
ARTYKUŁY

KRZYSZTOF WASILEWSKI

ORCID: 0000-0002-5378-2822

Politechnika Koszalińska

krzysztof.wasilewski@tu.koszalin.pl

Cyfrowy regionalizm, media społecznościowe i małe ojczyzny. Studium przypadku Pomorza Zachodniego

Słowa kluczowe: cyfrowy regionalizm, lokalne dziedzictwo, media społecznościowe, Pomorze Zachodnie, globalizacja

Keywords: digital regionalism, local heritage, social media, West Pomerania, globalization

Wprowadzenie

Jeszcze do niedawna mogło wydawać się, że regionalizm, rozumiany jako dążenie do zachowania lokalnej specyfiki, traci na znaczeniu. Postępująca globalizacja, rozwój technologii oraz wykształcenie się społeczeństwa sieci – aby odwołać się do terminu spopularyzowanego przez Manuela Castellsa – powszechnie były odbierane jako procesy prowadzące do marginalizacji tego, co bliskie i swojskie. Tymczasem na początku trzeciej dekady XXI wieku widać wyraźnie, że wspomniane procesy wywołują również odwrotne działania. Dzięki bowiem szerokiemu dostępowi do internetu i migracji kolejnych sfer życia społecznego i politycznego do cyberprzestrzeni, lokalna historia, tradycja i kultura zyskały podmiotowość w sferze publicznej.

Zadaniem niniejszego artykułu będzie analiza zjawiska tzw. cyfrowego regionalizmu. W swoim najszerszym znaczeniu polega ono na wykorzystywaniu technik (technologii) informacyjno-komunikacyjnych, w tym zwłaszcza mediów społecznościowych, do popularyzacji lokalnej specyfiki, a więc jej dziejów, kultury i tradycji.

Cyfrowy regionalizm jest zatem społeczno-technologicznym fenomenem, u którego podstawy znajduje się aktywność amatorów – w pozytywnym tego słowa znaczeniu – wykorzystujących obecność na platformach społecznych do upowszechnienia historii swojej małej ojczyzny¹. Współczesny regionalizm ma więc charakter indywidualny i opiera się na cyfrowych umiejętnościach internautów, zarazem jednak odgrywa istotną rolę w procesie kształtowania tożsamości wspólnoty. Weryfikacja tak sformułowanej tezy nastąpi poprzez odpowiedź na następujące pytanie badawcze: czy i w jaki sposób media społecznościowe są wykorzystywane do krzewienia lokalnej historii, kultury i tradycji przez regionalistów Pomorza Zachodniego?

W pierwszej części artykułu przybliżono definicję cyfrowego regionalizmu oraz jego najbardziej charakterystyczne cechy. Następnie przedstawiono podstawową typologię inicjatyw regionalistycznych, które można odnaleźć we współczesnych mediach społecznościowych. Główna część artykułu zawiera analizę i opis najpowszechniejszych inicjatyw regionalistycznych online odnoszących się do obszaru Pomorza Zachodniego i jego poszczególnych miast i miejsc. Przeprowadzone badania opierają się na empirycznych danych ilościowych i jakościowych, zgromadzonych w trakcie prac nad książką *Regionalizm 2.0. Media hiperlokalne i małe ojczyzny*², w tym zwłaszcza na wynikach ankiety i wywiadach narracyjnych, uzupełnionych o szczegółowe badania przeprowadzone w stosunku do Pomorza Zachodniego na potrzeby niniejszego artykułu. Regionalizm stanowi przedmiot badań wielu dyscyplin naukowych, w tym historii, socjologii i politologii, w związku z czym poniższa analiza cyfrowego regionalizmu została przeprowadzona z wykorzystaniem metod i technik badawczych przypisanych do tych dyscyplin. Ze względu na charakter opisywanego regionalizmu wykorzystano także narzędzia medioznawcze.

Cyfrowy regionalizm

Wbrew powszechnym obawom z przełomu XX i XXI wieku postępująca globalizacja nie doprowadziła do zaniku lokalnych kultur i tradycji. Wręcz przeciwnie. Ostatnie trzy dekady dowiodły bowiem znaczenia glocalizacji, a więc procesu

¹ Termin „mała ojczyzna” rozumiem jako przestrzeń geograficzną, z którą dany człowiek czuje się związany emocjonalnie, dlatego „mała ojczyzna” może oznaczać zarówno wieś czy miasto, jak i większą jednostkę administracyjną.

² Krzysztof Wasilewski, *Regionalizm 2.0. Media hiperlokalne i małe ojczyzny* (Koszalin: Wydawnictwo Politechniki Koszalińskiej, 2022).

dowartościowującego lokalną specyfikę, szczególnie jej różnorodność, przejawiającą się m.in. kulturowaniem specyficznych zwyczajów, języka, kuchni, architektury itp.³. Warto przy tym zwrócić uwagę, że globalizacja nie oznacza zaprzeczenia globalizacji, lecz stanowi jej swoiste uzupełnienie w postaci dostosowania tego, co prowincjonalne, do trendów ogólnoświatowych⁴. Współwystępowanie i przenikanie się obu tych sfer dobrze ilustruje przykład popularności niektórych lokalnych potraw, które dzięki globalizacji stały się znane daleko poza miejscem swojego pochodzenia. Zarazem też, trafiając na stoły w różnych częściach świata, zyskiwały one tamtejszą specyfikę. Jednakże współistnienie globalności i globalizacji potęguje również negatywne zjawiska, jak np. terroryzm międzynarodowy czy ruchy separatystyczne⁵. Świat u progu trzeciej dekady XXI wieku charakteryzuje zatem nie homogenizacja kultury, lecz jej różnorodność; nie globalne społeczeństwo, lecz wielość tożsamości; nie integracja, lecz coraz silniejsze procesy dezintegracyjne⁶.

Glocalizacja nie pozostaje bez wpływu zarówno na współczesny regionalizm, jak i samo postrzeganie regionu. Jak wskazuje Ryszard Kowalczyk, regionalizm najczęściej jest definiowany jako „postawa jednostki wobec regionu, stan świadomości społecznej mieszkańców regionu lub swoista ideologia i ruch społeczny o charakterze regionalnym”⁷. Ma on zatem charakter sprawczy, zaś do jego podstawowych celów należą: przywracanie i umacnianie tożsamości grupowej, dbałość o rozwój regionu kulturowego oraz aktywizacja mieszkańców⁸. Nic zatem dziwnego, że, jak wskazuje Henryk Skorowski, „współczesny regionalizm może być traktowany jako fenomen historyczny, społeczny, kulturowy, polityczny”, a także etyczny⁹. Każda dyscyplina naukowa, np. historia, socjologia lub politologia, uzupełnia powyższą

³ Victor Roudometof, „Theorizing Glocalization: Three Interpretations”, *European Journal of Social Theory* 19 (2016), 3: 393.

⁴ Bill Ashcroft, Gareth Griffiths, Helen Tiffin, *Post-Colonial Studies: The Key Concepts* (London – New York: Routledge, 2013), 104.

⁵ Tanisha M. Fazal, „Go Your Own Way. Why Rising Separatism Might Lead to More Conflict”, *Foreign Affairs* 97 (2018), 4: 113.

⁶ Francis Fukuyama, *Tożsamość. Współczesna polityka tożsamościowa i walka o uznanie* (Poznań: Dom Wydawniczy Rebis, 2020), 77.

