

# TikTok jako narzędzie wpływu i agitacji politycznej młodych obywateli

*Maria Piątek*

21.01.2022



## Artykuł w skrócie:

- Dzięki zglobalizowanej wymianie myśli i poglądów, media społecznościowe umożliwiają użytkownikom aktywnie uczestniczyć w życiu społecznym;
- aplikacja TikTok jest jedną z najczęściej pobieranych aplikacji wśród młodych osób. Najpopularniejszym formatem bez wątpienia są nagrania o charakterze komediowym; treści polityczne są jednak równie często wyświetlane;
- algorytm TikToka wzmacnia zjawisko bańki informacyjnej, w której użytkownikom udostępniana jest twórczość promująca jedną stronę sceny politycznej, natomiast filmiki strony przeciwnej są pomijane. Wzmacnia to polaryzację i radykalizację poglądów politycznych.

## Wstęp

Obecne czasy często są określane mianem czwartej rewolucji przemysłowej czy też – precyzyjniej – rewolucji cyfrowej. Bez wątpienia, współczesność charakteryzuje się wyjątkowo dynamicznym postępem technologicznym, bezpośrednio doświadczalnym każdego dnia. Cyfryzacja wielu dziedzin życia codziennego – nasilona pandemią Covid-19 – sprawiła, że nowe rozwiązania technologiczne w postaci różnorodnych aplikacji zyskują coraz liczniejsze grono użytkowników, którzy, tworząc własny контент, niejednokrotnie wpływają na pozostałych członków społeczności danej aplikacji, zarówno prowadzących aktywną działalność, jak i bierną, wyznaczając między innymi nowe trendy.

W ciągu ostatnich 15 lat w przestrzeni Internetu funkcjonowało wiele portali społecznościowych, które nierzadko odnosiły sukcesy (np. polskie portale NaszaKlasa czy Grono), jednak przegrały w starciu z konkurencyjnym amerykańskim gigantem, jakim okazał się Facebook. Według danych opublikowanych przez Meta Investor Relations, we wrześniu 2021 roku liczba aktywnych użytkowników dziennie tego portalu wynosiła średnio 1,93 mld, natomiast liczba aktywnych użytkowników miesięcznych – 2,91 mld<sup>1</sup>. Większość powszechnie znanych obecnie portali społecznościowych wywodzi się ze Stanów Zjednoczonych. Do innych aplikacji, które również mogą się poszczycić globalnymi zasięgami

---

<sup>1</sup> Raport Meta Investor Relations, *Facebook Reports Third Quarter 2021 Results*. <https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2021/Facebook-Reports-Third-Quarter-2021-Results/default.aspx>, dostęp: 13.01.2022.

należą m.in. WhatsApp (2 mld aktywnych użytkowników w październiku 2021 roku), YouTube (2,29 mld aktywnych użytkowników w październiku 2021 roku), Instagram (1,39 mld aktywnych użytkowników w październiku 2021 roku), Snapchat (538 mln aktywnych użytkowników w październiku 2021 roku), Twitter (436 mln aktywnych użytkowników w październiku 2021 roku)<sup>2</sup>.

Kolejnym istotnym graczem mediów społecznościowych są Chiny. To stąd pochodzą znane aplikacje, takie jak WeChat (1,25 mld aktywnych użytkowników w październiku 2021 roku) i QQ (591 mln aktywnych użytkowników w październiku 2021 roku)<sup>3</sup>. Aplikacją najczęściej pobieraną w 2021 roku i najpopularniejszą w szczególności wśród młodych odbiorców jest jednak TikTok, który osiągnął ogólną liczbę pobrań się na poziomie ponad 3 mld<sup>4</sup>.

