

Mariola Antczak

Uniwersytet Łódzki

ORCID 0000-0002-4378-7101

Monika Wachowicz

Uniwersytet Łódzki

ORCID 0000-0002-2846-374X

Kanały typu commentary (dramowe) w polskim serwisie YouTube: rozważania terminologiczne wokół nowego przedmiotu badań

Zagadnienia związane z problematyką tzw. „kanałów commentary” określanych anglojęzycznym wyrażeniem „commentary channels”, „drama channels” lub „tea channels” doczekały się już, chociaż wciąż niewielu, opracowań zagranicznych w piśmiennictwie nie tylko popularnym, ale również i naukowym. Świadczą o tym wyniki wyszukiwania w bazach: Scopus¹,

1 Wyszukiwanie w bazie Scopus przeprowadzono 30.07.2022 według kryterium: „all fields” dla wyrażenia wyszukiwanego „commentary” „channels” połączonych kwantyfikatorem „and”, co pozwoliło na uzyskanie 22 605 wyników. Z tej przyczyny dodano jeszcze jedno słowo kluczowe „youtube”, które w połączeniu z kwantyfikatorem „and” dało 833 wyniki. W tym według kryterium „Country/territory” najczęściej były to publikacje ze Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Australii i Kandy (United States 295, United Kingdom 119, Australia 84, Canada 55, Germany 35, Spain 27, China 21, Italy 20, Netherlands 18, Honkong 17). Prawie wszystkie z nich sporządzono w języku angielskim (według filtru „Language”: English: 823, Portuguese 3, Spanish 3, Russian 2, Chinese 1) i zamieszczono w czasopismach (według filtru: „Source type”: journal 402, book 396, book series 18, conference proceeding 17; stan na 30.07.2022). Tego typu wyszukiwanie nie spełniło pokładanych w nim oczekiwań. Głównym powodem tego stanu rzeczy był szeroki zakres znaczenia słowa „commentary” w języku angielskim. Wszystkie publikacje zawierające jakkolwiek formę komentarza lub wyjaśnienia zawierały w opisach to słowo. Przejrzano wszystkie rekordy i odnaleziono jedynie 2 publikacje, które dotyczyły tematyki poruszanej w niniejszym artykule. Po zawężeniu kryterium wyszukiwania do: „Article title, abstract, keywords” uzyskano dla słów kluczowych: „commentary”, „channels” i „youtube” 14 wyników, w których znalazły się te same 2 publikacje co poprzednio. Były to: 1/A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society” 2021, vol. 7, p. 1–14; 2/A. Christin, R. Lewis, *Platform drama: “Cancel culture,” celebrity, and the struggle for accountability on YouTube*, „New Media & Society”, 2022, vol. 24(7), s. 1632–1656. Ze względu

platformie Ebsco host², Web of Science³, Sage⁴ oraz wyszukiwarce Google

na to, że w odnalezionych publikacjach dominowało określenie „drama channels”, to zdecydowano się na wpisanie określenia „drama”, „channels” i „youtube” oraz wyszukania łącznie tych trzech słów kluczowych według kryterium: „Article title, abstract, keywords”. Uzyskano jedynie sześć wyników, z których przydatny do badań okazał się wyłącznie jeden, który znalazł się we wcześniejszych wynikach wyszukiwania (A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society” 2021, vol. 7, p. 1–14).

2 Badanie w multiwyszukiwarce EBSCO przeprowadzono 31.07.2022. Wybrano „wyszukiwanie zaawansowane” według kryteriów: „TX-Cały tekst” – „commentary channels” i „AB Abstract” – „youtube”. Zastosowano: „Tryby i rozszerzenia wyszukiwania”: „Wartość logiczna/fraza”, „Zastosuj powiązane słowa”, „Przeszukuj również pełny tekst artykułów”, „Stosowanie równoważnych tematów”. Otrzymano w ten sposób 85 wyników. Znalazł się wśród nich jeden wynik pasujący do przedmiotu badań: A. Christin, R. Lewis, Platform drama: “Cancel culture,” celebrity, and the struggle for accountability on YouTube, „New Media & Society” 2022, vol. 24 (7), s. 1632–1656. Następnie zastąpiono termin „commentary channels” wyrażeniem „drama channels” przy zachowaniu reszty poprzednich ustawień. Wśród pasujących wyników znowu znalazł się ten sam artykuł co poprzednio: A. Christin, R. Lewis, Platform drama: “Cancel culture,” celebrity, and the struggle for accountability on YouTube, „New Media & Society” 2022, vol. 24 (7) s. 1632–1656 oraz A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, 2021 „Social Media + Society”, vol. 7, p. 1–14.

3 Wyszukiwanie w bazach Web of Science przeprowadzono 31.07.2022. W zakładce „Documents” wpisano hasło wyszukiwawcze: „commentary channels” według kryterium „any field”. Uzyskano w ten sposób 595 wyników. Znalazły się wśród nich jeden przystający do przedmiotu badań: A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society” 2021, vol. 7, p. 1–14. Po zamianie wyrażenia na „drama channels” wyników wyszukiwania było 245. Wśród nich odnaleziono jeden dotyczący omawianych kwestii i był to ponownie: A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society 2021”, vol. 7, p. 1–14. Kolejnym krokiem na drodze do wyszukania literatury przedmiotu traktującej o kanałach „commentary” było przejrzanie bibliografii załączonej do tegoż artykułu (strategia growing pearls). Zawarto w nim 3 publikacje, które bezpośrednio dotyczyły omawianej tematyki. Były to: Cheryl Wischhover, Meet the TMZs of Beauty YouTube, Vox, 5.10.2018, [on-line], <https://www.vox.com/the-goods/2018/10/5/17937690/youtube-beauty-influencers-drama-channels-dramageddon> – 2.08.2022; M. Sherman, *The Insular, Gossip-Fueled World of YouTube Drama Channel*, Jezebel, 8.09.2019, [on-line], <https://jezebel.com/the-insular-gossip-fueled-world-of-youtube-drama-chann-1836978304> – 2.08.2022; L. Taylor, *How Tea Accounts Are Fueling Influencer Feuds*, 16.05.2019, „The Atlantic”, [on-line:] <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/05/how-tea-channels-feed-youtube-feuds/589618/> – 2.08.2022.

4 Wyniki wyszukiwania w bazie Sage z 2.08.2022 według zaawansowanych kryteriów: „anywhere” – „commentary channels” i „youtube”, „Access type – all content” dały 3667 wyników uporządkowanych według powiązania z tematem („relevance”). Z tej przyczyny dodano jeszcze jedno wyrażenie: „anywhere” – „drama channels”. Dzięki temu liczba wyszukiwań zmniejszyła się do 979, a po uwzględnieniu kolejnego kryterium połączonego kwantyfikatorem „and”: „anywhere” – „tea channels” uzyskano 76 wyników. W tym 3 publikacje związane z tematem badań: A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance*

Scholar⁵.

