

Warszawa, 28.11.2024 r.

prof. ucz. dr hab. Monika Przybysz

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa

Recenzja rozprawy doktorskiej
mgr Barbary Pajchert
„POLSKIE VLOGI DZIENNIKARSKIE W SERWISIE YOUTUBE.
STUDIUM PRZYPADKU”
napisanej pod kierunkiem
prof. UKEN dr hab. Krzysztofa Gurby
promotor pomocniczy: dr Jarosław Fall
na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie

1. Wprowadzenie

Video, które jako format zdobywa coraz szersze pole w przestrzeni mediów społecznościowych jest jednocześnie trudną formą komunikacji między innymi ze względu na koszty produkcji, ale również czas wymagany na jego przygotowanie, wiedzę potrzebną do stworzenia profesjonalnego nagrania lub streamingu, sprzęt, umiejętność występowania przed kamerą, wiedzę z zakresu budowania marki własnej i wiele innych aspektów. Video w przestrzeni mediów społecznościowych odgrywa szczególną rolę i ta rola rośnie w dynamicznym tempie, co pokazują ostatnie lata tworzenia formatu krótkich video nie tylko w serwisie społecznościowym TikTok, ale także w postaci rolek na Instagramie, formatu pionowego na Facebooku, shortów na YouTube. Twórcy internetowi stają się influencerami wtedy, kiedy sztukę video opanują do perfekcji. Dziennikarze tworzący vlogi rozumieją ten format o wiele

szybciej, mając doświadczenie pracy w mediach. Część mechanizmów tworzenia formatu video do mediów społecznościowych jest bowiem wspólna dla przestrzeni internetu oraz telewizji. Stąd ich obecność jako osób rozpoznawalnych w innych mediach jest niezwykle ciekawa badawczo, czy jest to czynnik sprzyjający budowaniu marki własnej w przestrzeni YouTube, czy też nie. To tylko jeden z wielu wartościowych aspektów poruszonych w analizowanej dysertacji.

Analizy medioznawczej vloga z punktu widzenia medioznawczego podjęła się pani Barbara Pajchert w swojej rozprawie poświęconej zagadnieniu vlogów dziennikarskich w serwisie YouTube. Rozprawa Doktorantki, podejmująca zagadnienie w sposób niezwykle szeroki, dogłębny i z wielkim znawstwem tematu. Autorka formułuje poniższe pytania badawcze:

„1. Czy można wskazać czynniki endogenne i egzogenne, determinujące sukces dziennikarza - vlogera i wpływające na popularność jego vlogów?

2. Co powoduje, że dziennikarze decydują się na prowadzenie autorskich vlogów w serwisie YouTube?

3. Czy „znane nazwisko” i wcześniejsza działalność dziennikarska ma związek z budowaniem popularności w serwisie YouTube?” (s. 7).

Jednocześnie decyduje się na wykorzystanie metodologii jakościowej, pozwalającej na pogłębioną analizę fenomenu vlogów, wykorzystując opisową analizę zawartości i wywiady pogłębione częściowo ustrukturyzowane.

Dysertacją Autorka wpisuje się w nurt ważnych refleksji i dyskusji nad działaniami, które mogą wspierać rozwój komunikacji video w przestrzeni mediów społecznościowych, a także jest to niezwykle ważna lektura dla samych twórców form video oraz badaczy tych zagadnień. Praca ta, wpisująca się w aktualne dyskusje na temat roli nowych technologii w społeczeństwie, wnosi istotny wkład w badania naukowe z zakresu mediów oraz komunikacji. Świadomość profesjonalizacji vlogów, konieczności budowania własnej marki przez twórców rośnie, nie zawsze jednak świadomość czynników decydujących o wyróżnieniu się danego twórcy pośród wielości innych powstających treści jest wystarczająca we wszystkich aspektach tego procesu.

