał TikToka wynika z jego zdolności do generowania trendów i szybkiego rozprzestrzeniania się treści. To miejsce, w którym popularność treści może nabrać tempa i dotrzeć do ogromnej liczby osób w krótkim czasie. Właśnie ta dynamiczna natura TikToka sprawia, że staje się on potężnym narzędziem do budowania społeczności, promowania kreatywności oraz wyrażania różnorodnych idei (Kułaga, 2022).

### Ilustracja 1. Przykładowa kampania na TikToku



Źródło: <https://wydarzenia.interia.pl/raport-tiktok-polityczny/news-polityczny-przeglad-tiktoka-dziambor-kolodziejczak-tusk-i-le,nld,6675176>, dostęp: 26.12.2023.

Platforma ta jest niezwykle popularna wśród młodszych grup wiekowych, co przyczynia się do jej ogromnego zasięgu i oddziaływania na kulturę internetową. Potencjał TikToka polega także na umiejętności łączenia ludzi z różnych środowisk, państw oraz o odmiennych zainteresowaniach poprzez krótkie, dynamiczne formy komunikacji. Dzięki algorytmowi dostosowanemu do preferencji użytkowników, TikTok oferuje treści, które są bardziej spersonalizowane i dopasowane do indywidualnych zainteresowań. Daje to użytkownikom poczucie zaangażowania i przynależności do społeczności, co stanowi kluczowy element sukcesu platformy. Dodatkowo, TikTok wykazuje duży potencjał w zakresie działania w kampaniach społecznych, edukacyjnych czy promocyjnych. Przykładowo, organizacje non-profit, firmy czy instytucje wykorzystują tę platformę do dotarcia do szerokiej publiczności i przekazywania ważnych informacji w atrakcyjny i przystępny sposób.

## Ilustracja 2. Wykorzystanie TikToka przez Donalda Tuska



Źródło: <https://next.gazeta.pl/next/7,151003,29564541,donald-tusk-na-tiktoku-przedstawia-komunikat-o-inflacji-po.html>, dostęp: 27.12.2023.

Wybory parlamentarne 2023 stanowiły interesujący przykład wykorzystania platformy TikTok w kontekście kampanii politycznych (zob. Ilustracja 1). Politycy, kandydaci oraz ich zespoły komunikacyjne dostrzegli ogromny potencjał tej platformy do dotarcia do konkretnych grup wyborców i wyrażania swoich przekazów w sposób kreatywny i oryginalny. W ramach kampanii wyborczej wielu polityków zdecydowało się na stworzenie własnych kont na TikToku. Tam też pojawiały się krótkie filmy, które dotyczyły różnorodnych tematów, od prezentacji swoich programów politycznych po zabawne wyzwania związane z wyborami czy codziennymi życiem polityka. Przykładem może być wykorzystanie TikToka przez Donalda Tuska, który tworzył atrakcyjne filmy dotyczące programu wyborczego Koalicji Obywatelskiej, tłumaczył inflację (nazwał te filmy: „po ludzku”), czy tworzył własne trendy (akcja „Rudy”). Wykorzystanie TikToka przez Donalda Tuska stanowi interesujący przykład adaptacji do nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych oraz może stanowić inspirację dla samorządów terytorialnych, aby wykorzystywały te platformy jako narzędzia do skutoczniejszego dotarcia do swoich mieszkańców oraz promowania angażującej i interaktywnej wymiany informacji. Część społeczności może odbierać takie działania pozytywnie, jako zaangażowanie i nowatorskie podejście do komunikacji politycznej. Z drugiej strony istnieje ryzyko, że niektórzy mogą interpretować to jako polityczny zabieg marketingowy, co może podważyć autentyczność politycznych przekazów.

