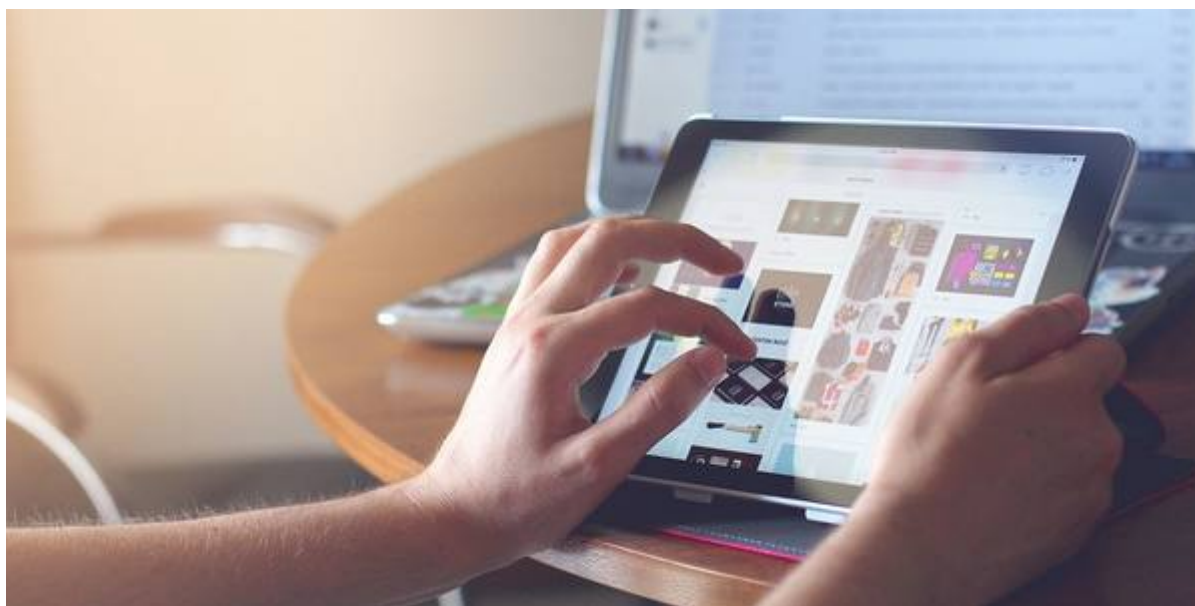


Polityka 2.0

21 lutego 2019

Nie wszyscy jeszcze zauważyli, że wraz z upadkiem gazet na rzecz portali internetowych zmienił się również rynek mediów oraz ich znaczenie w polityce. Przeciętny Polak spędza co najwyżej godzinę przed telewizorem oglądając wiadomości. Jednak w pozostałym czasie jest praktycznie non-stop bombardowany informacjami w mediach społecznościowych i serwisach online. Najnowsze statystyki producentów telefonów komórkowych pokazują, że Polacy spędzają ponad 20 godzin tygodniowo czytając wiadomości w swoich smartfonach.



W Polsce powoli toczy się medialna rewolucja. Straciliśmy już chyba kompletnie zaufanie do wiadomości serwowanych nam w telewizji – zarówno publicznej, jak i prywatnej. W coraz większym stopniu wiarygodne dla nas jest przede wszystkim to, co pojawia się w sieci i co zostało dostrzeżone i zweryfikowane przez naszych znajomych. Ma to ogromne znaczenie dla polityki. Do potencjalnego wyborcy – czy tego chce, czy nie – na portalu społecznościowym zawsze dotrze do niego informacja o bieżących wydarzeniach. Dzieje się tak nie tylko dzięki płatnym reklamom i spotom, ale również dzięki życzliwości jego znajomych, którzy chętnie takie materiały udostępniają.

Media społecznościowe, w tym również serwisy poświęcone polityce – rozwijają się niezależnie od władzy. Są to inicjatywy przede wszystkim spontaniczne wywołane poczuciem potrzeby utworzenia takiego miejsca dla wymiany opinii lub szerzenia idei. Rozwój ten opiera się przede wszystkim na społecznej mobilizacji, chociaż niestety nie zawsze. Znane są przykłady, gdy komentujący zapominają się wylogować i tym samym wypowiedź polityka w trzeciej osobie komentuje ten sam polityk. Takie wpadki internauci zapamiętają na długo i często dostarcza nam to dobrej rozrywki.

