

Recenzja rozprawy doktorskiej mgr. Michała Jasa
pt. *Funkcja rozrywkowa mediów społecznościowych.*
Analiza na przykładzie serwisu YouTube

Informacje ogólne

Przedstawiona do recenzji praca doktorska mgr. Michała Jasa powstała pod kierunkiem naukowym dr hab. Olgi Dąbrowskiej-Cendrowskiej, prof. UJK. Rozprawa liczy łącznie 245 stron. Autor we wstępie precyzyjnie (choć z drobnymi błędami językowymi) opisuje konstrukcję pracy pisząc: „Na strukturę niniejszej pracy, poza *Wstępem* i *Zakończeniem*, składa się sześć rozdziałów, które każde z nich zamyka osobna część podsumowująca analizowane wątki. Pracę wie(ń)czą *Bibliografia* wraz z *Wykazem Tabel* i *Wykazem Wykresów* oraz *Aneks 1. Arkusz badania ankietowego*” (s. 12). Kompozycja dysertacji (tematyczne rozplanowanie wskazanych sześciu rozdziałów) jest logiczna i merytorycznie zasadna.

Mgr Jas położył szczególny nacisk na uzasadnienie użyteczności naukowej swojej pracy. Dokonał przeglądu literatury naukowej, w tym polskich czasopism z obszaru nauk o komunikacji społecznej i mediach wskazując, że obszar, który podjął się badać, nie jest wystarczająco reprezentowany we wskazanej dziedzinie nauk. W części teoretycznej odwołał się do zagadnień związanych z socjologią oraz sporadycznie z antropologią pokazując, że nieobce są mu poszukiwania obszarów wspólnych pomiędzy dyscyplinami naukowymi. Podsumowując pracę, Doktorant miał odwagę śmiało wnioskować i jasno wyrażać myśli, nie chowając się za nieśmiałością naukową wynikającą z niedojrzałości naukowej. W ten sposób powstała praca stanowiąca oryginalne rozwiązanie problemu naukowego, a co za tym idzie spełniająca kryteria określone w art. 13 ust. 1 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach

naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz.U. 2003 Nr 65 poz. 595, z późn. zmianami).

Drobny komentarz, a może pytanie z puli pytań dodatkowych, dotyczy przypisu nr 60 we wstępie, w którym Autor tłumaczy użycie feminatywu „promotorka”. Czy zdaniem Doktoranta, dziękuje on cierplivej, przychylnej i życzliwej promotorce, czy promotor, która wyraźnie poprosiła o użycie feminatywu?

Struktura rozprawy, zawartość merytoryczna

Struktura pracy jest przemyślana i logicznie zaplanowana. Autor w rozdziale pierwszym rozpoczął od ogólnych rozważań dotyczących mediów i trudności w ich definiowaniu. Przywołał różne teorie autorów polskich i zagranicznych, pokazał proces transformacji rozumienia pojęcia i samych mediów, a także uwzględnił współczesne oblicze mediów. Co ciekawe, w kolejnym kroku mgr Jas skupił się na społecznym aspekcie mediów pokazując ich rolę i znaczenie w budowaniu tożsamości, oddziaływaniu na emocje oraz zapośredniczaniu. Opisuując ostatnie zjawisko, przypisał mediom między innymi funkcję „obiektywnego informowania społeczeństwa” (s. 31), co na tym etapie rozważań oraz jednocześnie wiedzy o mediach i ich obiektywizmie, może już nie powinno się pojawić. Kolejny podrozdział dotyczący funkcji mediów, stał się przyczynkiem do rozpoczęcia rozważań na temat rozrywki. Ta część jest mocno rozbudowana. Doktorant rozpoczął od definicji gry, następnie przywołał studia nad zabawą i komizmem, by ostatecznie zdefiniować rozrywkę w ujęciu socjologicznym. Dopiero kolejny podrozdział opisuje rozrywkę w mediach. W tym miejscu widziałabym także część odnoszącą się do rodzajów przekazów medialnych: informacyjnych, publicystycznych i rozrywkowych oraz mieszania się ich we współczesnych mediach, tworzenia kolekcji gatunków, hipergatunków, hybryd medialnych etc., co w praktyce często wynika właśnie z rosnącego znaczenia i udziału funkcji rozrywkowej w przekazach medialnych. Jest to o tyle wskazane, że w kolejnych podrozdziałach Autor przywołuje wybrane gatunki przekazów medialnych w prasie, radio, telewizji i internecie.

