



Lublin, 28 września 2017 r.

dr hab. Danuta Kępa-Figura

Zakład Dziennikarstwa

Wydział Politologii UMCS

Recenzja rozprawy doktorskiej Pani Magister Katarzyny Maciejak
pt. *Strategie nadawcze wideoblogerów*
prowadzących kanały popularnonaukowe w serwisie YouTube.pl
przygotowanej w Instytucie Polonistyki Stosowanej
na Wydziale Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego
pod kierunkiem dr hab. Magdaleny Trysińskiej i dr. Piotra Kubińskiego

Przedmiotem zainteresowania Pani Katarzyny Maciejak były językowe zachowania wideoblogerów prowadzących kanały popularnonaukowe w serwisie YouTube.pl. Celem rozprawy zaś „odpowiedź na pytanie, jakich środków językowych używają wideoblogerzy, aby osiągnąć zamierzony efekt, czyli zainteresować użytkowników sieci tematyką naukową i zachęcić ich do uczestnictwa w przekazie” (s. 8).

Przechodząc do omówienia rozprawy, chciałabym podkreślić, że już sam wybór celu badawczego traktuję nie jako metodologiczne potknięcie, lecz jako wyraz dojrzałości badawczej. Zawarcie w tym sformułowaniu założenia, dotyczącego „zamierzonego efektu” działania wideoblogerów, nie jest błędem. Perswazyjność, w tym fatyczność przekazów medialnych, jest problemem szeroko opisanym. Doktorantka odpowiednim wprowadzeniem, w którym uwzględniła kontekst historyczny – polityczne, społeczne i technologiczne uwarunkowania współczesnej komunikacji medialnej, powołując się na konieczną literaturę przedmiotu, udowodniła, że problem ten jest Jej znany. Można więc przyjąć, że charakter „zamierzonego efektu” słusznie wpisany został w sferę założeń, których nie trzeba udowadniać. Autorka skupiła się zatem nie na intencjach realizowanych przez wideoblogerów, lecz na środkach językowych służących realizacji tych intencji.

Zamiar zapowiedziany wskazaniem celu Pani Katarzyna Maciejak zrealizowała w sposób przemyślany i systematyczny. Na rozprawę składa się osiem rozdziałów. Trzy pierwsze – zgodnie z deklaracją Autorki – mają charakter teoretyczny. Pozostałe zawierają „opis wybranych strategii realizowanych przez nadawców” (s. 11).

W rozdziałach teoretycznych, we właściwej kolejności zostały omówione zagadnienia istotne dla tematu pracy. Pierwszy z nich, poświęcony serwisowi YouTube traktowanemu jako przestrzeń życiowa poddawanych oglądowi wideoblogów, oparto na bardzo dobrze dobranej i wykorzystanej literaturze przedmiotu oraz znakomitej znajomości sposobu funkcjonowania mediów społecznościowych. Przypomnienie historii serwisu YouTube z naciskiem na omówienie przyczyn wzrostu jego popularności oraz właściwości tej platformy zostało dokonane ze znanstwem i na odpowiednim poziomie szczegółowości. Doktorantka pokazała YouTube jako „doskonały przykład serwisu Web 2.0” – doskonały, ponieważ „większość jego zasobów jest generowana przez zaangażowanych użytkowników” (s. 35), jako serwis, w którym relacje nadawczo-odbiorcze opierają się na równości komunikacyjnej, wspólnotowości, a rola nadawcy przysługuje nie instytucjom, lecz osobom prywatnym. Zwróciła przy tym uwagę na marketingowy potencjał serwisu (marketing szeptany i wirusowy), a także przypomniła obawy dotyczące negatywnych skutków „oddania medialnej władzy w ręce amatorów” (s. 36).

Autorka recenzowanej pracy, wykazawszy się bardzo dobrym rozumieniem „fenomenu YouTube’a” jako platformy, której użytkownicy-konsumenci chcą mieć wpływ na zasady uprawianych w jej ramach praktyk kulturowych, przeszła do omówienia zjawiska wideoblogu w perspektywie genologicznej. Po przypomnieniu naukowej dyskusji dotyczącej aktualności kategorii gatunku wykazała, że użytkownicy YouTube’a mają potrzebę klasyfikowania zjawisk komunikacyjnych ze względu na ich gatunkową przynależność. Odnosząc się do dotychczasowych charakterystyk wideoblogu, zaproponowała definicję tego gatunku. Wideoblog uznała za „genetycznie internetowy gatunek, którego podstawą są umieszczane w sieci autorskie materiały wideo, zwykle w formie zróżnicowanego tematycznie monologu wygłaszanego bezpośrednio do kamery”. Stwierdziła także, że „nieodłącznym elementem wlogu są komentarze dotyczące zawartych w nim treści”, „tematyka wideoblogów jest bardzo zróżnicowana (od osobistego zawierzenia po naukowy wywód)”, a „do istotnych cech gatunku można zaliczyć także interaktywność, dążenie do autentyczności i perswazyjny charakter” (s. 46). Następnie przedstawiła „schemat typowego odcinka wideoblogu popularnonaukowego” (s. 51). Spostrzeżenia Autorki, choć ciekawe, nie charakteryzują w pełni gatunku „wideoblog”. Doktorantka niezbyt przekonująco wskazała różnicę między wideoblogiem a show (por. s. 45), przeocząc pograniczny charakter niektórych z analizowanych wlogów. Pomięła niektóre z aspektów branych pod uwagę w opisie gatunków (także medialnych), a treści dotyczących wybranych właściwości gatunku „wideoblog” nie powiązała z analizami zawartymi w kolejnych rozdziałach (zwłaszcza

