

Facebookowo – twitterowa sfera polityczna w służbie kampanii wyborczej

Autor tekstu: **Monika Sadlok**

Facebook, Twitter, Flickr -portale które dotychczas kojarzyły się głównie z rozrywką, stały się bardzo szybko i chętnie wykorzystywanym narzędziem w komunikacji pomiędzy politykami, partiami politycznymi, agencjami rządowymi itp., a społeczeństwem. Dziś polityk bez swojego profilu w mediach społecznościowych odbierany jest jako mało nowoczesny, z brakiem pomysłu na skuteczne dotarcie do potencjalnych wyborców. Siłę tych mediów politycy dostrzegają szczególnie w okresie kampanii wyborczej, kiedy zabiegając o każdy głos, chcą przedstawić swój program, pomysł na rządzenie w atrakcyjnej i łatwo przyswajalnej formie. Jak w wielu przypadkach, choć pewnie odezwie się grono zażartych przeciwników takiego poglądu, Stany Zjednoczone stały się promotorem i przykładem skutecznego wykorzystywania wszelkich osiągnięć technologicznych, w akcjach politycznych. Aktywni uczestnicy Second Life, doskonale pamiętają kampanię SL Hilary Clinton, rozmach godny pozazdroszczenia. Dodatkowo istnieją SL partie polityczne, a w chwili obecnej można przy użyciu swojego awatara uczestniczyć w posiedzeniu Kapitolu.

Częściej jednak politycy zaczęli sięgać po narzędzia social mediów. Tanie, o szerokim zasięgu i szybkiej reakcji, stały się w 2009 roku, podczas prezydenckiej kampanii Baraka Obamy, narzędziem, które pozwoliło blisko 13 milionom aktywnych użytkowników blogów i serwisów sieci społecznościowych, prowadzić online zbiórkę pieniędzy na komitet kandydata, zachęcać do brania udziału w głosowaniu i poparcia innych inicjatywy związanych z kampanią. Każdy, kto wyraził zainteresowanie uczestnictwem w kampanii online, wzmacniał siłę sztabu i wpływał na jego aktywność. Oczywiście, przeciwnicy kandydata, przy użyciu tych samych narzędzi, prowadzili ciekawe akcje zniechęcające do oddania swojego głosu poparcia dla Baraka Obamy.

Media społecznościowe, mogą skutecznie służyć budowie społeczeństwa obywatelskiego. Szybki kontakt z lokalnym działaczem politycznym, możliwość kontrolowania pracy ministrów, ocenianie prac agencji rządowych, to tylko niektóre z możliwych sposobów wykorzystania ich potencjału. W Wielkiej Brytanii dzięki stronie „They work for You,” każdy może śledzić prace parlamentu, przebieg głosowania itp. Strona współpracuje z biuletynem Hansard [\[1\]](#), a dzięki grupie aktywnych obywateli, stara się wpływać na poprawę jakości pracy obu izb. W Kanadzie podobny styl działania przedstawia strona www.tweetcommons.com (<http://ca.tweetcommons.com/polis/home>), czy www.politwitter.ca (<http://www.politwitter.ca>), pozwalające użytkownikom na śledzenie za pomocą Twittera prowadzone dosyć aktywnie profile prawie każdego kanadyjskiego polityka. Użytkownicy tego serwisu społecznościowego, mogą tym samym aktywnie uczestniczyć w życiu politycznym, dzielić się opiniami na temat podejmowanych przez rządzących decyzji, a także wyrażać poparcie dla konkretnej sprawy, dając możliwość wirtualnego lobbingu, popartego jednak rzeczywistymi osiągnięciami.