Pani Barbara Pajchert wybrała oryginalną drogę badawczą, aby z tym zagadnieniem zmierzyć się poprzez weryfikację świadomości samych dziennikarzy

tworzących treści do serwisu YouTube, popularnych, aktywnych, wzbudzających zainteresowanie. Niemniej jednak szukała również sposobu na weryfikację wyników otrzymanych od wybranych autorów inną metodą badawczą, poprzez koncepcję zbadania treści najbardziej aktywnych dziennikarzy vlogerów.

Podjęte przez Doktorantkę zagadnienie badawcze wydaje się szczególnie aktualne wobec współczesnych wyzwań, które rodzą się w kontekście dynamicznych zmian komunikacyjnych w stronę komunikacji wizualnej. Z drugiej strony, badania Doktorantki wpisują się w zmiany w komunikacji twórców z odbiorcami, nurty i trendy w tworzeniu społeczności fanowskich, korzystania z mediów społecznościowych i zmiany w funkcjonalnościach samych platform.

Na wstępie można zauważyć, że praca doktorska pomaga zrozumieć nie tylko opisywane zjawiska społeczno-komunikacyjne w sposób szeroki, patrząc na nie z punktu widzenia interdyscyplinarnego, zarysowując rzeczywisty obraz współczesnego świata ludzi żyjących treściami video. Niniejsza rozprawa może być uznana także za odpowiedź na potrzebę zwiększenia liczby badań nad komunikacją wizualną, kreowaniem wizerunku twórcy, tworzeniem marki osobistej i jej komunikacją, rolą mediów w procesie kształtowania wizerunku, czynnikami decydującymi o skuteczności tworzonych treści video. Rozprawa Pani Barbary Pajchert miejsce to w literaturze naukowej z pewnością dopełnia. Literatury z tego zakresu nie ma zbyt wiele na rynku polskim. A jeśli już są, nie mają wymiaru badawczego, a bardziej poradnikowy.

Niniejsza rozprawa doktorska daje również przeświadczenie, że temat analizy vlogów, choć wydawałoby się wdzięczny, bo służący społeczeństwu, jednak nie jest ani łatwy do analizy, ani też mocno zbadany. Doktorat Pani Barbary Pajchert stanowi cenne kompendium wiedzy o zmianach, które zaszły w komunikacji społecznej, szczególnie w zakresie video i samego serwisu YouTube przez ostatnie kilkanaście lat do dziś. Ta szczegółowa analiza opisowa serwisu video pokazuje bardzo dużą wiedzę, ale także i pasję Autorki, która w sposób swobodny porusza się nie tylko w świecie literatury przedmiotu związanej z komunikacją w Web 2.0, ale także bardzo dobrze zna serwis YouTube i jego polską historię oraz twórców. Również teoretyczna literatura przedmiotu nie stanowi dla Autorki wyzwania, bowiem mierzy się z różnymi teoriami i koncepcjami badawczymi.

2. Wartość naukowa rozprawy

Praca zaprezentowana przez p. Barbarę Pajchert stanowi spójne dzieło z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach. Z racji na podjętą tematykę i powiązanie spojrzenia teoretycznego z praktycznym należy uznać pracę za dzieło oryginalne. Wspomniana tematyka dotyczy rzeczywistości, która zmienia się w sposób niezwykle dynamiczny, a wpływ na nią mają między innymi nie tylko zmiany w platformach społecznościowych, zmiany społeczne w zakresie komunikacji za pomocą video, ale także szerzej wizualnej, działania samych vlogerów, ale też inne zjawiska, jak sposób algorytmizacji w samym serwisie YouTube. Niewątpliwym atutem pracy, podkreślającym jej wartość naukową jest fakt, iż praca nie ogranicza się jedynie do pojęcia teoretycznego, ale w głównej mierze bazuje na oryginalnych badaniach empirycznych. Autorka podejmuje się tematu niełatwego, ale potrzebnego.

