

Media społecznościowe  
Dialog w cyberprzestrzeni

Tom 2

Prace Naukowe



Uniwersytetu Śląskiego  
w Katowicach  
nr 3596

# Media społecznościowe Dialog w cyberprzestrzeni

Tom 2

pod redakcją  
Krystyny Doktorowicz

Redaktor serii: Telewizja, Radio, Film  
Piotr Ślęzak

Receznent  
Bogusław Nierenberg

## Spis treści

Wstęp .....	9
EWA GĘBICKA	
Media społecznościowe w procesie promocji filmów i seriali telewizyjnych .....	13
KATARZYNA FORST	
Facebook we współczesnym świecie komunikacji społecznej .....	37
JANUSZ MUSIAŁ	
Kultura, media i pełnione przez nie funkcje – sytuacja w pierwszej dekadzie XXI wieku (od naskalnego malarstwa do interaktywnej Sieci Internet) .....	57
BARBARA BOGACKA	
Problematyka gender w mediach społecznościowych – studium przypadku .....	95
PIOTR DZIK	
Nowe media – zmiana społeczna? .....	115
Bibliografia .....	143
Noty o autorach .....	153

# Table of Contents

Preface .....	11
EWA GĘBICKA	
Social media in the process of the promotion of films and television series .....	13
KATARZYNA FORST	
Facebook in the modern world of social communication .....	37
JANUSZ MUSIAŁ	
Culture, media and their functions – the situation in the first decade of 21st century (from cave paintings to the interactive Web) .....	57
BARBARA BOGACKA	
Gender in social media – a case study .....	95
PIOTR DZIK	
New media – social change? .....	115
Bibliography .....	143
About the authors .....	153

## Wstęp

Tom stanowi drugą część zbioru tekstów poświęconych problematyce mediów społecznościowych – fenomenowi współczesnej kultury partycypacji. Zamieszczone w nim teksty odnoszą się do problematyki mediów społecznościowych zarówno w aspektach społecznych, kulturowych, jak i piarowych, co stanowi kontynuację rozważań podjętych w poprzedniej części. Autorzy podjęli się spojrzenia na media społecznościowe zarówno w skali makro- jak i mikro-, zwracając uwagę na istotę wykorzystania mediów społecznościowych do komunikacji we współczesnym społeczeństwie.

Tom otwierają rozważania Ewy Gębickiej, dotyczące roli jaką pełnią media społecznościowe w procesie promocji filmów i seriali telewizyjnych. Autorka wskazuje potencjał marketingu wirusowego, dla którego serwisy społecznościowe są bardzo dobrym miejscem promowania filmu. To właśnie internet daje możliwości tworzenia zupełnie nowych jakości i przestrzeni komunikacji z widzem. Stąd coraz częściej słyszymy o interaktywnych formach promocji filmów i seriali TV. Autorka wskazuje jeszcze na jeden istotny wymiar wykorzystania mediów społecznościowych w kampaniach promocyjnych, a mianowicie na zjawisko crowdfundingu.

Kolejny artykuł dotyczy Facebooka i roli, jaką pełni we współczesnym świecie komunikacji społecznej. Katarzyna Forst przybliżyła nam zarówno zasady funkcjonowania tego serwisu społecznościowego, jak i szanse oraz zagrożenia dla jego użytkowników. Internet, wkraczający prawie we wszystkie dziedziny współczesnego życia, jest istotnym narzędziem komunikacji, szczególnie wśród ludzi młodych. To właśnie internet stanowi

źródło bieżących informacji, a media społecznościowe są coraz ważniejszym ich źródłem.

Z kolei Janusz Musiał przeprowadza nas przez kulturę i media, wskazując na pełnione przez nie funkcje, od naskalnego malarstwa do interaktywnej Sieci Internet. Autor wskazuje, że pojawienie się nowych mediów w istotny sposób wpływa na proces przeobrażania się współczesnych kultur narodowych.

Inną problematyką zajęła się Barbara Bogacka, która swój artykuł zatytułowała: *Problematyka gender w mediach społecznościowych – studium przypadku*. Autorka przeanalizowała historię amerykańskiej bohaterki, która w celu ujawnienia swojej nowej tożsamości płciowej wykorzystywała właśnie media społecznościowe.

Ostatni artykuł, *Nowe media – zmiana społeczna?* Piotra Dzikiego, wskazuje na siłę oddziaływania nowoczesnych technologii na społeczeństwo, co w konsekwencji doprowadza do zmian kulturowych. Autor podkreśla coraz bardziej widoczne podziały na aktywności publiczne i prywatne, oraz analizuje zjawisko tzw. „przestrojenia kulturowego”.



## Preface

The volume is the second part of a collection of articles devoted to the issues of social media – a phenomenon of the contemporary participatory culture. The texts comprising this volume examine the social media issues from a social, cultural, and public relations perspectives, which provides a continuation of the first volume. The authors have made an attempt to study social media both in macro and micro scale, with attention paid to the use of social media in communication in contemporary society.

The opening article by Ewa Gębicka deals with the role of social media in the process of film and TV series promotion. The author focuses on the potential of viral marketing, whose benefits accrue from social networking services. It is the Internet that creates tremendous opportunities to enhance entirely new quality and room for communication with viewers. Hence interactive forms of film and TV series promotion are becoming more and more popular these days. The author also points to the way social media are pertinent to advertising campaigns, that is, a phenomenon of crowdfunding.

The subsequent article concerns Facebook and its role in the contemporary world of social communication. Katarzyna Forst explains the principles governing this social service as well as opportunities and dangers that its users may face. The Internet, which has already permeated nearly all spheres of contemporary life, is an essential communication tool, especially among young people. The Internet is the source of recent news and social media are becoming its more and more important source.

The following article by Janusz Musiał takes us through culture and media, indicating the functions they perform, from cave paintings to the Internet. The author illustrates that the advent of new media has influenced the process of transformation of contemporary national cultures.

Barbara Bogacka in her article “Gender Issues in Social Media – A Case Study” takes up different problems. The author has studied a story of an American girl who used social media to reveal her new gender identity.

The last article “New Media – A Social Change” written by Piotr Dzi-ki discusses the influence of new technology on society, which in consequence leads to cultural changes. The author emphasizes new divisions into public and private spheres that are becoming more conspicuous these days, and provides an analysis of the so-called cultural recalibration.

Redakcja  
Michał Noszczyk

Projekt okładki  
Agata Augustynik

Projekt typograficzny i łamanie  
Hanna Olsza

Korekta  
Magdalena Cwajna

Copyright © 2017 by  
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego  
Wszelkie prawa zastrzeżone

**ISSN 0208-6336**

**ISBN 978-83-226-3149-2**

(wersja drukowana)

**ISBN 978-83-226-3150-8**

(wersja elektroniczna)

Wydawca  
**Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego**  
**ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice**  
[www.wydawnictwo.us.edu.pl](http://www.wydawnictwo.us.edu.pl)  
e-mail: [wydawus@us.edu.pl](mailto:wydawus@us.edu.pl)

---

Wydanie I. Ark. druk. 9,75. Ark. wyd. 9,0  
Papier offsetowy III 90 g  
Cena 20 zł (+ VAT)

---

Druk i oprawa  
„TOTEM.COM.PL. Sp. z o.o.” Sp. K.  
ul. Jacewska 89, 88-100 Inowrocław