W 2007 roku, grupa 90 000 aktywnych kont na Facebooku oprotestowało ustawę dotyczącą praw autorskich. Zdaniem prof. Michaela Geista z Uniwersytetu w Ottawie, dzięki tej inicjatywie ustawa trafiła na drogę publicznych negocjacji w 2009 roku. Social media pomagają także w edukacji obywateli w kwestii prac parlamentu, co skutkować powinno wzmocnieniem zaufania i zainteresowania tym organem. Parlament Wielkiej Brytanii wykorzystuje kanał YouTube, konta na Flickr oraz Twitterze, by przekazywać opinii publicznej najnowsze informacje na temat działań premiera, aktywności członków komisji obu izb. Ponadto członkowie Izby Lordów, prowadzą blog „Lords on the Blog”, który przede wszystkim opisuje ich pracę i podejmowane działania. Dodatkowo, profile w serwisach społecznościowych, wykorzystywane są podczas wirtualnych konsultacji społecznych, które owszem nie zastępują tych bezpośrednich, ale znacznie ułatwiają szybsze nakreślenie obrazu sytuacji. W Kanadzie, konta Twittera i Facebooka wykorzystują agencje rządowe, czy też ministerstwa, np. ministerstwo zdrowia w ten sposób informuje o nowych lekach, a ministerstwo spraw wewnętrznych i polityki społecznej, przekazuje informacje na temat praw imigrantów, uprawnień wymaganych do podjęcia pracy. W Stanach Zjednoczonych dzięki stronie regulations.gov, można na bieżąco komentować pracę ponad 300 agencji rządowych, a także prowadzić rozmowy on line z wybranym członkiem tychże.

Cóż, niewątpliwie media społecznościowe dostarczają nowych, ciekawych rozwiązań w drodze do budowania społeczeństwa obywatelskiego. Jak w wielu kwestiach, także i w tym przypadku poziom wyedukowania odgrywa zasadniczą rolę. Inaczej korzystał będzie z możliwości jakie dają

social media specjalista z zakresu marketingu online, inaczej programista, inaczej przeciętny użytkownik. Partie polityczne angażują więc specjalistów z tych dziedzin, by ich profile były atrakcyjne, ale przede wszystkim skuteczne w przyciąganiu uwagi wyborców. Szybki wzrost liczby aktywnych użytkowników kont i profili społecznościowych, nie do końca pokrywa się ze wzrostem świadomości obywatelskiej. Jednak jak pokazują badania z 2008 roku przeprowadzone tuż po zakończeniu kampanii wyborczej w Kanadzie, odegrały one większą rolę w przekazywaniu informacji na temat kandydatów i ich partii, niż tradycyjne media jak prasa, telewizja czy też radio, szczególnie wśród wyborców do 45 roku życia.

Ponadto specjaliści Nanos zwrócili uwagę, iż wielu ankietowanych podkreślało, iż dzięki możliwością jakie daje Facebook, czują, iż posiadają jakąś bardziej namacalną formę kontroli nad swoimi przedstawicielami. Mogą monitorować ich pracę, reagując na wszelkie próby politycznej manipulacji. Bolączką współczesnej demokracji jest brak aktywności młodych ludzi, zarówno w zakresie prac partii politycznych, ale także uczestnictwa w wyborach. Tym niemniej zdecydowana większość z nich posiada swoje profile w mediach społecznościowych i to właśnie ten potencjał można z powodzeniem wykorzystywać w rozwoju aktywności obywatelskiej, co nie jest wcale takie trudne, ponieważ kilkakrotnie można było obserwować, zakrojone na dużą skalę, wirtualne protesty, a możliwość kontaktu on line, nie tylko z politykiem, ale także urzędnikiem, lokalnym działaczem, jest o wiele lepiej odbierana, niż zwykła i żmudna droga biurokratyczna. Badania sondażowe kanadyjskiego Nanos, pokazują, iż 47% aktywnych użytkowników Facebooka, brało udział w organizowanych w sieci debatach publicznych, a 39% deklarowało aktywne uczestnictwo w cyberprotestach.