⁷ Ryszard Kowalczyk, „Idea regionalizmu społeczno-kulturalnego. Reminiscencje historyczno-aksjologiczne”, *Acta Politica Polonica* 4 (2016): 6.

⁸ Jerzy Damrosz, „Regionalizm u progu XXI wieku”, w: *Regionalizm polski u progu XXI wieku* red. Stefan Bednarek i in. (Wrocław: Krajowy Ośrodek Dokumentacji Regionalnych Towarzystw Kultury, 1994), 13.

⁹ Henryk Skorowski, „Regionalizm jako kategoria aksjologiczna”, *Studia Theologica Varsaviensia* 28 (1990), 2: 128.

definicję o własną specyfikę. Jednak dwa elementy regionalizmu pozostają niezmiennie, tj. odwołanie do konkretnej przestrzeni geograficznej i zamieszkującej ją wspólnoty. Podobnie rzecz się ma z samym pojęciem regionu, które można zdefiniować jako „obszar (terytorium) względnie jednorodny, różniący się od terenów przyległych określonymi cechami naturalnymi lub nabytymi”¹⁰.

O ile powyższe definicje regionalizmu i regionu można uznać za nadal aktualne, o tyle mimo wszystko wymagają one uwzględnienia współczesnych realiów społecznych, technologicznych, kulturowych i politycznych. Wspomniana już globalizacja, ale także ukształtowanie się społeczeństwa sieci oraz mediatyzacja i cyfryzacja kolejnych sfer ludzkiej aktywności, nierozłącznie związane z rozwojem internetu, odcisnęły swoje piętno również na regionalizmie¹¹. Już na początku XXI wieku Manuel Castells zauważył, że cyberprzestrzeń stała się podstawowym miejscem, gdzie nie tylko prowadzone są dyskusje i spory, ale także dochodzi do aktywizacji wszystkich grup społecznych. Jak pisze hiszpański socjolog, specyfika internetu „idealnie pasuje do zasadniczych cech charakteryzujących ruchy społeczne ery informacji”¹². Proces ten, dający się zaobserwować od kilkunastu ostatnich lat, nabral przyspieszenia w momencie wybuchu pandemii Covid-19 na początku 2020 roku. Od tego czasu migracja do cyberprzestrzeni przestała być tylko wyborem, a w wielu wypadkach stała się koniecznością. Dotyczy to zarówno codziennych czynności (np. nauka, praca), jak i organizacji okolicznościowych uroczystości, np. obchodów rocznicowych¹³.

Przeniesienie znacznej części aktywności społecznej – w tym działalności regionalistycznej – do internetu, doprowadziło do głębokich przekształceń w funkcjonowaniu regionalizmu i samym rozumieniu regionu. Dwie podstawowe kategorie definiujące region, a więc przestrzeń geograficzna i zamieszkująca go wspólnota, w internecie tracą swoje kluczowe znaczenie¹⁴. W cyberprzestrzeni

¹⁰ Jacek Poniedziałek, *Postmigracyjne tworzenie tożsamości regionalnej. Studium współczesnej warmińskomazurskości* (Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2011), 29.

¹¹ Janusz Miąso, „Rola mediów w kształtowaniu kultury regionalnej w perspektywie społeczeństwa informacyjnego, medialnego, sieciowego”, *Perspektywy Edukacyjno-Społeczne* 1 (2014): 16.

¹² Manuel Castells, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem* (Poznań: Dom Wydawniczy Rebis, 2003), 159.

¹³ Krzysztof Wasilewski, „Ziemie Zachodnie i Północne w mediach społecznościowych”, w: *Ziemie Zachodnie i Północne (1945–2020). Nowe konteksty*, red. Małgorzata Bukiel, Andrzej Sakson, Cezary Trosiak (Poznań: Instytut Zachodni, 2021), 139–159.

¹⁴ Por. Adrian Mihalache, „The Cyber Space-Time Continuum: Meaning and Metaphor”, *The Information Society. An International Journal* 18 (2002), 4: 293–301.

bowiem zarówno granice regionu, jak i wyróżniające go cechy nie są przypisane raz na zawsze, lecz na bieżąco negocjowane przez użytkowników. Powtarzając za Zygmuntem Baumanem, można więc stwierdzić, że chociaż „nie nastąpiło jeszcze prawdziwe i pełne unieważnienie przestrzeni”, to w realiach online należy podkreślić jej dyskursywny, a więc płynny charakter¹⁵. Innymi słowy, zakres geograficzny regionu oraz jego właściwości wynegocjowane w cyberprzestrzeni nie muszą odpowiadać jego administracyjnym granicom i specyfice. Za ilustrację mogą posłużyć profile i strony w mediach społecznościowych poświęcone poszczególnym miejscowościom, gdzie historyczne granice, nazwy i postacie przeplatają się ze współczesnymi. W rezultacie także samą działalność regionalistyczną należy rozpatrywać przez pryzmat jej migracji do cyberprzestrzeni.

Cyfryzacja regionalizmu staje się faktem. W związku z powyższym region powinien być rozumiany jako

przestrzeń wyznaczona przez praktyki komunikacyjne, których zasięg określa jego granice, zaś przesyłane informacje konstruują jego pamięć, zwyczaje i wartości. Regionem może więc być rzeczywisty obszar geograficzny i kultury, uformowany na przestrzeni wieków i lat; może nim być także region wyobrażony, funkcjonujący jedynie w przestrzeni dyskursywnej, dowolnie kształtowanej przez uczestników sieci komunikacyjnych¹⁶.

Z kolei regionalizm cyfrowy należy „utożsamiać z procesem komunikacyjnym mającym na celu skonstruowanie wspólnego systemu wartości danego regionu i jego wspólnoty”. To także „świadome i celowe manifestowanie w cyberprzestrzeni indywidualnej postawy wobec danego obszaru, jak również popularyzowanie jego dziedzictwa historycznego i kulturowego przy wykorzystaniu procesów komunikacyjnych konstruujących owe terytorium”¹⁷.

Powyższe definicje regionu i regionalizmu dostosowują dotychczasowe rozumienie obu tych terminów do współczesnych realiów, coraz częściej bowiem aktywność regionalistów realizowana jest w cyberprzestrzeni, przede wszystkim za pośrednictwem mediów społecznościowych. Współczesny kryzys dotychczasowych nośników socjalizacji regionalnej, a więc przede wszystkim tradycyjnych

¹⁵ Zygmunt Bauman, *Płynna nowoczesność* (Kraków: Wydawnictwo Literackie, 2009), 173.

¹⁶ Krzysztof Wasilewski, „Media hiperlokalne i regionalizm 2.0”, w: *Polski system medialny w procesie zmian*, red. Jolanta Kępa-Mętrak, Przemysław Cizek (Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, 2021), 129.

¹⁷ Tamże.

mediów lokalnych (tj. prasy, radia i telewizji), wydawnictw książkowych i systemu edukacji regionalnej, a ostatnio również obostrzenia społeczne związane z pandemią Covid-19, powodują, że to internet staje się podstawowym źródłem informacji o historii, tradycji i kulturze małej ojczyzny. Co więcej, nie dotyczy to – jak mogłoby się wydawać – jedynie osób młodych, lecz całego spektrum wiekowego społeczeństwa. Nie zapominając zatem o możliwych negatywnych skutkach tego trendu (np. alienacja społeczna, uzależnienie od mediów społecznościowych), warto zwrócić uwagę na niewątpliwe pozytywne aspekty z nim związane, jak chociażby oddolny charakter cyfrowego regionalizmu, wysoki potencjał do aktywizacji społecznej oraz powstanie masowego odbiorcy tematyki regionalnej.