Analizując oddziaływanie polityczne na TikToku podczas wyborów parlamentarnych w 2023 roku w Polsce można zauważyć, że atrakcyjne wizualnie, krótkie i interaktywne filmy miały za zadanie nie tylko dotarcie do szerokiego spektrum odbiorców, ale również zwrócenie uwagi na kluczowe kwestie programowe oraz inicjatywy polityczne. Ich celem było nie tylko edukowanie i informowanie, ale także zaangażowanie społeczności w dyskusję oraz budowanie więzi z wyborcami poprzez interaktywne formy komunikacji. Dzięki kreatywnym filmom, które były łatwe do przyswojenia i udostępnienia, politycy próbowali zbudować więź z różnymi grupami odbiorców i zachęcić ich do zaangażowania się w proces wyborczy. Prowadzenie kampanii w social mediach na TikToku w czasie wyborów parlamentarnych 2023 dowiodło, że platforma ta może być skutecznym narzędziem w komunikacji politycznej. Dzięki możliwości szybkiego dotarcia do szerokiego grona odbiorców oraz zdolności do generowania viralowych treści (masowo rozpowszechnianych i udostępnianych w sieci), TikTok stał się nowym polem do działań politycznych, umożliwiającym politykom kreatywną i bezpośrednią interakcję z wyborcami.

Same treści prezentowane na TikToku wywarły duży wpływ nie tylko na samą platformę, ale także na całą przestrzeń internetową. Ich popularność przekroczyła granice cyfrowej przestrzeni, rozprzestrzeniając się na media telewizyjne i inne platformy społecznościowe. Te krótkie filmy i treści nie tylko zyskały znaczną popularność, lecz także stały się kluczowym aspektem kampanii wyborczej, kształtując dyskurs w obszarze publicznym online. Aktualnie wiele partii politycznych i znanych postaci politycznych nadal aktywnie korzysta z platformy TikTok, utrzymując interakcję z szeroką publicznością. Przykłady obejmują różnorodne treści, począwszy od krótkich wyjaśnień politycznych, poprzez kampanie społeczne, aż po kreatywne wyzwania i trendy. Świadczy to o długotrwałym oddziaływaniu TikToka na sferę polityki, gdzie politycy nie tylko przekazują swoje przesłania, ale także starają się dostosować do specyfiki platformy, tworząc bardziej interaktywne i angażujące treści. Działalność polityczna na TikToku staje się integralną częścią strategii komunikacyjnych, co z kolei wpływa na sposób, w jaki politycy budują swoje wizerunki i angażują społeczeństwo w dialog.