w rozdziałach analitycznych). Pełniejszy opis tego zagadnienia byłby możliwy dzięki wykorzystaniu szerszej literatury przedmiotu, w tym przede wszystkim czteroskładnikowej metody analizy Marii Wojtak. Sformułowane przeze mnie spostrzeżenia nie mają charakteru zasadniczego zarzutu. Zgodnie z deklaracją Autorki, „aspekt genologiczny nie był celem rozprawy” (przypis 50); rozwinięcie opisu właściwości gatunku „wideoblog” lub wprowadzenie dygresji pełniących funkcję metakomentarzy mogłoby doprowadzić do zdominowania rozprawy przez to zagadnienie i do zaburzenia struktury całej pracy. Biorąc pod uwagę przewidywane komplikacje, doceniam inspirujący charakter rozważań dotyczących genologicznego aspektu wideoblogu – m.in. postulat prowadzenia badań genologicznych dla „zrozumienia praktyk medialnych” w ogóle (s. 56), pokazanie wlogu popularyzatorskiego jako specyficznej reprezentacji gatunku „wlog” oraz związków wideoblogu z popularyzatorskim wywodem i wykładem naukowym.

Kontynuacją rozważań genologicznych jest ostatni z rozdziałów teoretycznych, poświęcony omówieniu właściwości stylu wlogów popularyzatorskich. Wykorzystując odpowiednią literaturę przedmiotu, Autorka poczyniła założenia dotyczące prymarnej dla tego zagadnienia kategorii stylu, relacji między stylem naukowym a popularnonaukowym oraz właściwości stylu popularnonaukowego. Moje zastrzeżenia dotyczą sposobu opisu tych właściwości – tj. braku ich uporządkowania, zasygnalizowania związków zachodzących między niektórymi z nich (np. dialogowością i interaktywnością, ekspresywnością i subiektywizmem) czy wręcz zasadności wpisania w charakterystykę stylu poszczególnych cech, a może sposobu nazwania tych cech (np. komercjalizacja może być raczej traktowana jako cecha sytuacji komunikacyjnej wynikająca z motywacji działania nadawcy, z którą wiążą się określone właściwości wypowiedzi). Wartością tego rozdziału jest odejście od ściśle teoretycznego omówienia – założenia dotyczące właściwości stylu popularnonaukowego przejęte z literatury przedmiotu zostały zilustrowane starannie dobranymi przykładami, tj. fragmentami analizowanych wlogów.

Pięć kolejnych rozdziałów – w zamiarze Doktorantki – to „część analityczna [która] zawiera opis wybranych strategii, realizowanych przez nadawców”. Jak pisze, „są to odpowiednio: tytuły, metatekst, kategoria osoby, autoprezentacja oraz odmiana potoczna” (s. 11). Nie negując zasadności omówienia wymienionych zagadnień jako istotnych dla realizacji podstawowego celu pracy, chciałabym podjąć dyskusję dotyczącą sposobu ich wprowadzenia. Trudno traktować brane pod uwagę przez Doktorantkę działania językowe za równorzędne strategie. Środki gramatyczne, takie jak kategoria osoby oraz środki językowe, traktowane jako wyznaczniki odmiany potocznej, stanowią materię innych działań nazwanych