Przegląd zebranego materiału w postaci artykułów wskazuje, że zainteresowanie naukowe tematem przypada na ostatnie dwa lata, a autorzy tekstów dostrzegają znaczenie osób komentujących, podkreślając ich rolę w kształtowaniu opinii publicznej na wiele tematów o charakterze rozrywkowym, politycznym czy społecznym. Dla przykładu, Angele Christin i Rebeca Lewis – autorki jednego z artykułów – omówiły rolę tzw. wskaźników ruchu (odbioru) mediów społecznościowych (np. statystyk wyświetleń, subskrypcji) dla przedstawicieli drama channels⁶ oraz ich znaczenie w tzw. „kulturze unieważniania” (inaczej: wykluczania ze społeczności – propozycja autorska; z angielskiego „cancel culture”)⁷. Caitlin E. Lawson z kolei napisała o znaczeniu kreatorów/twórców drama channels w procesie archiwizowania, interpretowania i eksponowania tzw. „dowodów”, mających służyć za potwierdzenie ich opinii,

Among YouTube Drama Creators, „Social Media + Society” 2021, vol. 7, p. 1–14; A. Christin, R. Lewis, *Platform drama: “Cancel culture,” celebrity, and the struggle for accountability on YouTube*, „New Media & Society” 2022, vol. 24 (7), s. 1632–1656; C. E. Lawson, *Skin deep: Callout strategies, influencers, and racism in the online beauty community*, „New Media & Society” 2021, vol. 23 (3), p. 596–612.

5 Wyszukiwanie w Google Scholar przeprowadzono 2.08.2022. Wybrano wyszukiwanie według tzw. „ściśłego dopasowania (Zob. Zawężanie wyników wyszukiwania w: Wyszukiwarka Google: Pomoc. Dostępny w internecie: <https://support.google.com/websearch/answer/2466433?hl=pl>) Korzystając z wyrażień: „commentary channels”, „drama channels”, „youtube” połączonych kwantyfikatorem „and” odnaleziono 5 wyników, z których każdy dotyczył kwestii będących przedmiotem tegoż opracowania. Były to: A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society” 2021, vol. 7, p. 1–14; A. Christin, R. Lewis, *Platform drama: “Cancel culture,” celebrity, and the struggle for accountability on YouTube*, „New Media & Society”, 2022, vol. 24 (7), p. 1632–1656; Amy L. Landers, *Where Code is Chaos: Content Platforms and Algorithmic Incentives*, „Cardozo Arts & Entertainment Law Journal” 2021 vol. 60, nr 1, s. 101–131, [on-line:] https://www.researchgate.net/profile/Amy-Landers/publication/352221535_Where_Code_is_Chaos_Content_Platforms_and_Algorithmic_Incentives/links/61473773a3df59440b996a9a/Where-Code-is-Chaos-Content-Platforms-and-Algorithmic-Incentives.pdf – 2.08.2022; F. Mitrofan, *Cancelling the Callouts: The ‘Dramageddon’ of 2019 and the Effects of Cancel Culture Online* [Two-year Master’s Thesis, Uppsala Universitet. Department of Informatics and Media. Master’s Programme in Social Sciences, Digital Media and Society], 28.09.2020, [on-line:] <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1544315/FULLTEXT01.pdf> – 2.08.2022; Ariella Najovits, *The Commercialization of YouTube: Can Apology Videos as a Product Ever be Authentic?* [Thesis submitted to the University of Ottawa in partial Fulfillment of the requirements for the Master’s degree in Criminology], Ottawa, Canada, 2022, [on-line:] https://ruor.uottawa.ca/bitstream/10393/43669/1/Najovits_Ariella_2022_Thesis.pdf – 2.08.2022; Wyniki wyszukiwania Google Scholar, [on-line:] https://scholar.google.pl/scholar?hl=pl&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=%22commentary+channels%22+%22drama+channels%22+%22youtube%22&btnG= – 2.08.2022.

6 A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society” 2021, vol. 7, p. 1–14.

7 A. Christin, R. Lewis, *Platform drama: “Cancel culture,” celebrity, and the struggle for accountability on YouTube*, „New Media & Society” 2022, vol. 24 (7), s. 1632–1656.

sposprzeżeń i komentarzy dla społeczności social mediów⁸. Luke Winkie w *New York Magazine* – amerykańskim dwutygodniku poświęconym tematyce kulturalnej, polityce i stylowi życia, określił „commentary/drama channels” mianem „moralnego kompasu platformy”. Zwrócił uwagę na szacunek, jaki budzą twórcy tego rodzaju materiałów, oraz „śledczy” aspekt ich działalności⁹. Nie zapomniała o nim również Cheryl Wischhover, która nazwała je „youtubowymi kanałami plotkarskimi” („YouTube gossip channels”)¹⁰. Zauważyła też, że ogromna popularność i idące za tym pieniądze czynią z twórców „drama channels” celebrytów¹¹. Badaczki Angele Christin i Rebecca Lewis zwróciły uwagę na duży potencjał badawczy „drama channels”, których zawartość stanowi istotne źródło informacji, mogące posłużyć do badań nad społecznością YouTube, a w szczególności ustalenia tego, w jaki sposób „wskaźniki ruchu” (odbioru/wpływu) kształtują i wpływają na kariery, interakcje i reprezentacje nie tylko twórców treści internetowych, ale też na publiczność¹².

Z krótkiej prezentacji wyboru literatury przedmiotu, do tej pory – jak można zauważyć – niezbyt bogatej, wynika, iż rola komentatorów i ich wpływ na wiele aspektów życia publiczności internetowej została dostrzeżona nie tylko przez dziennikarzy, ale również przez środowisko naukowe, szczególnie zagraniczne. Należy spodziewać się, że także polscy badacze poświęcą temu zagadnieniu więcej uwagi. Do tej pory wśród nich należy wymienić Julię Piotrowską¹³. Autorką słowniczka, mającego ułatwić poruszanie się w świecie wirtualnych praktyk z zakresu komunikacji marketingowej, jest natomiast – reprezentująca agencję marketingową WeNet – Katarzyna Bogucka¹⁴.

8 C. E. Lawson, *Skin deep: Callout strategies, influencers, and racism in the online beauty community*, „New Media&Society 2021, vol. 23 (3), p. 596–612.

9 YouTube, [w:] Wikipedia: wolna encyklopedia, 1.06.2022, [on-line:] <https://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=YouTube&oldid=67306362> – 29.06.2022.

10 Ch. Wischhover, *Meet the TMZs of Beauty YouTube*, Vox, 5.10.2018, [on-line:] <https://www.vox.com/the-goods/2018/10/5/17937690/youtube-beauty-influencers-drama-channels-dramageddon> – 2.08.2022.

11 Ibidem.

12 A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society” 2021, vol. 7.

13 J. Piotrowska, *Czy językowa globalizacja? O przechodzeniu językowych struktur z języka angielskiego do polskiego na przykładzie filmów z serwisu YouTube*. „Slavica Iuvenum XX” 2019, s. 19–27, [on-line:] z: <https://dokumenty.osu.cz/ff/ksl/svk/svk2019.pdf#page=19> – 27.03.2022; Taż, *Jak nazywać i klasyfikować nowe gatunki audiowizualne na YouTube?* [ppt], 2020a, [on-line:] https://www.academia.edu/43888691/Jak_nazywa%C4%87_i_klasyfikowa%C4%87_nowe_gatunki_audiowizualne_na_YouTube – 4.08.2022; Taż, *Nowe i konwergentne formy przedstawiania treści audiowizualnych. Telewizja i YouTube: perspektywa porównawcza* „Slavica Iuvenum XXI”, 2020b, s. 365–377, [on-line:] <https://dokumenty.osu.cz/ff/epublikace/slavica-iuvenum-21/40.pdf> – 11.05.2022.

