

6. POLITYCZNE KONTEKSTY MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH. DIAGNOZA STANU BADAŃ W POLSCE

(Wojciech Opióła)

6.1 WPROWADZENIE

Poniższy artykuł jest przeglądem stanu badań nad komunikacją polityczną w mediach społecznościowych w polskiej politologii. Podstawowym dylematem przy pracy nad niniejszym tekstem było skonstruowanie przejrzystej klasyfikacji. Zdecydowałem się na podzielenie obszaru badawczego na pięć pól. Pole pierwsze stanowi refleksja nad metodologią badań politologicznych w kontekście mediów społecznościowych. Drugie, to przegląd badań dotyczących tradycyjnych kategorii politologicznych, takich jak kultura polityczna, polityczność, społeczeństwo obywatelskie, analizowanych przez pryzmat Internetu, w tym *social media*. Trzy kolejne to pola badania przejawów aktywności politycznej w Internecie: polityków, obywateli, instytucji politycznych. Niezależnie od tego podziału, w artykule podkreślane są zjawiska i procesy związane z problemami istotnymi politycznie, których definiowanie wymaga przemodelowania ze względu na konstytutywny względem nich charakter mediów społecznościowych (np. *whistleblowing*, cisza wyborcza w Internecie, e-dyplomacja). W 2012 r. Daniel Mider podzielił badania Internetu przedmiotowo na: badanie opinii internautów, zachowań internautów, wytworów kultury (treści internetowych) i struktury Internetu¹. Zaproponowane sześć pól badawczych wpisuje się w tę typologię, być może należy dopisać kolejny przedmiot: badanie **działań politycznych** w Internecie. Do

¹ D. Mider, *Dylematy metodologiczne badań kultury politycznej w Internecie*, „Przegląd Politologiczny” 2013, nr 2, s. 23–34. Zob. też: A. Hupa, *Badania orientacji politycznej w Internecie*, „Studia Socjologiczne” 2007, nr 186.

tego przynajmniej skłania obserwacja zachowań politycznych aktorów w mediach społecznościowych.

Podstawowym motywem, który w trakcie prac nad tomem skłonił mnie do napisania niniejszego przeglądu, był brak tego typu pracy w literaturze przedmiotu. Podczas analizy artykułów i monografii zauważyłem również, że większość polskich badaczy nie zna dorobku swoich kolegów i koleżanek. Brakuje krytycznej dyskusji, mimo iż te same problemy są często równolegle badane w dwóch lub więcej ośrodkach naukowych. Należy przy tym zaznaczyć, że pomimo iż problem badawczy jest analizowany zaledwie od ośmiu lat, dorobek przedstawicieli polskich nauk społecznych jest spory, liczy obecnie około stu pozycji (przynajmniej do tyłu udało mi się dotrzeć, patrz: bibliografia załącznikowa).

Ze względu na „młodość” problemu badawczego analizie poddałem przede wszystkim artykuły z polskich czasopism naukowych, które są w tym przypadku najważniejszym kanałem komunikacji naukowej. Ponadto dokonałem przeglądu wydanych przez polskich politologów monografii, prac awansowych, monografii zbiorowych dotyczących zagadnienia (przy czym mam świadomość, że przegląd ten jest niepełny, nie wszystkie monografie są widoczne w bazach danych). Katalog przywołanych źródeł z pewnością nie jest pełny, niemniej kierowałem się obiektywnymi wskaźnikami siły oddziaływania pozycji naukowych. Stąd ważnymi wskazówkami przy wyborze źródeł były: liczba cytowań, prestiż czasopisma naukowego oraz obecność materiałów w naukowych bazach danych i wyszukiwarkach tekstów naukowych. Takie kryteria doboru pozwoliły wyodrębnić następującą listę czasopism, których roczniki z lat 2006–2014 poddano kwerendzie: „Annales UMCS, Sectio K: Politologia”, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Politologica”, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne”, „Bezpieczeństwo Narodowe”, „Central European Journal of Communication”, „Dyskurs”, „Dziennikarstwo i Media”, „e-Politikon”, „Krakowskie Studia Międzynarodowe”, „Kultura – Media – Teologia”, „Kultura Popularna”, „Media – Kultura – Społeczeństwo”, „Nowe Media”, „Politeja”, „Polityka i Społeczeństwo”, „Prakseologia”, „Przegląd Europejski”, „Przegląd Politologiczny”, „Rocznik Bezpieczeństwa Międzynarodowego”, „Rocznik Integracji Europejskiej”, „Societas/Communitas”, „Sprawy Międzynarodowe”, „Społeczeństwo i Polityka”,

„Stosunki Międzynarodowe – International Relations”, „Studia Bezpieczeństwa Narodowego”, „Studia Europejskie”, „Studia Humanistyczne AGH”, „Studia Medioznawcze”, „Studia Politicae Universitatis Silesiensis”, „Studia Politologiczne”, „Studia Polityczne”, „Studia Socjologiczne”, „Wrocławskie Studia Politologiczne”. Kwerendę uzupełniają kilkanaście monografii i monografii zbiorowych. Badania polityki w Internecie (w tym mediach społecznościowych) były podstawą obrony kilku prac awansowych w Polsce, m.in. Daniela Midera na Wydziale Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego² oraz Krzysztofa Karnkowskiego w Instytucie Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego³. Kolejne – np. Alberta Hupy (Uniwersytet Warszawski), Bartłomieja Machnika, Malwiny Popiołek (Uniwersytet Opolski) są w trakcie przygotowania i na dorobek tych autorów zwróciłem uwagę. Wreszcie na Uniwersytecie Warszawskim realizowano dwa projekty badawcze: jeden poświęcony kulturze politycznej w Internecie, drugi komunikacji politycznej w mediach społecznościowych w krajach Europy Środkowej. Efektem obu projektów badawczych był szereg artykułów naukowych wydanych w „e-Politikonie” i „Studiach Politologicznych”, które także zostały uwzględnione w analizie.

W przeglądzie nie wziąłem pod uwagę pozycji, które, choć są znanymi i cytowanymi tekstami, nie odnoszą się wprost do zachowań i zjawisk politycznych w mediach społecznościowych. Stąd brak m.in. prac Magdaleny Szpunar, znanej badaczki *social media*, której dorobek koncentruje się jednak na aspektach kulturowych i społecznych, nie politycznych⁴, czy Tomasza Gobana-Klasa, którego naukowe analizy dotyczące Internetu skupiają się raczej na teorii komunikacji, a w przypadku podejmowanych rozważań na tematy *stricte* polityczne – tech-

² D. Mider, *Formy partycypacji politycznej w Internecie*, (praca doktorska), Warszawa 2008. W wersji rozwiniętej i uzupełnionej wydane w formie monografii: D. Mider, *Partycypacja polityczna w Internecie. Studium politologiczne*, Warszawa 2008.

³ K. Karnkowski, *Blogosfera polityczna w Polsce*, (praca doktorska), Warszawa 2012, <http://depotuw.ceon.pl/bitstream/handle/item/242/Blogosfera%20polityczna%20w%20Polsce.pdf?sequence=1> [dostęp: 7.08.2014].

⁴ Por. M. Szpunar, *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Warszawa 2012; *Paradoksy internetu. Konteksty społeczno-kulturowe*, red. eadem, Toruń 2011; eadem, *Społeczne konteksty nowych mediów*, Toruń 2011.

nologii Web 1.0⁵. Podobnie w analizie nie uwzględniono również analiz związków Internetu i komunikacji politycznej bez odniesień do mediów społecznościowych. Tematy te, wchodzące najczęściej w zakres badań nad społeczeństwem informacyjnym i *e-governance*⁶, są również przedmiotem uważnej analizy badaczy i z pewnością zasługują na podobne opracowanie⁷. Z oczywistych względów artykuł nie obejmuje analizą artykułów naukowców z innych krajów, choć w kilku miejscach, dla teoretycznego uporządkowania treści lub uzupełnienia wywodu, odnotowałem prace z dorobku naukowego badaczy z zagranicy.

6.2 ROZWÓJ BADAŃ NAD KOMUNIKACJĄ POLITYCZNĄ W INTERNECIE

Przywoływane w przypisach prace pochodzą z ostatnich dziewięciu lat i jest to całkiem naturalny okres badawczy. *Social media* to element tzw. technologii Web 2.0, której początki datuje się na 2001 r. Istotą rozróżnienia była rewolucyjna zmiana dotycząca traktowania Internetu: z kanału, który umożliwiał publikowanie treści oraz komunikowanie się, do medium, którego podstawową funkcją stało się budowanie trwałych społeczności wirtualnych⁸ dzięki sieciowemu modelowi struktury portali internetowych, a także umożliwieniu

⁵ Zob. T. Goban-Klas, *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji. Pisma z lat 2000–2011*, Kraków 2011.

⁶ Innym przykładem badań komunikacji politycznej w Internecie, który nie został objęty przeglądem, są analizy zawartości i języka portali informacyjnych w Internecie podczas kampanii politycznych, które również są dosyć częstym tematem badań.

⁷ Wśród prac na ten temat warto wymienić: I. Biernacka-Ligieza, *ICT and Local Governance – e-government in the Local Public Sphere in Poland and Norway*, „Central European Journal of Communication” 2011, t. 4, nr 7, s. 293–313; D. Grodzka, *E-administracja w Polsce*, „Studia BAS” 2007, nr 57, s. 57–81; M. Popiołek, *Barьеры развития e-administracji w Polsce*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego” 2013, t. 2, s. 161–169; eadem, *E-government in Poland – Selected Issues*, „The Journal of Education Culture and Society” 2013, nr 2, s. 397–403.