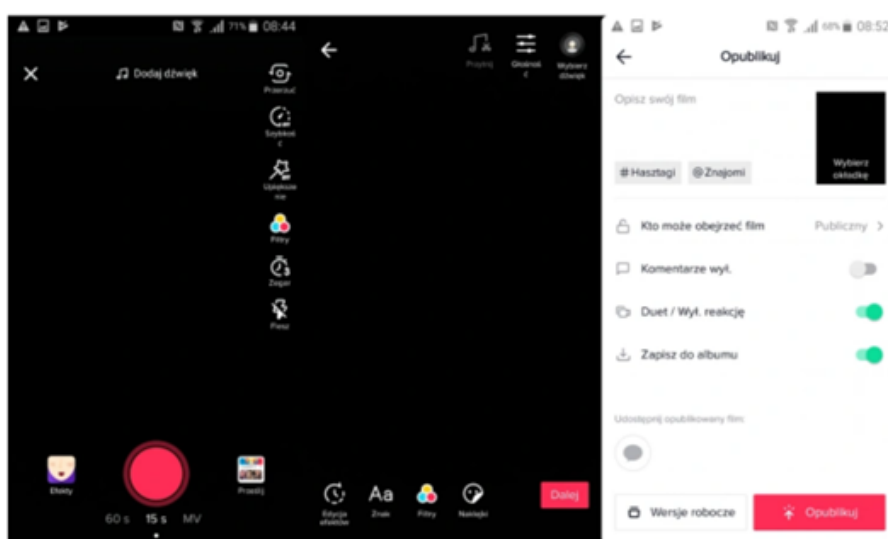
## TikTok jako narzędzie komunikacyjne

Platforma TikTok to nie tylko przestrzeń służąca do publikacji krótkich filmów, ale także miejsce, które oferuje użytkownikom szeroki wachlarz narzędzi do uatrakcyjnienia przekazu. Te funkcje nie tylko umożliwiają tworzenie oryginalnych treści, ale również pomagają w dopasowaniu wideo do różnorodnych preferencji i trendów obecnych na platformie. Jednym z kluczowych elementów TikToka jest możliwość dodawania dźwięku do filmów. Użytkownicy mogą wybrać utwór muzyczny z bazy TikToka lub nagrywać film z wybraną muzyką w tle. Dodatkowo, istnieje opcja regulacji szybkości wideo, co pozwala na modyfikację tempa nagrania. Filtry to także kluczowe funkcje, które pozwalają na modyfikację intensywności światła, nasycenia kolorów oraz dostosowanie efektów w różnych kategoriach, takich jak portret, krajobraz, jedzenie czy wybrane „viby”. Dzięki nim użytkownicy mają możliwość dopasowania wizualnego przekazu do określonych estetyk, co nadaje filmom i zdjęciom unikalny charakter. Funkcja „popraw” zawiera natomiast pięć narzędzi służących do korekty wyglądu na nagraniu, m.in. wygładzanie skóry, wybielanie zębów czy korekcja rysów twarzy.

Platforma oferuje również funkcje ułatwiające sam proces nagrywania i edycji filmów. Możliwość ustawienia limitu czasowego nagrania, nagrywania bez użycia rąk czy manipulowanie czasem trwania konkretnych kadrów sprawiają, że tworzenie treści staje się bardziej intuicyjne i dostosowane do potrzeb użytkowników. Dodatkowo, TikTok pozwala na przesłanie wcześniej nagranych materiałów do panelu edycyjnego, a także tworzenie remiksów z różnych importowanych wideo. Warto zauważyć, że film musi spełniać warunki czasowe, tj. być krótszy niż 3 minuty. Użytkownicy mogą przechowywać swoje filmy w „szkicach” (ang. drafts), a następnie opublikować je, gdy uznają to za stosowne.

W fazie „postedycji” (po nagraniu filmu) na TikToku użytkownicy mają dostęp do zaawansowanych narzędzi edycji, umożliwiających nie tylko poprawę jakości materiałów wideo, ale także ich dostosowanie do konkretnej estetyki lub trendów obecnych na platformie. Dodając do filmów efekty dźwiękowe, filtrowanie, edycję klipów czy tekst, użytkownicy mogą w znaczący sposób uatrakcyjnić swoje treści, zwiększając ich przyciągający charakter. Te możliwości nie tylko pomagają w tworzeniu bardziej złożonych filmów, ale także pozwalają dostosować je do określonego audytorium, co ma kluczowe znaczenie w komunikacji na platformie, zwłaszcza w kontekście kampanii politycznych czy komunikacji samorządowej. To także sposób na wykreowanie spójnego wizerunku medialnego i zbudowanie więzi z odbiorcami poprzez dostarczanie treści, które odpowiadają ich oczekiwaniom i preferencjom.

### Ilustracja 3. Wygląd edycji TikToka



Źródło: <https://www.pcworld.pl/porada/TikTok-jak-zaczac-z-niego-korzystac-Jak-zalozyc-konto,414013.html>, dostęp: 26.12.2023.

Dzięki bogactwu technologicznych funkcji, TikTok staje się niezwykle istotnym narzędziem nie tylko w tworzeniu kreatywnych treści, lecz także w budowaniu osobistego wizerunku. To szczególnie istotne w kontekście samorządów terytorialnych podczas wyborów, gdyż umożliwiają one nie tylko możliwość dotarcia do szerszej publiczności, ale także kreowania autentycznego, spersonalizowanego obrazu w oczach wyborców. Wykorzystanie tej platformy daje samorządom możliwość zaangażowania społeczności lokalnych poprzez bardziej dostępne i kreatywne przekazy. Możliwości edycyjne oraz wizualne dostępne na TikToku pomagają w tworzeniu treści bardziej spójnych z oczekiwaniami i preferencjami odbiorców, co stanowi kluczowy element w budowaniu zaufania i relacji z lokalnymi społecznościami.

