

Telefon zamiast telewizora. Jak media społecznościowe stały się narzędziem mobilizacji politycznej

data aktualizacji: 2026.02.28 autor: Anna Wójcik-Brzezińska



(fot. Anna wójcik-Brzezińska)

W strażnicy OSP w Głuchowie (27.02) Mateusz Morawiecki, mówiąc o przewadze medialnej przeciwników, wskazał na inny kanał komunikacji - zdecentralizowany, oddolny.

„Nasza siła jest w was. Nasza siła jest w internecie, w telefonach komórkowych, na Facebooku, tam, gdzie nie sięga władza obecnej ekipy rządzącej” - powiedział.

Mateusz Morawiecki rozwinął tę myśl, odwołując się do niedawnego zwycięstwa wyborczego prawicy:

Pokazaliśmy to 1 czerwca, kiedy zwyciężył Karol Nawrocki. Zwyciężył nie tylko z Rafałem, z Onetem, z TVN-em...”

Eurodeputowany Waldemar Buda mówił wprost o „wierchuszce warszawskiej”, budując obraz centralnych mediów jako zamkniętego kręgu elit. Nikt nie ma wszak wątpliwości -- budowanie

konfliktu „my kontra oni” ma większy potencjał wiralowy niż tabelaryczny wykres długu publicznego. Komunikat o „awarii państwa” rozchodzi się szybciej niż analiza budżetu.

Badania nad komunikacją polityczną wskazują, że w warunkach silnej polaryzacji rośnie zaufanie do informacji przesyłanych przez znajomych, a maleje do instytucji. To zjawisko określane jako *trust shift* – przesunięcie zaufania z podmiotów formalnych na sieci relacyjne. W praktyce oznacza to, że przekaz rozchodzi się nie dlatego, że jest oficjalny, lecz dlatego, że jest „od swojego”.

Politycy przesuwają więc odpowiedzialność komunikacyjną na obywateli. Każdy wyborca powinien być multiplikatorem przekazu. Każdy telefon – medium. Każda grupa na Facebooku – mikroredakcją.

Ryzyko informacyjne

Skuteczność tej strategii ma jednak cenę. Im silniejsza mobilizacja oddolna, tym słabsza kontrola jakości przekazu. Powstaje równoległy obieg informacji, w którym granica między opinią a faktem bywa płynna. Mechanizm wiralowy sprzyja uproszczeniom i selektywnemu doborowi faktów. Emocja wyprzedza weryfikację. Tworzą się bańki informacyjne, w których odbiorcy utwierdzają się w przekonaniach. To ryzyko nie jest specyficzne dla jednej partii. Jest wpisane w strukturę platform społecznościowych.

MOŻESZ CHCIEĆ PRZECZYTAĆ TAKŻE:

[Poradnik: wynajem kontenera na odpady zmieszane w Łodzi](#)

Strategia czy konieczność?

W Głuchowie media społecznościowe przedstawiono jako odpowiedź na dominację tradycyjnych mediów. To klasyczna strategia ugrupowań, które czują się niedoreprezentowane w głównym nurcie.

Jednocześnie jest to odpowiedź na zmianę pokoleniową. Wyborcy do 40. roku życia czerpią informacje głównie z internetu. Telewizja traci monopol informacyjny. W tej przestrzeni telefon komórkowy staje się instrumentem politycznym równie ważnym, jak scena wiecu.

Skuteczność

Dane z ostatnich kampanii wskazują, że krótkie materiały wideo osiągają wielokrotnie większe zasięgi niż tradycyjne relacje prasowe. Treści udostępniane przez znajomych mają wyższy wskaźnik zaangażowania niż reklamy polityczne. Lokalne grupy społecznościowe odgrywają kluczową rolę w mobilizacji w mniejszych gminach.

Wezwanie do używania telefonów w Głuchowie było w istocie apelem o tworzenie równoległej infrastruktury medialnej – sieci komunikacyjnej niezależnej od redakcyjnych centrów.

Politycy rozumieją, że w epoce algorytmów najskuteczniejszy przekaz to ten, który rozchodzi się sam – od osoby do osoby. Na tym przesunięciu budowana jest nowa strategia komunikacyjna. Telefon zastępuje telewizor. A sieć – redakcję.

MOŻE CIĘ ZAINTERESOWAĆ:

[Jak pomóc dziecku w nauce angielskiego](#)

Źródło:

<https://skierniewice.eglos.pl/aktualnosci/item/45361-telefon-zamiast-telewizora-jak-media-spolecznosciowe-staly-sie-narzedziem-mobilizacji-politycznej>