Typologia regionalistycznej aktywności w cyberprzestrzeni

Próba stworzenia wyczerpującej klasyfikacji inicjatyw regionalistycznych w mediach społecznościowych skazana jest na porażkę¹⁸. O ile bowiem w przypadku tradycyjnych środków masowego przekazu, tj. prasy, radia i telewizji, można mówić o skończonej liczbie typów i rodzajów mediów, o tyle w przypadku cyberprzestrzeni jest to niemożliwe. Stwierdzenie to wynika z podstawowej cechy mediów internetowych, jaką jest elastyczność formy i dynamiczny rozwój. Platformy społecznościowe, które obecnie wielu utożsamia z całym internetem, tj. Facebook, ale również Twitter, Instagram, czy TikTok¹⁹, nie istniały na początku XXI wieku. Wówczas to powszechnie łączono przyszłość komunikacji z blogami, chętnie zakładanymi i prowadzonymi zarówno przez czołowych polityków, jak i tzw. zwykłych użytkowników internetu²⁰. Wykształcenie się Web 2.0, łączącego w sobie wszystkie dotychczasowe zalety internetu z wysokim potencjałem interaktywności, doprowadziło do ewolucji już istniejących typów mediów internetowych oraz powstania nowych. Można zatem spodziewać się, że w bliższej lub dalszej przyszłości obecne formy mediów społecznościowych zostaną zastąpione przez nowe, obecnie nieznanne. W związku z tym poniższa typologia ma fragmentaryczny charakter i służy ogólnemu uporządkowaniu inicjatyw regionalistycznych

¹⁸ Ramón Salaverria, „Typology of Digital News Media. Theoretical Bases for their Classification”, *Mediterranean Journal of Communication* 8 (2017), 1: 20.

¹⁹ Kirsty Young, „Ties, Social Networks and the Facebook Experience”, *International Journal of Emerging Technologies and Society* 9 (2011), 1: 22.

²⁰ Jan M. Zając, Kamil Rakocy, „Blogi i blogosfera z perspektywy sieci społecznych”, *Studia Medioznawcze* 30 (2007): 97.

w mediach społecznościowych pod kątem ich administratorów, formy oraz zakresu oddziaływania.

Przyjmując, że platformy społecznościowe, takie jak Facebook, są obecnie główną przestrzenią internetowej aktywności regionalistycznej, najbardziej podstawowy podział inicjatyw odwołujących się do idei małej ojczyzny będzie dotyczył tego, czy występują one wyłącznie w cyberprzestrzeni, czy też stanowią rozwinięcie tradycyjnej aktywności. W przypadku np. samorządowych instytucji kultury (muzea, biblioteki itp.) obecność w internecie wciąż pełni funkcje poboczne w stosunku do głównej działalności. Z kolei wiele osób prywatnych, prowadzących profile lub strony poświęcone historii ich małej ojczyzny, jest aktywnych jedynie w mediach społecznościowych. Dla części z nich jest to naturalny wybór, dla innych konieczność, wynikająca z braku możliwości działania na innych płaszczyznach.

Kolejny sposób podziału internetowych inicjatyw regionalistycznych skupia się na rodzaju materiałów, które one udostępniają. W tym wypadku można wyróżnić następujące typy: dominacja informacji tekstowych; dominacja skanów zdjęć, widokówek, dokumentów itp.; występowanie materiałów wideo – incydentalnie lub na równi z pozostałymi. Informacje tekstowe najczęściej dominują w najstarszych formach mediów społecznościowych, tj. blogach²¹. Pierwsze blogi powstały w połowie pierwszej dekady XXI wieku jako oddolna odpowiedź na pogłębiający się kryzys prasy drukowanej. Choć ich liczba systematycznie spada, nadal pełnią one ważną funkcję informacyjną. Coraz częściej jednak popularność zyskują inicjatywy, w których dominują pliki graficzne, a ostatnio także pliki wideo. W wielu z nich informacja tekstowa ograniczona została do minimum, choć można spotkać również i takie, gdzie grafika i tekst wzajemnie się uzupełniają. W obu wypadkach publikacja skanu zdjęcia, pocztówki czy dokumentu stanowi pretekst do wywołania dyskusji wśród uczestników, co często prowadzi do pozyskania kolejnych informacji. O ile jeszcze do niedawna edycja i zamieszczenie materiałów wideo wymagały zaawansowanej wiedzy i oprogramowania, o tyle obecnie zwiększyła się ich dostępność. Szczególnie w dobie pandemii Covid-19 można zauważyć znaczną profesjonalizację wielu inicjatyw regionalistycznych, prowadzonych zarówno przez instytucje, jak i osoby prywatne.

W analizie internetowych inicjatyw regionalistycznych ważną rolę odgrywa typ właściciela – administratora profilu lub strony. Już wspomniano o dwóch, tj. osobach prywatnych (serwisy prowadzone w pojedynkę, kilka osób lub grupowo)

²¹ Stephanie Ho, „Blogging as Popular History Making”, *Public History Review* 14 (2007): 64–79.

oraz instytucjach samorządowych. Wśród pozostałych można wskazać: parafie, stowarzyszenia/ organizacje pozarządowe, instytucje naukowe, użytkowników komercyjnych. Dwa pierwsze typy, a więc instytucje samorządowe i osoby prywatne występują najczęściej. Podobnie parafie chętnie sięgają po media społecznościowe jako dogodne narzędzie do komunikacji z wiernymi. Nie wszystkie jednak łączą swoją obecność na popularnych platformach z aktywnością na rzecz małej ojczyzny. Organizacje pozarządowe i stowarzyszenia, a także instytucje naukowe, również wykorzystują media społecznościowe, przede wszystkim do przekazywania informacji. Nawet w przypadku stowarzyszeń regionalnych, zajmujących się promowaniem lokalnej historii, kultury i tradycji, Facebook lub inna platforma najczęściej stanowi jedynie rodzaj tablicy informacyjnej. Do rzadkości natomiast należą użytkownicy komercyjni prowadzący aktywność regionalistyczną. Zazwyczaj są to lokalne księgarnie lub wydawnictwa. Warto także wspomnieć o inicjatywach, które nie mają jednego administratora – są to przeważnie grupy regionalne, gdzie każdy dowolnie może publikować własne materiały.

Jak już wskazano, w mediach internetowych kluczowym wyznacznikiem ich przestrzennego oddziaływania jest zawartość. Współcześnie w mediach społecznościowych, a więc przede wszystkim na Facebooku, najczęściej można spotkać inicjatywy odwołujące się do pojedynczego miejsca, tj. miejscowości, wsi, cmentarza, ulicy, a nawet budynku. W przypadku większych miast, jak np. Szczecin, Wrocław czy Gdańsk, tego typu stron i profili jest co najmniej kilka. Jednakże nawet mniejsze ośrodki i wsie coraz częściej cieszą się zainteresowaniem cyfrowych regionalistów, dzięki którym zyskują podmiotowość w sferze publicznej. Do wyjątków natomiast należą inicjatywy internetowe dedykowane gminom, powiatom i województwom. Pomijając Warmię i Mazury, które jako region cieszą się wyjątkową atencją regionalistów, w przypadku Ziem Zachodnich i Północnych niezwykle rzadko można spotkać profil lub stronę poświęconą historii obszaru większego niż dane miasto i jego okolice. Lukę tę próbują wypełnić samorządy, tworząc odrębne profile „turyistyczne” na temat historii i tradycji lub też zamieszczając odpowiednią treść na głównej stronie.