### **Rola mediów społecznościowych**

Nowe technologie, których efektem jest stały rozwój mediów społecznościowych, dał nowe możliwości uczestnikom życia publicznego. Nie tylko ułatwiają one komunikację i dostarczają rozrywkę, ale również umożliwiają wymianę poglądów. Już od kilkunastu lat obywatele państw doświadczają wpływów takich serwisów, jak Facebook i Twitter, których znaczenie w świecie polityki dynamicznie wzrasta, dając politykom oraz aktywistom możliwości relacjonowania bieżących wydarzeń. Jak zauważa Monika Czaplicka z agencji social media *Wobuzz*, funkcjonowanie w sferze internetowo-społecznej przez polityków umożliwia im przede wszystkim na kreowanie swojego wizerunku oraz sprawianie wrażenia dostępniejszych, wskutek umożliwienia swoim wyborcom nawiązywania konwersacji czy reagowania na wrzucane treści. **Odbiorcy mogą obserwować nie tylko ich zawodowe dokonania, ale również są niejako świadkami wydarzeń z ich życia prywatnego, co w zamyśle ma ocieplić ich wizerunek<sup>5</sup>. Odbiorcy często jednak zapominają, iż oglądane przez nich ujęcia są niejednokrotnie starannie wyreżyserowane w celu dotarcia do potencjalnego elektoratu.**

---

<sup>2</sup> *Most popular social networks worldwide as of October 2021*, Statista, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, dostęp: 13.01.2022.

<sup>3</sup> Ibidem.

<sup>4</sup> *TikTok Revenue and Usage Statistics (2022)*, businessofapps, <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>, dostęp: 13.01.2022.

<sup>5</sup> *Eksperci: Media Społecznościowe Pomagają Politykom W Kreowaniu Wizerunku - Ludzie*, wnp, <https://www.wnp.pl/parlamentarny/ludzie/eksperci-media-spolesznosciowe-pomagaja-politykom-w-kreowaniu-wizerunku,3958.html>, dostęp 13.01.2022.

Rolę, jaką mogą odegrać media społecznościowe w procesie kreowania sceny politycznej, obrazuje kampania wyborcza Baracka Obamy z 2008 roku. To m.in. zorganizowana, aktywna działalność w Internecie, promująca kandydaturę i zrzeszająca sympatyków senatora z Illinois doprowadziła go w dość niedługim czasie na szczyt władzy. Osoby odpowiedzialne za prowadzenie profili kandydata na prezydenta USA utworzyły konta na szesnastu portalach społecznościowych, takich jak m.in. AsianAva, BlackPlanet, Eventful, GLEE, MySpace, Flickr czy Twitter. Celem zabiegu było dotarcie do jak największej liczby wyborców z różnych grup społecznych<sup>6</sup>.

Kampania wyborcza prowadzona na portalu Facebook umożliwiała obserwatorom bezpośrednie komentowanie i reagowanie na publikowaną treść, na przeglądanie zdjęć i nagrań. Poza profilami Baracka Obamy i Michelle Obamy istniało wiele stron zrzeszających między innymi studentów. To właśnie ta grupa odegrała znaczącą rolę w internetowej popularności kandydata. Wyborcy Obamy charakteryzowali się większą i – co ciekawe – bardziej pozytywną aktywnością (przejawiającą się życzliwymi komentarzami i reakcjami) w sieci niż zwolennicy jego kontrkandydata - McCain<sup>7</sup>. Działalność polityczna w Internecie nie była zjawiskiem wyjątkowym; politycy już wcześniej korzystali z możliwości, które daje Internet, jednak ówczesna kampania wyborcza – w szczególności w odniesieniu do młodych Amerykanów – ukazały siłę mediów społecznościowych, które przyczyniły się do zwiększenia bezpośredniego zaangażowania uczestników w wydarzenia polityczne.