⁸ To nieco dyskusyjne pojęcie odnosi się do podstawowego fenomenu odróżniającego kanały komunikacji Web 1.0 od Web 2.0. Sieć znajomości, dyskusji, generowanych treści w portalu Facebook jest trwała i ciągła, w dodatku najczęściej nieanonimowa. Inaczej rzecz się miała w przypadku np. forów internetowych, na których większość użytkowników posługiwała się pseudonimami. Ponadto „społeczności” forów internetowych, grup dyskusyjnych, czatów opierały się najczęściej na wspólnocie zainteresowań nieznanym sobie ludzi. Tymczasem sieci „znajomych”, budowane w ramach

wszystkim użytkownikom Internetu bezpłatnego i niemoderowanego generowania treści (przejście z modelu wiedzy eksperckiej na model wiedzy rozproszonej). W 2004 r. uruchomiono jeden z najpopularniejszych portali społecznościowych: Facebook. Kojarzone dziś intuicyjnie z komunikacją polityczną media społecznościowe, takie jak Twitter, YouTube, serwisy blogowe, powstawały w latach kolejnych. Minęło kilka lat, zanim zdano sobie sprawę z potencjału politycznego mediów społecznościowych. W komunikacji politycznej w Polsce na szeroką skalę użyto po raz pierwszy mediów społecznościowych w 2007 r. podczas kampanii parlamentarnej, dystrybuując za pomocą *social media* spoty wyborcze, przygotowane specjalnie dla emisji w Internecie⁹. Rok wcześniej blogi internetowe otworzyło dwoje dziennikarzy politycznych „Polityki” – Janina Paradowska i Daniel Passent. W tym samym roku Igor i Katarzyna Janke uruchomili serwis blogowy Salon24.pl. Równolegle obserwować można było początek kariery zawodowych blogerów politycznych, wcześniej nieznanymi z działalności publicystycznej, m.in. Azraela Kubackiego (2006) i Katarzyny – Katarzyny Sadło (2004). W 2008 r. kandydaci na Prezydenta USA – John McCain i Barack Obama prowadzili po raz pierwszy kampanię, której istotną część – stała komunikacja z wyborcami – opierała się na wykorzystaniu mediów społecznościowych. Wówczas m.in. odkryto potencjał mikrobloga Twitter jako skutecznego narzędzia komunikacyjnego dla polityków. W 2009 r. aktywność na Twitterze rozpoczęli polscy parlamentarzyści: Agnieszka Pomaska i Adam Hofman, w 2010 r. Janusz Korwin-Mikke, Janusz Palikot i Radosław Sikorski, rok później Paweł Graś. W kampanii prezydenckiej 2010 r. po raz pierwszy polscy politycy użyli funkcji integracji stron wyborczych z serwisami społecznościowymi¹⁰.

Problem badawczy narodził się więc niedawno. Należy zauważyć, że w przypadku badania Internetu polskie środowisko naukowe nie

technologii Web 2.0 mogą być również (i w przypadku najpopularniejszych portali są) odwzorowaniem sieci znajomości ze świata realnego.

⁹ O. Annusewicz, *Polskie kampanie wyborcze 1989–2011. Od plakatów z Lechem Wałęsą do marketingu 3.0*, „Studia Politologiczne” 2011, t. 22, s. 105–123.

¹⁰ P. Wesołowski, *Analiza komunikacji politycznej w serwisach internetowych kandydatów na prezydenta Polski w trakcie kampanii wyborczej 2010 roku*, „Studia Politologiczne” 2011, t. 21, s. 89–130.

jest „zapóźnione” w stosunku do badaczy amerykańskich, azjatyckich czy z Europy Zachodniej. Przeciwnie, pierwsze oryginalne i inspirujące prace polskich naukowców powstawały w tym samym czasie co podstawy teoretyczne naukowej refleksji o *social media*¹¹. Jednak – pomimo uniwersalności tematu – zainteresowaniem polskich badaczy cieszy się prawie wyłącznie świat polskiej polityki. Na palcach jednej ręki policzyć można przykłady analiz komunikacji politycznej w mediach społecznościowych w innych krajach. Przedstawiając ilościowo spektrum zainteresowań, największą uwagę polskich politologów cieszy się zagadnienie wykorzystania mediów społecznościowych podczas kampanii wyborczych oraz jako narzędzi permanentnego marketingu politycznego. Najwięcej analiz dotyczy portali Facebook i Twitter, podczas gdy mało jest np. refleksji poświęconych serwisowi YouTube.

¹¹ Oryginalna teoria mediów społecznościowych jest wciąż uboga. Za najważniejszy artykuł uznaje się pracę Kaplana i Haenleina (A.M. Kaplan, A. Haenlein, *Users of the World Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, „Business Horizons” 2010, t. 53, nr 1, s. 59–68), z której pochodzi najczęściej cytowana definicja „social media”. Kaplan i Haenlein reprezentują jednak nauki o zarządzaniu i marketingu. Trzy lata wcześniej zdefiniowano pojęcie serwisu społecznościowego – definicję zaproponowała Nicole Ellison na łamach „Journal of Computer-Mediated Communication”. Jest to drugi najczęściej cytowany, obok pracy Kaplana i Haenleina, artykuł definiujący obszar badawczy (N.B. Ellison, *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, „Journal of Computer-Mediated Communication” 2007, t. 13 (1), s. 210–230). Inne kluczowe teksty teoretyczne i klasyfikacyjne poświęcone *social media* pisali również przedstawiciele nauk o zarządzaniu i marketingu, stając się niejako ojcami refleksji nad nowym polem badawczym. Jeszcze przed Kaplanem i Haenleinem Tim O’Reilly zdefiniował pojęcie Web 2.0, które jest fundamentem *social media*. Terminu Web 2.0 po raz pierwszy użyto w 2004 r. Por. T. O’Reilly, *What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, 2005, http://www.google.pl/books?hl=pl&lr=&id=NpEk_WFCMdIC&oi=fnd&pg=PT3&dq=what+is+web+2.0&ots=OYLFKanAHV&sig=zbFO2Tc5aAJ6s0cfQIP4tFsXFAo&redir_esc=y#v=onepage&q=what%20is%20web%202.0&f=false [dostęp: 2.08.2014]. Zob. też: W.G. Mangold, D.J. Faulds, *Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix*, „Business Horizons” 2009, t. 52, nr 4, s. 357–365; J.H. Kietzmann, K. Hermkens, I.P. McCarthy, B.S. Silvestre, *Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media*, „Business Horizons” 2011, t. 54, nr 3, s. 241–251. Za najbardziej wpływową pracę dotyczącą polityki w mediach społecznościowych należy uznać artykuł Clay’a Shirky’ego, *Political Power of Social Media*. (C. Shirky, *The Political Power of Social Media. Technology, the Public Sphere, and Political Change*, „Foreign Affairs” 2011, nr 90). Z prac przetłumaczonych na język polski największy wpływ na polskich badaczy wydają się mieć książki Manuela Castellsa (*Sieci oburzenia i nadziei. Ruchy społeczne w erze Internetu*, Warszawa 2013 i *Władza komunikacji*, Warszawa 2013) oraz *Netokracja* Alexandra Barda i Jana Söderqvista (Warszawa 2006).

Brakuje też opracowań politycznych aspektów Wikipedii¹². Analizując zagadnienie podmiotowo – najbardziej wdzięcznymi obiektami badań okazują się być politycy szczebla krajowego oraz partie polityczne, rządy samorządowcy i instytucje administracji państwowej.

Za pierwszy tekst o komunikacji politycznej w mediach społecznościowych należy uznać artykuł Łukasza Szurmińskiego w „Dyskursie”, z 2006 r., poświęcony blogom internetowym prowadzonym przez polityków¹³. W kolejnych latach sporadycznie pojawiały się artykuły w warszawskich czasopismach politologicznych, szczególnie na łamach „Studiów Medioznawczych”, „Studiów Politologicznych” i ostatnio „e-Politikonu”. W latach 2007–2009 opublikowano sześć artykułów poświęconych zagadnieniu, w 2010 r. takich prac pojawiło się sześć, w 2011 r. – dwanaście, w 2012 r. – dwadzieścia dwie, w 2013 r. – dziesięć, w 2014 r. – dwanaście. Rok 2012 był wyjątkowy, między innymi z racji wydania trzech prac będących pokłosiem realizowanych projektów badawczych. Jedną z nich to dwudziesty szósty tom „Studiów Politologicznych”, w całości poświęcony zagadnieniu kultury politycznej w Internecie, w tym w mediach społecznościowych. Drugą to monografia zbiorowa *Bunt czy rewolucja? Przemiany na Bliskim Wschodzie po 2010 roku* wydany pod redakcją Katarzyny Górak-Sosnowskiej i Katarzyny Pachniak w Katedrze Arabistyki i Islamistyki Uniwersytetu Warszawskiego. Wśród tekstów tam zawartych znalazły się trzy poświęcone zagadnieniu potencjału mediów społeczno-

¹² Natomiast w zachodniej politologii temat od kilku lat prowokuje naukowców do debaty. Zob np.: S. Fierer-Blaess, C. Fuchs, *Wikipedia: An Info-Communist Manifesto*, „Television & New Media” 2012, doi: 10.1177/1527476412450193; S. Greenstein, F. Zhu, *Collective Intelligence and Neutral Point of View: The Case of Wikipedia*, „NBER Working Paper”, No. 18167, <http://www.nber.org/papers/w18167> [dostęp: 3.09.2014]; J.J. Neff, D. Laniado, K.E. Kappler, Y. Volkovich, P. Aragón i inni, *Jointly They Edit: Examining the Impact of Community Identification on Political Interaction in Wikipedia*, „PLoS ONE” 2013, nr 8 (4), doi:10.1371/journal.pone.0060584; N. Tkacz, *Wikipedia and the Politics of Mass Collaboration*, „Platform: Journal of Media and Communication” 2010, t. 2, nr 2, s. 40–53.