### TikTok jako narzędzie dla samorządów terytorialnych

TikTok jako platforma społecznościowa o dużym zasięgu i dynamice posiada potencjał do wsparcia kampanii samorządów terytorialnych na różnych płaszczyznach komunikacji i zaangażowania społecznego. Po pierwsze, TikTok jest doskonałym narzędziem dotarcia do konkretnych grup wiekowych. Dzięki krótkim, dynamicznym filmom samorządy mogą przybliżyć swoje propozycje, inicjatywy czy lokalne programy, prezentując je w sposób przystępny i atrakcyjny dla tej grupy odbiorców.

To daje możliwość nawiązania więzi i zaangażowania z ludźmi w różnym wieku, często nieuczestniczącymi dotychczas w lokalnej sferze politycznej.

Ponadto TikTok oferuje możliwość kreatywnej prezentacji treści. Poprzez wykorzystanie efektów wideo, dźwięku, filtry czy wyzwania, samorządy mogą w ciekawy sposób przekazywać informacje, tworzyć interaktywne treści czy zachęcać do udziału w lokalnych inicjatywach. To z kolei może przyczynić się do zwiększenia świadomości społecznej na temat lokalnych spraw, istotnych dla danej społeczności. Dodatkowo, TikTok umożliwia szybkie udostępnianie informacji na temat wydarzeń, zmian w otoczeniu czy planowanych inicjatyw, co pozwala na bieżące informowanie społeczności lokalnej. Dzięki interaktywności i dynamice platformy, samorządy mogą aktywniej angażować mieszkańców w dyskusje na temat lokalnych spraw, a także zbierać opinie i pomysły na temat potrzebnych zmian czy rozwoju regionu. W efekcie, wykorzystanie TikToka w kampaniach samorządów terytorialnych może przyczynić się do bardziej interaktywnej i atrakcyjnej komunikacji z mieszkańcami, czyniąc TikTok platformą sprzyjającą budowaniu relacji, rozumieniu oraz promowaniu potrzeb społeczności lokalnej oraz promowaniu aktywnego udziału obywateli w życiu publicznym.

## Politycyzacja TikToka

Wybory parlamentarne w 2023 roku ukazały, że kampania polityczna przenosi się na bardziej kreatywne przestrzenie cyfrowe. Obfitość treści politycznych na platformie TikTok jednoznacznie świadczy o rosnącym zjawisku politycznej aktywności na tej platformie. Nazywane polityczną ekspozycją TikToka, charakteryzuje się przeniesieniem przekazów politycznych, debat i działań na tę platformę, na której zyskują one widoczność i angażują użytkowników w kwestie związane z polityką. Ta dynamiczna przestrzeń, która pierwotnie służyła z krótkich filmów i treści rozrywkowych, obecnie staje się areną, na której politycy i społeczność dyskutują o aktualnych wydarzeniach, programach politycznych oraz sprawach społecznych. Wobec tego samorządy terytorialne, dążąc do lepszego zrozumienia i zaangażowania lokalnych społeczności, ale i działań politycznych, powinny śledzić i uwzględniać wpływ TikToka. To przestrzeń, na której wizualna i interaktywna komunikacja może skutecznie dotrzeć do konkretnych grup społecznych, a także zbudować dialog i zaangażowanie w sprawy lokalne. Dlatego korzystanie z TikToka przez samorządy staje się coraz bardziej wartościowym narzędziem do budowania relacji i zaufania w obrębie społeczności lokalnej.

