

Rec. z Artur Roguski, Zrozumieć Social Media, Helion, 2020, ss. 291

Andrzej Radomski¹

W literaturze polskiej, jak i światowej ukazują się coraz więcej publikacji poświęconych nowym mediom. Szczególna uwaga skupia się na portalach społecznościowych, które stały się od kilku lat główną platformą komunikacji w świecie wirtualnym, a także miejscem marketingu, reklamy, nauki, rozrywki i życia towarzyskiego.

W roku 2020 nakładem wydawnictwa Helion ukazała się kolejna monografia poświęcona mediom społecznościowym. Tym razem wyszła ona spod pióra praktyka.

Autor: Zrozumieć Social Media jest psychologiem – ze specjalizacją w zakresie mediów właśnie, a także reklamy internetowej pracującym w branży związanej z marketingiem w sieci. Jego książka jest więc także swoistym zapisem doświadczenia osoby wykonującej określone działania praktyczne za pomocą sieci społecznościowych.

Artur Roguski zadedykował swoją książkę praktycznie wszystkim użytkownikom sieci. Jest ona „poradnikiem” ukazującym: jak funkcjonują nowe media, jak poruszać się w mediach społecznościowych, jak uniknąć różnego typu niebezpieczeństw i zagrożeń niesionych przez Internet? Szczególnie dużo miejsca poświęca autor takim tematom, jak: cyberprzemoc, różnego typu zaburzenia wywoływane przez zbyt długotrwałe surfowanie w sieci czy wpływ na samoocenę młodych osób korzystających z Internetu. Autor stawia min. następujące pytania:

- dlaczego ludzie korzystają z mediów społecznościowych?
- jakie czynniki powodują, że się od nich uzależniają?
- czy i jak można bronić się przed tymi uzależnieniami?
- w jaki sposób firmy i świat reklamy wykorzystują media dla swoich celów?

Omawiana książka składa się z 11 rozdziałów. Pierwsze cztery poświęcone są: historii mediów społecznościowych oraz zasadom ich funkcjonowania. Autor ukazuje pewne mechanizmy działania popularnych serwisów w rodzaju: Facebook, Twitter czy Instagram, które nie zawsze i do końca są uświadamiane i znane użytkownikom. Kolejne trzy (5-7) poświęcone są już psychologicznym uwarunkowaniom korzystania z mediów społecznościowych. Koncentruje się tu na zależnościach jakie istnieją między danym typem osobowości, a sposobem

¹ UMSC, Lublin

korzystania z serwisów internetowych czy różnicami kulturowymi jakie tu istnieją. Ostatnie cztery z kolei są już poświęcone wykorzystaniu mediów społecznościowych w reklamie i marketingu. Zagadnienie to omawia na szerszym tle – na czele z praktykami manipulacyjnymi czy produkowaniem fake news. Z jednej strony Roguski radzi, jak ustrzec się przez różnego typu patologiami występującymi w sieci, a z drugiej, jak efektywnie wykorzystać potencjał tkwiący w tych nowych mediach.

Książka Artura Roguskiego łączy w sobie: a) monografię naukową z popularyzowaniem nauki – gdyż złożone meandry współczesnego Internetu ukazuje w prostym i zrozumiałym języku, b) walory poznawcze mieszają się w niej z praktycznymi poradami, c) pełni też swoistą funkcję psychoterapeutyczną z naciskiem na demaskowanie również ukrytych mechanizmów wpływu mediów na naszą psychikę. Z tego też względu zainteresuje i młodszych i starszych odbiorców, praktyków i teoretyków oraz edukatorów.