Ciekawą, choć pozbawioną poważniejszych odwołań do teorii polityki analizą Wikipedii jest artykuł Michała Danielewicza [*Wikipedia – socjologiczny reportaż z miejsca zdarzeń*, „Studia Socjologiczne” 2010, nr 2 (197), s. 127–156].

¹³ Ł. Szurmiński, *Blog jako forma komunikacji politycznej w Polsce*, „Dyskurs” 2006, nr 4, s. 51–59.

wych w mobilizacji społecznej podczas Arabskiej Wiosny¹⁴. Trzecia to raport Instytutu Spraw Publicznych *Europoseł w sieci*¹⁵.

Pierwsza monografia autorska, częściowo dotycząca zagadnienia, wydana została w 2008 r. przez Daniela Midera¹⁶. Dotyczy ona zagadnienia partycypacji politycznej w Internecie. Podobnie wydane w latach późniejszych monografie i podręczniki akademickie, choć dotyczą tematu mediów społecznościowych, to jednak ich trzonem jest refleksja nad Internetem jako nowym komunikacyjnym fenomenem, którego jedną ze składowych są media społecznościowe. Na szczególną uwagę zasługuje fakt wydania monografii zbiorowej pod redakcją polskich politologów: Bogusławy Dobek-Ostrowskiej z Uniwersytetu Wrocławskiego i Jana Garlickiego z Uniwersytetu Warszawskiego, która ukazała się w języku angielskim w wydawnictwie Peter Lang, zawierającej artykuły głównie polskich badaczy zagadnienia¹⁷.

6.3 METODOLOGIA BADAŃ POLITYKI W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Za Danielem Miderem metodologię badań politycznych w Internecie, również w mediach społecznościowych, można podzielić ze względu na wykorzystywane metody badawcze na: badania kwestionariuszowe, w tym najbardziej rozpowszechnione wywiady kwestionariuszowe online CAWI, wirtualne pogłębione wywiady indywidualne (VIDI) i wirtualne zogniskowane wywiady grupowe (VFGI), metody obserwacyjne (np. badanie ruchu w Internecie), eksperymenty

¹⁴ Z. Sawicka, *Polityczna siła mediów społecznościowych. Rola nowych mediów w tworzeniu społeczeństwa obywatelskiego na Bliskim Wschodzie*, [w:] *Bunt czy rewolucja?...*, op.cit.; G. Stachowska, *Media jako okno na świat protestów w krajach arabskich w 2011 roku – analiza treści w środkach masowego przekazu i mediach społecznościowych*, ibidem; M. Zawrotna, *Państwo Facebooka. Rola internetowych portali społecznościowych w Rewolucji 25 stycznia w Egipcie*, ibidem.

¹⁵ A. Łada, M. Fałkowska-Warska, *Europoseł w sieci*, Warszawa 2012.

¹⁶ D. Mider, *Partycypacja...*, op.cit.

¹⁷ *Political Communication in the Era of New Technologies*, red. B. Dobek-Ostrowska, J. Garlicki, Frankfurt nad Menem–Berlin–Bern–Bruksela–Wiedeń–Nowy Jork–Oksford 2013.

w rzeczywistości wirtualnej, netnografię, analizę sieciową¹⁸. Spośród wymienionych najczęściej stosowaną jest metoda netnograficzna (choć prawdopodobnie wielu autorów stosuje ją raczej intuicyjnie i przypadkowo wpisują się w ramy tej koncepcji) oraz obserwacje. Większość tych metod jest zapożyczona z różnych dziedzin nauk społecznych: socjologii, antropologii kulturowej, komunikacji społecznej. W pewnym sensie nową metodą jest netnografia, z tego względu warta jest krótkiego wyjaśnienia. Netnografia, inaczej etnografia wirtualna, jest to „metoda dotycząca badań wirtualnych, w Internecie, i opiera się na bezpośrednim zastosowaniu zespołu technik i metod stosowanych w repertuarze antropologicznym”¹⁹. Według Roberta Kozinietsa (cytowanego przez Daniela Midera), który zaproponował to podejście badawcze w mediach społecznościowych, netnografia służy przede wszystkim do badania i rozumienia świata Internetu. Metodę cechują: otwartość na łączenie i modyfikowanie technik badawczych, brak puryzmu metodologicznego i stosowanie badań wspomagających²⁰. W przypadku badań kwestionariuszowych, nie zmieniły się zasady ich przeprowadzania, jedynie technologia. Zogniskowany wywiad grupowy (FGI, *focus group interview*) w badaniach Internetu przybiera formę wirtualnego zogniskowanego wywiadu grupowego (VFGI, *virtual focus group interview*), tradycyjne wywiady kwestionariuszowe (PAPI, *paper and pencil interview*) realizowane są za pomocą przeglądark internetowych, jako wspomagane komputerowo wywiady w przeglądarce (CAWI, *computer-assisted web interview*).

To proste wydawałoby się przeniesienie metod badawczych do świata wirtualnego jest jednak kłopotliwe. Metodologia badań mediów społecznościowych odpowiada ich strukturalnej i funkcjonalnej charakterystyce. Wśród właściwości *social media*, które należy uwzględnić, planując badania, wymienia się między innymi: parametry ontolo-

¹⁸ D. Mider, *Dylematy...*, op.cit.; A. Hupa, op.cit., A., Marcinkowska, D. Mider, *Polityczna topografia Internetu. Zastosowanie analizy sieciowej do badań polskich partii politycznych w kampanii parlamentarnej 2011 roku*, „Studia Politologiczne” 2012, t. 26, s. 246–318.

¹⁹ D. Jemielniak, *Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych*, „Prakseologia” 2013, nr 154, s. 98.

²⁰ D. Mider, *Badanie kultury politycznej elit w Internecie – nota metodologiczna*, „Studia Politologiczne” 2012, t. 26, s. 319–330.

giczne rzeczywistości wirtualnej, w tym rozumienie przestrzeni i czasu, równoległe działanie inkluzywnych i ekskluzywnych sieci społecznych, sposób zamieszczania treści w Internecie i mediach społecznościowych, oddolny charakter komunikacji, indywidualizacja treści, integracja kanałów komunikacji, tworzenie kultury partycypacji i dynamicznej interakcji²¹. Przy przeprowadzaniu wywiadu za pomocą przeglądarki, brakuje kontaktu ankietera z ankietowanym, nie ma więc pewności, kto naprawdę wypełnia kwestionariusz. Ważna różnica dotyczy też nadawania komunikatu. W przypadku tradycyjnych metod, ankietowani przekazują informację ustnie, do badacza należy ich transkrypcja. W przypadku badań realizowanych online, ankietowany udziela odpowiedzi w formie pisanej. Odpowiedzi takie są więc już w pewien sposób autocenzurowane. Wśród zalet tego typu metod wymienia się czynniki czasowe i kosztowe: przeprowadzenie badań za pomocą przeglądarki jest dużo tańsze i szybsze, niż przy użyciu tradycyjnych metod.

6.4 POJĘCIA, KATEGORIE, PARADYGMATY

W przypadku obserwowania i opisywania nowych fenomenów, naturalną jest próba budowania punktów odniesienia pomiędzy nowym zjawiskiem, procesem, a dotychczasową siatką pojęć naukowych. Nie inaczej jest w przypadku badań mediów społecznościowych. Kilka tekstów teoretycznych, które napisano, jest próbą uchwycenia znanych już kategorii badawczych w nowym kontekście. I tak Grażyna Piechota analizuje w kontekście *social media* społeczeństwo obywatelskie²². Podobny temat podjął Kamil Łyżwa, który próbował rozwiłkować dylemat, czy nowe media rewolucjonizują czy raczej powodują ewolucję społeczeństwa obywatelskiego, któremu umożliwiają m.in. szybszą odpowiedź zwrotną dla polityków niż głosowanie w wyborach²³. Kamil Minkner zaproponował analizę Internetu w kontekście

²¹ Por. D. Mider, *Badanie kultury...*, op.cit.; idem, *Dylematy metodologiczne...*, op.cit.

²² G. Piechota, *Spółczesność obywatelska w dobie social media*, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne” 2014, t. 41, s. 231–248.