14 K. Bogucka, *Słowniczek YouTube – czyli jak zrozumieć virale, commentary i streamingi*, 16.09.2019, [on-line:] <https://blog.wenet.pl/video/slowniczek-youtube-czyli-jak-zrozumiec-virale-commentary-streamingi> – 4.08.2022; Bogucka reprezentuje agencję marketingową WeNet. Jak wynika z jej profilu w serwisie LinkedIn, jest Managerem ds. Komunikacji Marketingowej: „Specjalista do spraw komunikacji z ponadpięcioletnim doświadczeniem w pracy z komunikacją zewnętrzną i przygotowaniem materiałów handlowych – najpierw w mi-

Punktem wyjścia do pracy naukowej powinno stać się zdefiniowanie i ujednolicenie terminów związanych z tematem, zważywszy szczególnie na fakt, iż rozumienie ich w języku polskim i angielskim nie jest jednoznaczne. Do realizacji wyznaczonego celu – rozważań definicyjnych wokół terminu „kanały commentary” – wybrano metody bibliograficzną, analizy i krytyki piśmiennictwa oraz analizy zawartości materiałów YouTube – tę ostatnią ze względu na dostępność niektórych definicji (o ile można je tak nazwać) jedynie w przestrzeni audiowizualnej. W formułowaniu ostatecznych wniosków i celu uzasadnienia wyboru definicji wykorzystano metody heurystyczną i dedukcyjną. Należy w tym miejscu podkreślić, że tłumaczenie z języka angielskiego terminów związanych z tematem przysporzyło autorkom niemało trudności, ponieważ brak w języku polskim właściwych lub jednoznacznych odpowiedników. O problemach z tym związanych będzie mowa w dalszej części wywodu.

Na wstępie warto zauważyć, iż w polskim piśmiennictwie nie ma dobrego odpowiednika pierwszego – podstawowego terminu „commentary channels”, toteż często stosowana jest w języku polskim wersja angielska. Można go przetłumaczyć jako „kanały komentatorskie”. Jest to propozycja autorska. Choć wydaje się oczywista, to nie spotkano się z nią w literaturze, a Polacy zwykli używać wersji angielskiej, „wplatając” ją w treść polskojęzycznych wypowiedzi. Zdarza się, iż termin jest używany w postaci hybrydy polsko-angielskiej: „kanały commentary”. Czasami można spotkać się z bardziej rozbudowaną wersją: „kanały typu commentary” lub uproszczoną „commentary”. Podsumowując, do tej części wywodu odnotowano cztery nazewnicze zamienniki tego samego podmiotu zaadaptowane do języka polskiego.

Drugim istotnym spostrzeżeniem autorek było to, że zagraniczni autorzy raczej posługują się pojęciem „drama channels” niż „commentary chanelś”. Zgodnie z definicją „kanałów commentary” przedstawioną przez Katarzynę Bogucką „kanały dramowe” („drama channels”) są tylko jedną z kategorii i zakres znaczenia tego terminu jest szerszy¹⁵.

W polskiej wersji YouTube upowszechniły się co najmniej trzy wyrażenia powiązane ze słowem „commentary” dla oznaczenia:

- 1) kanału,
- 2) twórcy kanału,
- 3) publikowanych przez twórcę kanału treści.

Należy przy tym podkreślić, że wspomniano tutaj o praktycznym wykorzystywaniu interesującego nas terminu, który odnaleziono w narracji ustnej. Próby wyszukania

krofirmie, obecnie w dużej spółce. Z racji pracy w e-marketingu oraz prywatnych zainteresowań (seo copywriting, fotografia) odnajduje się w tematach kształtowania wizerunku marki, budowania pozycji eksperta poprzez tworzenie atrakcyjnych wizualnie i informacyjnie raportów, a także komunikacji za pośrednictwem social mediów, artykułów branżowych czy firmowego bloga”.

15 K. Bogucka, *Słowniczek YouTube – czyli jak zrozumieć virale, commentary i streamingi*, 16.09.2019, [on-line:] <https://blog.wenet.pl/video/slowniczek-youtube-czyli-jak-zrozumiec-virale-commentary-streamingi/> – 4.08.2022.

opracowań naukowych za pośrednictwem platformy EBSCO host¹⁶, w repozytorium Centrum Otwartej Nauki (zwanego dalej CeON)¹⁷ czy w wyszukiwarce Google Scholar¹⁸ nie przyniosły rezultatu. Wyselekcjonowane prace polskich badaczy, m.in. Julii Piotrowskiej, traktują o zagadnieniu „kanałów commentary” przy okazji prezentacji

16 Wyniki wyszukiwania w multiwyszukiwarce EBSCO z 31.07.2022 r. Przejrzano rekordy polskojęzyczne: Odnaleziono 14 wyników według kryterium: „TX Cały tekst” – „drama channels” i „youtube”. Ani jeden rekord nie dotyczył opisywanej tematyki. Odnaleziono też 10 wyników według kryterium: „TX Cały tekst” – „commentary” i „youtube”. Ponownie ani jeden rekord nie dotyczył opisywanego problemu badawczego. Następnie wybrano kryterium: „TX Cały tekst” – „kanały commentary” i „youtube” oraz polski język tekstu. Uzyskano w ten sposób 14 wyników, z których jeden uwzględnił tematykę „commentary”: J. Dąbrowska, *Rafał Masny: nowe kanały z Grupy Abstra jeszcze w tym roku, myślimy o produkcji komedii*, Wirtualmedia.pl, 21.11.2017, [on-line:] <https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/rafal-masny-nowe-kanały-z-grupy-abstra-jeszcze-w-tym-roku-myslmy-o-produkcji-komedii> – 31.07.2022.

17 Wyszukiwanie w CeON przeprowadzono 2.08.2022 r. Wybrano wyszukiwanie według kryterium „Całe repozytorium”. Zastosowano wyrażenia: „youtube” i „commentary”. Uzyskano 100 wyników, z których żaden nie dotyczył kwestii „kanałów commentary”, [on-line:] https://depot.ceon.pl/discover?rpp=10&etal=0&query=%22youtube%22+%22commentary%22&scope=/&group_by=none&page=2 – 2.08.2022.