Rozwój mediów społecznościowych dał szansę do prezentowania swoich poglądów oraz działań szerszej grupie, nie ograniczając jej wyłącznie do polityków i aktywistów. Jak pisała Beata Ociepka, „społeczeństwo obywatelskie w rozwoju historycznym ściśle związane było z ewolucją mediów – najpierw prasy, potem radia i telewizji”<sup>8</sup>. Analogicznie, za kolejny czynnik wpływający na społeczeństwo obywatelskie należy uznać media społecznościowe. Dały one użytkownikom Internetu możliwość szybkiego komentowania i reagowania na

---

<sup>6</sup> Z.Orłowska, *Wykorzystanie mediów społecznych w kampanii prezydenckiej Baracka Obamy w 2008 r.*, Global Media Journal – Polish Edition, <http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/jesien-2015/zuzanna-orlowska-wykorzystanie-mediow-spolesnosciovych-przez-obame-w-2008-gmj.pdf>, dostęp: 13.01.2022.

<sup>7</sup> K. Mogensen, *Book Review*, w: *New Media, Campaigning and the 2008 Facebook Election* New York: Routledge. 2011, T.J. Johnson & D.D. Perlmutter, *MedieKultur* 2012, <https://tidsskrift.dk/mediekultur/article/view/5715/6485>, dostęp: 13.01.2022.

<sup>8</sup> B. Ociepka, *Dla kogo telewizja? Model publiczny w postkomunistycznej Europie Środkowej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2003.

działania rządzących, co wynika przede wszystkim z łatwiejszego dostępu do informacji, dając tym samym pole do rozwoju dyskursu politycznego wśród różnych grup społecznych.

### **TikTok jako nowe narzędzie wpływające na politykę**

TikTok jest chińską aplikacją, z której korzystają przede wszystkim młodzi ludzie. Aż 69% użytkowników stanowią osoby między 13. a 24. roku życia, a więc przedstawiciele tzw. Pokolenia Z<sup>9</sup>. Są to osoby dorastające w otoczeniu dynamicznie rozwijających się i kolejno wprowadzanych nowych technologii, dlatego też uważa się ich za najbardziej zdigitalizowaną grupę.

Działanie TikToka polega przede wszystkim na publikowaniu przez użytkowników krótkich materiałów wideo. Aplikacja może pochwalić się szybko rosnącymi zasięgami. 27 września 2021 roku TikTok ogłosił, że zgromadził miliard aktywnych użytkowników<sup>10</sup>. Dla porównania terytorium Unii Europejskiej zamieszkuje ponad 447 mln osób<sup>11</sup>, a obszar Stanów Zjednoczonych ponad 337 mln<sup>12</sup>, co po zsumowaniu daje liczbę wciąż mniejszą od ilości użytkowników omawianej aplikacji. Warto zaznaczyć, że w 2020 roku liczba aktywnych użytkowników wynosiła 700 mln osób<sup>13</sup>.

Za popularnością TikToka stoi kilka czynników. Dzisiejsze społeczeństwo – w szczególności młode osoby – są przebodźcowane ilością dostępnych w Internecie informacji, efektem czego coraz częściej w omawianej grupie występują problemy z koncentracją i dłuższym utrzymaniem uwagi. Niejednokrotnie współcześni czytelnicy mają problem z przeczytaniem całości książki, artykułu, czy obejrzeniem dłuższej produkcji filmowej<sup>14</sup>. TikTok daje rozwiązanie – krótkie, kilkusekundowe i łatwo przewijane (za pomocą jedynie ruchu palca) filmy, zazwyczaj przypominające teledyski.

---

<sup>9</sup> *Statystyki Demograficzne Tiktok: Ile Osób Korzysta Z Tiktok W 2021 Roku?*, Marketing Affde, affde, <https://www.affde.com/pl/tiktok-users.html>, dostęp: 13.01.2022.

<sup>10</sup> TikTok instagram.com, <https://www.instagram.com/p/CUU-Z4jM3IY/>, dostęp: 14.01.2022.

<sup>11</sup> *Fakty i liczby dotyczące życia w Unii Europejskiej*, european-union.europa, [https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/living\\_pl](https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/living_pl), dostęp: 14.01.2022.