przez Autorkę strategiami, np. tytułów czy autoprezentacji. Śladem świadomości tej zależności jest stwierdzenie Autorki zawarte w rozdziale dotyczącym stylu potocznego: „Posługiwanie się leksyką potoczną może służyć wideoblogerom do budowania wizerunku zwykłego eksperta” (s. 192), „dzięki wykorzystaniu odmiany potocznej wideoblogerzy budują także wizerunek osób szczerych i bezpośrednich” (s. 205). Z kolei samą autoprezentację można traktować nie tylko jako sposób osiągnięcia celu, lecz także jako cel różnorodnych działań językowych. Moje wątpliwości dotyczą także wykorzystania w rozprawie pojęcia strategii. Pewne niezdecydowanie co do sposobu rozumienia tego pojęcia widoczne jest na przykład w paragrafach poświęconych tytułom i autoprezentacji. Doktorantka pisze – tytuły „jawią się jako miejsce szczególnego nagromadzenia interesujących strategii nadawczych” oraz „pytanie [zawarte w tytule – D.K.F.] jest zabiegiem strategicznym” (s. 91), a dalej „miejscem jawnych zabiegów autoprezentacyjnych są nazwa kanału i zakładka «Informacje»” (s. 176). Czym zatem jest tytuł – strategią czy stałym elementem struktury wideoblogu, w którym bardzo często występują „interesujące strategie nadawcze”? Myśląc o tytule w kategoriach struktury, należałoby dla precyzji mówić raczej nie o strategii tytułu, lecz o strategii nadawania tytułu. Kwestię poszczególnych sformułowań w określaniu strategii można uznać za mniej istotną. Oczekiwałamby jednak wyraźniejszej deklaracji dotyczącej sposobu rozumienia strategii oraz nierównorzędności działań traktowanych jako strategie.

Moje wątpliwości czy zastrzeżenia nie umniejszają wartości omówień zawartych w ramach poszczególnych rozdziałów. Każde z zagadnień prezentowane jest z zachowaniem tożsamej procedury, co bardzo dobrze porządkuje wywód. Po przedstawieniu ustaleń teoretycznych dotyczących danego zagadnienia (czyli zagadnienia X), Doktorantka przeprowadziła analizę zebranego materiału, ujmując ją w hasło „X w wideoblogach popularnonaukowych”. Każdy rozdział, podobnie zresztą jak rozdziały teoretyczne, życzliwie dla odbiorcy zakończyła podsumowaniem.

Dokonane przez Autorkę monografii „ustalenia teoretyczne” świadczą o znakomitej znajomości literatury przedmiotu oraz umiejętności dokonania wyboru opracowań wystarczających do przedstawienia poszczególnych zagadnień. Doktorantka, stosując odpowiednią argumentację, po krytycznym omówieniu różnych propozycji badawczych (por. np. interesujące krytyczne omówienie systematyzacji tytułów Stanisława Bortnowskiego – przypis 109), wykorzystwała odpowiednie Jej zdaniem terminologiczne i kategoryzacyjne rozwiązania. Wykazała się także znakomitą znajomością warsztatu analitycznego. W rezultacie dogłębnej, szczegółowej analizy rzeczywiście udało się Jej pokazać, dlaczego brane pod uwagę działania językowe czynią wypowiedź wlogera skuteczną.

W pierwszym z rozdziałów analitycznych Autorka wyodrębniła trzy podstawowe sposoby konstruowania tytułów, zwracając przy okazji uwagę na częstość występowania w tytułach gier językowych. W bardzo ciekawym rozdziale drugim, dotyczącym metatekstu w wideoblogach popularnonaukowych, opowiedziawszy się za rozumieniem „operatorów metatekstowych jako funkcji pragmatycznej leksemu lub wyrażenia, ujawniającej się w danej wypowiedzi” (s. 98), w systematyczny i rzetelny sposób omówiła operatory występujące u większości nadawców. Co ważne, pokazała, że wideoblogerzy „najczęściej wyróżniają to, co niespodziewane i zaskakujące, przeciwstawiając się tym samym schematycznemu, szkolnemu sposobowi przedstawiania zagadnień” (s. 127).

