

Streszczenie rozprawy doktorskiej

„Polskie vlogi dziennikarskie w serwisie YouTube. Studium przypadku”

Rozprawa doktorska koncentruje się na zjawisku dziennikarskich vlogów, stanowiących nową formę cyfrowej audiowizualności i medialnej ekspresji. Ich rozwój jest związany ze zmianą paradygmatu komunikacyjnego, zapoczątkowaną wraz z nadejściem Web 2.0, kiedy internet stał się bardziej interaktywny, multimedialny i wielokanałowy. Te przemiany stworzyły podstawy dla rozwoju blogów, a następnie vlogów.

Dziennikarze dostrzegli w tym formacie szansę na uniezależnienie się od ograniczeń tradycyjnych mediów oraz tworzenie bardziej osobistych i autentycznych treści. Zakładając autorskie kanały w serwisie YouTube, zyskali swobodę w kreowaniu i dystrybucji materiałów. Mogą rozwijać nowe style narracyjne, eksperymentować z multimediami i nawiązywać bezpośrednie relacje z odbiorcami.

Pierwsze polskie vlogi dziennikarskie zadebiutowały na YouTube już w 2012 roku, lecz ich popularność znacząco wzrosła w ostatnich latach. Stały się alternatywnym źródłem informacji i rozrywki, zdobywając szerokie grono odbiorców. Dziennikarze wybierający ten format wnoszą nową jakość do dziennikarstwa, tworząc spersonalizowane, interaktywne i wizualnie atrakcyjne treści.

Badania przeprowadzone w ramach dysertacji miały charakter jakościowy, obejmujący analizę zawartości ośmiu polskich vlogów dziennikarskich oraz pogłębione wywiady z ich twórcami. Zastosowana metodologia umożliwiła zidentyfikowanie czynników endogennych i egzogennych determinujących sukces dziennikarskich vlogów oraz poznanie motywacji, skłaniających dziennikarzy do wyboru tej formy działalności. Wśród czynników wewnętrznych największą rolę odgrywają autentyczność, osobowość, charyzma, regularność publikacji oraz umiejętność nawiązywania kontaktu z odbiorcami. Badania pokazały, że autorzy vlogów starają się zachowywać tradycyjne wartości dziennikarskie, w tym rzetelność i wiarygodność, dostosowując swój przekaz do bardziej bezpośredniego i subiektywnego stylu komunikacji na YouTube. Czynniki zewnętrzne, w szczególności algorytmy platformy i

działania promocyjne, w istotny sposób wpływają na widoczność treści, rozwój kanałów oraz pozyskiwanie nowych odbiorców. Analiza zawartości kanałów ujawniła różnorodne podejścia do tworzenia materiałów audiowizualnych, od produkcji o wysokim standardzie z zaawansowanymi technikami realizacji i montażu, po proste, minimalistyczne formy.

Format vlogów pozwala dziennikarzom na kształtowanie przekazu zgodnie z własnymi wartościami i standardami. Daje szansę na poruszanie tematów ignorowanych bądź marginalizowanych przez media głównego nurtu oraz otwiera nowe ścieżki rozwoju zawodowego, w tym możliwość monetyzowania własnych treści bez pośredników. Sprzyja rozwijaniu pasji oraz tworzeniu niezależnych kanałów informacyjnych, dostosowanych do wyzwań i oczekiwań współczesnej publiczności.

*Barbara Pajchert*