<sup>12</sup> *Stany Zjednoczone liczba ludności*, Populationof, <https://www.populationof.net/pl/united-states-of-america/>, dostęp: 14.01.2022.

<sup>13</sup> *TikTok Revenue and Usage Statistics (2022)*, businessofapps, <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>, dostęp: 14.01.2022.

<sup>14</sup> N. Carr, *Co Internet Robi Z Naszym Mózgiem? - Wszystko Co Najważniejsze*, <https://wszystkoconajwazniejsze.pl/nicholas-carr-co-internet-robi-z-naszym-mozgiem/>, dostęp: 14.01.2022.

Bez wątplenia za sukcesem aplikacji stoi algorytm rekomendacji, który dostosowuje propozycje treści do każdego użytkownika po przeanalizowaniu jego dotychczasowych wyborów. Wykorzystywany system uczenia maszynowego (ang. *machine learning*) identyfikuje i przewiduje treści, które mogą przypaść do gustu odbiorcy. W przeciwieństwie do algorytmów innych aplikacji, TikTok śledzi nie tylko wybory, ale też to, po jakim czasie wideo zostanie przełączone, ile razy się zapętli, oraz czy odbiorcę zainteresuje konkretny efekt, czy też dźwięk<sup>15</sup>.

Najczęstszymi formami filmów publikowanych w aplikacji TikTok są występy komediowe, tutoriale, relacje na żywo oraz wideo typu *lip sync*, twórcy których poruszają ustami symultanicznie do tekstu piosenki. Ich celem jest dostarczenie odbiorcom rozrywki<sup>16</sup>. Oprócz powyższych, swoją popularność zdobyły treści o charakterze politycznym. Część młodych użytkowników zaczęła traktować aplikację jako platformę do szerzenia i dzielenia się swoimi poglądami. Jak wcześniej wspomniano, swoje profile – w zamiarze dotarcia do dzieci i młodzieży – utworzyli także niektórzy politycy. Ma to im w konsekwencji umożliwić pozytywne zapamiętanie, a w przyszłości uzyskanie większej liczby głosów podczas wyborów tak na poziomie lokalnym, jak i państwowym.

Mimo młodego wieku, osoby nieposiadające jeszcze praw wyborczych niejednokrotnie udzielają się w sieci na tematy polityczne, gospodarcze i społeczne, wykorzystując w komunikacji formy obce lub niezrozumiałe starszym pokoleniom, przede wszystkim memy i gify. Zdaniem Ioana Literat – adiunkta na Uniwersytecie Columbia, podejmującego kwestie komunikacji, mediów i technologii edukacyjnych – aplikacje typu TikTok dają ujście politycznej ekspresji młodzieży i umożliwiają prowadzenie dyskusji. Jak zauważa, publikowane treści bywają niepokojące<sup>17</sup> ze względu na ich bezkrytyczny charakter. Publikowane analizy – tj. przekazywane w ramach wideo informacje, zaczerpnięte często jedynie z nośnych nagłówków, tzw. clickbaitów – zawierają pogardliwy, czasem wręcz obraźliwy komentarz.

---

<sup>15</sup> *The unique power of TikTok's algorithm*, LowyInstitute, <https://www.lowyinstitute.org/the-interpretor/unique-power-tiktok-s-algorithm>, dostęp: 14.01.2022.

<sup>16</sup> *TikTok W 2021: Wyjaśniamy, Jak Działa Algorytm Najpopularniejszej Aplikacji*, Recostream, <https://recostream.com/pl/blog/tiktok-jak-dziala-algorytm>, dostęp: 14.01.2022.