Dochodzimy w tym momencie do swoistego paradoksu. Z jednej bowiem strony komunikacja za pośrednictwem Internetu tworzy swoistą przestrzeń publiczną, ważną z punktu widzenia demokracji, w której każdy może uczestniczyć, wyrażając swoje poglądy, preferencje polityczne, z drugiej jednak w przeciwieństwie do tradycyjnych form komunikacji, internet daje poczucie anonimowości, a co się z tym wiąże ulegają osłabieniu tradycyjne mechanizmy kontroli społecznej, zarówno na poziomie instytucjonalnym jak i emocjonalnym. Aspekt anonimowości pozwala na wprowadzenie w przestrzeń komunikacji społecznej więcej różnorodnych form agresji, negatywnych emocji w sprawach rasowych, religijnych, czy też politycznych, podawania informacji nieprawdziwych, manipulacji, np. w Wielkiej Brytanii Proxiblogger, podszył się pod profil premiera, może wydawać się to mało istotnym problemem, jednak wchodząc w cyberprzestrzeń, wyraźnie widać, iż jednostki mają większą swobodę w kreowaniu własnej tożsamości, z czego chętnie korzystają.

Blogowanie, autoprezentacja, uczestnictwo w światach wirtualnych typu Second Life, tworzą atrakcyjną pokusę kreacji nowego „ja”. Anonimowość i kreatywne tworzenie tożsamości osłabiają identyfikację z rolami społecznymi, wyznacznikami statusu społecznego, pozycją w hierarchii społecznej. Trudno ocenić jednoznacznie potencjał integracyjny social media, czy też Internetu w ogóle. Społeczna kreatywność, ewolucja nauki i kultury, ale też i obyczajowości, dystrybucja wiedzy, tworzenie nowej przestrzeni publicznej, do której dostęp jest nielimitowany przez tradycyjne instytucje kontroli społecznej, brak potencjalnego wykluczenia, to niewątpliwie atuty nowego medium, ale pamiętać też należy, że rozwój technologii komunikacyjnej nie zyskał jeszcze formy pełnej, nie wiadomo do końca jakie jeszcze mogą pojawić się rozwiązania techniczne, związane z funkcjonalną stroną komunikacji. Prędzej, czy później pojawią się instytucjonalnie efektywne formy kontroli cyberprzestrzeni, regulacje dotyczące praw własności, mechanizmy śledzenia online aktywności wszystkich użytkowników, tworząc podstawę mechanizmu kreowania wiedzy wspólnej.

Wykorzystanie Internetu i związanych z nim możliwości, może wpłynąć na jakość demokracji. Jak zawsze, zresztą bardzo dobrze, wszystko zależy od naszej inicjatywy i pomysłów. Kampanie wyborcze w Polsce, stosunkowo niedawno zagościły w wirtualnym świecie. Internet daje możliwość promocji kandydatom niezależnym, czy też niewielkim ugrupowaniom na zaistnienie w świadomości społecznej, bez angażowania dużych środków finansowych. Jeśli Internet już dziś tworzy wirtualny wymiar realnej rzeczywistości społecznej, to główne pytanie jakie się pojawia związane jest z potencjałem mechanizmów integracji społecznej tej nowej formy, technologii komunikacji.

Przypisy:

[1] Oficjalny biuletyn, opisujący pracę parlamentu w Wielkiej Brytanii. Założony przez W. Cobbetta w 1809 roku, a pod obecną nazwą funkcjonuje od 1829 roku. Własne odmiany Hansarda, publikuje między innymi Kanada, Australia, RPA, Nowa

Zelandia, Kenia.

Monika Sadlok

Politolożka, obecnie kończy doktorat z zakresu nauk o polityce. Poza pracą naukową, działa również społecznie w "Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej", w "Stowarzyszeniu Meritum", oraz w "Fundacji Młodzi Twórcy im. prof. P. Dobrowolskiego". W marcu 2011 dołączyła do grona celebrentów humanistycznych.

[Pokaż inne teksty autora](#)

(Publikacja: 02-09-2011)

[Oryginał.](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,2186) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,2186>)

Contents Copyright © 2000-2011 Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2011 Michał Przech

Autorem portalu Racjonalista.pl jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.
Właścicielami portalu są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tego portalu i jakiegokolwiek jego części.

Wszystkie strony tego portalu, wliczając w to strukturę katalogów, skrypty oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tego portalu oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tego portalu i nie korzystać z jego zasobów.

Informacje zawarte na tym portalu przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów portalu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na portalu. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki prezentuje.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych portalu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl