

Spis treści

Wstęp.....	7
-------------------	----------

Rozdział 1

Zaangażowanie użytkowników w tworzenie zawartości Internetu.....	11
---	-----------

1.1. Dziennikarstwo uczestniczące, jako element genezy zaangażowania nieprofesjonalistów w tworzenie zawartości Internetu	11
1.2. Filozofia Web 2.0.....	15

Rozdział 2

Rozważania terminologiczne.....	25
--	-----------

2.1. Pojęcie memu na gruncie antropologii kulturowej. Memetyka.....	25
2.2. Dawkinsowskie pojęcie memu wobec memu, jako fenomenu internetowego	28

Rozdział 3

Obrazkowe memy internetowe – wprowadzenie.....	39
---	-----------

3.1. »Memy właściwe« oraz Demotywatory	39
3.2. Najbardziej memogenne społeczności Internetu.....	50

Rozdział 4

Rodzaje memów – wybiórcza próba kategoryzacji

i charakterystyki ich języka	61
4.1. Ze względu na zasięg	61
4.2. Ze względu na cel żartu konstytuującego	65
4.3. Ze względu na formę językową	71

Rozdział 5

Obrazkowe memy polityczne

5.1. Media społecznościowe jako platforma ekspresji poglądów oraz dyskusji	79
5.2. Memy dotyczące zagranicznego bądź globalnego życia politycznego.....	84
5.3. Memy dotyczące polskiego życia politycznego	94

Rozdział 6

Wykorzystanie memów jako narzędzia marketingowego.....

6.1. Cykl życia	101
6.2. »Memejacking« i »memescaping«	105
6.3. Fenomen »Węży w samolocie«	112

Zakończenie

Bibliografia

Spisy ilustracji, tabel i wykresów