²³ K. Łyżwa, *Rewolucja czy naturalna ewolucja? O roli nowych mediów w komunikowaniu politycznym*, „Dziennikarstwo i Media” 2011, nr 1, s. 143–161.

agonistycznej wizji polityczności²⁴. Podobna idea, tyle że rozpatrywana z innego gruntu: modelu e-demokracji jako demokracji deliberacyjnej, przyświecała Michałowi Wenzlowi i Michałowi Felisiakowi, którzy w krytycznej analizie konfrontują teorię demokracji w kontekście dostępu do informacji, debaty publicznej i partycypacji²⁵. Karolina Stefanowicz podjęła się analizy mediów społecznościowych z punktu widzenia kategorii wpływu politycznego²⁶. Język polityki w mediach społecznościowych badali m.in. Bartłomiej Biskup²⁷, Ilona Biernacka-Ligieźa²⁸ oraz – w kontekście kultury przemocy werbalnej – Daniel Mider i Aneta Marcinkowska. Ci ostatni zaproponowali też narzędzie do badania przemocy w Internecie – indeks przemocy, skonstruowany przy użyciu metody sędziów kompetentnych²⁹. Z kolei Olgierd Annusewicz zaproponował klasyfikację sześciu funkcji komunikowania politycznego w Internecie (informacyjno-autoprezentacyjna; perswazyjna; edukacyjna; integracyjna; komunikowania dwukierunkowego; ekonomiczna), przy czym dzięki mediom społecznościowym możliwe stało się spełnianie funkcji integracyjnej³⁰. Interesującą koncepcję netykiety jako umowy społecznej (i metafory Hobbesowskiego Lewiatana) przedstawił Michał P. Pręgowski³¹.

²⁴ K. Minkner, *The Internet and the Agonistic Understanding of the Political: Theoretical Reflexions in the Context of Radical e-Democracy*, [w:] *Open Europe: Cultural Dialogue Across Borders. Europe of the Wary: New Communication and Information Order for Reduction of Tension within the United Europe*, red. W. Piątkowska-Stepaniak, Opole 2014, s. 129–141.

²⁵ M. Wenzel, M. Feliksiak, *Wpływ Internetu na głosowanie w wyborach parlamentarnych 2011 roku*, „Studia Socjologiczne” 2012, nr 4 (207), s. 133–155.

²⁶ K. Stefanowicz, *Portale społecznościowe jako narzędzie wpływu politycznego*, „Nowe Media” 2011, nr 2, s. 55–68.

²⁷ B. Biskup, *Komunikowanie polityczne w tradycyjnych i internetowych serwisach informacyjnych – analiza przejawów kultury politycznej przed wyborami prezydenckimi w Polsce w 2010 roku*, „Studia Politologiczne” 2011, t. 21, s. 51–88.

²⁸ I. Biernacka-Ligieźa, *„Wściekły atak katoprawicy” na „jeszcze bardziej lewicową wiedźmę” – analiza językowa tekstów blogów polityków*, [w:] *Media I czy IV władza*, red. M. Sokołowski, Warszawa 2007, s. 27–47.

²⁹ D. Mider, A. Marcinkowska, *Przemoc w kulturze politycznej polskiego Internetu*, „Studia Politologiczne” 2011, t. 21, s. 239–296.

³⁰ O. Annusewicz, *Funkcje komunikowania politycznego w Internecie*, „Studia Politologiczne” 2009, t. 14, s. 268–279.

³¹ M.P. Pręgowski, *Wzór osobowy internauty: czego oczekują od nas netykiety?*, „Studia Socjologiczne” 2009, nr 2 (193), s. 109–130.

Specyfika mediów społecznościowych implikuje wreszcie pewne narzędzia i wzorce zachowań badawczych. Związane są one z nowymi postawami i działaniami politycznymi, które ewoluowały wraz z powstaniem sieci społecznościowych³². Za takie uznać można np. *whistleblowing* za pomocą Internetu (portal WikiLeaks), organizowanie społecznych protestów za pomocą mediów społecznościowych czy użycie mediów społecznościowych jako „półoficjalnych” kanałów komunikacji politycznej na linii instytucja polityczna – opinia publiczna³³.

6.5 AKTYWNOŚĆ POLITYKÓW W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Najczęściej podejmowanym tematem badań nad polityką w mediach społecznościowych jest komunikacja polityczna. Jedną z pierwszych prac poświęconych temu zagadnieniu był artykuł Łukasza Szurmińskiego w „Dyskursie” poświęcony blogom internetowym prowadzonym przez polityków³⁴. Temat politycznej blogosfery był także poruszany przez Krzysztofa Karnkowskiego³⁵. Większość późniejszych badań analizowała albo przekrojowo media społecznościowe, albo skupiała się na analizie konkretnych serwisów. Jan Garlicki, analizując kampanię prezydencką w USA w 2010 r., zwrócił uwagę na potencjał, jaki tkwi w wykorzystywaniu nowych mediów do prowadzenia tzw. kampanii permanentnej. Media społecznościowe z jednej strony umożliwiają politykom bardziej intensywny i regularny kontakt z wyborcą, a jednocześnie dają obywatelom jakościowo nowe narzędzie kontroli obywatelskiej³⁶. Autor ten, wspólnie z Danielem Miderem, przeanalizował

³² Zob. S. Skwark, *The medium is the message. O sieci, komunikowaniu politycznym i social media*, [w:] *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, E. Wendland, Poznań 2012.

³³ Dobrym przykładem jest tutaj serwis mikroblogowy Twitter, który w ostatnich dwóch latach był wielokrotnie używany przez polityków jako miejsce informowania o decyzjach politycznych, opiniach w istotnych kwestiach politycznych oraz bieżących działaniach.

³⁴ Ł. Szurmiński, op.cit., s. 51–59.

³⁵ K. Karnkowski, *Polska blogosfera polityczna – wstępny opis zjawiska i metod badawczych*, „Societas/Communitas” 2010, nr 9, s. 153–166.

³⁶ J. Garlicki, *Komunikowanie polityczne – od kampanii wyborczej do kampanii*

również komunikację polityczną w Internecie, skupiając uwagę przede wszystkim na nowych kanałach komunikacji – mediach społecznościowych³⁷. Ilona Grzywińska opisała zastosowanie mediów społecznościowych w kampanii prezydenckiej Baracka Obamy w USA w 2008 r.³⁸ Od nieco innej strony – metodą rafinacji treści wspomaganą komputerowo – zagadnienie informacji „produkowanych” w mediach społecznościowych przedstawili Włodzimierz Gogołek i Paweł Kuczma. Przedmiotem ich badań były informacje dotyczące wyborów parlamentarnych, a analizie poddane zostały przede wszystkim blogi i fora, zaś Twitter i Facebook w dużo mniejszym stopniu. Zwracają oni uwagę na relatywnie wysoką – w stosunku do profesjonalnych portali informacyjnych – jakość treści w mediach społecznościowych. Według autorów rafinacja zapisów uzyskanych z Big Data „może być wiarygodnym źródłem informacji o zmianie sympatii politycznych w okresie poprzedzającym wybory”³⁹. Szeroko opracowany jest także temat zarządzania kryzysem przy użyciu *social media*. Temat ten podjęła m.in. Katarzyna Maksymowicz⁴⁰.

W literaturze znaleźć można również wiele interesujących studiów przypadku poświęconych bądź to konkretnemu kandydatowi, bądź konkretnemu medium. I tak Kamil Giemza badał aktywność w mediach społecznościowych eurodeputowanych wybranych z województwa mazowieckiego w 2013 r., rok przed wyborami do Parlamentu Europejskiego⁴¹. Analizę aktywności eurodeputowanych krajów Grupy

permanentnej, „Studia Politologiczne” 2010, t. 16, s. 26–45.

³⁷ J. Garlicki, D. Mider, *Wykorzystanie Internetu w komunikowaniu politycznym elit wyborcami*, „Studia Politologiczne” 2012, t. 25, s. 177–209.

³⁸ I. Grzywińska, *Zastosowanie nowych mediów w procesie komunikacji politycznej na przykładzie kampanii prezydenckiej w Stanach Zjednoczonych w 2008 r.*, „Studia Politologiczne” 2010, t. 16, s. 133–157.

³⁹ W. Gogołek, P. Kuczma, *Rafinacja informacji sieciowych na przykładzie wyborów parlamentarnych*, cz. 1: *Blogi, fora, analiza sentymentów*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 2 (53), s. 89–105. Zob. też: P. Kuczma, W. Gogołek, *Informacyjny potencjał sieci – na przykładzie wyborów prezydenckich 2010 roku*, „Studia Medioznawcze” 2010, nr 4 (43), s. 35–48.

⁴⁰ K. Maksymowicz, *Total Recall: the Political Crisis and Social Media*, „e-Politikon” 2014, nr 9, s. 270–292. Więcej na temat zob. też: A. Drosik, *Kreowanie wizerunku w sytuacji kryzysowej, stan badań*, [w:] *Studia nad komunikowaniem politycznym*, red. J. Fras, Toruń 2007.

⁴¹ K. Giemza, *Characteristics of Political Communication in Social Networks*.

Wyszehradzkiej przeprowadził z kolei Bartłomiej Machnik⁴². Szczególnym zainteresowaniem badaczy komunikacji polityków z otoczeniem cieszy się Twitter. Analizy jego wykorzystania przeprowadzili w ostatnich latach Małgorzata Adamik-Szysiak, Tomasz Gackowski i Bartłomiej Machnik⁴³. Na pierwszoplanową rolę Twittera wśród mediów społecznościowych zwraca uwagę Mirosław Lakomy, analizując mikroblogowy serwis pod kątem praktyki jego stosowania w komunikowaniu politycznym⁴⁴.