Mimo, iż na przestrzeni ostatnich lat ukazały się liczne publikacje dotyczące mediów społecznościowych, także te zawierające analizy samego serwisu YouTube, a liczne prace dyplomowe i naukowe podejmują analizy tej przestrzeni w sposób regularny, to często badania te są dość pobieżne, nie zawsze zawierają jasny klucz kategoryzacyjny, cel czy sformułowane precyzyjne hipotezy badawcze. Niewiele osób podejmuje się uporządkowania tych treści według jasnego, rozłączonego, zupełnego i autorskiego klucza, jednocześnie zdając sobie też sprawę z faktu konieczności analizy również koncepcji i świadomości samych twórców. I tu jest niezwykle cenny wkład autorski p. Barbary Pajchert, że zaprojektowała w taki sposób badania, aby móc skonfrontować wyniki analiz zawartości z samymi twórcami vlogerami.

Należy zatem podkreślić oryginalność pomysłu badawczego Pani Barbary Pajchert. Rozprawa podejmuje bowiem interdyscyplinarny wysiłek nie tylko opisanie i diagnozowanie stanu rzeczy w świecie na styku komunikacji społecznej i marketingu, ale jednocześnie poszukuje solidnych podstaw teoretycznych do umiejscowienia swoich refleksji dotyczących wszelkich procesów na tę twórczość wpływających.

To, co warto podkreślić, to aktualność problemu badawczego, mocne osadzenie go w komunikacji społecznej, ale także poszukiwanie konkretnych rozwiązań

badawczych, samodzielność poznawczą, drobiazgowość w osadzeniu tematu w różnych kontekstach. Sprawia to, iż niniejsza dysertacja może posłużyć jako inspiracja do prowadzenia kolejnych badań naukowych, a przede wszystkim jest przykładem bardzo solidnego, pracowitego, misternego wręcz poszukiwania najpierw teoretycznego, potem empirycznego. Autorka jest świadoma wielości wątków, skomplikowania tematyki badawczej i licznych pól badawczych, które częściowo uwzględnia, a częściowo świadomie ogranicza, czasem tworząc ostatecznie własne rozwiązania, propozycje, czy nawet definicję. Rozprawę można zatem uznać za istotne osiągnięcie z zakresu komunikacji społecznej. Jej wartość wyraża się nie tylko w wymiarze ilościowym (ss. 446), lecz przede wszystkim w wymiarze jakościowym, który odzwierciedla wysiłek i temperament badawczy, a także solidność, dokładność, rzetelność, cierpliwość, a ponadto ogromną ciekawość poznawczą. Za wartość jakościową należy także uznać zaprezentowane wyniki badań, sposób ich analizy i wyprowadzone z nich wnioski.

Całość rozprawy składa się z siedmiu rozdziałów, które stanowią logiczną całość. W pierwszym z nich (s. 12-59) Autorka podejmuje zagadnienie zmiany paradygmatu w komunikacji społecznej i rewolucji Web 2.0. Opracowanie to najpierw prezentuje tenże paradygmat, pokazując także wielość koncepcji, definicji, pojęcia istotne (konwergencja, i jej skutki, dywergencja, multimedialność, kultura partycypacji, determinizm technologiczny), kluczowe cechy, historię serwisów społecznościowych. Jednocześnie Autorka pokazuje swój warsztat Badacza obiektywnego, wskazując także negatywne zjawiska, a następnie próbując zarysować pewne elementy przyszłości serwisów społecznościowych. Następnie umiejscawia serwis społecznościowy YouTube pośród tych zjawisk, szczegółowo go charakteryzując.

Rozdział drugi (s. 60-19), to drugi teoretyczny rozdział poświęcony blogom. Ta część pracy, to zarówno ustalenia definicyjne, ale także ważny punkt dotyczący cech blogów i kryteriów ich podziałów, w czterech aspektach: strukturalnym, pragmatycznym, poznawczym oraz stylistycznym. W rozdziale tym zawarta jest bardzo ciekawa historia blogów najpierw w wymiarze światowym, a następnie polskiej blogosfery. Istotnym punktem jest w tej części pracy jest przegląd istniejących i stworzenie typologii i tematyki blogów, a także syntetyczne zaprezentowanie kierunku rozwoju blogów. Autorka po raz kolejny w swojej pracy na końcu rozdziału

teoretycznego, po przeanalizowaniu literatury przedmiotu, tworzy pewne wyznaczniki przyszłości, jednocześnie porządkując w ten sposób wnioski z teoretycznych analiz. Te autorskie opracowania są bardzo ciekawym i oryginalnym wkładem Badaczki.