<sup>17</sup> *Get Serious? TC's Ioana Literat weighs in on the youth site TikTok's political content*, tc.columbia, <https://www.tc.columbia.edu/articles/2019/november/tcs-ioana-literat-featured-in-mic/>, dostęp: 14.01.2022

Polityczny kontent TikToka zyskał na popularności w szczególności w Stanach Zjednoczony podczas wyborów prezydenckich w 2020 roku. W tamtym czasie powstały takie konta jak *Republican Hype House* (1,2 mln obserwujących oraz 51,5 mln polubień)<sup>18</sup> i *TikTok for Biden*, związane z profilem *Gen-Z For Change* (1,4 mln obserwujących oraz 44,8 mln polubień)<sup>19</sup>. Zadaniem obydwu profili było publikowanie materiałów, które docelowo miały dotrzeć do jak najszerszego grona młodych odbiorców, zachęcając ich tym samym do oddania głosów odpowiednio na Donalda Trumpa i Joe Bidena. Pod koniec października 2021 roku konto *Republican Hype House* zostało zablokowane za rozpowszechnianie dezinformacji.

**W przypadku politycznego kontentu algorytm wzmacnia zjawisko tzw. bańki informacyjnej, w której zwolennikom jednej strony sceny politycznej są sugerowane treści odpowiadające danym przekonaniom.** W związku z powyższym użytkownicy o lewicowych poglądach bez trudu mogą zapoznawać się z wideoklipami twórców o podobnych wartościach, zaś zwolennikom prawej strony sceny politycznej proponowane są treści prawicowe. Zjawisko to prowadzi do polaryzacji społecznej. Warto zauważyć, że TikTok nie tylko sugeruje treści twórców o zbliżonych poglądach, ale także proponuje ich radykalniejsze odsłony, co może stanowić zagrożenie, w szczególności biorąc pod uwagę fakt, iż użytkownikami są przede wszystkim osoby młode, które dopiero kształtują swój światopogląd oraz przekonania polityczne.

Popularność tematyki politycznej obrazuje również ilość odsłon materiałów opatrzonych konkretnymi hashtagami. Mimo że w USA oznaczenia odnoszące się do Joe Bidena oraz Donalda Trumpa straciły na popularności po zaprzysiężeniu zwycięzcy wyborów prezydenckich w styczniu 2021 roku, to aktualnie filmiki ze znacznikami #trump2020 zostały wyświetlone łącznie 24 mld razy, #trump liczy 20,6 mld odtworzeń, #trump2024 zostały obejrzone 3,4 mld razy, zaś #republican – 10,4 mld<sup>20</sup>. Według danych zebranych przez Devina Carsona, w drugiej połowie kwietnia 2021 roku liczba wyświetleń hashtagu „Trump” wynosiła 7,2 mld<sup>21</sup>. To daje prawie trzykrotny wzrost od kwietnia 2021 roku do stycznia 2022 roku. Mniejsze zasięgi osiągnęły oznaczenia przeciwnika Donalda Trumpa. W styczniu 2022 roku tiktokowy #biden został wyświetlony 14,8 mld razy, #joebiden – 4,6 mld razy, natomiast

<sup>18</sup> TikTok, dane z dnia 10 października 2021 roku.

<sup>19</sup> TikTok, dane z dnia 14 stycznia 2022 roku.

<sup>20</sup> TikTok, dane z dnia 14 stycznia 2022 roku.

<sup>21</sup> D. Carson, *A Content Analysis of Political Discourse on TikTok*, University of Mary Washington Eagle Scholar, 2021.

#democrat liczy 6,2 mld wyświetleń. Powyższe dane obrazują też moc zyskującego na sile populizmu. Media społecznościowe (w postaci m.in. omawianego TikToka) są idealną platformą do ich szerzenia. Publikowane nagrania wideo poruszają problemy, z którymi na co dzień mierzy się ludność, wykorzystując do tego język właściwy dla danych grup użytkowników. Poruszane w nich kwestie są jednak przedstawiane na ogół w sposób powierzchowny, niezawierający dogłębnej analizy zagadnienia.