Powyższa typologia internetowych inicjatyw regionalistycznych siłą rzeczy ma charakter ogólny. Ze względu na ograniczenia, wynikające z obszerności artykułu, zaprezentowano jedynie podstawowy podział, z pominięciem chociażby klasyfikacji samych mediów społecznościowych czy też realizowanych przez nie funkcji. Niemniej, zaprezentowana typologia pozwala uporządkować wciąż powiększający się zbiór internetowych stron i profili odwołujących się do idei małej ojczyzny.

Internetowe inicjatywy podmiotów instytucjonalnych

Analizę cyfrowego regionalizmu odnoszącego się do Pomorza Zachodniego warto rozpocząć od przybliżenia inicjatyw instytucji samorządowych i centralnych. To one bowiem wskazują dominującą tematykę i sposób narracji w wykonaniu oficjalnych elit, a więc odgórnie pożądaną kierunek budowania regionalnej tożsamości i pamięci zbiorowej.

Oficjalny profil Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego na Facebooku, pn. „Pomorze Zachodnie”, obserwuje 113 tys. użytkowników²². Porównując tę liczbę z oficjalnymi profilami pozostałych województw, należy on do chętniej obserwowanych tego typu inicjatyw. Dla porównania, „Warmia i Mazury. Zdrowe życie, czysty zysk” prowadzony przez urząd marszałkowski w Olsztynie cieszy się zainteresowaniem niespełna 25 tys. osób²³. „Pomorze Zachodnie” ma za zadanie informować o najważniejszych wydarzeniach w regionie, zwłaszcza tych inspirowanych przez wojewódzkie władze samorządowe lub odbywające się z ich udziałem. Tematyka regionalna, rozumiana jako przybliżenie historii, tradycji i kultury poszczególnych miast i obszarów województwa zachodniopomorskiego, pojawia się nieregularnie. Pretekstem do publikacji tego typu materiałów jest zazwyczaj rocznica, odrestaurowanie zabytku bądź inne wydarzenie związane z danym miejscem lub postacią. Na przykład 19 marca 2020 roku na profilu pojawił się post poświęcony historii kościoła w Trzęsaczu oraz lokalnym legendom²⁴. Warto wspomnieć, że w zamieszczanych informacjach często promowane są zewnętrzne wydarzenia i inicjatywy, organizowane np. przez grupy rekonstrukcyjne czy organizacje pozarządowe. W ten sposób profil popularyzuje mniej znane inicjatywy i podnosi świadomość odbiorców na temat życia regionu. Publikowane materiały składają się zazwyczaj z tekstu i towarzyszącej mu grafiki. Sama informacja utrzymana jest w pół oficjalnej formie, przypominając tym samym prywatne inicjatywy regionalistyczne.

W podobny sposób funkcjonują profile pozostałych władz lokalnych, tj. prezydentów miast, burmistrzów i wójtów. Dominują w nich bieżące wiadomości, związane z funkcjonowaniem poszczególnych samorządów i podległych im instytucji,

²² Dane na dzień 15.02.2022 r.

²³ Dane na dzień 15.02.2022 r.

²⁴ *Pomorze Zachodnie*, Facebook.com, dostęp 15.02.2022, <https://www.facebook.com/135490949986411/photos/a.135567009978805/1224399734428855/>.

natomiast tematyka regionalna pojawia się najczęściej przy okazji uroczystości rocznicowych. Jednak biorąc pod uwagę dość znaczne zasięgi oficjalnych profili oraz ich kluczową rolę w przekazywaniu informacji, poprzez zamieszczanie postów o działalności grup rekonstrukcyjnych, stowarzyszeń czy też wydarzeń odnoszących się do lokalnego dziedzictwa, realizują one ważną funkcję popularyzatorską. Innymi słowy, to dzięki nim wiele inicjatyw regionalistycznych ma szansę dotrzeć do szerokiego grona odbiorców.

Odrębnej analizy wymagają profile prowadzone przez muzea, biblioteki i pozostałe instytucje odpowiedzialne za realizowanie działalności kulturalnej i naukowej oraz jej promocję. Do wybuchu pandemii Covid-19 na początku 2020 roku większość z nich traktowało swoją obecność w mediach społecznościowych przede wszystkim jako sposób na promocję własnej działalności. Jednak wraz z wprowadzeniem ograniczeń w codziennym funkcjonowaniu internet stał się równoległą przestrzenią ich aktywności. Obok zatem zamieszczania postów przybliżających dzieje poszczególnych terenów Pomorza Zachodniego i związanych z nim osób, Muzeum Narodowe w Szczecinie angażuje swoich użytkowników w różnego rodzaju quizy i konkursy. Swoją profil na Facebooku, obserwowany przez ponad 9 tys. osób, muzeum wykorzystuje także do dystrybucji materiałów edukacyjnych do organizowanych przez siebie wystaw, jak np. „Najstarsze karty z dziejów Szczecina”. Podobnie funkcjonują profile pozostałych muzeów, w tym Muzeum Archeologiczno-Historycznego w Stargardzie i Muzeum w Koszalinie. Cykl prezentujący dzieje wybranych budowli prowadzi m.in. Muzeum Pojezierza Myśliborskiego. Z kolei Muzeum Wału Pomorskiego chętnie dzieli się z użytkownikami różnymi ciekawostkami na temat swych zbiorów. Należy wskazać, że jedynie Muzeum Narodowe w Szczecinie oraz wchodzące w jego skład Centrum Dialogu Przełomy wykorzystują swoje profile na Facebooku do zamieszczania dłuższych filmów, np. relacji ze spotkań autorskich czy okolicznościowych wydarzeń, w tym przybliżających historię szczecińskiego Grudnia 1970.

Obok muzeów ważną rolę w propagowaniu dziejów i kultury regionalnej odgrywają biblioteki. Co więcej, należą one do tych instytucji, które najszybciej i najchętniej zaczęły wykorzystywać media społecznościowe do poszerzenia własnej działalności. Warto wspomnieć o bibliotekach cyfrowych, które – jako wpisujące się w szeroką kategorię mediów społecznościowych – stanowią często podstawowe źródło informacji dla regionalistów. Materiały związane z Pomorzem Zachodnim można odnaleźć przede wszystkim w Zachodniopomorskiej Bibliotece Cyfrowej Pomerania, Bałtyckiej Bibliotece Cyfrowej oraz Gorzowskiej

Bibliotece Cyfrowej (materiały dotyczące południowej części współczesnego województwa zachodniopomorskiego). Wracając jednak do platform społecznościowych, tematykę lokalną można najczęściej spotkać na profilach prowadzonych przez działy regionalne poszczególnych bibliotek. Ponadto, wspólnie z fundacją *sedina.pl*, Książnica Pomorska realizuje projekt „Encyklopedia Pomorza Zachodniego – *pomeranica.pl*”, którego profil koncentruje się na przypomnianiu wydarzeń i postaci z historii regionu. Warto jednak zaznaczyć, że publikacja postów ma charakter nieregularny, a sam profil obserwowany jest przez niespełna 880 osób²⁵.