Rozdział trzeci (s. 100-153), został poświęcony vlogom, szczególnemu rodzajowi blogów. Autorka rozprawy w ciekawy sposób opisuje historię vlogowania w wymiarze światowym, zbierając szczegółowe i unikalne etapy tego procesu, a następnie konceptualizując pojęcie, wskazując w końcu na cechy gatunkowe vlogów jako gatunku, podkreślając funkcję autoprezentacyjną vlogów. W części teoretycznej Autorka omawia również typologię vlogów, aby wreszcie po przeglądzie literatury stworzyć własną autorską typologię złożoną z 17 rodzajów (134-147). To jeden z najciekawszych fragmentów teoretycznych pracy, choć obarczony brakiem rozłączności, co podkreśla sama Autorka, ale wzbogacony licznymi przykładami. Jak poprzednie dwa, także trzeci teoretyczny rozdział p. Barbara Pajchert kończy kierunkami dotyczącymi przyszłości, w tym przypadku rozwoju vlogosfery. Robi to równie syntetycznie jak poprzednio – w jasno wydzielonych i uporządkowanych punktach.

Rozdział czwarty rozprawy (s. 154-212) stanowi bardzo autorski opis polskiej vlogosfery w serwisie YouTube, wskazującymi jasny podział etapów, które można wskazać w twórczości polskich youtuberów, z licznymi przykładami tych twórców i ich krótkim opisem. Została więc przez Autorkę wydzielona faza eksperymentowania i dywersyfikacji treści (2009-2012), faza popularyzacji, profesjonalizacji i monetyzacji (2013-2019), a także faza pandemii, wzrostu treści i nowych trendów.

Rozdział piąty (s. 213-228) stanowi precyzyjny metodologiczny konstrukt oparty na uporządkowanym schemacie opisanego przedmiotu i celu badania, problemu badawczego, pytań badawczych i hipotez, następnie metod i narzędzi badawczych, doboru próby badawczej i opisu przebiegu badań. Z rozdziału tego wylania się przemyślana koncepcja badań empirycznych, omawianych w sposób usystematyzowany, syntetyczny, metodyczny i porównawczy, co nie jest częstym sposobem na prezentację badań i co jest bardzo wartościowe. Jedyne, czego brakuje, to pełnego zapisu całości wywiadów z autorami dołączonych w aneksie pracy.

Rozdział szósty pracy (s. 229-382), najbardziej obszerny fragment prezentujący wyniki badań empirycznych, to niezwykle ciekawy i wartościowy fragment pracy. Wybór ośmiu dziennikarzy do analizy zawartości, uzasadniony szczegółowo w poprzednim rozdziale wieloma kryteriami, to analiza kanałów: „GadowskiTV”, „Ula Pedantula”, „Rafał Ziemkiewicz”, „Monika Jaruzelska zaprasza”, „EkoBosacka”, „Eliza Michalik”, „Łukasz Warzecha” oraz „Weronika Kostrzewa”. Drugą część rozdziału stanowi interpretacja materiału pochodzącego z wywiadów pogłębionych, częściowo ustrukturyzowanych, przeprowadzonych z właścicielami kanałów, zorganizowana w taki sposób, aby kluczem interpretacyjnym były hipotezy badawcze postawione w pracy, w tym dotyczących genezy i motywacji do prowadzenia vloga, tematyki i stylu, korelacji między dziennikarstwem a popularnością na YouTube, grupy odbiorców, interakcji z widzami, narzędziami oraz technikami pozyskiwania odbiorców, strategiami promocyjnymi i narzędziami, wykorzystaniem algorytmów i monetyzacji, a także czynnikami determinującymi sukces i popularność vlogów (endo- i egzogennymi).