18 Wyszukiwanie w Google Scholar przeprowadzono 2.08.2022 r. Wybrano wyszukiwanie według tzw. „ściśłego dopasowania (Zob. Zawężanie wyników wyszukiwania [w:] Wyszukiwarka Google: Pomoc. Dostępny w internecie: <https://support.google.com/websearch/answer/2466433?hl=pl>). Korzystając z wyrażen „commentary”, „kanały”, „youtube” połączonych kwantyfikatorem „and” odnaleziono 41 wyników, z których jeden dotyczył kwestii będących przedmiotem tegoż opracowania: J. Piotrowska, *Czy językowa globalizacja? O przechodzeniu językowych struktur z języka angielskiego do polskiego na przykładzie filmów z serwisu YouTube*, „Universitas Ostraviensis Facultas Philosophica. Slavica Iuvenum XX” 2019, s. 19–27, [on-line:] <https://dokumenty.osu.cz/ff/ksl/svk/svk2019.pdf#page=19> – 27.03.2022. Wyniki wyszukiwania Google Scholar, [on-line:] https://scholar.google.pl/scholar?start=30&q=%22commentary%22+%22kana%C5%82y%22+ youtube%22&hl=pl&as_sdt=0,5&as_vis=1 – 2.08.2022. Następnie przejrano wszystkie publikacje Julii Piotrowskiej dostępne w Google Scholar, przypisane do jej nr ORCID. Ustalono, że poruszyła ona problematykę „kanałów commentary” jeszcze w dwóch publikacjach: J. Piotrowska, *Współczesna polszczyzna wobec kultury konsumpcjonizmu* [Praca doktorska napisana pod kierunkiem prof. dr hab. Aldony Skudrzy] w: Repozytorium Uniwersytetu Śląskiego [RE-BUŚ], Katowice 2021, [on-line:] https://rebus.us.edu.pl/bitstream/20.500.12128/23631/1/Piotrowska_Wspolczesna_polszczyzna_wobec_kultury_konsumpcjonizmu.pdf – 11.05.2022; J. Piotrowska, *Nowe i konwergentne formy przedstawiania treści audiowizualnych. Telewizja i YouTube: perspektywa porównawcza*, „Slavica Iuvenum XXI” 2020, s. 365–377, [on-line:] <https://dokumenty.osu.cz/ff/epublikacje/slavica-iuvenum-21/40.pdf> – 11.05.2022; Wyniki wyszukiwania według tzw. „ściśłego dopasowania” według wyrażen: „Julia Piotrowska” i „Uniwersytet Śląski” 2.08.2022 r. w: Google Scholar, [on-line:] https://scholar.google.com/scholar?hl=pl&as_sdt=0%2C5&q=%22julia+piotrowska%22+%22uniwersytet+%C5%9B%C4%85ski&btnG= – 2.08.2022; Julia Piotrowska w: ORCID, [on-line:] <https://orcid.org/0000-0002-1228-4528> – 2.08.2022. Julia Piotrowska wspominała o tematyce „commentary” również w swojej prezentacji dostępnej w serwisie Academia: J. Piotrowska, *Jak nazywać i klasyfikować nowe gatunki audiowizualne na YouTube?* [ppt; VIII Międzynarodowa Konferencja Magistrantów Katowice, 12 maja 2020

innych zagadnień, związanych chociażby z zapożyczeniami z języka angielskiego, funkcjonującymi we współczesnej polszczyźnie, obecnymi w serwisie YouTube¹⁹. Jak wspomniano we wstępie, odnotowany brak skłonił autorki do podjęcia próby zdefiniowania terminu na gruncie polskim, co stało się pośrednim celem podjętych badań.

Szukając przyczyn utrwalenia się w języku polskim zapożyczenia „kanały commentary”, warto nawiązać do rozumienia tego wyrażenia na gruncie języka polskiego i w literaturze anglojęzycznej. Rozważania w tym zakresie należy zacząć od przytoczenia dosłownego rozumienia składowych terminów. Różne znaczenia słowa „komentarz” (**rzeczownik**) zawarto w *Słowniku języka polskiego*²⁰. Z jednej strony tym mianem określono

przypisy do tekstu, do dzieła literackiego itp. o charakterze historycznym, językowym itp., dodawane przez autora lub wydawcę²¹

z drugiej:

artykuł publicystyczny, wypowiedź omawiająca aktualne wydarzenia²².

W tej kategorii osobno wymieniono „radiowy komentarz polityczny”²³. Termin „komentarze” bywa również rozumiany jako

uwagi, najczęściej krytyczne, wypowiedziane o kimś, o czymś²⁴.

Czasownik „komentować” posiada zgodnie ze *Słownikiem języka polskiego* dwa znaczenia: pierwszym z nich jest czynność polegająca na „opatrywaniu komentarzem”, oznacza też „objasniać, interpretować”²⁵. W drugim rozumieniu „komentować” to „omawiać coś, robić krytyczne uwagi, często w sposób złośliwy”²⁶.

Polski rzeczownik „komentarz” i czasownik „komentować” odpowiadają dwóm angielskim słowom „commentary” i „comment”, które nie do końca oznaczają to samo. „Comment” to zazwyczaj krótkie oświadczenie. „Commentary” może być długą rozprawą na jakiś temat lub ustnym wyjaśnieniem zdarzenia. Zwraca na to uwagę

roku] 2020, [on-line:] https://www.academia.edu/43888691/Jak_nazywa%C4%87_i_klasyfikowa%C4%87_nowe_gatunki_audiowizualne_na_YouTube – 4.08.2022.

19 J. Piotrowska. *Czy językowa globalizacja? O przechodzeniu językowych struktur z języka angielskiego do polskiego na przykładzie filmów z serwisu YouTube*, „Universitas Ostraviensis Facultas Philosophica. Slavica Iuvenum XX” 2019, s.19–27, [on-line:] <https://dokumenty.osu.cz/ff/ksl/svk/svk2019.pdf#page=19> – 27.03.2022.

20 Komentarz, [w:] *Słownik języka polskiego*, t. 1: A–K, PWN, Warszawa 1978, s. 970–971.

21 Ibidem, s. 970.

22 Ibidem.

23 Ibidem.

24 Ibidem.

25 Komentować, [w:] *Słownik języka polskiego*, t. 1: A–K, PWN, Warszawa 1978, s. 971.

26 Ibidem.

Krzysztof Gajewski, który powołując się na wydany w 2003 roku *Longman Dictionary of Contemporary English*, stwierdził, że angielskie „commentary” to:

[...] transmitowana przez media relacja z dziejącego się właśnie wydarzenia albo książka lub artykuł objaśniające inną książkę, utwór literacki lub koncepcję²⁷.

Ten sam badacz funkcjonujące w języku angielskim słowo „comment” określił jako:

wyrażone przekonanie na temat kogoś lub czegoś, krytyka albo dyskusja czegoś, co ktoś powiedział lub zrobił²⁸.

Zakres znaczeniowy „comment” i „commentary” w pierwszym tomie *Wielkiego słownika angielsko-polskiego PWN Oxford*, wydanym przez PWN i Oxford University Press w 2002 roku jest nieco inny. Zgodnie z przytoczonym w artykule hasłowym definiensem „commentary” to – w odniesieniu do opisu radia/telewizji – „komentarz, sprawozdanie, relacja”, „commentary on something” jest „komentarzem, sprawozdaniem, relacją z czegoś”, natomiast „commentary a running” oznacza „relację na żywo”. W tym znaczeniu funkcjonuje także określenie „commentary box”²⁹ i oznacza ono rolę sprawozdawczą. Wyrażenie czasownikowe „to comentate on something” oznacza „przeprowadzić relację z czegoś”³⁰. Słowo „comment” może być używane jako czasownik bądź jako rzeczownik. Jako rzeczownik występuje jako synonim słowa „uwaga” na temat kogoś lub czegoś w rozmowie lub w formie pisemnej jako „adnotacja”. Słowo „comment” odnosi się także do nazw czynności, „to comment on somebody/something” oznacza tyle samo co „wypowiedzieć się o kimś” / „robić uwagi na temat czegoś”, „napisać komentarz do czegoś”³¹.