Aktywnie w mediach społecznościowych działa szczeciński oddział Instytutu Pamięci Narodowej (IPN). Obserwujący jego profil na Facebooku, a jest ich ponad 4 tys., mogą zapoznać się nie tylko z tradycyjnymi postami, zawierającymi tekst i grafikę, ale też z dużym zbiorem nagrań wykładów, spotkań i konferencji organizowanych lub współorganizowanych przez oddział. Co więcej, zamieszczone filmy to nie tylko relacje z okolicznych wydarzeń, ale również profesjonalne animacje (np. zapowiedź wystawy „Powstanie Grudniowe 1970 roku”) i dokumenty poświęcone najnowszej historii Szczecina i Pomorza Zachodniego. Taka sytuacja nie może dziwić, biorąc pod uwagę, że IPN posiada wieloletnie doświadczenie w wykorzystywaniu nowych technologii do budowania własnej narracji o przeszłości²⁶.

Zauważalna jest także postępująca profesjonalizacja aktywności w mediach społecznościowych poszczególnych oddziałów Archiwum Państwowego. Na szczególne wyróżnienie zasługuje profil na Facebooku Archiwum Państwowego w Koszalinie, obserwowany przez ponad 3,9 tys. osób²⁷. Jego administratorzy publikują na nim całą gamę materiałów – od informacji o organizowanych wydarzeniach, przez posty przybliżające historię miejsc i postaci z Koszalina i regionu, po cykliczne filmy oraz transmisje na żywo. Relację z promocji wydawnictwa pt. *Nieznane twarze Koszalina. Miejsca, których już nie ma*, obejrzało na przykład niemal 780 osób.

Wśród pozostałych instytucji promujących regionalną historię w mediach społecznościowych warto wymienić Zamek Książąt Pomorskich w Szczecinie, Wojewódzki Urząd Ochrony Zabytków w Szczecinie oraz Instytut Historii Uniwersytetu Szczecińskiego. Profil na Facebooku tego pierwszego prowadzony jest niezwykle profesjonalnie i cieszy się dużym zainteresowaniem użytkowników – obserwuje

²⁵ Dane na dzień 17.02.2022 r.

²⁶ Por. Patryk Wawrzyński, „Polityka historyczna w dobie Internetu. Instytut Pamięci Narodowej a nowe media”, *Nowe Media. Studia i Rozprawy* 4 (2014): 20.

²⁷ Dane na dzień 17.02.2022 r.

go niemal 16,6 tys. osób²⁸. Obok informacji o aktualnych wydarzeniach mających miejsce na Zamku, profil oferuje dostęp do kilkuminutowych filmów z cyklu „Zamkowe opowieści” oraz zapowiedzi i relacji ze spotkań, wystaw i konferencji organizowanych lub współorganizowanych przez instytucję. Z kolei profil Wojewódzkiego Urzędu Ochrony Zabytków w Szczecinie jest obserwowany przez niespełna 2 tys. osób. Zamieszczane są na nim zazwyczaj materiały regionalnych i lokalnych mediów (prasy i telewizji), organizacji pozarządowych oraz pozostałych instytucji samorządowych i centralnych, jak np. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, które podejmują temat zabytków Pomorza Zachodniego. W materiałach własnych dominują zdjęcia wzbogacone informacją tekstową. Profil Instytutu Historii Uniwersytetu Szczecińskiego zamieszcza posty poruszające szeroką tematykę historyczną, związaną z aktywnością badawczą pracowników instytutu. W odniesieniu do tematyki regionalnej i lokalnej w większości są to informacje o nowych publikacjach, wykładach czy odkryciach archeologicznych. Równie często posty zawierają odnośniki do wydarzeń organizowanych przez inne instytucje lub relacji medialnych związanych z pracą naukową Instytutu Historii.

Stowarzyszenia, organizacje pozarządowe i parafie

Jak już wspomniano, media społecznościowe tworzą niezwykle ważną przestrzeń aktywności dla różnego rodzaju grup i stowarzyszeń regionalnych, organizacji pozarządowych, fundacji i parafii. Swoją działalnością wspomagają oficjalne instytucje bądź wypełniają lukę, zajmując się kwestiami, które z różnych powodów znajdują się poza zainteresowaniem organów odpowiedzialnych, np. za ochronę dziedzictwa materialnego. Warto przy tym zaznaczyć, że do tej kategorii zaliczają się nie tylko zarejestrowane podmioty, ale także nieformalne grupy, których liczba systematycznie rośnie. Naturalnie wiele z nich – podobnie jak w przypadku podmiotów instytucjonalnych – traktuje swoją obecność w internecie jako dodatkową działalność, nakierowaną na promocję inicjatyw poza cyberprzestrzenią. Dla części jednak Facebook czy YouTube to co najmniej równorzędne pole aktywności regionalistycznej. Zawartość profili różni się od realizowanych przez nie celów. Tam, gdzie promocja lokalnej historii, kultury i tradycji stanowi główny przedmiot działania, daje się zauważyć postępującą profesjonalizację zamieszczanych

²⁸ Dane na dzień 17.02.2022 r.

materiałów. Z kolei w przypadku podmiotów, dla których regionalizm pełni funkcje poboczne, podstawą często są materiały tekstowe i skany.

Pośród tej grupy podmiotów, które wykorzystują media społecznościowe do prowadzenia działalności regionalistycznej, jednymi z najaktywniejszych są stowarzyszenia działające na rzecz ochrony lokalnego dziedzictwa kulturowego. Choć ich praca koncentruje się poza cyberprzestrzenią, internet jest dla nich ważnym źródłem informowania o realizowanych przedsięwzięciach, aktywizacji społecznej na rzecz ratowania zabytków czy przekazywania wiedzy o przeszłości. Do najpopularniejszych w tej kategorii należy profil na Facebooku administrowany przez Stowarzyszenie Denkmal Pomorze, który obserwowany jest przez niemal 6 tys. osób²⁹. Stowarzyszenie zostało zarejestrowane w 2020 roku, lecz w sposób nieformalny funkcjonowało już wcześniej. Profil „Denkmal Pomorze” to kompendium wiedzy o Pomorzu Zachodnim, gdzie znajdują się materiały nie tylko związane z działalnością stowarzyszenia (w tym również odnośniki do artykułów prasowych, audycji radiowych i telewizyjnych poświęconych jego działaniom), ale także dotyczące całości wydarzeń promujących lokalną historię. Warto także przywołać profil „Ratujmy Wieża Bismarck Gocław – Szczecin”, obserwowany przez ponad 5,5 tys. osób³⁰. Równie profesjonalnie prowadzony jest profil Stowarzyszenia Historycznego Pamięć i Tożsamość, obserwowany przez 1290 osób³¹. Użytkownicy mogą znaleźć na nim odniesienia do różnego rodzaju materiałów związanych z dziejami Pomorza Zachodniego, w tym nowości książkowych, wykładów czy organizowanych spotkań autorskich. Dominują informacje tekstowe oraz grafika, z kolei do rzadkości należą materiały wideo.