Rozdział siódmy (s. 383-396) to interpretacja wyników badań i wniosków, przeprowadzonych w oparciu o weryfikację hipotez badawczych i prezentację wniosków końcowych.

Z naukowego punktu widzenia owych siedem rozdziałów prezentuje wartość nie tylko komunikacyjną, ale także są prezentacją tematyki w sposób systematyczny, zgodny ze standardem wysokiej jakości badań naukowych i zamysłu badawczego oraz w pełni wyczerpują zagadnienie zapowiadane w tytule pracy.

Prezentowane treści w sposób klarowny przybliżają paradygmat dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach, wykraczając w wielu miejscach poza i sięgając do innych dyscyplin naukowych. Kompilacja tytułów poszczególnych rozdziałów sprawia, że temat podjętej pracy zostaje całkowicie zrealizowany. Poszczególne rozdziały wydają się być symetryczne z racji na strukturę oraz podejmowane w nich zagadnienia, choć różnią się zakresem liczby stron. Całość rozprawy napisana jest poprawnym i zrozumiałym językiem, który nosi wszelkie znamiona pracy naukowej. Rozprawa jest bardzo przyjemna w lekturze, choć przed drukiem wymaga korekty ze względu na literówki.

3. Wartość merytoryczna rozprawy

Rozprawa doktorska p. mgr Barbary Pajchert posiada jasną i logiczną strukturę, zgodną z założeniami metodologicznymi prac naukowych. Składa się ona ze spisu treści (s. 3-5), wstępu (s. 6-11), siedmiu rozdziałów pracy (s. 12-396), zakończenia (s. 397-399), obszernej bibliografii (s. 400-435) oraz spisu tabel, wykresów i rysunków (436-442), a na końcu jest aneks do pracy (443-445), w którym zawarty został scenariusz wywiadu pogłębionego.

Walorem merytorycznym jest fakt, iż każdy z rozdziałów zawiera bardzo krótkie podsumowanie, co ułatwia zebranie myśli. Warto również podkreślić aspekt merytoryczny wstępu do całej pracy. Posiada on logiczną i uporządkowaną strukturę. W pierwszej części można odnaleźć wprowadzenie w podjętą tematykę. Znajduje się tam opisana koncepcja pracy, uzasadnienie podjęcia się badań nad wybraną tematyką, krótki zarys zagadnień w poszczególnych częściach i sformułowany problem badawczy oraz hipotezy badawcze. Walorem dysertacji jest przemyślany wybór ścieżki badawczej, metodologii badawczej. Siedem rozdziałów pracy daje spójny obraz dobrze skrojonego projektu, który jest dojrzały i domknięty pod względem metodologicznym.

Autorka we wstępie oraz dołączonej obszernej bibliografii w postaci kilkuset pozycji bibliograficznych z różnych dyscyplin naukowych, z uwzględnieniem przede wszystkim literatury z nauk o komunikacji społecznej i mediach, a następnie poprzez liczne odwołania bibliograficzne i rozbudowane przypisy pokazuje znajomość aktualnej literatury przedmiotu, ale znacznie wykracza ponad nią, prezentując odczytanie także w zakresie tematów pomocniczych i pobocznych, jednocześnie sięgając do literatury z innych dyscyplin. Można stwierdzić, że w ten sposób pokazuje swoją dojrzałość badacza i interdyscyplinarny model patrzenia na naukę, gdzie podstawą prowadzenia wnioskowania jest odwoływanie się do dorobku innych dyscyplin, nie tracąc jednocześnie z oczu głównej dyscypliny, a także odniesienia do dotychczasowego stanu badań. Czyni to w dwojaki sposób – przywołując kluczowe dla problematyki publikacje oraz ukazując istotne badania dotyczące badanej problematyki.