Drugi rozdział został docelowo poświęcony kanałowi internetowemu YouTube, a rozpoczął się od rozważań definicyjnych dotyczących kultury i kultury uczestnictwa. Autor skupił się na opisie cech, roli i funkcji kultury, dosyć szybko (co jest uzasadnione celem pracy) kierując uwagę na znaczenie internetu dla opisywanych zjawisk. Konsekwentnie, kolejny

podrozdział dotyczy mediów społecznościowych, opisując ich rozwój oraz rosnącą rolę w przestrzeni medialnej oraz społecznej. Ta część jest bogata w informacje i widać, że Doktorant chciał syntetycznie, ale jak najpełniej odnieść się do opisywanych treści. Zabrakło jednak precyzji w tabeli (tab. 2, str. 76) dotyczącej specyfiki i popularności wybranych mediów społecznościowych. Informacje o użytkownikach są podawane w sposób mieszany, czyli dla niektórych portali z perspektywy dziennej liczby użytkowników, a dla innych chyba (nie zostało to wyjaśnione) – ogólnej liczby zalogowanych profili. Wybór ten jest dość dowolny (lub niewystarczająco wytłumaczony), gdyż właściwie przy każdym portalu można byłoby podać informacje o wszystkich użytkownikach oraz o dziennych aktywnościach. W niektórych przypadkach, jak np. Snapchat, można natomiast domniemywać, czy chodzi o liczbę dziennych użytkowników czy raczej wysłanych snapów. Nie są to informacje kluczowe dla pracy, więc uwaga jest raczej drobną sugestią dotyczącą precyzji w opisywaniu danych. Kolejny podrozdział „Film i kultura obrazu” wprowadza w istotną dla opisu kanału YouTube tematykę filmu. Mgr Jas dużo uwagi poświęcił tej części, trochę może nadmiernie koncentrując się na sztuce filmu, pisząc m.in. o nim, że „niewątpliwie należy do najbardziej artystycznych mediów masowych” (s. 85). Podrozdział jest interesujący, porusza istotne kwestie, choć może zbyt obszernie, jak na potrzebę w konsekwencji mówienia o YouTube. Interesujące jest zastrzeżenie dotyczące używania określenia „filmik” dla materiałów w internecie. Autor postuluje, aby „materiały audiowizualne na portalu YouTube, czy jakimkolwiek innym” (s. 81) nie były nazywane *filmikami*, tylko *krótkim metrażem*. Wynika to z pejoratywnego nacechowania słowa *filmik* oraz trudności w określeniu (czasowym) co rzeczownym filmikiem jest, a co nie. Chętnie weszłabym w dyskusję nad właśnie tymi rozważaniami uzasadniając, że właśnie w mediach społecznościowych zalewanych krótkimi amatorskim formami, które często nie niosą żadnych treści poza „widokiem słodkiego kotka spadającego z łóżka”, właśnie pejoratywnie można mówić o filmikach. Jednak ponownie, to także jest krótki wątek, który nie stanowi głównych rozważań dysertacji, więc też uwaga jest drobna. Dalsza część dotyczy samego portalu YouTube, jego historii oraz współczesnej roli i funkcji.

Rozdział trzeci dotyczy metodologii badań i rozpoczyna się od określenia celów, postawienia pytań badawczych, przedstawienia wybranych metod badawczych oraz postawienia hipotez. Mgr Jas precyzyjnie opisuje procedurę badawczą, przedstawia materiał badawczy wraz z uzasadnieniem jego wyboru. Na uwagę zasługuje fakt przedstawienia wybranych metod badawczych, czyli opis ich specyfiki oraz założeń teoretycznych

i praktycznych, co niestety w wybranych przypadkach pokazuje ich niewłaściwe użycie w części badawczej (uzasadnienie znajduje się w części dotyczącej metodologii).

Zgodnie z przedstawionym w poprzedniej części schematem, trzy kolejne rozdziały dotyczą analiz mających na celu realizację trzech wskazanych celów oraz odpowiedzi na trzy pytania badawcze. I tak – rozdział czwarty opisuje najpopularniejszych twórców na YouTube, rozdział piąty odnosi się do wybranych, najpopularniejszych typów (gatunków) treści w wybranym kanale internetowym, a szósty przedstawia wyniki badania ankietowego dotyczącego motywacji użytkowników do konsumowania rozrywki dostępnej na YouTube. W rozdziale czwartym mgr Jas przedstawia pięciu youtuberów najpopularniejszych w danym okresie w sieci. Najpopularniejszych, czyli z największą liczbą subskrybentów oraz których filmy mają największą liczbę wyświetleń. Jednocześnie precyzuje, kto to jest youtuber i jaka jest etymologia słowa. Tutaj chciałabym podać w wątpliwość słowa Autora, że „Główną różnicą pomiędzy mainstreamowymi mediami a youtuberami jest to, że tych ostatnich cechuje większa wiarygodność i autentyczność” (s. 124). Po pierwsze trudno porównywać media jako całość z twórcą, czyli człowiekiem. Raczej porównanie powinno dotyczyć albo mediów w optyce mainstreamowe – internetowe (choć i tu warto postawić pytanie, które tak naprawdę są mainstreamowe) lub twórców, np. telewizyjnych – internetowych. Większą jeszcze wątpliwość budzi we mnie teza o większej wiarygodności i autentyczności youtuberów. Może dla części odbiorców Ci twórcy cechują się spontanicznością, a ich wiarygodność budowana jest na obrazie „człowieka spośród nas”, „takiego jak my”. Jednak naiwnością jest myśleć, i ta postawa jest coraz bardziej powszechna, że przekazy internetowe są bardziej wiarygodne niż te z mediów tradycyjnych. I jak wskazuje Doktorant, rzeczywiście większość przekazów ma mniejsze środki finansowe na produkcję, jednak cel, czyli dotarcie do jak największego grona odbiorców i zmonetyzowanie tej popularności, jest taki sam dla obu typów mediów.