Politycyzacja TikToka wykorzystuje także zasięgi i atrakcyjność krótkich filmów, często w formie wciągających, kreatywnych treści, które przyciągają uwagę konkretnych grup społecznych. Polityczne przekazy, wywiady czy analizy zyskują przestrzeń na TikToku, umożliwiając politykom dotarcie do nowej, zaangażowanej publiczności. Ta transformacja TikToka na polityczne forum stwarza zarówno wyzwania, jak i szanse. Z jednej strony, umożliwia politykom komunikację z młodym elektoratem, który często korzysta z tej platformy. Z drugiej strony, wymaga umiejętnego dostosowania przekazu do specyfiki tej platformy, która premiuje krótkie, kreatywne treści.

Ewolucja mediów społecznościowych do roli istotnego pola politycznego ukazuje się szczególnie wyraźnie w zjawisku politycznej ekspozycji TikToka. To nie tylko oznaka przekształceń w sposobie, w jaki społeczeństwo się komunikuje, ale również dowód na rosnącą rolę tych platform w przekazywaniu i kształtowaniu informacji politycznych. Politycyzacja TikToka oznacza, że nie tylko politycy, ale także społeczność online angażuje się w polityczne dyskusje i działania. Nowe grupy społeczne znajdują swoje miejsce w tym przestrzennym dialogu, co jest znaczącym wyznacznikiem zmieniającej się dynamiki komunikacji politycznej. Mediów społecznościowych nie da się już zignorować jako istotnego narzędzia kształtującego i kreującego dyskurs polityczny i społeczny. To miejsce, gdzie powstają i rozwijają się nowe perspektywy, co niewątpliwie powinno być analizowane i brane pod uwagę przez wszystkie instytucje, w tym również samorządy, chcące dotrzeć do szerokiej i zróżnicowanej grupy obywateli.

## Potencjał mediów społecznościowych w polityce

Potencjał mediów społecznościowych w sferze polityki jest ogromny, zwłaszcza jeśli chodzi o zbliżenie się do konkretnych grup społecznych. Platformy te umożliwiają politykom dotarcie bezpośrednio do różnorodnych społeczności, co pozwala na lepsze zrozumienie ich potrzeb i oczekiwań. Dzięki temu można szybciej reagować na zmieniające się sytuacje i podejmować bardziej precyzyjne działania. Łatwy dostęp do mediów społecznościowych sprawia, że polityczne przekazy są szybko rozpowszechniane i łatwo dostępne dla szerokiego grona odbiorców. To oznacza, że politycy mają możliwość szybkiego dotarcia do swoich wyborców oraz innych grup społecznych, prezentując swoje przesłania w sposób bezpośredni i natychmiastowy.

Kampania „Lewicy” na TikToku to doskonały przykład wykorzystania platformy nie tylko jako narzędzia do przekazywania informacji, ale także jako forum dialogu i wymiany opinii (Ilustracja 4). To nie tylko miejsce prezentacji idei, ale także aktywnego zaangażowania i interakcji z użytkownikami w sekcji komentarzy. TikTok nie ogranicza się jedynie do jednokierunkowej komunikacji, lecz staje się przestrzenią, w której odbywa się współtworzenie treści i dialog między politykami a społecznością. Jest to znak, że w przestrzeniach online pojawiają się nowe możliwości budowania wspólnego dyskursu politycznego, co powinno zainteresować również samorządy terytorialne jako potencjalne źródło aktywnego kontaktu z obywatelami.

To, co również wyróżnia kampanię „Lewicy” na TikToku, to dbałość o aspekt wizualny. Dobór kolorów, spójność treści i odpowiedni tekst stanowią kluczowy element w odbiorze przekazów oraz w budowaniu konkretnego wizerunku. To właśnie te elementy tworzą atmosferę i wrażenie spójności, co jest kluczowe dla efektywnej komunikacji i kształtowania własnego wizerunku politycznego na tej platformie. To może być inspirujący wzór dla samorządów pokazujący, jak skutecznie prowadzić kampanię i komunikować się w przestrzeni cyfrowej. To właśnie ten sposób prezentacji treści może posłużyć za wzór do adaptacji przez samorządy, co pozwoli im skuteczniej dotrzeć do lokalnych społeczności i budować więź z obywatelami w erze cyfrowej.