Poszukując odpowiedzi na pytanie badawcze Autorka zaznaczyła również, że posługuje się metodą odpowiednią dla nauk empirycznych. Cała praca natomiast jest napisana zgodnie z paradygmatem nauk społecznych, stąd obok analizy zawartości Autorka aby zweryfikować uzyskane wyniki badań, przeprowadza również kwestionariusz wywiadu z twórcami prowadzącymi vlogi. Daje to przemyślany i spójny plan metodologiczny osadzony w dziedzinie nauk społecznych.

Krytyczna analiza rozprawy pozwala stwierdzić, że problem badawczy postawiony we wstępie pracy został rozwiązany. Tym samym, cel pracy został osiągnięty. Dzięki analizie treści zawartych w założeniach programowych, przeprowadzonych i zaprezentowanych badaniach oraz literaturze tematu, Autorka uzyskała oryginalne rezultaty badawcze. Opcjonalnie można byłoby w pracy dotyczącej analizy vlogów przeprowadzić analizę komentarzy użytkowników treści tworzonych, jednak jest to pracochłonne, obszerne treściowo, wymaga wyboru odpowiedniej próby i znacznie zwiększyłoby objętość i tak już niemałej pracy, choć byłoby istotne ze względu na istotę mediów społecznościowych, którą jest dialog.

Zakończenie pracy nie budzi żadnych zastrzeżeń. W sposób syntetyczny przypomina wnioski z poszczególnych rozdziałów. Wykazuje ono także, że przeprowadzone studium rozwiązuje problem badawczy. Jak podkreśla Autorka, analiza tematu doprowadziła do ciekawych wniosków już w części teoretycznej pracy, a także stworzenia własnej autorskiej koncepcji badawczej, wiele ciekawych spostrzeżeń dotyczących procesu tworzenia treści oraz relacji zachodzących pomiędzy doświadczeniem dziennikarskim a obecnością w social media.

Autorka jest świadomy licznym zmianom w zakresie komunikacji społecznej, także szczególnie mediów społecznościowych, dobrze zna i analizuje procesy zachodzące w social media, w tym działalność komunikacyjną w serwisie YouTube, wykazuje ponadto znajomość historii tych procesów w skali światowej i polskiej jako Uczestnik, a także braki w zakresie literatury przedmiotu, która jest zadziwiająca wobec licznym działaniom prowadzonym w Polsce w tym zakresie. I świetnie uzupełnia te braki własną pracą badawczą. Na korzyść Autorki dysertacji przemawia również fakt, że dostrzega on w zakończeniu swojej pracy konieczność kontynuowania badań naukowych, łączących w sobie omawiane zagadnienia. Bez wątplenia jest to nie tylko wyraz troski

o dyscyplinę nauk o komunikacji społecznej i mediach, ale także naukowa świadomość dynamizmu procesów społecznych i kulturowych i przydatności swojej pracy naukowej dla praktyki twórców. Badania przeprowadzone przez Autorkę to nie tylko umiejętne czytanie znaków czasu, ale także próba formułowania konkretnych postulatów.

Pozytywny jest również fakt, iż Autorka w swojej pracy nie ogranicza się jedynie do zaprezentowania i omówienia swoich własnych badań, lecz także odnosi się do badań innych autorów. Atutem omawianej dysertacji jest także literatura. Bibliografia obejmuje kilkaset pozycji podzielonych na literaturę przedmiotu oraz netografię. Aż chciałoby się poprosić, by w postaci książki, którą Autorka zapewne będzie planowała, wydzieliła literaturę według dyscyplin naukowych i uzupełniła puste nieopisane linki.

Zgodnie z metodologią na końcu pracy znajduje się wykaz tabel, wykresów i rysunków. Sprawia to, że dane uzyskane w badaniach i zaprezentowane w pracy usystematyzowane są w sposób przejrzysty.

Za dojrzałością naukową Autorki pracy przemawia również fakt umieszczenia wyników badań, które okazały się mniej istotne w podjęty opracowaniu.