**Korzyści polityczne płynące z wykorzystania aplikacji społecznościowych zaczęli dostrzegać kolejni politycy. Niektórzy z nich prowadzą własne konta, licząc na zdobycie sympatii młodych użytkowników, którzy za kilka lat zostaną częścią ich elektoratu.**

Konto, którego echo najgłośniejsz odbiło się w polskich mediach był utworzony w marcu 2020 roku dla potrzeb kampanii wyborczej w aplikacji TikTok profil Andrzeja Dudy, na którego spadła wówczas krytyka za korzystanie z aplikacji w momencie kryzysu spowodowanego Covid-19. Niedługo po jego utworzeniu i udostępnianiu zaledwie kilku wideo porzucono jednak korzystanie z TikToka, zawieszając konto po zakończeniu kampanii wyborczej. Innym polskim politykiem, który odnalazł się w nowym medium jest Robert Biedroń. Obserwuje go ponad 553 tysięcy osób, zaś jego nagrania zdobyły 9,5 mln polubień<sup>22</sup>. Na swoim koncie prezentuje treści nawiązujące do osób z różnych środowisk i wydarzeń politycznych.

Globalna popularność chińskiej aplikacji przysporzyła jej wiele kłopotów. W 2020 roku miała miejsce mistyfikacja użytkowników TikToka, którzy za pomocą aplikacji namawiali innych do rejestracji na wiec Donalda Trumpa w Tulsie w stanie Oklahoma z zamiarem nieuczestniczenia w nim. W przeddzień opisywanego wydarzenia ówczesny Prezydent USA ogłosił na swoim Twitterze, iż prawie milion osób wykazało zainteresowanie wiecem<sup>23</sup>. Ostatecznie w wiecu uczestniczyło jedynie ponad 6 tysięcy osób<sup>24</sup>. Niedługo po zdarzeniu Donald Trump oznajmił, że chce zablokować na terytorium Stanów Zjednoczonych dostęp do aplikacji. Stanowisko usprawiedliwiał zagrożeniem dla bezpieczeństwa narodowego, wywołanego potencjalną i niepożądaną działalnością Chin. Uważano, iż dane, do których rząd chiński może mieć potencjalny dostęp mogą zostać wykorzystane w celu m.in. szpiegostwa. Decyzja budziła wiele kontrowersji prawnych, czego efektem był pozew ze strony chińskiego

---

<sup>22</sup> TikTok, dane z dnia 14 stycznia 2022 roku.

<sup>23</sup> *Trump's campaign was trolled by TikTok users in Tulsa*, CNN, <https://edition.cnn.com/2020/06/21/politics/tiktok-trump-tulsa-rally/index.html>, dostęp: 12.01.2022 .

<sup>24</sup> D. Carson, *A Content Analysis of Political Discourse on TikTok*, University of Mary Washington Eagle Scholar, 2021.



giganta przeciwko administracji prezydenta. Prawnicy TikToka powoływali się na pierwszą poprawkę do Konstytucji, która zakazuje ograniczenie wolności słowa oraz na prawną ochronę wolnego rynku. W czerwcu 2021 roku Prezydent Joe Biden odwołał rozporządzenie poprzednika, znosząc tym samym blokadę aplikacji TikTok. W akcie wykonawczym zobowiązano Sekretarza Handlu, aby zbadał wpływ zagranicznych aplikacji na bezpieczeństwo narodowe oraz przedstawił odpowiednie zalecenia w celu ochrony m.in. danych umożliwiających identyfikację obywateli USA<sup>25</sup>. Odwołując się do przedstawionego aktu można wywnioskować, że nieudana próba zablokowania przez Donalda Trumpa chińskich aplikacji dała furtkę do dokonania tego w przyszłości, gdy zostaną dokładniej uregulowane warunki, które aplikacje będą musiały spełniać, aby mogły być dostępne na rynku.