Ma to również niestety swoje negatywne strony. Korporacje medialne będą domagały się coraz większych pieniędzy od ekip rządzących celem uprawiania propagandy w Internecie. Ze względu na coraz większy rozmach działań oraz środki potrzebne do promocji w sieci – możemy spodziewać się, że kolejne rządy w Europie będą coraz hojniej opłacać zaprzyjaźnionych propagandystów. Jest to co prawda zjawisko prawie zawsze z góry skazane na niepowodzenie, ale zdesperowani politycy będą starać się za wszelką cenę zatrzymać to, co nieuniknione. Nie każdy rozumie to, że przekazu społecznego w internecie nie da się zatrzymać, nie da się go również w pełni kontrolować.

Jedną z takich prób kontrolowania przekazu była sprawa ACTA. Trzeba przyznać, że rząd PO-PSL był bardzo zaskoczony tym, jaki sprzeciw społeczny wywołała próba wprowadzenia niekorzystnych regulacji tylnymi drzwiami. Dziś już z całą pewnością ma świadomość, że wiele spraw którymi zajmują się media głównego nurtu nie ujrzałoby światła dziennego, gdyby nie przekaz, który wyrósł z Internetu. Próbowano oczywiście stworzyć jakieś normy prawne, które miałyby kontrolować przekaz w internecie poprzez zakwalifikowanie go do „dzienników online” – jednak na szczęście nic z tego nie wyszło i miejmy nadzieję, że tego typu pomysły nie będą już się pojawiać w przyszłości. Widać jednak bardzo wyraźnie, że ekipa rządząca nie tylko nie ma pomysłu jak nad przekazem w internecie zapanować, ale również jak taki przekaz tworzyć,

aby był on atrakcyjny dla wyborców.

Jeszcze gorzej sytuacja wygląda w aktualnej koalicji, która od czasu do czasu potrafi zaskoczyć nas informacjami do czego tak naprawdę ich zdaniem używany jest Internet. Dla człowieka, który nie był w stanie założyć rodziny, nie prowadził nigdy samochodu, czy też nie posiada konta bankowego – coś takiego jak media społecznościowe są sprawą po prostu zbyt abstrakcyjną. Ostatnie informacje na temat prawdziwego oblicza polityka cieszącego się najmniejszym zaufaniem Polaków dają jednak do myślenia, czy oby na pewno nie jesteśmy tutaj podmiotem niewidzialnej ręki nie tylko polityki, ale również partyjnych mediów społecznościowych. Na razie jednak, telewizja pozostaje główną tubą propagandową każdej partii rządzącej.

Tym samym odcięte od mediów mainstreamu partie opozycyjne spoza układu PO-PIS zaczynają w sposób coraz bardziej aktywny i agresywny korzystać z dobrodziejstw nowych technologii. Oglądalność niektórych polskich polityków lub dziennikarzy spoza niemieckich koncernów medialnych często wielokrotnie przekracza możliwości stacji telewizyjnych. Nie mają również tak dużego znaczenia różne niedociągnięcia w montażu, dźwięku czy formacie obrazu. Nie stosuje się zazwyczaj wyszukanej choreografii czy wizażu przed występem. W sieci najważniejszy jest przekaz, najważniejsza jest treść. Jeżeli treść jest nieatrakcyjna – nie przyciągnie uwagi potencjalnego wyborcy.

Muszę przyznać, że z wielką radością oglądam w jak dynamiczny sposób rozwija się przekaz polityczny w mediach społecznościowych. Jestem głęboko przekonany, że o ile poprzednia rewolucja w Polsce miała miejsce przy stoczniach i kopalniach – następna zacznie się właśnie w Internecie.

Pomimo faktu, że 99% czytelników, czyta jedynie nagłówki lub co najwyżej pierwszy akapit.

Autorstwo: Narymunt

Zdjęcie: [fancycravel](#) (CC0)

Źródło: WolneMedia.net