### Ilustracja 4. Kampania „Lewicy” jako przykład wykorzystania TikToka do celów politycznych



Źródło: TikTok, dostęp: 27.12.2023.



Pojawia się jednak wyzwanie związane z koniecznością prezentowania przekazów w sposób estetycznie atrakcyjny, spełniający oczekiwania użytkowników. Na platformach społecznościowych, na których estetyka i forma mają duże znaczenie, politycy muszą dostosować swoje komunikaty, aby były atrakcyjne wizualnie i przyciągały uwagę odbiorców korzystając z technologicznych możliwości TikToka. Wymaga to nowych umiejętności i świadomości, jak odpowiednio prezentować treści polityczne w formie dostosowanej do specyfiki tej platformy. Korzystanie z mediów społecznościowych w sferze polityki wymaga więc rozwijania nowych kompetencji komunikacyjnych. Politycy muszą nauczyć się wykorzystywać różnorodne formy przekazu, tworzyć treści angażujące i interaktywne oraz budować autentyczne relacje z odbiorcami. To wymaga adaptacji do szybko zmieniającego się krajobrazu komunikacyjnego i ciągłego doskonalenia umiejętności komunikacyjnych.

TikTok pozwala na dotarcie bliżej konkretnych grup społecznych poprzez łatwy dostęp do różnorodnych treści. Ponadto, istnieje możliwość budowania zaangażowania społecznego i wyrażania opinii w sposób interaktywny. Samorządy mogą wykorzystać tę platformę, ponieważ TikTok stał się areną aktywności politycznej, na której użytkownicy chętnie angażują się w sprawy polityczne, czego dowiodła kampania wyborcza 2023. Dodatkowo, umożliwia to kreowanie bardziej personalizowanych i dostosowanych przekazów, co może przyczynić się do skuteczniejszej komunikacji z lokalnymi społecznościami. Publikowane na TikToku zyskują wyjątkową widoczność, co umożliwia naświetlenie konkretnych tematów i spraw. To przestrzeń, w której możliwe jest budowanie wizerunku medialnego poprzez kreatywne, atrakcyjne prezentowanie swoich pomysłów i wartości. Dodatkowo ze względu na szeroki zasięg tej platformy, treści mogą szybko zyskiwać popularność, co pozwala na dotarcie do znaczącej liczby odbiorców i wzmocnienie percepcji danego samorządu, polityka jako lidera myśli czy innowacyjnego rozwiązania.

## Podsumowanie

Wykorzystanie TikToka jako narzędzia politycznego stało się faktem w kampaniach wyborczych, co unaocznili wybory parlamentarne w 2023. Dzięki swojej interaktywności, widoczności i łatwości dostępu, TikTok staje się platformą, na której polityczne przesłania i dyskusje odgrywają coraz ważniejszą rolę. Samorządy powinny zatem zwrócić uwagę na ten trend, ponieważ TikTok umożliwia nie tylko dotarcie do konkretnych grup społecznych, ale także budowanie wizerunku medialnego i angażowanie społeczności w sprawy lokalne. To miejsce, w którym treści nabierają wyjątkowego znaczenia, wpływając na społeczny dyskurs i kreując otwartą platformę dla politycznej interakcji.

Przyjrzenie się wyżej opisanym przykładom kreowania wizerunku i komunikacji na TikToku ukazuje, że platforma ta oferuje nowoczesne możliwości wyrazu i interakcji. Pokazuje, że treści mogą być dostosowane do specyfiki tego medium, co pozwala stworzyć okazję do lepszego zaangażowania społeczności oraz kreowania autentycznego wizerunku. To także znak, że polityka przenosi się na nowe, kreatywne przestrzenie cyfrowe, w których estetyka i treść stają się równie istotne. Coraz bardziej wyraźne staje się to, że politycy coraz bardziej adaptują się do wymogów mediów społecznościowych, starając się dotrzeć do nowych grup społecznych i angażować je w dyskusje. Takie podejście otwiera szereg nowych możliwości dla samorządów, zachęcając do eksperymentowania z różnymi formami komunikacji i wykorzystywania potencjału TikToka do lokalnych inicjatyw.