W czerwcu 2020 roku rząd Indii zdecydował się zablokować niektóre chińskie aplikacje, w tym TikToka. Jako powód blokady podano naruszenie suwerenności i integralność Indii, bezpieczeństwo państwa i porządku publicznego<sup>26</sup>. Decyzja wywołała m.in. konflikt w himalajskim Ladakhu, na granicy z Chinami.

## Podsumowanie

W dobie cyfryzacji z większą uwagą należy przyglądać się mediom społecznościowym i trendom z nimi związanymi. TikTok jest aplikacją skupiającą ogromną ilość młodych użytkowników, często nieposiadających jeszcze praw wyborczych, ale już interesujących się sprawami społecznymi i politycznymi. Daje ona przestrzeń do rozpowszechniania idei i myśli w młodzieżowym języku i stylu, dzięki czemu docierają one do większej ilości odbiorców. To właśnie najmłodszy użytkownicy są bardziej podatni na wszelkie manipulacje ze względu na swój wiek, brak doświadczenia życiowego oraz wciąż trwającą edukację. Zagrożeniami, które można dostrzec są m.in. treść wideo, które niejednokrotnie przekazują populistyczne slogany, skupiając się na wywołaniu emocji, a nie zaś na przedstawieniu istoty problemu. Osoby, które „wpadną w TikTokowe sidła” jednej opcji światopoglądowej często nie mają możliwości porównania ich z drugą stroną z powodu stosowanego w aplikacji algorytmu, o ile są biernymi użytkownikami niepróbującymi eksplorować innych propozycji. Widoczny efekt polaryzacji

---

<sup>25</sup> Exec. Order No. 14034 of Jun 9, 2021.

<sup>26</sup> *India bans TikTok, WeChat and dozens more Chinese apps*, BBC News, <https://www.bbc.com/news/technology-53225720>, dostęp: 14.01.2022.

może mieć wpływ na kolejne wybory – zarówno w USA, jak i w Europie – kiedy do urn wyborczych pójdą dzisiejsi nastolatki, niejako „wychowani politycznie” przez takie aplikacje jak omawiany TikTok.

Znaczenie TikToka dostrzegli niektórzy politycy, zakładający konta i publikujący w założeniu zabawne treści, celem zdobycia uwagi i przybliżenia się do potencjalnych przyszłych wyborców. Trend ten nie jest jeszcze popularny, jednak przy założeniu, że TikTok utrzyma swój sukces, podczas następnych wyborów w poszczególnych państwach do grona nowych użytkowników będą dołączać kolejni działacze polityczni i społeczni.

Istnienie i powstawanie kolejnych aplikacji społecznościowych, a także publikowane tam treści, nie powinny być rozpatrywane w kategoriach zjawisk pozytywnych lub negatywnych. Jest to nieunikniony przejaw rozwoju technologicznego, który proponuje różnym grupom społecznym rozwiązania umilające czas, przynajmniej w założeniu. Powinno się jednak poddać analizie skutki funkcjonowania mechanizmów tychże aplikacji, mogących prowadzić do szerzenia się fake newsów, prowadzących do dezinformacji oraz pogłębionej polaryzacji społeczeństwa.

## O AUTORCE

---



**Maria Piątek.** Absolwentka studiów licencjackich na kierunku europeistyka w Centrum Europejskim UW oraz studentka III roku prawa na UW. Zainteresowania dotyczą m.in. procesów integracyjnych i dezintegracyjnych w Europie, dyplomacji, rozwoju technologicznego oraz geopolityki.

## JEŻELI DOCENIASZ NASZĄ PRACĘ, DOŁĄCZ DO GRONA NASZYCH DARCZYŃCÓW!

Z otrzymanych funduszy sfinansujemy powstanie kolejnych publikacji.

Możliwość wsparcia to bezpośrednia wpłata na konto Instytutu Nowej Europy: 95 2530 0008  
2090 1053 7214 0001 tytułem: „darowizna na cele statutowe”.