Media społecznościowe to dogodna przestrzeń do popularyzowania swoich działań przez stowarzyszenia propagujące historię, grupy rekonstrukcyjne, modelarskie itp. W ich przypadkach można mówić o konwergencji działalności realnej z aktywnością w cyberprzestrzeni, która przestaje pełnić jedynie rolę tablicy ogłoszeń. Dobrym przykładem jest profil Bałtyckiego Stowarzyszenia Miłośników Historii „Perun” z Koszalin, obserwowany przez 1309 osób³². Jego zawartość tworzą nie tylko posty o wydarzeniach organizowanych lub współorganizowanych przez stowarzyszenie, ale też autorskie wpisy przybliżające historię lokalną,

²⁹ Dane na dzień 20.02.2022 r.

³⁰ Dane na dzień 23.04.2022 r.

³¹ Dane na dzień 22.02.2022 r.

³² Dane na dzień 21.02.2022 r.

zwłaszcza w aspekcie militarnym. Na profilu dostępne są ponadto filmy nagrane przez członków stowarzyszenia i jego współpracowników. Co więcej, w ramach współpracy z różnego rodzaju instytucjami, stowarzyszenie prowadziło transmisje wydarzeń na żywo.

Równie aktywnie w mediach społecznościowych działa Grupa Rekonstrukcji Historycznej *Elegia*, zajmująca się „odtworzeniem żołnierzy 1 Armii Wojska Polskiego, 4 DP, 11 pp, Wehrmachtu oraz Armii Czerwonej walczących w 1945 roku na terenie Pomorza Zachodniego”³³. Także w tym wypadku profil zawiera zarówno materiały oryginalne, jak i odnośniki do artykułów, filmów i audycji przygotowanych przez zewnętrzne instytucje. Podobnie funkcjonuje profil na Facebooku grupy „Budzistowo – dawny Kołobrzeg”, obserwowany przez 565 osób³⁴. Bogatą bibliotekę skanów i plików wideo udostępnia profil prowadzony przez Stowarzyszenie Rekonstrukcji Historycznej Gryf (SRH Gryf), działające na terenie Pomorza Środkowego i odtwarzające dzieje tzw. żołnierzy wykłetych.

Inną kategorią stowarzyszeń są te, które koncentrują się głównie na działaniu w cyberprzestrzeni. Często wynika to z braku odpowiedniego potencjału finansowego lub osobowego – bądź też innych ograniczeń – do prowadzenia aktywności poza mediami społecznościowymi. Przykładem tego typu inicjatywy jest profil na Facebooku „Muzeum w Chojnie – projekt”, realizowany wspólnie przez pracowników naukowych Uniwersytetu Szczecińskiego oraz miejscowych regionalistów i obserwowany obecnie przez niemal 830 osób³⁵. Jak można przeczytać w krótkiej informacji, „strona powstała, by propagować ideę powołania w Chojnie muzeum regionalnego”³⁶. W tym wypadku obecność na platformie społecznościowej ma zatem do zrealizowania trzy funkcje – popularyzację lokalnej historii, wypełnienie luki instytucjonalnej oraz zaangażowanie lokalnej wspólnoty do budowy muzeum. Zdecydowana większość wpisów zamieszczanych na profilu to autorskie informacje tekstowe i towarzysząca im grafika. Udostępnione są ponadto dwa filmy – jeden przedstawia dzieje murów miejskich w Chojnie; drugi to fragment dokumentu o wizycie w miejscowości Larsa von Triera. Warto zauważyć, że publikowane

³³ *Grupa Rekonstrukcji Historycznej Elegia*, Facebook.com, dostęp 21.02.2022, <https://www.facebook.com/GRHElegia>.

³⁴ Dane na dzień 22.02.2022 r.

³⁵ Dane na dzień 21.02.2022 r.

³⁶ *Muzeum w Chojnie – projekt*, Facebook.com, dostęp 21.02.2022, <https://www.facebook.com/profile.php?id=100057148402015>.

wpisy nie dotyczą wyłącznie przeszłości Chojny. Administratorzy profilu chętnie włączają się w bieżącą dyskusję o rozwoju miasta.

O ile „Muzeum w Chojnie – projekt” funkcjonuje wyłącznie na Facebooku, o tyle Stowarzyszenie Dziedzictwo Morza, inna grupa dążąca do powołania muzeum, ma bardziej rozbudowaną ofertę. W tym wypadku portal społecznościowy pełni funkcję popularyzatora informacji zamieszczanych na stronie internetowej stowarzyszenia, tj. dziedzictwo-morza.pl.

Wykorzystywanie mediów społecznościowych do wypełnienia rzeczywistej luki instytucjonalnej dotyczy nie tylko muzeów. Jednym z ciekawszych – i unikatowych na skalę kraju – przykładów działalności w cyberprzestrzeni jest profil na Facebooku „Wał Pomorski 1945”, obserwowany przez ponad 2,5 tys. użytkowników³⁷. Jak można przeczytać w informacji o profilu, jest to „nowa regionalna marka turystyczna – unikatowe pamiątki i obiekty historyczne, naturalne walory regionu – czyste jeziora i lasy, a także bogata oferta wydarzeń związanych z II wojną światową”³⁸. Inicjatywa ta została zainaugurowana w czerwcu 2019 roku przez stowarzyszenie utworzone przez gminy z województwa zachodniopomorskiego i wielkopolskiego, na których terenie rozgrywały się walki o Wał Pomorski w 1945 roku. Od początku marka miała łączyć aktywność w mediach społecznościowych z działaniami tradycyjnymi, takimi jak obecność na festiwalach, dystrybucja ulotek itp.

Niezwykle popularne stają się formalne i nieformalne grupy zrzeszające miłośników małej ojczyzny. O ile wcześniej wymienione inicjatywy przeważnie stanowią uzupełnienie działalności prowadzonej w świecie realnym, o tyle w tym wypadku media społecznościowe stanowią główną, a często wręcz jedyną, przestrzeń aktywności. Jednym z najstarszych i najpopularniejszych tego typu przedsięwzięć jest Portal Miłośników Dawnego Szczecina Sedina.pl, powstały w maju 2004 roku jako strona internetowa (www.sedina.pl – od 2015 r. jest nieaktualizowana, z wyjątkiem galerii), a obecnie z powodzeniem funkcjonuje na platformie Facebook. Na początku 2022 roku profil był obserwowany przez ponad 12 tys. użytkowników³⁹. Jego zawartość tworzy cała gama materiałów – począwszy od informacji tekstowych, przez skany zdjęć, pocztówek i dokumentów, po krótsze i dłuższe filmy, w tym dziesięć odcinków w ramach cyklu „Tajemnice Szczecina”.

³⁷ Dane na dzień 23.02.2022 r.

³⁸ *Wał Pomorski 1945*, Facebook.com, dostęp 23.03.2022, <https://www.facebook.com/walpomorski1945/>.

³⁹ Dane na dzień 22.02.2022 r.