W rozdziale piątym mgr Jas dokonał analizy siedmiu typów przekazów internetowych (lub inaczej – youtubowych) prezentując wyniki ogólne oraz dla każdego gatunku (vloga monologowego, vloga dialogowego / reporterskiego, gamingu, pranka, parodii / satyry, challenge i kategorii inne). Ta część opiera się na przykładach i zestawieniach tabelarycznych. Rozdział szósty to przedstawienie badania ankietowego prowadzonego metodą CAWI, którego celem była analiza motywacji studentów do korzystania z rozrywkowych przekazów publikowanych na YouTube.

Metodologia, język rozprawy

Mając na uwadze strukturę pracy, wyraźnie widać, że duży nacisk został położony na część badawczą, co na pewno należy docenić. Mgr Jas już we wstępie, a następnie w rozdziale trzecim bardzo klarownie zaprezentował założenia metodologiczne pracy. Precyzyjnie zostały określone trzy cele badawcze, postawione zostały trzy pytania badawcze oraz trzy hipotezy badawcze. Wybrane metody badawcze zostały w miarę dokładnie opisane, co jednocześnie stało się przyczynkiem (a może nawet dowodem) do wskazania pewnych nieprawidłowości. Pewną nieścisłość widzę w hipotezie drugiej, która mówi, że „Ocena tzw. polskiego YouTube’a jest jednoznacznie negatywna w opinii internautów”. Badania zostały przeprowadzone wyłącznie na grupie studentów i choć Autor uzasadnia ten wybór stwierdzeniami M. Laeeq Khana mówiącego o tym, że ze względu na fakt, że grupa ta to zagorzali najbardziej zaawansowani technologicznie użytkownicy mediów społecznościowych i w związku z tym można ich uznać za grupę właściwą dla uogólnienia ustaleń, to mam wątpliwość, czy wnioskowanie przeprowadzone w zakończeniu jest właściwe. Doktorant negatywnie weryfikując hipotezę wskazał, że „im młodsza widownia, tym wyższa ocena polskiego YouTube’a” (s. 206), co już pozwala na założenie, że gdyby badanie było przeprowadzone na większej grupie jeszcze starszych internautów, to wyniki mogłyby znacząco odbiegać od uzyskanych. Bardziej precyzyjnie byłoby stwierdzić, że hipoteza została zweryfikowana negatywnie w tej konkretnej grupie wiekowej.

Wątpliwość budzi nazwanie rozdziału czwartego badawczym. Autor wskazał, że „analiza i krytyka piśmiennictwa” (s. 106) będąca metodą badawczą tej części, polega na „odwoływaniu się do dostępnej literatury fachowej (s. 111), a następnie przedstawił cztery etapy procedury badawczej, które można streścić jako formułowanie problemu, gromadzenie piśmiennictwa, analiza, ocena i synteza treści i prezentacja wyników. Treścią rozdziału jest natomiast opisanie sylwetek wybranych twórców internetowych na podstawie informacji, które sami zamieścili w sieci, wywiadów z nimi oraz materiałów dostępnych na YouTube i w innych mediach. Wydaje się więc, że jest to po prostu prezentacja sylwetek youtuberów i nadawanie jej wartości analizy naukowej jest pewną nadinterpretacją. Elementem badawczym może być znajdująca się w podsumowaniu tabela nr 10, w której Autor zsyntetyzował wiedzę wynikającą z przedstawionego opisu i pokazującą jednorodność profili twórców oraz wyciągnięte wnioski. Wydaje się jednak, że to zbyt mało, aby mówić o badaniu naukowym w tym kontekście.