W rozdziale poświęconym kategorii osoby – któremu chciałabym poświęcić nieco więcej miejsca – przedstawiła konsekwencje używania przez wideoblogerów poszczególnych form osobowych: pierwszej osoby liczby pojedynczej, pierwszej osoby liczby mnogiej i drugiej osoby liczby mnogiej. Do pragmatycznych i strukturyzujących właściwości pierwszej osoby liczby pojedynczej trafnie zaliczyła „sygnalizowanie autentyczności i wiarygodności przekazu”, „sygnalizowanie obiektywizmu”, „organizowanie wyводу” i „ustanawianie relacji”. Pisząc o wykorzystaniu przez wideoblogerów drugiej osoby liczby mnogiej, pokazała, że forma ta służy do „orzekania o stanie rzeczy”, „organizowania wyводу”, „nakłaniania”, „imitowania wyводу”. Wykazując użycie pierwszej osoby liczby mnogiej, wyróżniła cztery grupy najczęściej opisywane za pomocą formy *my*: ludzie, Polacy, badacze, uczestnicy sytuacji komunikacyjnej (wideobloger i jego widzowie). Jednakże spostrzeżenie wspólnotowości mówienia w tej formie gramatycznej zostało przez Autorkę jedynie napomknięte. Wydaje się, że wykorzystanie szerszej literatury przedmiotu, uwzględnienie kontekstu badań dotyczących kategorii *swój* pozwoliłoby Doktorantce na wyjście poza krótkie i oczywiste stwierdzenie o funkcji włączania do wspólnoty. Rzetelna analiza jakościowa dała Jej prawo do wyciągnięcia wniosków dotyczących wykorzystania form gramatycznych w różnicowaniu ról pełnionych przez nadawców. Stwierdziła, że „wideoblogerzy płynnie przechodzą między poszczególnymi rolami – w zależności od wymogów sytuacji występują z pozycji sprawozdawców, nauczycieli, partnerów i przyjaciół” (s. 152), natomiast „największy udział form inkluzywnego *my* może sugerować preferowanie przez wideoblogerów relacji równorzędnej, a więc partnersko-przyjacielskiej i odcinanie się od wizerunku typowego nauczyciela” (s. 152). Przywołanie przez Autorkę argumentu częstości występowania nasuwa myśl, że ciekawe byłoby także wzmocnienie analiz jakościowych badaniami ilościowymi. Zdaję sobie jednak sprawę z tego, że byłyby one trudne do przeprowadzenia.

Od wniosku dotyczącego ról pełnionych przez nadawców blisko do zagadnienia autoprezentacji, któremu poświęcony został kolejny rozdział pracy. Doktorantka udowodniła, że celem działań autoprezentacyjnych wideoblogerów jest stworzenie hybrydy wizerunkowej, to znaczy wizerunku „zwykłego eksperta” – „osoby, która jest z jednej strony wiarygodna i kompetentna, z drugiej – bliska odbiorcy i gotowa do nawiązania z nim kontaktu” (s. 176). W ostatnim rozdziale pracy pokazała natomiast, że sposobem na zbudowanie tego wizerunku jest wykorzystanie odmiany potocznej. W ramach omówienia potoczności w wideoblogach Doktorantka zwróciła uwagę na potoczną leksykę, potoczne porównania i humor językowy.

W konkluzji recenzji rozprawy doktorskiej chciałabym zwrócić uwagę na kompetencje badawcze Pani Katarzyny Maciejak, które zaowocowały przygotowaniem rozprawy doktorskiej, to znaczy na bardzo dobre opanowanie warsztatu badawczego, w tym na świadomość i precyzję metodologiczną. Autorka nie tylko jasno określiła cel pracy, lecz także przekonująco uzasadniła potrzebę jego realizacji. Precyzyjnie scharakteryzowała materiał badawczy. Świadomie poczyniła konieczne założenia metodologiczne (m.in. dotyczące wpisania swoich analiz w badania nad językiem w mediach, oddziaływania mediów na społeczeństwo oraz wykorzystanej aparatury terminologicznej). Przeprowadzone przez nią analizy charakteryzują się nie tylko rzetelnością, lecz także błyskotliwością spostrzeżeń prowadzących do wysunięcia przez Doktorantkę wartych realizacji postulatów badawczych. Na ich sformułowanie pozwoliła bardzo dobra znajomość literatury dotyczącej poszczególnych zagadnień lingwistycznych oraz przedmiotu analizy, tj. serwisu YouTube. Dopełnieniem opisu właściwości warsztatu Autorki i w istocie samej pracy jest rzadko wspólnie spotykana nienaganność, a nawet elegancja, języka.

Możliwości warsztatowe oraz znakomite rozeznanie co do istoty mediów społecznościowych pozwoliły Pani Katarzynie Maciejak na przygotowanie rozprawy nowatorskiej i wartościowej poznawczo. Wartej opublikowania. Uważam, że praca po opublikowaniu będzie ważnym punktem odniesienia w badaniach nad mediami społecznościowymi i działalnością popularnonaukową w ogóle. Waloryzując ciężar gatunkowy sformułowanych przeze mnie zastrzeżeń, chciałabym podkreślić, że niektóre z nich są wyrazem głosu polemicznego, a pozostałe mogą być łatwo usunięte w procesie redakcji poprzedzającej wydanie monografii.

W konkluzji recenzji rozprawy doktorskiej Pani Katarzyny Maciejak stwierdzam, że Jej dysertacja znakomicie spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim i, moim zdaniem, zasługuje na wyróżnienie. W związku z tym, stawiam wniosek do Rady Wydziału Wydziałe Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego o dopuszczenie Katarzyny Maciejak do dalszych

kroków w postępowaniu w sprawie nadania Jej stopnia doktora nauk humanistycznych w dyscyplinie językoznawstwo.

Dawto Işpa Tigeu