W anglojęzycznej wersji *Wikipedii* podano różne przypadki użycia słowa „commentary” m.in. w odniesieniu do rodzajów i gatunków publikacji, np. *Caesar’s Commentaries (disambiguation)*, *a number of works by or attributed to Julius Caesar*³², *Commentaries on the Laws of England, a 1769 treatise on the common law of England by Sir William Blackstone*³³. W ujęciu filologicznym „commentary” oznacza zatem

27 K. Gajewski, *No comment. Z poetyki komentarza elektronicznego*, „Zagadnienia Rodzajów Literackich” 2013, t. LVI, z. 2, s. 113, [on-line:] <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-678131b9-73b7-4228-bdd7-a140108460c7> – 29.07.2022.

28 Ibidem, s. 113–114.

29 Commentary box, [w:] *Wielki słownik angielsko-polski. English-Polish Dictionary*, PWN, Warszawa 2002, s. 229.

30 Commentate, [w:] *Wielki słownik angielsko-polski. English-Polish Dictionary*, PWN, Warszawa 2002, s. 229.

31 Ibidem.

32 Komentarze Cezara (ujednoznacznienie), szereg dzieł Juliusza Cezara lub mu przypisywanych.

33 Komentarze na temat praw Anglii, traktat z 1769 r. o prawie zwyczajowym Anglii autorstwa Sir Williama Blackstone’a.

[...] a line-by-line or even word-by-word explication usually attached to an edition of a text in the same or an accompanying volume³⁴.

Dobrym przykładem wielofunkcyjności zapożyczonych terminów w języku polskim jest definicja „commentary video” zawarta w „Słowniczku YouTube” opracowanym przez Katarzynę Bogucką w poście zawartym na blogu agencji marketingowej WeNet³⁵. Zgodnie z jej ustaleniami termin jest równoważny z „kanał commentary” i oznacza 1. kanał lub 2. twórcę na YouTube, którego zadaniem jest komentowanie np. innych filmów, bieżącej sytuacji społecznej, politycznej czy kulturalnej³⁶. Tutaj warto jeszcze raz zwrócić uwagę, iż Bogucka używa słowa „commentary” jako dookreślenie rodzaju tego specyficznego rodzaju kanału.

Zdaniem Katarzyny Boguckiej „kanały commentary” nie powinny być natomiast utożsamiane „z rodzajem wideo typu «react to»”. Dzieje się tak dlatego, że

React to – film, który przedstawia reakcję osoby lub osób na jakieś zjawisko. [...] Filmy „react to” mogą nie zawierać w ogóle komentarza, a jedynie emocjonalną reakcję, a także często są wykonywane z ukrycia – i tymi dwoma punktami różnią się od Commentary video³⁷.

Autorka podkreśliła, że materiały wideo „react to” są łatwe w realizacji i „często krytykowane, ponieważ ich wyprodukowanie nie wymaga nawet minimalnego nakładu sił”³⁸.

Jak podała dalej:

Kanały commentary w Polsce działają głównie na podstawie prawa cytatu, dzięki któremu poddają analizie krytycznej lub parodii dzieła innych twórców. W dobrych kanałach commentary widz otrzymuje wartość dodaną w postaci merytorycznego odniesienia, komentarza lub analizy³⁹.

Bogucka odniosła się także do treści zamieszczanych na kanałach typu commentary:

Niektóre commentary [tutaj użyte w skrócie jako kanał i jednocześnie jego rodzaj – przypis autorski] są mocno polityczne, inne skupiają się na plotkach i celebrytach, inne

34 Wyjaśnienie „linijka po linijce”, a nawet „słowo po słowie”, zwykle dołączane do wydania tekstu w tym samym lub towarzyszącym tomie Wikipedia contributors (2022, August 2). Commentary (philology), [w:] *Wikipedia*, The Free Encyclopedia, [on-line:] [https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Commentary_\(philology\)&oldid=1102004110](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Commentary_(philology)&oldid=1102004110) – 4.08.2022.

35 K. Bogucka, *Słowniczek YouTube – czyli jak zrozumieć virale, commentary i streamingi*, 16.09.2019, [on-line:] <https://blog.wenet.pl/video/slowniczek-youtube-czyli-jak-zrozumiec-virale-commentary-streamingi/> – 4.08.2022.

36 Ibidem.

37 Ibidem.

38 Ibidem.

39 Ibidem.

na „dramach” w Internecie, a jeszcze inne są subiektywną opinią autora, często ujętą w śmiesznej formie⁴⁰.

Podobnie zdefiniowano „commentary” w anglojęzycznej wersji *Wikipedii* na stronie grupującej dane identyfikujące youtuberów tworzącym tego rodzaju treści. Jak podano w opisie:

This is for YouTubers who make social or political commentary videos, or videos with commentary on the YouTube community or YouTube culture. For video game commentators on YouTube, see Category: Gaming YouTubers⁴¹.

W grupie komentatorów znaleźli się zatem ci, którzy przygotowują komentarze o charakterze politycznym, społecznym lub kulturalnym. Z tej grupy wykluczono komentatorów gier wideo na YouTube, którzy zostali umieszczeni w osobnej kategorii „Gaming YouTubers”⁴².

Równie szerokie rozumienie terminu „commentary channels” można odnaleźć w poście poświęconym komentatorskim kanałom śledczym zamieszczonym na stronie firmy IZEA Worldwide Inc zajmującej się influencer marketingiem:

Commentators on YouTube are as diverse as the subjects they discuss. From politics and pop culture to scientific breakthroughs and racial injustice, almost every topic is fair game; it's only a question of delivery⁴³.

Nieco węższe rozumienie zaprezentowała platforma/agencja influencer marketingu BrandBuddies, która określiła mianem „commentary video”:

[...] filmik, z [!] którym twórca komentuje wybrane przez siebie kwestie. Najczęściej dotyczą one sytuacji związanych z internetem, zwłaszcza internetowych dram. Pomysł na taki format prawdopodobnie przyszedł ze Stanów Zjednoczonych, gdzie youtuberzy często komentowali zachowania głównie twórców związanych z tematyką beauty⁴⁴.

40 Ibidem.

41 To jest dla youtuberów, którzy tworzą filmy z komentarzami społecznymi, politycznymi, filmy z komentarzami na temat społeczności YouTube lub jej kultury. Dla komentatorów gier wideo na YouTube. Zob. Kategoria: Gaming YouTubers Category:Commentary YouTubers, [w:] *Wikipedia, the free encyclopedia*, [on-line:] https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Commentary_YouTubers – 31.07.2022.

42 Ibidem.

43 Komentatorzy w YouTube są tak różnorodni jak poruszane przez nich tematy. Od polityki i popkultury po przełomy naukowe i niesprawiedliwość rasową, prawie każdy temat jest akceptowalny, liczy się tylko sposób jego przedstawienia. Zob. IZEA, *10 Investigative or Commentary YouTube Channels*, IZEA, 23.02.2022, [on-line:] <https://izea.com/resources/investigative-commentary-youtube-channels/> – 10.09.2022.

44 MT 2022, *To oni śledzą największe dramy internetu!*, [w:] *Newsy/kejsy. BrandBuddies. Platforma/Agencja*, 16.02.2022, [on-line:] <https://www.brandbuddies.pl/news/420-kanaly-commentary-to-hit-na-czym-polega-ich-popularnosc> – 3.08.2022.

