

szóstym Jamali skupia się na trzech obszarach: jak media społecznościowe są podzielone politycznie, jak kreuje się wiadomości, jak się je przekazuje i analizuje oraz jak analizować otrzymany feedback i jak wyciągać z niego wnioski. W ostatnim, siódmym rozdziale, zawarto strategiczną analizę celów rewolucji i wskazano, że media społecznościowe przez swoją penetrację wspierają procesy demokratyzacji i dążą do zwiększenia zakresu sprawiedliwości społecznej w krajach arabskich.

Książka jest interesującą pozycją, z którą powinni zapoznać się badacze zajmujący się tematyką nowych mediów oraz Arabskiej Wiosny. Należy jednak podejść do niej z pewną dozą ostrożności, ponieważ jest to dopiero wstęp do rozszerzonych badań nad rolą mediów społecznościowych w kształtowaniu postaw obywatelskich i zawarte w książce twierdzenia w ciągu najbliższych lat mogą zostać obalone.

Michalina Guzikowska



Jakub Sroka

Obrazkowe memy internetowe

Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2014, 136 s., ISBN 978-83-7556-669-7

Internet jest obecnie jednym z podstawowych kanałów komunikacyjnych. Użytkownicy, zwłaszcza młodzi, nie wyobrażają sobie już życia bez podłączenia do sieci. Na bieżąco sprawdzają i wysyłają informacje, aktywnie uczestniczą w komunikacji za pośrednictwem mediów społecznościowych. Facebook, Twitter czy Instagram stały się głównym źródłem wiadomości oraz miejscem, w którym toczą się dyskusje na ważne tematy polityczne lub ekonomiczne. To właśnie tam spotykają się znajomi albo osoby o podobnych zainteresowaniach. Komunikacja w internecie odbywa się za pośrednictwem różnych kanałów, jest multimedialna. Internauci mogą posługiwać się zarówno tekstem, jak i obrazem oraz dźwiękiem. Jednym z przykładów tego typu zachowań są właśnie obrazkowe memy internetowe, o których Jakub Sroka pisze w swojej publikacji.

Autor jest absolwentem dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Warszawskim oraz politologii na Uniwersytecie Wrocławskim. Interesuje się projektowaniem

graficznym oraz komunikacją w ramach współczesnego internetu (zwłaszcza *user-generated content*). Książka *Obrazkowe memy internetowe* jest pierwszą w Polsce publikacją naukową dotyczącą tego zagadnienia.

Celem pracy jest wyjaśnienie, czym są memy internetowe, jaka jest ich geneza oraz podział. Autor zwraca także uwagę na ich funkcje oraz zastosowanie. „Owe, znane zapewne większości użytkowników sieci, zdjęcia czy ilustracje z nałożonym krótkim tekstem – poprzez choćby łatwość tworzenia oraz, w dużej mierze demokratyczny, sposób selekcji i rozpowszechniania – zdają się stanowić jaskrawy, a zarazem jeden z najciekawszych, przykładów materializacji tak zwanej filozofii Web 2.0.” (s. 7). Lektura książki przynosi liczne przykłady funkcjonowania memów oraz ich wykorzystania jako narzędzia marketingowego i politycznego.

Publikacja składa się ze 136 stron – Sroka postanowił podzielić książkę na sześć równorzędnych rozdziałów poprzedzonych wstępem.

Dzięki temu jej struktura jest klarowna i sprawia, że praca stanowi logiczną całość. Autor najpierw wyjaśnia zjawisko, a następnie pogłębia tematykę dotyczącą memów, dzięki czemu zadanie, którego się podjął, zostało całkowicie zrealizowane.

Pierwszy rozdział publikacji zatytułowany *Zaangażowanie użytkowników w tworzenie zawartości Internetu* stanowi wprowadzenie do zagadnienia. Sroka próbuje wskazać genezę memów internetowych. Uznaje, że to właśnie dziennikarstwo uczestniczące jest podstawą zaangażowania użytkowników, którzy nie są profesjonalistami w tworzeniu zawartości sieci. Przyznaje rację Marshallowi McLuhanowi, który stwierdził, że w internecie „każdy jest wydawcą” (s. 15). Jest to element filozofii Web 2.0, o której autor pisze właśnie w pierwszym rozdziale. W kolejnym, opatrzonym tytułem *Rozważania terminologiczne*, próbuje odnaleźć genezę pojęcia „mem” na gruncie antropologii kulturowej. Pokazuje czytelnikowi różne perspektywy spojrzenia na to słowo i jego pochodzenie. Proponuje liczne definicje tego zjawiska i zwraca uwagę na jego poszczególne elementy. Podkreśla, że w literaturze polskiej nie istnieje definicja memu, dlatego jego opracowanie jest pierwszą tego typu próbą. Rozdział trzeci *Obrazkowe memy internetowe – wprowadzenie* opiera się na analizie empirycznej memów. Sroka postanowił wprowadzić autorski podział memów ze względu na formę: memy właściwe, demotywatory, Pieseł (Doge) i e-kartki (s. 40). W dogłębnym sposobie opisuje i analizuje ich cechy, pokazuje, w jaki sposób są tworzone oraz budowane. Zastanawia się także nad tym, kto najczęściej jest ich twórcą oraz podaje najpopularniejsze strony internetowe, na których można stworzyć własne memy albo odnaleźć te kreowane przez innych użytkowników internetu. W rozdziale czwartym *Rodzaje memów – wybiórcza próba kategoryzacji i charakterystyki ich języka* dokonuje podziału memów według ich zasięgu, celu żartu konstytuującego i formy językowej. W ten sposób próbuje dokonać systematyzacji tego zjawiska.