Nie mam natomiast wątpliwości, że kolejny rozdział jest wartościowy badawczo. Mgr Jas opisał materiał badawczy (wybrane filmy wskazanych w poprzednim rozdziale twórców), podzielił je według gatunku oraz pokazał w ujęciu ilościowym wybrane wyniki. Następnie wykonał pogłębioną analizę w obrębie każdego z wyróżnionych gatunków, jednocześnie definiując teoretycznie analizowane typy przekazu. Jednak, ponownie, zastrzeżenie budzi przywołanie obok analizy zawartości mediów oraz analizy i krytyki piśmiennictwa obserwacji jako metody badawczej w przeprowadzonej analizie. Autor opisując metody słusznie zauważa, że „Obserwacja pozwala badaczowi na bezpośrednie studiowanie ludzkich zachowań, zwyczajów, działalności człowieka w czasie ich trwania. Ten rodzaj metod można zdefiniować jako celowe, ukierunkowane i zamierzone oraz systematyczne postrzeganie badanego przedmiotu, procesu lub zjawiska” (s. 114). Doktorant, w mojej ocenie, na podstawie analizy zawartości mediów poprawnie przeanalizował wybrany materiał źródłowy, zbudował ciekawe i wartościowe kategorie opisu dla poszczególnych gatunków internetowego przekazu i dokonał istotnego naukowo podsumowania. Jednak wynika to z powszechnie rozumianej obserwacji mediów, a nie obserwacji jako metody badawczej. Dokładanie metod, które docelowo nie występują w badaniu tak, jak powinny, zgodnie z opisanymi założeniami metodologicznymi, nie podnosi ich wartości naukowej.

W mojej ocenie wysoką wartość mają opracowane przez Doktoranta cechy gatunkowe dla poszczególnych typów przekazów internetowych (youtubowych). Przedstawione kategorie są istotnym wkładem w wiedzę dotyczącą gatunków internetowych, ich struktury oraz cech formalnych. Przedstawiona wiedza teoretyczna jest poparta przykładami i tabelami z danymi, które potwierdzają wskazane przez Doktoranta kategorie. Jest to użyteczny naukowo zbiór wyznaczników, które można przypisać do wyróżnionych gatunków i następnie wykorzystać do kolejnych analiz medioznawczych. To potwierdza wkład mgr. Michała Jasa w rozwój nauki.

W obszarze językowym praca jest zadbana i dopracowana. Zdarzają się drobne błędy językowe i edycyjne, które nie wpływają na zrozumienie, ani nie obniżają wartości pracy. Czasami warto zwrócić uwagę na kolokwialne (lub publicystyczne) zwroty, jak np. „najprościej rzecz ujmując” (s. 71), czy „To z pewnością...” (s. 92). Warto dopracować mankamenty edycyjne jak np. niejednorodne światło przed i po cytacie na przestrzeni całej pracy, brak poprawnie zredagowanego wypunktowania, nadmiarowa spacja w cytacie (s. 32) etc. Jak jednak wspomniałam, są to raczej drobne uwagi.

Uwagi końcowe

Przedstawiona do recenzji treść stanowi ważną i jednocześnie interesującą propozycję badawczą, która wpisuje się w dyscyplinę nauk o komunikacji społecznej i mediach. Autor potwierdził, że posiada ogólną wiedzę teoretyczną w tej dyscyplinie, a przede wszystkim – umiejętność samodzielnego prowadzenia pracy naukowej, tym samym spełnia wymogi stawiane pracom doktorskim określone w przywołanej wcześniej ustawie o stopniach naukowych i tytułach naukowych.

Praca opiera się na bogatych źródłach zarówno polskojęzycznych, jak i anglojęzycznych, choć brakuje większej reprezentacji najnowszych tekstów. Postawię śmiałą tezę, że mgr Jas lubi czasem pochwalić się tym jak wiele źródeł naukowych przeczytał lub ile narzędzi naukowych zna. Widać to np. we wstępie gdzie liczba przypisów powoduje, że jest siedem wersów tekstu złożonego głównie z nazwisk naukowców, do których wiedzy Autor się odwołuje (s.8), a resztę zajmują właśnie przypisy. Podobny naddatek widoczny jest w części metodologicznej, gdzie Doktorant starał się uzasadnić konieczność użycia wielu metod, podczas gdy w samym badaniu można było skupić się głównie na analizie zawartości mediów, bez szkody dla jakości badania i wartości dysertacji.

Przedstawione w recenzji uwagi krytyczne nie zmieniają faktu, że pracę oceniam wysoko. Pragnę podkreślić dojrzałość naukową Doktoranta, widoczną w logicznie oraz celowo zaplanowanym i przeprowadzonym projekcie badawczym i uzupełnionych stosowną, adekwatną teorią bez zbędnych wątków pobocznych. Dlatego wnioskuję o dopuszczenie mgr. Michała Jasy do dalszych etapów postępowania w przewodzie doktorskim.

Janusz Sylwester