Równie częstym co Twitter tematem *case studies* są analizy komunikacji politycznej w portalu Facebook. Krzysztof Kowalik przeanalizował kampanię wyborczą do parlamentu w 2011 r. w województwie świętokrzyskim prowadzoną na tym portalu społecznościowym⁴⁵. Portal Facebook stał się także przedmiotem badań Grażyny Piechoty, która analizowała aktywność w mediach społecznościowych prezydentów miast Metropolii Silesia⁴⁶. Komunikację polityczną w portalu Facebook (oraz Nasza Klasa) badała również Ilona Grzywińska⁴⁷. Serwis społecznościowy Facebook jako narzędzie dialogu z wyborcami opisali Kinga Karasek-Kędzior i Leszek Porębski⁴⁸. Michał Danielewicz w studium

Mixed Methods Research on the Example of Warsaw Meps, „e-Politikon” 2014, nr 9, s. 164–187.

⁴² B. Machnik, *Social Media as an Element of European Identity Creation on the Example of the Visegrad Group Representatives in the European Parliament*, [w:] *Open Europe...*, op.cit., s. 115–128.

⁴³ M. Adamik-Szysiak, *Twitter in Communication Strategies of the Leaders of the Polish Political Parties*, „e-Politikon” 2014, nr 9, s. 109–131; T. Gackowski, *Top 10 Polish Politicians on Twitter – a Revolution in Political Communication? – Reconnaissance Research*, „e-Politikon” 2014, nr 9, s. 132–163; B. Machnik, *The Place of Twitter in the Process of Political Communication*, „e-Politikon” 2014, nr 9, s. 86–108.

⁴⁴ M. Lakomy, *Tweety na szczycie. Polityka responsywna*, „Studia Medioznawcze” 2014, nr 2 (57), s. 153–165.

⁴⁵ K. Kowalik, *Kampania wyborcza świętokrzyskich kandydatek i kandydatów do parlamentu 2011 w portalu społecznościowym Facebook.com*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 4 (55), s. 63–76.

⁴⁶ G. Piechota, *Wykorzystanie serwisu społecznościowego Facebook w komunikacji politycznej miast Metropolii Silesia i ich prezydentów*, „Studia Medioznawcze” 2012, nr 1 (48), s. 75–88.

⁴⁷ I. Grzywińska, *Analiza komunikacji politycznej w serwisach społecznościowych (NK.pl i Facebook.com) podczas prezydenckiej kampanii wyborczej 2010 roku*, „Studia Politologiczne” 2011, t. 21, s. 131–164.

⁴⁸ K. Karasek-Kędzior, Ł. Porębski, *Serwis społecznościowy jako narzędzie dialogu*

przypadku działacza partyjnej młodzieżówki przedstawia, jak dzięki zaangażowaniu w komunikację polityczną w Internecie można zmienić swoją strategię działania w hierarchicznej strukturze partyjnej i zautonomizować się od kierownictwa partii⁴⁹.

Trzeci z ważnych kanałów komunikacji politycznej, portal YouTube jest wciąż słabo „zagospodarowanym” fenomenem badawczym. Warto zwrócić uwagę na dwa artykuły. Pierwszy, Łukasza Drozdy, który analizuje aktywność publicystyczną w tym serwisie Bohdana Poręby, lidera Zjednoczenia Patriotycznego „Grunwald”⁵⁰. Zjawiskiem tzw. youtubizacji jako narzędzia politycznego PR zajęła się z kolei Agnieszka Walecka-Rynduch⁵¹.

6.6 AKTYWNOŚĆ OBYWATELSKA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Badanie polityczności mediów społecznościowych polega nie tylko na odpowiedzi na pytanie, jak to środowisko wykorzystują politycy, ale i jakie – nowe – możliwości aktywności obywatelskiej dają *social media*. W tym obszarze badań dominują analizy z trzech grup tematycznych: cyberaktywizmu, kultury politycznej i języka internautów oraz *whistleblowingu*. Artykuł o polskim cyberaktywizmie Jakuba Nowaka był jedną z pierwszych prac poświęconych temu zagadnieniu opublikowanych w języku polskim. Autor analizuje w nim tematykę antywojenną i dotyczącą ochrony praw człowieka⁵².

W ostatnich czterech latach mieliśmy do czynienia z kilkoma wydarzeniami politycznymi, których charakter i intensywność wyznaczała komunikacja w mediach społecznościowych. Mowa tu m.in. o ruchu Occupy Wall Street, polskich protestach przeciw ACTA, rewolucji

z wyborcami. *Profile polskich partii politycznych na Facebooku*, „Studia Humanistyczne AGH” 2014, t. 13, nr 1, s. 59–75; <http://dx.doi.org/10.7494/human.2014.13.1.59>.

⁴⁹ M. Danielewicz, *Robert. Facebook i polityka*, „Kultura Popularna” 2010, nr 1.

⁵⁰ Ł. Drozda, *Przepraszam... bez antysemityzmu. Komunoendek na YouTube*, „Kultura Popularna” 2013, nr 2 (36), s. 128–139.

⁵¹ A. Walecka-Rynduch, *Wideoideologia i youtubizacja jako narzędzia politycznego public relations*, „Politeja” 2013, t. 25, s. 481–499.

⁵² J. Nowak, *Polski cyberaktywizm: ochrona praw człowieka i tematyka antywojenna w Internecie*, „Studia Medioznawcze” 2007, nr 3 (30).

„lajków” w Rosji, Arabskiej Wiośnie Ludów, demonstracjach w Turcji w 2013 r. i innych. Tematem rewolucji „lajków” zajął się Mirosław Lakomy⁵³. Trzy artykuły dotyczące roli mediów społecznościowych w Arabskiej Wiośnie zostały wydane w monografii *Bunt czy rewolucja? Przemiany na Bliskim Wschodzie po 2010 roku* (wcześniej już przywoływanej). Tematyka ta skłania także do analiz grup radykalnych i antydemokratycznych. I tak Łukasz Hołub opisał działalność w Internecie (w tym w mediach społecznościowych) niemieckich radykalnych ugrupowań politycznych⁵⁴. Zagadnienie tzw. netwojny (*netwar*) i jej implikacje dla komunikacji w mediach społecznościowych opisane zostały przez Krzysztofa Liedla i Paulinę Piasecką⁵⁵.

Badania kultury politycznej w serwisach dziennikarstwa obywatelskiego w wyborach 2010 r. prowadził Przemysław Wesołowski⁵⁶. Z kolei Agnieszka Węglińska zwróciła uwagę na znaczenie blogerów w relacjonowaniu wydarzeń z obszarów objętych konfliktem zbrojnym, jak np. aktywność blogową Salama Paxa, piszącego z Bagdadu podczas drugiej wojny w Iraku⁵⁷. Daniel Mider analizował w kontekście kampanii prezydenckiej 2010 r. dyskusję w Usenecie, w grupie pl.soc.polityka⁵⁸. Badanie Usenetu pozwoliło wysnuć wnioski dotyczące kultury politycznej i języka dyskursu w Internecie w dyskusjach pomiędzy obywatelami. Choć autor nie podaje jednoznacznej odpowiedzi, należy zakładać, że Usenet nie stał się przestrzenią penetrowaną przez partyjnych specjalistów od marketingu politycznego, tak jak Facebook, Twitter czy fora dyskusyjne pod artykułami na popular-

⁵³ M. Lakomy, *Od „arabskiej wiosny” do powstania „lajków” w kontekście współpracy Federacji Rosyjskiej i Unii Europejskiej*, „Przegląd Politologiczny” 2013, nr 2, s. 129–138.

⁵⁴ Ł. Hołub, *Radykalne partie i ugrupowania polityczne w cyberprzestrzeni – Internet jako płaszczyzna politycznej aktywności skrajnej prawicy i lewicy w RFN*, „Społeczeństwo i Polityka” 2011, nr 3 (28), s. 33–53.

⁵⁵ K. Liedel, P. Piasecka, *Wojna cybernetyczna – wyzwanie XXI wieku*, „Bezpieczeństwo Narodowe” 2011, nr 17, s. 15–28.

⁵⁶ P. Wesołowski, *Kultura polityczna w internetowych serwisach dziennikarstwa obywatelskiego w kontekście wyborów Prezydenta RP w 2010 roku*, „Studia Politologiczne” 2011, t. 21, s. 165–201.

⁵⁷ A. Węglińska, *Nowe media w sytuacji zagrożenia i konfliktu*, „Rocznik Bezpieczeństwa Międzynarodowego” 2007, t. 2, s. 202–210.

⁵⁸ D. Mider, *Analiza przebiegu prezydenckiej kampanii wyborczej 2010 roku w Usenecie (grupa pl.soc.polityka)*, „Studia Politologiczne” 2011, t. 21, s. 202–238.

nych portalach internetowych. Wciąż słabo poznane przez polskich badaczy jest zagadnienie wykorzystywania mediów społecznościowych do aktywizacji społecznej. Pewne próby podjął Mirosław Lakomy, który zaprezentował wybrane przykłady dziennikarstwa obywatelskiego oraz znaczenia mediów społecznościowych w jego rozwoju⁵⁹. Podobne pytania towarzyszą Łukaszowi Maślance, który w artykule poświęconym WikiLeaks próbuje rozwikłać dylemat związków (współistnienia i konkurencji) mediów tradycyjnych i społecznościowych⁶⁰. Ten artykuł reprezentuje też kolejny temat – tzw. *whistleblowing* – którego najlepszą egzemplifikacją jest właśnie portal założony przez Juliana Assange. Analizę portalu WikiLeaks przeprowadzili również Maciej Milczanowski⁶¹ i Filip Ilkowski, który opisał depesze dyplomatyczne dotyczące Polski zamieszczone w tym portalu⁶².