Współcześnie niemal każde miasto ma w mediach społecznościowych przynajmniej jedną grupę miłośników jego historii. Naturalnie, im większy ośrodek, tym większa liczba inicjatyw mu poświęconych. Wyróżniają się one otwartym dostępem, bogactwem i różnorodnością zamieszczanych materiałów oraz ograniczoną kontrolą administratora. Z tego powodu każdy użytkownik ma równe prawa, natomiast wyłącznie od jego własnej aktywności i umiejętności zależy rodzaj i liczba opublikowanych materiałów. Każdy zatem jest równy, lecz jednocześnie powoduje to dużą niespójność w treści, brak regularności oraz częste „zaśmiecanie” tablicy postami, które dotyczą tematów niezwiązanych z profilem grupy, jak np. kwestie polityczne. W konsekwencji tego rodzaju inicjatywy należy uznać za mało stabilne, a ich dotychczasowe funkcjonowanie dowodzi ich słabości oraz – w niektórych przypadkach – efemeryczności.

O skali popularności tego rodzaju profili świadczy ich liczba oraz liczba ich użytkowników. Historii samego Szczecina poświęconych zostało co najmniej kilka grup, w tym największa grupa publiczna pn. „Szczecin znany i historyczny”, która obecnie liczy 38 tys. członków. Również pozostałe cieszą się sporym zainteresowaniem: Grupa „Stary dawny Szczecin” liczy 30 tys. obserwujących, z kolei „Stary Dawny Szczecin miłośnicy historii Szczecina”, obserwuje 15 tys. członków⁴⁰. Równie dynamicznie rozwijają się grupy poświęcone drugiemu co do wielkości miastu w województwie, a więc Koszalinowi. Największe z nich to „Dawny Koszalin i okolice” (ponad 4,8 tys. członków) oraz „Stary Koszalin Miłośnicy” (3 tys. członków). Fenomenem – biorąc pod uwagę liczbę mieszkańców – jest grupa publiczna „Dawny Białogard – Miłośnicy”, którą tworzy ponad 7,7 tys. osób. Grupy poświęcone dziejom miasta funkcjonują także m.in. w Szczecinku, Darłowie i Świnoujściu.

Inicjatywy jednostkowe

Powyższa analiza inicjatyw regionalistycznych w mediach społecznościowych skupiała się na działaniach instytucjonalnych oraz grupowych, charakteryzując się one bowiem rosnącym profesjonalizmem i atrakcyjnością, wynikającymi z potencjału finansowego i osobowego prowadzących je podmiotów. Jest to również element łączący tzw. cyfrowy regionalizm z jego tradycyjną formą, która skupiała się wokół różnego rodzaju stowarzyszeń regionalnych i lokalnych oraz wsparcia

⁴⁰ Dane na dzień 23.02.2022 r.

ze strony samorządu. Tymczasem jednym z wyróżników mediów społecznościowych jest nastawienie na indywidualną aktywność, promowanie jednostki i własnej tożsamości. Większość zatem inicjatyw regionalistycznych realizowanych za pośrednictwem platform, takich jak Facebook, administrowanych jest przez pojedyncze osoby. Działanie na rzecz lokalnej historii, tradycji i kultury traktują jako własną potrzebę, wynikającą ze związków uczuciowych z „małą ojczyzną”.

Nie sposób wyliczyć i opisać profili regionalistycznych prowadzonych w pojedynkę. Warto jednak wśród nich wskazać te administrowane przez regionalistów pod własnym imieniem i nazwiskiem. Łączą one w sobie funkcje osobistego bloga – pamiętnika – z medium służącym popularyzacji lokalnej historii. Jednym z przykładów jest profil prowadzony przez Roberta Ryssa, założyciela i redaktora naczelnego *Gazety Chojeńskiej*, która została zamknięta w 2020 roku. Obok zatem osobistych wpisów, odnoszących się np. do wydarzeń z życia rodzinnego, zawartość profilu tworzą informacje o nowościach wydawniczych dotyczących Pomorza Zachodniego, opisy wybranych budowli i miejsc czy własne komentarze i opinie. Podobnie wygląda profil w serwisie Facebook prowadzony przez koszalińskiego regionalistę Krzysztofa Urbanowicza czy też profil administrowany przez związanego ze Szczecinem Michała Rembasa. Elementem łączącym wymienione profile oraz im podobne jest prowadzenie aktywności regionalistycznej przez autoprezentację, a także dostępność publikowanych treści dla każdego użytkownika.

Obok inicjatyw sygnowanych imieniem i nazwiskiem regionalistów, zdecydowana większość projektów indywidualnych w swojej nazwie odnosi się do opisywanych miejsc. Koncentrują się one na danej miejscowości, parafii, ulicy czy budynku, z którym administrator jest związany uczuciowo. Związek ten może wynikać z zamieszkiwania na opisywanym obszarze, a może być rezultatem zainteresowania jego historią, przyrodą itp. Przeważnie administratorzy pozostają anonimowi, a zawartość profilu poświęcona jest wyłącznie opisywanej przestrzeni. Oznacza to, że w przeciwieństwie do profili sygnowanych konkretnym imieniem i nazwiskiem, w tym wypadku sprawy osobiste pozostają poza zainteresowaniem profilu. Wśród wielu przykładów można wymienić strony regionalne: „Neudamm/ Dębno historia jakiej nie znamy”, którą na platformie Facebook obserwuje ponad 2,5 tys. osób⁴¹, „Historie z gminy Karnice” (340 obserwujących⁴²) czy też „Wirtualny

⁴¹ Dane na dzień 31.03.2022 r.

⁴² Dane na dzień 31.03.2022 r.

Koszalin”, udostępniający modele 3d przedwojennego miasta. Inną wartą wymienienia inicjatywą jest profil „Bobolice dawniej Bublitz”, uruchomiony we wrześniu 2020 roku, a obecnie obserwowany przez niemal 1,3 tys. osób⁴³. Jak zapowiada jej autor, „za pośrednictwem tej strony postaram się, w miarę mych możliwości, przybliżyć Ci zarówno topografię miasta, jak i toczące się w nim życie. Nie obiecuję, że znajdziesz tu odpowiedzi na wszystkie nurtujące Cię pytania, bo z uwagi na burzliwą historię, skalę zniszczeń oraz brak dokumentacji, pewne zagadnienia są trudne do odtworzenia”⁴⁴.

W większości wymienione inicjatywy są dostępne publicznie, autorzy jednak pełnią rolę moderatorów, wskazując m.in. zakres podejmowanych tematów czy sposób narracji.

Podsumowanie

Zadaniem niniejszego artykułu było przybliżenie i analiza inicjatyw regionalistycznych w mediach społecznościowych w kontekście tzw. cyfrowego regionalizmu. Przypadek Pomorza Zachodniego, wyznaczający ramy geograficzne powyższych rozważań, pozwolił poznać, w jaki sposób popularne platformy społecznościowe mogą wspierać kształtowanie się tożsamości lokalnych na obszarach, które w wyniku gwałtownych przekształceń administracyjnych, społecznych i politycznych nie zdołały do tej pory wytworzyć własnej podmiotowości. Przy słabości tradycyjnych narzędzi socjalizacji regionalnej, jak np. prasa drukowana czy instytucje kultury, profile w mediach społecznościowych wydają się wypełniać istniejącą próżnię. Fakt migracji działalności regionalistycznej, przyspieszonej wybuchem pandemii Covid-19, dowodzi ponadto skali przekształceń w samym regionalizmie. Dzięki obecności w internecie, w tym szczególnie w mediach społecznościowych, zyskał on prawdziwie oddolny, masowy i sprawczy charakter. Do tej pory był to bowiem postulat niezrealizowany, co wynikało m.in. z ograniczonego zasięgu dotychczasowej działalności regionalistycznej. Wraz z wykorzystaniem mediów społecznościowych działalność ta zyskała natomiast przestrzeń do angażowania szerokich grup społecznych i oddziaływania na lokalne władze.