Kluczową cechą „commentary” w tym ujęciu jest to, że zawiera przejrzyste i uporządkowane streszczenie aktualnego wydarzenia wraz z komentarzem jego twórcy. Dzięki temu można od razu zorientować się w tym, co się wydarzyło. Pod materiałem często zamieszczane są komentarze, za pomocą których publiczność aktywnie włącza się w dyskusję na omawiany temat⁴⁵.

W tym sensie polskie rozumienie wyrażenia „kanały commentary” w odniesieniu do serwisu YouTube jest synonimem wspomnianych już „drama channels” lub „tea channels”. Angele Christin i Rebecca Lewis przyznały, że wszystkie te określenia bywają traktowane jak synonimy:

[...] becoming an informal category for a specific type of English-speaking channels that provide information and commentary on the conflicts between top YouTubers. Drama channels cover a wide range of feuds, both real and staged, as well as more general YouTube celebrity scandals. Drama channels are sometimes called “tea”⁴⁶ [...] or “commentary” channels⁴⁷.

W istocie jednak „drama creators” (twórcy komentarzy dramowych) tworzą konkretny rodzaj komentarza, a raczej meta-komentarza („meta-commentary”) w serwisie i o serwisie YouTube⁴⁸.

Angele Christin i Rebeca Lewis uznały „drama channels” za gatunek hybrydowy, który zawiera elementy kilku wcześniejszych formatów medialnych m.in.: „[...] celebrity tabloids, reality television, daytime talk shows, and YouTube’s remix culture”⁴⁹. Co więcej, popularność tych kanałów, wyrażająca się w liczbie subskrypcji, wyświetleń oraz w generowanych przez nie zarobkach przewyższa w tym względzie tradycyjne dziennikarstwo. Jak stwierdził As Keemstar z kanału DramaAlert:

If we bow down to some journalist over at the Wall Street Journal, then we are giving our power away. We are way more powerful than the Wall Street Journal. We are way more

45 Ibidem.

46 Termin „tea” nie pochodzi od „herbaty”, jak można byłoby przypuszczać. Autorki uważają: “A term stemming from the expression “T for Truth,” which has roots in the Black drag culture” Zob. A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society” 2021, vol. 7, p. 4. A zatem błędne wydaje się polskie tłumaczenie „kanały herbaciane”.

47 Tłum. [...] stając się nieformalną kategorią dla określonego typu anglojęzycznych kanałów, które dostarczają informacji i komentarzy na temat konfliktów między czołowymi youtuberami. Kanały dramowe obejmują szeroki zakres waśni, zarówno rzeczywistych, jak i inscenizowanych, a także bardziej ogólne skandale z celebrytami na YouTube. Kanały dramowe są czasami nazywane „tea channels” [...] lub „commentary channels”. Zob. A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society” 2021, vol. 7, p. 4.

48 A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society” 2021, vol. 7, p. 4.

49 Tłum. [...] tabloidów, telewizji reality, codziennego talk-show i kultury remiksów YouTube. A. Christin, R. Lewis, *Platform drama: “Cancel culture,” celebrity, and the struggle for accountability on YouTube*, „New Media & Society” 2022, vol. 24 (7), s. 1633.

important to advertisers than the Wall Street Journal, because we are the biggest source of entertainment in the world. YouTubers and the YouTube community get way more clicks than the Wall Street Journal could ever dream of⁵⁰.

Przedstawiciele tego typu kanałów zdecydowanie zdają sobie sprawę ze swojego wpływu na społeczność YouTube, a jednak często czują się niedoceniani przez dziennikarstwo tradycyjne i media głównego nurtu⁵¹. As Keemstar z kanału DramaAlert, postawił reprezentantów „drama channels” w roli strażników (policji) całej społeczności YouTube:

[...] We are the YouTube community. This is ours. It's not owned by the mainstream media. It's not owned by people with suits and ties. [...] We are fully capable of policing ourselves. When we see a YouTuber do something wrong or a YouTuber step out of line, we collectively, as the YouTube community, call that person out [...].⁵²

Jego punkt widzenia podzielił Taylor Lorenz, który zaznaczył, że

The video's narrator meticulously reviews "receipts" – digital evidence of something in the form of screenshots, screen recordings, leaked DMs, errant faves, and more⁵³.

Lorenz zwrócił uwagę na łatwość tworzenia i prowadzenia tego rodzaju kanałów. Powołał się w tym względzie na słowa Josha Cohena, dyrektora generalnego Tuberfilter'a, który stwierdził, że tworzeniem tego rodzaju zawartości zajmują się głównie nastolatki: „They're aggregating Instastories, Snapchats, likes on tweets, monitoring who unfollows who”⁵⁴.

50 Jeśli kłaniamy się jakiemuś dziennikarzowi z Wall Street Journal, to oddajemy naszą władzę. Jesteśmy znacznie potężniejsi niż Wall Street Journal. Jesteśmy o wiele ważniejsi dla reklamodawców niż Wall Street Journal, ponieważ jesteśmy największym źródłem rozrywki na świecie. Youtuberzy i społeczność YouTube uzyskują znacznie więcej kliknięć, niż Wall Street Journal mógłby kiedykolwiek marzyć. Zob. DramaAlert, 19 February 2017; cyt. za Christin & Lewis, op. cit. 2021, s. 2.

51 A. Christin, R. Lewis, *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society” 2021, vol. 7, p. 1.

52 Jesteśmy społecznością YouTube. To jest nasze i nie jest własnością mediów głównego nurtu. Nie jest własnością ludzi w garniturach i krawatach. [...] Jesteśmy w pełni zdolni do pilnowania samych siebie. Kiedy widzimy, że youtuber robi coś złego lub wychodzi „poza linię”, wspólnie, jako społeczność YouTube, „przywołujemy tę osobę do porządku”. Zob. DramaAlert, 19 February 2017; cyt. za Christin & Lewis, op. cit. 2021, s. 2.

53 Narrator filmu skrupulatnie przegląda „dokumentację” – cyfrowe dowody czegoś w postaci zrzutów ekranu, nagrań ekranu, „wyciekających” wiadomości i nie tylko. Zob. T. Lorenz, *How Tea Accounts Are Fueling Influencer Feuds*, „The Atlantic”, 16 maja 2019, [on-line:], <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/05/how-tea-channels-feed-youtube-feuds/589618/> – 3.08.2022.

54 Gromadzą historie z Instagrama, Snapchata, polubienia na tweetach, monitorują. Zob. Josh Coen, cyt. za Lorenz, op. cit. 2019.

Ważną przyczyną rozwoju kanałów było zdaniem Lorenza właśnie to, że młodzi ludzie poszukiwali informacji o influencerach i chcieli je otrzymywać bez przerwy („24/7”) za pomocą mediów społecznościowych:

Young people are desperate for news about influencers, a category of people the mainstream press often ignores or patronizes. They also want that news delivered 24/7 through social-media channels⁵⁵.

Kolejną badaczką, która uznała wyrażenia „commentary channels” i „drama channels” za synonimy była Ariella Najovits, która w swojej pracy dyplomowej napisanej na Uniwersytecie w Ottawie, odniosła się do tego zagadnienia przy okazji rozważań nad komercjalizacją serwisu YouTube, influencer marketingiem, związanymi z nim skandalami, sposobami ich rozliczania, a w szczególności przeprosinami twórców, „cancel culture” itp. Jej zdaniem

Commentary and/or Drama (sometimes referred to as ‘Tea’) Channels’ content revolves around critiques of the actions of other influencers, influencer scandals, and in general, covering major internet events⁵⁶.