Uwagę badaczy przykuwają też postawy i zachowania polityczne internautów. W badaniu przeprowadzonym w 2010 r. użytkownicy Internetu wymienili fora dyskusyjne oraz serwisy społecznościowe Facebook i Nasza-Klasa jako główne kanały, na których rozpowszechniają informacje na tematy polityczne⁶³. Daniel Mider, badając opinie internautów na temat zastosowań Internetu w polityce, wyodrębnił trzy typy postaw: cybermalkontentów, cybermaruderów i cyberentuzjastów. Według przedstawionych wyników badań (autor zadał ankietowanym kilkanaście szczegółowych pytań) internauci – średnio – są najbardziej skłonni zaakceptować Internet jako miejsce kontaktu wyborców z politykami, przeprowadzania referendów, środków prowadzenia kampanii wyborczej, przeciwni są jednak używaniu go do głosowania w wyborach oraz jako środka komunikacji polityków z wyborcami. Oceniają również Internet jako medium wywierające

⁵⁹ M. Lakomy, *Dziennikarstwo 2.0*, „Nowe Media” 2012, nr 3, s. 101–120.

⁶⁰ Ł. Maślanka, *Wikileaks: pogromca mediów czy stare w nowym wydaniu?*, „Dziennikarstwo i Media” 2012, nr 3, s. 153–169.

⁶¹ M. Milczanowski, *WikiLeaks: prawda, racja stanu, bezpieczeństwo*, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne” 2014, t. 42, s. 142–154.

⁶² F. Ilkowski, *Imperializm żebaczy, czyli polska polityka zagraniczna według dokumentów WikiLeaks*, „Społeczeństwo i Polityka” 2013, nr 1 (34), s. 261–276.

⁶³ J. Garlicki, *Dynamika kultury politycznej i partycypacji politycznej internautów w Polsce*, „Studia Politologiczne” 2012, t. 26, s. 15–39.

pozytywny wpływ na demokrację⁶⁴. Opinia znajduje potwierdzenie w zachowaniach: w badaniach prowadzonych w 2010 r. aż 83,5% ankietowanych zadeklarowało zainteresowanie polityką, a aż 88,6% było zainteresowanych kampanią prezydencką 2010 r. Jak dodaje Jan Garlicki, nie wystąpiła też statystycznie istotna różnica pomiędzy deklaracjami tzw. *heavy users* i *light users*⁶⁵.

6.7 INSTYTUCJE POLITYCZNE

Osobną grupą prac naukowych jest analiza relacji pomiędzy instytucjami politycznymi a mediami społecznościowymi. Ciekawe zagadnienie ciszy wyborczej w Internecie podjęła Magdalena Musiał-Karg, która przeanalizowała dzień ciszy wyborczej przed wyborami 2011 r. We wnioskach podsumowujących artykuł autorka słusznie zauważa, że charakterystyka mediów społecznościowych, z uwagi na brak kontroli instytucjonalnej, prowadzi do wypracowania trwałej praktyki łamania ciszy wyborczej⁶⁶. Justyna Arendarska przeprowadziła analizę użycia mediów społecznościowych w dyplomacji publicznej. Zwróciła uwagę, że media społecznościowe mogą spełniać następujące polityczne funkcje: porządku dnia, definiowania sytuacji, legitymizowania wydarzeń i ich bohaterów, katalizatora wydarzeń. Przywołuje również przykłady pomysłów i wdrożeń modeli komunikacji dyplomatów przy użyciu mediów społecznościowych: kanadyjską „wirtualną wieżę” (V-tower) i amerykański program „21st Century Statecraft”⁶⁷.

Zagadnienie cenzury w Internecie w kontekście strategii reżimów politycznych było przedmiotem pracy Daniela Midera i Olgierda

⁶⁴ D. Mider, *Cyberentuzjaści, cybermaruderzy czy cybermaklontenci? Badanie postaw polskich internautów wobec zastosowań Internetu w polityce*, „Studia Politologiczne” 2012, t. 26, s. 41–80.

⁶⁵ J. Garlicki, *Kultura polityczna polskich Internautów*, „Studia Politologiczne” 2011, t. 21, s. 13–50.

⁶⁶ M. Musiał-Karg, *Cisza wyborcza w Internecie – przykład polskich wyborów parlamentarnych z 2011 r.*, „Studia Politologiczne” 2013, t. 27, s. 276–300.

⁶⁷ J. Arendarska, *Elektroniczna dyplomacja – nowe narzędzia komunikowania w dyplomacji*, „e-Politikon” 2012, nr 4, s. 42–60.

Borówki⁶⁸. Krytyczne studium sieci społecznościowych w kontekście ich potencjalnych właściwości dezinformacyjnych i manipulacyjnych przedstawiła Kinga Jaruga⁶⁹.

W 2014 r. opublikowano wyniki badań Social Media Political Index, koordynowanych przez warszawskich politologów Olgierda Annusewicza i Antoniego Morawskiego na grupie 3173 polityków i instytucji politycznych (premierzy, głowy państw, posłowie, eurodeputowani, ministrowie) z jedenastu krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Celem badania było zmierzenie aktywności politycznej w mediach społecznościowych⁷⁰.

W latach 2011 i 2012 wydano dwa tomy „Studiów Politologicznych” poświęcone zagadnieniu kultury politycznej w Internecie. Artykuły w nich zawarte były owocem projektu badawczego *Formy i treść ekspresji kultury politycznej Polaków w Internecie w kampaniach wyborczych 2010 i 2011 roku*, realizowanego w Instytucie Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego⁷¹. W ramach projektu, kierowanego przez Jana Garlickiego i Daniela Midera, poddano analizie zarówno kulturę polityczną internautów, jak i kulturę polityczną instytucji – partii politycznych. Agnieszka Bejma i Przemysław Wesołowski badali kulturę polityczną Platformy Obywatelskiej w Internecie, w tym w mediach społecznościowych, podczas kampanii parlamentarnej w 2011 r.⁷² Analogiczne studium poświęcone Prawu i Sprawiedliwości napisał Bartłomiej Biskup⁷³, Ruchu Palikota – Tomasz Godlewski⁷⁴, PSL-u –

⁶⁸ D. Mider, O. Borówka, *Internet – medium bez cenzury?* „Studia Politologiczne” 2012, t. 25, s. 141–176.

⁶⁹ K. Jaruga, *Sieci społecznościowe w polityce: medium (dez)informacyjne?*, „Kultura-Media-Teologia” 2013, nr 13, s. 53–67.

⁷⁰ O. Annusewicz, A. Morawski, *Social Media in Political Communication in Central Europe – Quantitative Analysis. Social Media Political Index 2014*, „e-Politikon” 2014, nr 9, s. 9–42.

⁷¹ J. Garlicki, D. Mider, *Wprowadzenie*, „Studia Politologiczne” 2012, t. 26, s. 9–13.

⁷² A. Bejma, P. Wesołowski, *Analiza przejawów kultury politycznej Platformy Obywatelskiej podczas parlamentarnej kampanii wyborczej prowadzonej w Internecie w 2011 roku*, „Studia Politologiczne” 2012, t. 26, s. 81–108.

⁷³ B. Biskup, *Poziom internetowej kultury politycznej Prawa i Sprawiedliwości podczas kampanii parlamentarnej 2011 roku*, „Studia Politologiczne” 2012, t. 26, s. 109–131.

⁷⁴ T. Godlewski, *Rekonstrukcja modelu kultury politycznej Ruchu Palikota w In-*

Daniel Mider i Aneta Marcinkowska⁷⁵, SLD – Adrianna Chibowska, Jan Garlicki i Daniel Mider⁷⁶, PJN-u – Tomasz Godlewski⁷⁷. Wszystkie analizy – przeprowadzone w ramach jednego projektu badawczego – bazowały na podobnej metodzie: analizie sieci Web 1.0 i Web 2.0.

6.8 PODSUMOWANIE

Zaprezentowany przegląd badań dotyczących politycznych aspektów mediów społecznościowych uwidacznia przede wszystkim istnienie głębokiej asymetrii badań nad mediami społecznościowymi w Polsce. Ośrodkiem wiodącym, który inicjuje większość projektów badawczych, a także opracowuje metodologię badań, jest Uniwersytet Warszawski. Jednocześnie należy zauważyć, że badania są skoncentrowane na zachowaniach i postawach tradycyjnych aktorów politycznych – partii politycznych, instytucji, polityków, którzy używają Internetu jako narzędzia do komunikacji politycznej. Wbrew początkowym założeniom okazało się, że metodologia badań polityki w Internecie jest dobrze opracowana, głównie dzięki realizowanym projektom badawczym. Potwierdziła się natomiast teza o „przedmiotowym etnocentryzmie” badaczy. Zdecydowanie dominują analizy polskiego życia politycznego, co jest zjawiskiem naturalnym, brak jednak stosowania na szerszą skalę narzędzi komparatystyki. W cytowanej literaturze przedmiotu naukowcy badający polityczną przestrzeń Internetu powołują się głównie na dorobek nauki amerykańskiej i brytyjskiej. Brakuje natomiast zarówno krajowej polemiki naukowej, jak i badań regionalnych z wykorzystaniem doświadczeń innych krajów Europy Środkowej.

ternecie w kampanii parlamentarnej 2011 roku, „Studia Politologiczne” 2012, t. 26, s. 132–144.

⁷⁵ D. Mider, A. Marcinkowska, *Polskie Stronnictwo Ludowe – ewaluacja internetowej kultury politycznej podczas kampanii parlamentarnej 2011 roku*, „Studia Politologiczne” 2012, t. 26, s. 145–192.