⁴³ Dane na dzień 23.04.2022 r.

⁴⁴ *Bobolice dawniej Bublitz*, Facebook.com, dostęp 23.04.2022, <https://www.facebook.com/BoboliceBublitz>.

Wskazane inicjatywy dowodzą różnorodności form i typów podmiotów zajmujących się popularyzacją lokalnej historii, tradycji i kultury w internecie. Z jednej strony współuczestniczą w tym procesie tradycyjne instytucje i organizacje, z drugiej coraz większą rolę odgrywają pojedynczy regionaliści-amatorzy (w pozytywnym tego słowa znaczeniu), którzy dzięki własnej aktywności stają się liderami lokalnej opinii. Chociaż zatem w wielu przypadkach działalność online stanowi jedynie uzupełnienie tradycyjnej aktywności, jak np. wydawanie prasy, organizacja seminariów i wycieczek krajoznawczych, to w konsekwencji prowadzi ona do poszerzenia grona odbiorców idei regionalnej, a także nadaje jej nowy kształt, przede wszystkim za pośrednictwem technik informacyjno-komunikacyjnych.

Bibliografia

- Ashcroft, Bill, Gareth Griffiths, Helen Tiffin. *Post-Colonial Studies: The Key Concepts*. London–New York: Routledge, 2013.
- Bauman, Zygmunt. *Płynna nowoczesność*. Kraków: Wydawnictwo Literackie, 2009.
- Castells, Manuel. *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis, 2003.
- Damrosz, Jerzy. „Regionalizm u progu XXI wieku”. W: *Regionalizm polski u progu XXI wieku*, red. Stefan Bednarek i in., 11–21. Wrocław: Krajowy Ośrodek Dokumentacji Regionalnych Towarzystw Kultury, 1994.
- Fazal, Tanisha M. „Go Your Own Way. Why Rising Separatism Might Lead to More Conflict”. *Foreign Affairs* 97 (2018), 4: 113–123.
- Fukuyama, Francis. *Tożsamość. Współczesna polityka tożsamościowa i walka o uznanie*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis, 2020.
- Ho, Stephanie. „Blogging as Popular History Making”. *Public History Review* 14 (2007): 64–79.
- Kowalczyk, Ryszard. „Idea regionalizmu społeczno-kulturalnego. Reminiscencje historyczno-aksjologiczne”. *Acta Politica Polonica* 4 (2016): 5–22.
- Miąso, Janusz. „Rola mediów w kształtowaniu kultury regionalnej w perspektywie społeczeństwa informacyjnego, medialnego, sieciowego”. *Perspektywy Edukacyjno-Społeczne* 1 (2014): 16–20.
- Mihalache, Adrian. „The Cyber Space-Time Continuum: Meaning and Metaphor”. *The Information Society. An International Journal* 18 (2002), 4: 293–301.
- Poniedziałek, Jacek. *Postmigracyjne tworzenie tożsamości regionalnej. Studium współczesnej warmińskomazurskości*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2011.
- Roudometof, Victor. „Theorizing Glocalization: Three Interpretations”. *European Journal of Social Theory* 19 (2016), 3: 391–408.

- Salaverria, Ramón. „Typology of Digital News Media. Theoretical Bases for their Classification”. *Mediterranean Journal of Communication* 8 (2017), 1: 19–32.
- Skorowski, Henryk. „Regionalizm jako kategoria aksjologiczna”. *Studia Theologica Varsoviensia* 28 (1990), 2: 127–139.
- Wasilewski, Krzysztof. „Media hiperlokalne i regionalizm 2.0”. W: *Polski system medialny w procesie zmian*, red. Jolanta Kępa-Mętrak, Przemysław Ciszek, 113–133. T. 1. Kielce: Wydawnictwo Uniwersytetu Jana Kochanowskiego, 2021.
- Wasilewski, Krzysztof. *Regionalizm 2.0. Media hiperlokalne i małe ojczyzny*. Koszalin: Wydawnictwo Politechniki Koszalińskiej, 2022.
- Wasilewski, Krzysztof. „Ziemie Zachodnie i Północne w mediach społecznościowych”. W: *Ziemie Zachodnie i Północne (1945–2020). Nowe konteksty*, red. Małgorzata Bukiel, Andrzej Sakson, Cezary Trościak, 139–159. Poznań: Instytut Zachodni, 2021.
- Wawrzyński, Patryk. „Polityka historyczna w dobie Internetu. Instytut Pamięci Narodowej a nowe media”. *Nowe Media. Studia Rozprawy* 4 (2014): 13–33.
- Young, Kirsty. „Ties, Social Networks and the Facebook Experience”. *International Journal of Emerging Technologies and Society* 9 (2011), 1: 20–34.
- Zajac, Jan M., Kamil Rakocy. „Blogi i blogosfera z perspektywy sieci społecznych”. *Studia Medioznawcze* 30 (2007): 78–98.

Abstrakt

Celem artykułu jest analiza zjawiska tzw. cyfrowego regionalizmu w kontekście Pomorza Zachodniego. W swoim najszerszym znaczeniu cyfrowy regionalizm polega na wykorzystywaniu technik (technologii) informacyjno-komunikacyjnych, w tym zwłaszcza mediów społecznościowych, do popularyzacji lokalnej specyfiki, a więc jej dziejów, kultury i tradycji. Cyfrowy regionalizm jest zatem społeczno-technologicznym fenomenem, u którego podstawy znajduje się aktywność amatorów wykorzystujących obecność na platformach społecznych do upowszechnienia historii swojej małej ojczyzny. Współczesny regionalizm ma więc charakter indywidualny i opiera się na cyfrowych umiejętnościach internautów. Artykuł zawiera definicję cyfrowego regionalizmu oraz jego najbardziej charakterystyczne elementy. Przedstawiono w nim również podstawową typologię inicjatyw regionalistycznych, które można odnaleźć we współczesnych mediach społecznościowych. Główna część artykułu zawiera analizę i opis najpowszechniejszych inicjatyw regionalistycznych online odnoszących się do obszaru Pomorza Zachodniego i jego poszczególnych miast i miejsc.

Digital regionalism, social media and local communities

Abstract

This article examines the phenomenon of what is known as digital regionalism in the context of Western Pomerania. In its broadest sense, digital regionalism involves the use of information and communication technologies, especially social media, to popularize local characteristics, that is, its history, culture and traditions. Digital regionalism is therefore a socio-technological phenomenon, at the core of which is the activity of amateurs who use their presence on social platforms to promote the history of their local communities. Contemporary regionalism is thus individual in nature and is based on the digital skills of Internet users. The article defines digital regionalism and its most distinctive features. It also outlines the basic types of regionalist initiatives that can be found in contemporary social media. The main part of the article analyzes and describes the most common online regionalist initiatives relating to the area of West Pomerania and its individual cities and places.

Cytowanie

Krzysztof Wasilewski, „Cyfrowy regionalizm, media społecznościowe i małe ojczyzny. Studium przypadku Pomorza Zachodniego”, *Przegląd Zachodniopomorski* 37 (2022), 66: 339–359, DOI: 10.18276/pz.2022.37-15.