Oprócz tego, TikTok oferuje niezwykle bogate możliwości edytorskie, umożliwiając tworzenie treści wizualnych, które wywołują silniejsze emocje i skuteczniej docierają do odbiorców. Jego oddziaływanie w sferze politycznej to również szansa na rozwijanie nowych umiejętności komunikacyjnych w ramach działań samorządu. Platforma ta otwiera drzwi do bardziej interaktywnego dialogu z mieszkańcami, co stanowi kluczowy element współczesnej komunikacji publicznej. TikTok staje się zatem wielką szansą znaczącą szansę dla samorządów terytorialnych, aby zbliżyć się do społeczności lokalnej w sposób innowacyjny i interaktywny. To miejsce, w którym treści polityczne mogą być przekazywane w przystępny sposób, angażując mieszkańców w dyskusje i dialog na tematy istotne dla lokalnej społeczności. Platforma ta oferuje możliwość budowania relacji i zaangażowania społecznego, co jest kluczowe dla skutecznej komunikacji samorządowej. Dzięki kreatywnym narzędziom edytorskim TikToka, samorządy mogą tworzyć treści, które są atrakcyjne wizualnie i jednocześnie mówiące o istotnych dla społeczności kwestiach, umacniając tym samym swoją obecność na polu cyfrowej komunikacji.

W kontekście zmieniającej się rzeczywistości politycznej, korzystanie z TikToka przez samorządy to odpowiedź na potrzeby społeczności, które coraz częściej szukają informacji i dialogu w środowiskach cyfrowych. To także sposób na budowanie więzi i zaangażowania społecznego, opartego na nowatorskim podejściu do komunikacji. Dlatego samorządy, rozumiejąc potencjał tej platformy, mogą wykorzystać TikToka jako narzędzie, które nie tylko informuje, ale też buduje zaufanie i zbliża do siebie lokalne społeczności.

## Bibliografia

- Harriger, J. A., Thompson, J. K., & Tiggemann, M. (2023). TikTok, TikTok, the time is now: Future directions in social media and body image. *Body Image*, 44, 222-226.
- Herrman, J. (2019). How TikTok is rewriting the world. *The New York Times*.
- Hess, A. (2013). Społeczni uczestnicy medialnego dyskursu politycznego w Polsce: Mediatyzacja i strategie komunikacyjne organizacji pozarządowych. *Wydawnictwo UJ*, s. 31-45.
- Kułaga, W. (2022). Od demotyatorów do wideo-memów na TikToku. *Ewolucja memów internetowych*.
- Kułaga, W., & Czepiec-Veltzé, K. (2022). Obraz pierwszego miesiąca wojny w Ukrainie w memach internetowych. *Media i Społeczeństwo*, 2(17), 82-100.
- Perrin, A. (2015). Social media usage. *Pew research center*, 125, 52-68.
- Shifman, L. (2013). *Memes in digital culture*. MIT press.
- Tuten, T. L. (2023). *Social media marketing*. Sage Publications Limited.

## O AUTORZE

**mgr Wojciech Kułaga**, doktorant w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach w Szkole Doktorskiej Nauk Społecznych Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół komunikacji politycznej, cyberpsychologii i patologii medialnych.

*Opinie wyrażone w powyższym tekście mają charakter autorski i nie należy ich traktować jako stanowiska Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego.*

.....  
Warszawa, luty 2024  
[www.frdl.org.pl](http://www.frdl.org.pl)

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego  
ul. Edwarda Jelinka 6, 01-646 Warszawa