Autor pokazuje przy tym wiele przykładów memów, dzięki czemu można jeszcze łatwiej zrozumieć ich funkcjonowanie. Na koniec tego rozdziału została zamieszczona tabela, w której wszystkie opisane w publikacji memy zostały przyporządkowane do odpowiedniej (i wcześniej opisanej) kategorii. Z pewnością pomoże to czytelnikowi usystematyzować zgromadzoną wiedzę. Kolejnym tematem podjętym przez autora są *Obrazkowe memy polityczne*. To właśnie w mediach społecznościowych internauci bardzo często komentują życie polityczne w kraju i za granicą. Mogą to również robić dzięki obrazkowym memom, które używane są głównie po to, aby wyśmiać zachowania lub słowa polityków. Autor omawia liczne przykłady tego typu grafik – ciekawe są zwłaszcza te z rodzimego podwórka. W ostatnim rozdziale *Wykorzystanie memów jako narzędzia marketingowego* Sroka omawia skuteczność memów w reklamie i kampaniach społecznych. Zwraca też uwagę na coraz częstsze zjawiska *memejackingu* (wykorzystanie memu do promocji marki lub produktu) i *memescapingu* (tworzenie własnych memów na potrzeby kampanii).

Sroka podjął próbę opisanego zjawiska, które pojawiło się stosunkowo niedawno i które dotąd nie zostało przez polskich naukowców zbadane. A to oznacza, że nie mógł opierać się na istniejących opracowaniach, lecz musiał sam analizować i badać memy obrazkowe, aby stworzyć np. siatkę pojęciową czy ich kategorie. I to właśnie osobisty wkład autora stanowi największą wartość tej publikacji. Na jej potrzeby przeprowadził analizę empiryczną memów internetowych, stworzył własne kategorie ich podziału oraz zestawienia i tabele tematyczne. Ponieważ zmiany w internecie zachodzą nieustannie i bardzo szybko, zwrócił jednocześnie uwagę na to, że „należy pozostawać świadomym ryzyka potencjalnie błyskawicznej jego [zjawiska memów – przyp. KA] dezaktualizacji” (s. 119). Książka stanowi próbę kategoryzacji memów internetowych, zawiera liczne ich przykłady oraz opisy. Mnogość ilustracji jest niewątpliwie plusem tej publikacji,

trudno bowiem opisywać zjawisko, nie pokazując go. Autor nie boi się nawet tych najbardziej kontrowersyjnych, zawierających niecenzuralne słowa, zwłaszcza że tego typu przykładów nie brakuje w internecie. Specyficznej warstwie językowej poświęca zresztą sporo miejsca, dzięki czemu jego analiza jest jeszcze pełniejsza.

Książka *Obrazkowe memy internetowe* stanowi solidną podstawę do dalszych badań, które – zdaniem autora – powinny się koncentrować przede wszystkim na analizie zmian nieustannie zachodzących w tym obszarze.

Karolina Adamska



Andrzej Kansy

Płocka prasa regionalistyczna w latach 1989–2014

Towarzystwo Naukowe Płockie, Płock 2015, 178 s., ISBN 978-83-60348-69-7

Jest to kolejna, wydana w ciągu ostatnich trzech lat, książka o płockiej prasie regionalnej¹. Pod pojęciem „prasa płocka” rozumiem nie tylko pisma wydawane w Płocku i obejmujące swoim zasięgiem – w przybliżeniu – obszar dawnego województwa płockiego (istniejącego w latach 1975–1998), ale także periodyki ukazujące się w mniejszych miastach położonych na tym obszarze (obecne powiaty: płocki, sierpecki i gostyniński).

Najpierw wypada odnieść się do pojęcia „prasa regionalistyczna” budzącego wśród medioznawców duże wątpliwości. Wprawdzie bywa ono używane przez niektórych badaczy, ale akurat w tym przypadku nie jest to – moim zdaniem – wybór optymalny. Rozumiem, że autor świadomie nawiązuje do nadrzędnego pojęcia „regionalizm”, odnoszącego się do kategorii geograficzno-historycznej i jednocześnie kulturowo-społecznej popularnej w różnych dyscyplinach naukowych, ale nie medioznawczej.

Pojęcie to – na co warto zwrócić uwagę – należy do siatki pojęciowej medioznawstwa, nawet jako synonim terminu „prasa regionalna”, nawiązującego do podstawowej klasyfikacji prasy wedle kryterium zasięgu terytorialnego (prasa ogólnokrajowa, regionalna, lokalna). Pisze zresztą o tym autor recenzowanej książki, przywołując definicję jednego z badaczy regionalizmu Henryka Skorowskiego, według którego jest to „z jednej strony zespół obiektywnych i subiektywnych elementów stanowiących o tożsamości regionalnej, z drugiej zaś jest to szeroko rozumiana działalność na rzecz ich kultywowania i zachowania oraz na rzecz ich ciągłego ożywiania, a nawet ubogacania nimi szeroko rozumianego życia większej społeczności”. Skoro tak, to media – ale lokalne i regionalne, nie regionalistyczne – należy traktować jako jeden z ważniejszych elementów składowych tak rozumianego regionalizmu (nawiasem mówiąc, zupełnie osobnym zagadnieniem jest

¹ Por. W. Sonczyk: W.A. Koński, *Dwa wieki prasy płockiej*, tom I: 1810–1945, Płock 2012 [w:] „Studia Medioznawcze” 2013, nr 3, s. 187–190.