⁷⁶ A. Chibowska, J. Garlicki, D. Mider, *Sojusz Lewicy Demokratycznej – ewaluacja internetowej kultury politycznej podczas kampanii parlamentarnej w 2011 roku*, „Studia Politologiczne” 2012, t. 26, s. 193–231.

⁷⁷ T. Godlewski, *Rekonstrukcja modelu kultury politycznej partii Polska Jest Najważniejsza w Internecie w kampanii parlamentarnej 2011 roku*, „Studia Politologiczne” 2012, t. 26, s. 232–245.

LITERATURA:

- Adamik-Szysiak M. 2014, *Twitter in Communication Strategies of the Leaders of the Polish Political Parties*, „e-Politikon”, nr 9, s. 109–131.
- Annusewicz O. 2009, *Funkcje komunikowania politycznego w Internecie*, „Studia Politologiczne”, t. 14, s. 268–279.
- Annusewicz O., Morawski A. 2014, *Social Media in Political Communication in Central Europe – Quantitative Analysis. Social Media Political Index 2014*, „e-Politikon”, nr 9, s. 9–42.
- Arendarska J. 2012, *Elektroniczna dyplomacja – nowe narzędzia komunikowania w dyplomacji*, „e-Politikon”, nr 4, s. 42–60.
- Bard A., Söderqvist J. 2006, *Netokracja*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Bejma A., Wesołowski P. 2012, *Analiza przejawów kultury politycznej Platformy Obywatelskiej podczas parlamentarnej kampanii wyborczej prowadzonej w Internecie w 2011 roku*, „Studia Politologiczne”, t. 26, s. 81–108.
- Biernacka-Ligieża I. 2011, *ICT and Local Governance – e-government in the Local Public Sphere in Poland and Norway*, „Central European Journal of Communication”, t. 4, nr 7, s. 293–313.
- Biernacka-Ligieża I. 2007, „Wściekły atak katoprawicy” na „jeszcze bardziej lewicową wiedźmę” – analiza językowa tekstów blogów polityków, [w:] *Media w Polsce. I władza IV RP?*, red. M. Sokołowski, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, s. 27–47.
- Biskup B. 2011, *Komunikowanie polityczne w tradycyjnych i internetowych serwisach informacyjnych – analiza przejawów kultury politycznej przed wyborami prezydenckimi w Polsce w 2010 roku*, „Studia Politologiczne”, t. 21, s. 51–88.
- Biskup B. 2012, *Poziom internetowej kultury politycznej Prawa i Sprawiedliwości podczas kampanii parlamentarnej 2011 roku*, „Studia Politologiczne”, t. 26, s. 109–131.
- Castells M. 2013, *Sieci oburzenia i nadziei. Ruchy społeczne w erze Internetu*, Warszawa: PWN.
- Castells M. 2013, *Władza komunikacji*, Warszawa: PWN.
- Chibowska A., Garlicki J., Mider D. 2012, *Sojusz Lewicy Demokratycznej – ewaluacja internetowej kultury politycznej podczas kampanii parlamentarnej w 2011 roku*, „Studia Politologiczne”, t. 26, s. 193–231.
- Danielewicz M. 2010, *Robert. Facebook i polityka*, „Kultura Popularna”, nr 1.
- Danielewicz M. 2010, *Wikipedia – socjologiczny reportaż z miejsca zdarzeń*, „Studia Socjologiczne”, nr 2 (197), s. 127–156.
- Drosik A. 2007, *Kreowanie wizerunku w sytuacji kryzysowej, stan badań* [w:] *Studia nad komunikowaniem politycznym*, red. J. Fras, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

- Dobek-Ostrowska B., Garlicki J. (red.) 2013, *Political Communication in the Era of New Technologies*, Frankfurt nad Menem–Berlin–Bernol–Bruksela–Wiedeń–Nowy Jork–Oksford: Peter Lang.
- Drozda Ł. 2013, *Przepraszam...bez antysemityzmu. Komunoendek na YouTube*, „Kultura Popularna”, nr 2 (36), s. 128–139.
- Ellison N.B. 2007, *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, „Journal of Computer-Mediated Communication”, t. 13 (1), s. 210–230.
- Firer-Blaess S., Fuchs C. 2012, *Wikipedia: An Info-Communist Manifesto*, „Television & New Media”, doi: 10.1177/1527476412450193.
- Gackowski T. 2014, *Top 10 Polish Politicians on Twitter – a Revolution in Political Communication? – Reconnaissance Research*, „e-Politikon”, nr 9, s. 132–163.
- Garlicki J. 2012, *Dynamika kultury politycznej i partycypacji politycznej internautów w Polsce*, „Studia Politologiczne”, t. 26, s. 15–39.
- Garlicki J. 2010, *Komunikowanie polityczne – od kampanii wyborczej do kampanii permanentnej*, „Studia Politologiczne”, t. 16, s. 26–45.
- Garlicki J. 2011, *Kultura polityczna polskich internautów*, „Studia Politologiczne”, t. 21, s. 13–50.
- Garlicki J., Mider D. 2012, *Wprowadzenie*, „Studia Politologiczne”, t. 26, s. 9–13.
- Garlicki J., Mider D. 2012, *Wykorzystanie Internetu w komunikowaniu politycznym elit z wyborcami*, „Studia Politologiczne”, t. 25, s. 177–209.
- Giemza K. 2014, *Characteristics of Political Communication in Social Networks. Mixed Methods Research on the Example of Warsaw Meps*, „e-Politikon”, nr 9, s. 164–187.
- Goban-Klas T. 2011, *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji. Pisma z lat 2000–2011*, Kraków: Universitas.
- Godlewski T. 2012, *Rekonstrukcja modelu kultury politycznej partii Polska Jest Najważniejsza w Internecie w kampanii parlamentarnej 2011 roku*, „Studia Politologiczne”, t. 26, s. 232–245.
- Godlewski T. 2012, *Rekonstrukcja modelu kultury politycznej Ruchu Paliokota w Internecie w kampanii parlamentarnej 2011 roku*, „Studia Politologiczne”, t. 26, s. 132–144.
- Gogołek W., Kuczma P. 2013, *Rafinacja informacji sieciowych na przykładzie wyborów parlamentarnych*, cz. 1: *Blogi, fora, analiza sentymentów*, „Studia Medioznawcze”, nr 2 (53), s. 89–105.
- Greenstein S., Zhu, F. 2014, *Collective Intelligence and Neutral Point of View: The Case of Wikipedia*, „NBER Working Paper”, nr 18167, <http://www.nber.org/papers/w18167> [dostęp: 03.09.2014].
- Grodzka D. 2007, *E-administracja w Polsce*, „Studia BAS”, nr 57, s. 57–81.
- Grzywińska I. 2011, *Analiza komunikacji politycznej w serwisach społecznościowych (NK.pl i Facebook.com) podczas prezydenckiej kampanii wyborczej 2010 roku*, „Studia Politologiczne”, t. 21, s. 131–164.

- Grzywińska I. 2010, *Zastosowanie nowych mediów w procesie komunikacji politycznej na przykładzie kampanii prezydenckiej w Stanach Zjednoczonych w 2008 r.*, „Studia Politologiczne”, t. 16, s. 133–157.
- Hołub Ł. 2011, *Radikalne partie i ugrupowania polityczne w cyberprzestrzeni – Internet jako płaszczyzna politycznej aktywności skrajnej prawicy i lewicy w RFN*, „Społeczeństwo i Polityka”, nr 3 (28), s. 33–53.
- Hupa A. 2007, *Badania orientacji politycznej w Internecie*, „Studia Socjologiczne”, nr 186.
- Illkowski F. 2013, *Imperializm źebraczy, czyli polska polityka zagraniczna według dokumentów WikiLeaks*, „Społeczeństwo i Polityka”, nr 1 (34), s. 261–276.
- Jaruga K. 2013, *Sieci społecznościowe w polityce: medium (dez)informacyjne?*, „Kultura – Media – Teologia”, nr 13, s. 53–67.
- Jemielniak D. 2013, *Netnografia, czyli etnografia wirtualna – nowa forma badań etnograficznych*, „Prakseologia”, nr 154, s. 97–116.
- Kaplan A.M., Haenlein A. 2010, *Users of the World Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, „Business Horizons”, t. 53, nr 1, s. 59–68.
- Karasek-Kędzior K., Porębski L. 2014, *Serwis społecznościowy jako narzędzie dialogu z wyborcami. Profile polskich partii politycznych na Facebooku*, „Studia Humanistyczne AGH”, t. 13, nr 1, s. 59–75, <http://dx.doi.org/10.7494/human.2014.13.1.59>.
- Karnkowski K. 2012, *Blogosfera polityczna w Polsce*, (praca doktorska), Warszawa, <http://depotuw.ceon.pl/bitstream/handle/item/242/Blogosfera%20polityczna%20w%20Polsce.pdf?sequence=1> [dostęp: 07.08.2014].
- Karnkowski K. 2010, *Polska blogosfera polityczna – wstępny opis zjawiska i metod badawczych*, „Societas/Communitas”, nr 9, s. 153–166.
- Kietzmann J.H., Hermkens K., McCarthy I.P., Silvestre B.S. 2011, *Social media? Get serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media*, „Business horizons”, t. 54, nr 3, s. 241–251.
- Kowalik K. 2013, *Kampania wyborcza świętokrzyskich kandydatek i kandydatów do parlamentu 2011 w portalu społecznościowym Facebook.com*, „Studia Medioznawcze”, nr 4 (55), s. 63–76.
- Kuczma P., Gogołek W. 2010, *Informacyjny potencjał sieci – na przykładzie wyborów prezydenckich 2010 roku*, „Studia Medioznawcze”, nr 4 (43), s. 35–48.
- Lakomy M. 2012, *Dziennikarstwo 2.0*, „Nowe Media”, nr 3, s. 101–120.
- Lakomy M. 2013, *Od „arabskiej wiosny” do powstania „lajków” w kontekście współpracy Federacji Rosyjskiej i Unii Europejskiej*, „Przegląd Polityczny”, nr 2, s. 129–138.
- Lakomy M. 2014, *Tweety na szczycie. Polityka responsywna*, „Studia Medioznawcze”, nr 2 (57), s. 153–165.