Sformułowania użyte w poszczególnych rozdziałach i paragrafach nie budzą zastrzeżeń. Są one logiczne, poprawne oraz odzwierciedlają sens kolejnych tytułów. Widoczny jest także związek przyczynowo-skutkowy w całości pracy.

Całość treści pracy opatrzona jest licznymi przypisami. Często są one niezwykle ważnym dopowiedzeniem, które pozwala śledzić aktualność tematu, są także dodatkowym wyjaśnieniem, który nie rozbija głównego wątku, a zawiera istotne argumenty.

Należy podkreślić, że dysertacja tworzy koherentną strukturę, gdzie badania zaprezentowane są w sposób usystematyzowany, a wnioski i postulaty są spójne.

4. Ogólna ocena rozprawy i pytania

Po dokonaniu analizy prezentowanej rozprawy doktorskiej należy podkreślić, że Autorka wykazała się dobrym warsztatem naukowym. Lektura dysertacji daje podstawę do stwierdzenia, że struktura jest przejrzysta i logiczna, a całość klarownie uporządkowana.

Dokonując ogólnej oceny należy odnotować, że prezentowana dysertacja spełnia wszelkie kryteria pracy naukowej. Do jej wyjątkowych atutów należy zaliczyć przede wszystkim fakt, że powstała ona w oparciu o badania własne oraz wszechstronną literaturę podjętego tematu. Autorka wykazała się przy tym dobrym warsztatem z zakresu nauk społecznych. Fakty eksponują kompetencje badawcze i naukowe Autorki. W tym miejscu warto podkreślić umiejętne wpisanie się w swoistą linię Badaczy podejmujących rzadkie zagadnienia i słabo opisane w literaturze polskojęzycznej, a także otwartość na ewentualne kontynuowanie badań. Warto z całą pewnością opublikować publikację prezentowanej dysertacji – najlepiej w całości. Może ona stanowić przydatny materiał do pracy dla dalszych badaczy, zarówno w przestrzeni nauk o komunikacji społecznej i mediach, jak i dla badaczy z różnych dyscyplin naukowych.

Po lekturze dysertacji doktorskiej p. mgr. Barbary Pajchert nasuwają się następujące kwestie do dyskusji:

1. Czy prezentowane w pracy wnioski i postulaty są możliwe do zaaplikowania w procesie kreowania treści przez innych niż dziennikarze twórców? Jeśli tak, to w jakim zakresie, jeśli nie, to dlaczego, albo jakie są ograniczenia w przeniesieniu takich strategii komunikacyjnych? Na ile są one uniwersalne w wymiarze ogólnym, a na ile odnoszą się jedynie do dziennikarzy?
2. Z punktu widzenia doświadczenia medioznawcy oraz wniosków z pracy, co jest trudniejsze: proces przekazu wiedzy (treści) w mediach społecznościowych, czy strona techniczna tej twórczości?
3. Na ile życie prywatne dziennikarzy i innych twórców powinno być ujawniane w przestrzeni publicznej? Gdzie albo w czym jest granica nieprzekraczalna i dlaczego?

5. Wniosek końcowy

Recenzowana rozprawa doktorska stanowi bardzo wartościowe i ciekawe studium naukowe oraz dostarcza wielu materiałów i treści do dalszych badań, zwłaszcza z zakresu komunikacji społecznej, ale także z zakresu nauk o mediach – szczególnie mediów społecznościowych. Biorąc zatem pod uwagę ocenę naukową,

merytoryczną i formalną dysertację Pani Barbary Pajchert należy uznać za dojrzałą. Autorka rozprawy wykazała się umiejętnością prowadzenia badań oraz pisania tekstów naukowych. Zaprezentowała wysoki poziom wiedzy w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach. Wnioskuje zatem do Rady Dyscypliny Nauk o komunikacji społecznej i mediach Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie o dopuszczenie Doktorantki p. mgr. Barbary Pajchert do dalszych etapów przewodu doktorskiego. Ponadto, wnioskuje również o wyróżnienie dysertacji, a także o jej wydanie w całości w postaci książki.

prof. ucz. dr hab. Monika Przybysz