Terminami „commentary channels” i „drama channel” posługiwała się także Francesca Mitrofan, która w swojej pracy magisterskiej zajęła się problematyką „cancel culture”⁵⁷ widzianej głównie przez pryzmat jednego wydarzenia tzw. „Dramageddon’u” 2019, które polegało na „unieważnianiu” (wyeliminowaniu) ze społeczności internetowej amerykańskiego youtubera Jamesa Charlesa⁵⁸. Można powiedzieć, że Francesca Mitrofan nie uznawała wyrażen „commentary channels” i „drama channels” za tożsame, natomiast drugiego z tych określeń używała zamiennie z wyrażeniem „tea

55 Młodzi ludzie desperacko szukają informacji o influencerach, kategorii ludzi, których prasa głównego nurtu często ignoruje. Chcą również, aby wiadomości były dostarczane 24 godziny na dobę. Zob. T. Lorenz., *How Tea Accounts Are Fueling Influencer Feuds*, „The Atlantic”, 16.05.2019, [on-line:] <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/05/how-tea-channels-feed-youtube-feuds/589618/> -3.08.2022.

56 Kanały komentatorskie i/lub dramowe (czasami określane jako „tea channels”) koncentrują się wokół krytyki działań innych influencerów, skandali z influencerami i, ogólnie mówiąc, najważniejszych wydarzeń internetowych.

57 Francesca Mitrofan przanalizowała trzy problemy badawcze: 1. How could cancel culture be interpreted through the lens of participatory culture? 2. How do netizens understand and discuss cancel culture? 3. What are the possible outcomes of ‘cancelling’ someone? (1. Jak można interpretować kulturę „unieważniania” przez pryzmat kultury partycypacji? 2. Jak internauci rozumieją i omawiają kulturę „unieważniania”? 3. Jakie są możliwe skutki „unieważnienia” kogoś?). Zob. F. Mitrofan, *Cancelling the Callouts: The ,Dramageddon’ of 2019 and the Effects of Cancel Culture Online*, p.6, [Two-year Master’s Thesis, Uppsala Universitet. Department of Informatics and Media. Master’s Programme in Social Sciences, Digital Media and Society], 28 August 2020, [on-line:] <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1544315/FULLTEXT01.pdf> - 2.08.2022.

58 Ibidem, s. 9.

channels”⁵⁹. Świadczy o tym podana przez nią charakterystyka „drama channel”, którą skonstruowała w celu wyjaśnienia działalności kanału „Here for the Tea”. Jak podała:

This channel would be considered a “drama channel”, tasked with collecting information and relaying it to the YouTube audience in the form of news; the stories amassed by such drama channels usually involve celebrities (be them online-made or mainstream) and the trending scandals they are involved in [...]⁶⁰.

Mitrofan odwołała się do sposobu rozumienia tego wyrażenia, przedstawionego przez Leslie Perazę, która krytycznie odniosła się do działalności „drama channels” w kontekście ich komentowania youtuberów reprezentujących branżę „beauty”:

Videos created about the drama are reported by drama channels such as, Here For The Tea who created the term Dramageddon to describe the biggest scandals within the beauty community on YouTube. When videos about these scandals gain traction the algorithm pushes these videos out more and smaller beauty influencers cannot get their content out to reach the audience⁶¹.

Niemniej wątpliwości budzi ustalenie rozumienia słowa „kanał”. Zgodnie z definicją zamieszczoną w *Wikipedii*, a zawartą w artykule hasłowym dotyczącym serwisu YouTube, „kanały” to „profile kont zarejestrowanych użytkowników”⁶². W *Wikipedii* zawarto również stronę zawierającą odnośniki do różnych znaczeń hasła „kanał”. Wśród nich znalazł się definiens terminu „kanał”, którym w kontekście internetu jest:

pasmo tematyczne prowadzone przez 1–2 autorów w portalach internetowych, forach, komunikatorach (YouTube, Facebook, Discord, Teams etc.)⁶³.

59 Ibidem, s. 68.

60 Ten kanał byłby uważany za „kanał dramatyczny”, którego zadaniem jest zbieranie informacji i przekazywanie ich odbiorcom YouTube w formie wiadomości; historie gromadzone przez takie kanały dramatyczne zwykle dotyczą celebrytów (czy to online, czy głównego nurtu) i popularnych skandali, w które są zaangażowani. Zob. F. Mitrofan, *Cancelling the Callouts: The ‘Dramageddon’ of 2019 and the Effects of Cancel Culture Online*, p. 9, [Two-year Master’s Thesis, Uppsala Universitet. Department of Informatics and Media. Master’s Programme in Social Sciences, Digital Media and Society], 28 August 2020, [on-line:] <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1544315/FULLTEXT01.pdf> – 2.08.2022.

61 Filmy są zgłaszane przez kanały dramowe, takie jak „Here For The Tea”, który stworzył termin Dramageddon, aby opisać największe skandale w społeczności zajmującej się urodą na YouTube. Kiedy filmy o tych skandalach zyskują na popularności, algorytm przeglądarki pozycjonuje je coraz wyżej, a „mniejsi” influencerzy nie mogą dotrzeć ze swoimi treściami do odbiorców. Zob. L. Peraza, *We Need to Talk: YouTube and Mental Health Within the Beauty Community*. University of California, Riverside, 2019, p. 14, [on-line:] <https://escholarship.org/uc/item/8fc0c5qn> – 8.08.2022.

62 Edytorzy Wikipedii, „YouTube”, [w:] *Wikipedia, wolna encyklopedia*, [on-line:] <https://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=YouTube&oldid=67564775> – 4.08.2022.

63 Edytorzy Wikipedii, „Kanał”, [w:] *Wikipedia, wolna encyklopedia*, [on-line:] <https://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=Kana%C5%82&oldid=66203290> – 4.08.2022. Niniejsza

Jak zauważyła Julia Piotrowska, polskie określenie „kanały” i angielskojęzyczne „channels” jako „przekazniki treści audiowizualnych” mają podobne znaczenie zarówno w odniesieniu do kanałów telewizyjnych, jak i kanałów YouTube⁶⁴. Piotrowska stwierdziła nawet, że „YouTube jest – w pewnym sensie – telewizją XXI wieku”⁶⁵. Z drugiej strony termin „kanał telewizyjny” jest szerszy znaczeniowo niż „kanał YouTube” w kontekście typów prezentowanej treści. Jak podała:

[...] na kanale telewizyjnym ogólnotematycznym (np. TVP, TVN, Polsat) prezentowane są zarówno gatunki rozrywkowe, informacyjne, jak i mieszane. Tymczasem kanały na YouTube, nawet te cieszące się największą oglądalnością (analogicznie do wspomnianych wyżej kanałów telewizyjnych ogólnotematycznych), mają wyraźny profil gatunkowy. Istnieją, rzecz jasna, wyjątki od tej reguły. Zdarzają się kanały na YouTube, które prezentują naprzemiennie gatunki rozrywkowe i informacyjne, ale jest to rzadkość⁶⁶.