- Liedel K., Piasecka P. 2011, *Wojna cybernetyczna – wyzwanie XXI wieku*, „Bezpieczeństwo Narodowe”, nr 17, s. 15–28.
- Łada A., Fałkowska-Warska M. 2012, *Europoseł w sieci*, Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.
- Łyżwa K. 2011, *Rewolucja czy naturalna ewolucja? O roli nowych mediów w komunikowaniu politycznym*, „Dziennikarstwo i Media”, nr 1, s. 143–161.
- Machnik B. 2014, *Social Media as an Element of European Identity Creation on the Example of the Visegrad Group Representatives in the European Parliament*, [w:] *Open Europe: Cultural Dialogue Across Borders. Europe of the Wary: New Communication and Information Order for Reduction of Tension within the United Europe*, red. W. Piątkowska-Stepaniak, Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, s. 115–128.
- Machnik B. 2014, *The Place of Twitter in the Process of Political Communication*, „e-Politikon”, nr 9, s. 86–108.
- Maksymowicz K. 2014, *Total Recall: the Political Crisis and Social Media*, „e-Politikon”, nr 9, s. 270–292.
- Mangold W.G., Faulds D.J. 2009, *Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix*, „Business Horizons”, t. 52, nr 4, s. 357–365.
- Marcinkowska A., Mider D. 2012, *Polityczna topografia Internetu. Zastosowanie analizy sieciowej do badań polskich partii politycznych w kampanii parlamentarnej 2011 roku*, „Studia Politologiczne”, t. 26, s. 246–318.
- Maślanka Ł. 2012, *Wikileaks: pogromca mediów czy stare w nowym wydaniu?*, „Dziennikarstwo i Media”, nr 3, s. 153–169.
- Mider D. 2011, *Analiza przebiegu prezydenckiej kampanii wyborczej 2010 roku w Usenecie (grupa pl.soc.polityka)*, „Studia Politologiczne”, t. 21, s. 202–238.
- Mider D. 2012, *Badanie kultury politycznej elit w Internecie – nota metodologiczna*, „Studia Politologiczne”, t. 26, s. 319–330.
- Mider D. 2012, *Cyberentuzjaści, cybermaruderzy czy cybermaktentenci? Badanie postaw polskich internautów wobec zastosowań Internetu w polityce*, „Studia Politologiczne”, t. 26, s. 41–80.
- Mider D. 2013, *Dylematy metodologiczne badań kultury politycznej w Internecie*, „Przegląd Politologiczny”, nr 2, s. 23–34.
- Mider D. 2008, *Partycypacja polityczna w Internecie. Studium politologiczne*, Warszawa: Elipsa.
- Mider D., Borówka O. 2012, *Internet – medium bez cenzury?*, „Studia Politologiczne”, t. 25, s. 141–176.
- Mider D., Marcinkowska A. 2011, *Przemoc w kulturze politycznej polskiego Internetu*, „Studia Politologiczne”, t. 21, s. 239–296.

- Mider D., Marcinkowska A. 2012, *Polskie Stronnictwo Ludowe – ewaluacja internetowej kultury politycznej podczas kampanii parlamentarnej 2011 roku*, „Studia Politologiczne”, t. 26, s. 145–192.
- Milczanowski M. 2014, *WikiLeaks: prawda, racja stanu, bezpieczeństwo*, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne”, t. 42, s. 142–154.
- Minkner K. 2014, *The Internet and the Agonistic Understanding of the Political: Theoretical Reflexions in the Context of Radical e-Democracy*, [w:] *Open Europe: Cultural Dialogue Across Borders. Europe of the Wary: New Communication and Information Order for Reduction of Tension within the United Europe*, red. W. Piątkowska-Stepaniak, Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, s. 129–141.
- Musiak-Karg M. 2013, *Cisza wyborcza w Internecie – przykład polskich wyborów parlamentarnych z 2011 r.*, „Studia Politologiczne”, t. 27, s. 276–300.
- Neff J.J., Laniado D., Kappler K.E., Volkovich Y., Aragón P. i in. 2013, *Jointly They Edit: Examining the Impact of Community Identification on Political Interaction in Wikipedia*, „PLoS ONE”, nr 8 (4), doi:10.1371/journal.pone.0060584.
- Nowak J. 2007, *Polski cyberaktywizm: ochrona praw człowieka i tematyka antywojenna w Internecie*, „Studia Medioznawcze”, nr 3 (30).
- O'Reilly T. 2005, *What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, http://www.google.pl/books?hl=pl&lr=&id=NpEk_WFCMdIC&oi=fnd&pg=PT3&dq=what+is+web+2.0&ots=OYLFKanAHV&sig=zbFO2Tc5aAJ6s0cfQIP4tFsXFAo&redir_esc=y#v=onepage&q=what%20is%20web%202.0&f=false [dostęp: 2.08.2014].
- Piechota G. 2014, *Spółczesność obywatelska w dobie social media*, „Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne”, t. 41, s. 231–248.
- Piechota G. 2012, *Wykorzystanie serwisu społecznościowego Facebook w komunikacji politycznej miast Metropolii Silesia i ich prezydentów*, „Studia Medioznawcze”, nr 1 (48), s. 75–88.
- Popiołek M. 2013, *Bariery rozwoju e-administracji w Polsce*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, t. 2, s. 161–169.
- Popiołek M. 2013, *E-government in Poland – Selected Issues*, „The Journal of Education Culture and Society”, nr 2, s. 397–403.
- Pręgowski M.P. 2009, *Wzór osobowy internauty: czego oczekują od nas netykiety?*, „Studia Socjologiczne”, nr 2 (193), s. 109–130.
- Sawicka Z. 2012, *Polityczna siła mediów społecznościowych. Rola nowych mediów w tworzeniu społeczeństwa obywatelskiego na Bliskim Wschodzie*, [w:] *Bunt czy rewolucja? Przemiany na Bliskim Wschodzie po 2010 roku*, red. K. Górak-Sosnowska, K. Pachniak, Łódź: Ibidem.
- Shirky C. 2011, *The Political Power of Social Media. Technology, the Public Sphere, and Political Change*, „Foreign Affairs”, nr 90.

- Skwark S. 2012, *The Medium is the Message. O sieci, komunikowaniu politycznym i social media*, [w:] *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, E. Wendland, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza.
- Stachowska G. 2012, *Media jako okno na świat protestów w krajach arabskich w 2011 r. – analiza treści w środkach masowego przekazu i mediach społecznościowych*, [w:] *Bunt czy rewolucja? Przemiany na Bliskim Wschodzie po 2010 roku*, red. K. Górak-Sosnowska, K. Pachniak, Łódź: Ibidem.
- Stefanowicz K. 2011, *Portale społecznościowe jako narzędzie wpływu politycznego*, „Nowe Media”, nr 2, s. 55–68.
- Szpunar M. 2012, *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN.
- Szpunar M. (red.) 2011, *Paradoksy Internetu. Konteksty społeczno-kulturowe*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Szpunar M. 2011, *Społeczne konteksty nowych mediów*, Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Szurmiński Ł. 2006, *Blog jako forma komunikacji politycznej w Polsce*, „Dyskurs”, nr 4, s. 51–59.
- Tkacz N. 2010, *Wikipedia and the Politics of Mass Collaboration*, „Platform: Journal of Media and Communication”, t. 2, nr 2, s. 40–53.
- Walecka-Rynduch A. 2013, *Wideoideologia i youtubizacja jako narzędzia politycznego public relations*, „Politeja”, t. 25, s. 481–499.
- Wenzel M., Feliksiak M. 2012, *Wpływ Internetu na głosowanie w wyborach parlamentarnych 2011 roku*, „Studia Socjologiczne”, nr 4 (207), s. 133–155.
- Wesołowski P. 2011, *Analiza komunikacji politycznej w serwisach internetowych kandydatów na prezydenta Polski w trakcie kampanii wyborczej 2010 roku*, „Studia Politologiczne”, t. 21, s. 89–130.
- Wesołowski P. 2011, *Kultura polityczna w internetowych serwisach dziennikarstwa obywatelskiego w kontekście wyborów Prezydenta RP w 2010 roku*, „Studia Politologiczne”, t. 21, s. 165–201.
- Węglińska A. 2007, *Nowe media w sytuacji zagrożenia i konfliktu*, „Rocznik Bezpieczeństwa Międzynarodowego”, t. 2, s. 202–210.
- Zawrotna M. 2012, *Państwo Facebooka. Rola internetowych portali społecznościowych w Rewolucji 25 stycznia w Egipcie*, [w:] *Bunt czy rewolucja? Przemiany na Bliskim Wschodzie po 2010 roku*, red. K. Górak-Sosnowska, K. Pachniak, Łódź: Ibidem.