Zdaniem Lidii Rudzińskiej oglądanie kolejnych materiałów na kanale YouTube „przypomina [...] śledzenie ulubionego programu telewizyjnego”⁶⁷. Kanały podobnie jak programy mają wyznaczoną tematykę i stałego autora bądź autorów (youtuberów), którzy charakteryzują się określonym stylem. Ponadto

[...] filmy na najpopularniejszych kanałach pojawiają się regularnie, często odcinki są numerowane, bywa też, że programy są emitowane konkretnego dnia lub wręcz według stałej ramówki⁶⁸.

To zjawisko upodabniania się do (konwergencji) mediów tradycyjnych i internetowych zostało wprowadzone przez Henry’ego Jenkinsa⁶⁹. Piotrowska wymienia trzy typy gatunków medialnych obecnych w telewizji i serwisie YouTube: rozrywkowe, informacyjno-publicystyczne i mieszane⁷⁰. Gatunki mieszane stanowią, jej zdaniem,

definicja „kanału” budzi pewne wątpliwości, chociażby ze względu na ograniczenie liczby jego prowadzących do jednej lub dwóch osób. Dla przykładu kanał Abstrachuje. TV był prowadzony do 2021 roku przez trzy osoby: Roberta Pasuta, Cezarego Józwika i Rafała Masnego; Edytorzy Wikipedii, „AbstrachujeTV”, *Wikipedia, wolna encyklopedia*, [on-line:] <https://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=AbstrachujeTV&oldid=67575890> – 4.08.2022.

64 J. Piotrowska, *Nowe i konwergentne formy przedstawiania treści audiowizualnych. Telewizja i YouTube: perspektywa porównawcza*, „*Slavica Iuvenum XXI*” 2020, s. 368, [on-line:] <https://dokumenty.osu.cz/ff/epublikace/slavica-iuvenum-21/40.pdf> – 11.05.2022.

65 Ibidem, s. 365.

66 Ibidem, s. 371.

67 L. Rudzińska, *Amator w natarciu: wideoblogi i web show jako przykład nowej amatorskiej aktywności w Sieci*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015, s. 110.

68 Ibidem.

69 J. Piotrowska, *Nowe i konwergentne formy przedstawiania treści audiowizualnych. Telewizja i YouTube: perspektywa porównawcza*, „*Slavica Iuvenum XXI*” 2020, s. 366, [on-line:] <https://dokumenty.osu.cz/ff/epublikace/slavica-iuvenum-21/40.pdf> – 11.05.2022.

70 Ibidem, s. 370–371.

„połączenie informacji, opinii, rozrywki”⁷¹. Zaliczyła do nich „commentery [!], program edukacyjny dla dzieci, teleturniej, program satyryczny”⁷².

Julia Piotrowska zauważyła, że

Istotnym wątkiem w kontekście porównania telewizji i YouTube’a jest typ prezentowanego formatu. W telewizji warunkuje go tytuł programu, zaś na YouTube – nazwa kanału⁷³.

Do pojęcia „formatu” nawiązała również Lidia Rudzińska, która przywołała podział materiałów w serwisie YouTube zaproponowany przez Krzysztofa Gonciarza, który wyróżnił wśród nich wideoblogi i „web show”⁷⁴. W tym ujęciu pojęcie „wideoblog” jest nadrzędne w stosunku do „web show”, który jest rodzajem wideobloga i wyróżnia się formatem, w skład którego wchodzi:

Ogólna kompozycja programu, estetyka obiektów graficznych i muzycznych czy określenie zasad rządzących show⁷⁵.

Warto nadmienić, że zdefiniowanie pojęcia „wideoblog” może nastroić trudności, bo może on być rozumiany

[...] jako nazwa gatunku, w innych natomiast jako uniwersalna nazwa wszystkich treści w serwisie. W pracach dotyczących blogów wideoblogi są zwykle traktowane jako jedna z odmian bloga⁷⁶.

Stanisław Skulimowski wymienił dziesięć typów materiałów udostępnianych w serwisie YouTube, zaproponowanych w 2016 przez serwis Mediakix⁷⁷. Zaliczył do nich:

71 Ibidem, s. 370.

72 Ibidem, s. 371.

73 Ibidem.

74 Lidia Rudzińska, podobnie jak Julia Piotrowska, zwróciła uwagę na fakt, że pierwsze polskojęzyczne web show były niejednokrotnie inspirowane twórczością pochodzącą z amerykańskiej wersji serwisu. Za przykład podała „Niekrytego Krytyka” i jego inspirowanie się „twórczością Douga Walkera („Nostalgia critic”) oraz Jamesa Rolfe’a („Angry Video Game Nerd”), L. Rudzińska, *Amator w natarciu: wideoblogi i web show jako przykład nowej amatorskiej aktywności w Sieci*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015, s. 115.

75 L. Rudzińska, *Amator w natarciu: wideoblogi i web show jako przykład nowej amatorskiej aktywności w Sieci*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015, s. 111.

76 Terminologia przyjęta z pracy: Z. Nabiałek, *Widowiska filmów i seriali w serwisie YouTube z perspektywy retorycznej krytyki gatunkowej*, Warszawa 2021, s. 34, [on-line:] https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/21315/Widowiska_filmow_i_seriali_w_serwisie_YouTube_z_perspektywy_retorycznej_krytyki_gatunkowej.pdf?sequence=1&isAllowed=y – 3.08.2022.

77 S. Skulimowski, *Ławica widzów i rekiny widoczności – jak YouTube zmienił naszą percepcję informacji na przykładzie branży gier elektronicznych*, [w:] *KulTube.Kultura wobec*

[1] recenzje produktów, [2] wideo poradniki (ang. how-to videos), [3] vlogi, [4] materiały z gier (ang. gaming videos), [5] filmy komediowe (ang. comedy / skit videos), [6] filmy prezentujące kosmetyki, ubrania, wystrój domu itp. (ang. haul videos), żarty oraz gagi (ang. meme videos), [8] filmy, w których prezenterzy opowiadają o swoich ulubionych produktach (ang. favorites/ best of), [9] filmy edukacyjne oraz [10] rozpakowywanie (ang. unboxing videos)⁷⁸.

Skulimowski zauważył, że „były to w większości przekazy, które zawdzięczały swój sukces «charyzmie prezentera», co udowadnia [...] istnienie aspektu «show» w wideo umieszczonych na serwisie YouTube oraz motywacji twórców tych filmów”⁷⁹. Obecnie strona Mediakix.com nie jest dostępna. „Zmarły” również Facebook, Twitter i Instagram tej agencji reklamowej. Niemniej jednak nadal można zapoznać się z infografiką Mediakix Most of Popular Types of YouTube Videos zamieszczoną na stronie impactplus.com, a omawiającą szesnaście najpopularniejszych rodzajów zawartości w serwisie YouTube w 2021 roku⁸⁰. To „dzielenie się przemyśleniami, opiniami” może polegać, zdaniem zespołu Megakix, na tworzeniu „vlogów” rozumianych jako wytyczne

Capture the everyday life, thoughts and feelings of a YouTube influencer. Also known as video blogs, the content is essentially a video diary capturing authentic, unscripted musings⁸¹.

lub „conspiracy”, czyli materiałów wideo, w których należy kierować się wskazówkami

Explore conspiracy theories, meaning alternative explanations for events, oftentimes politically charged, despite a widely accepted viewpoint being more corroborated⁸².

YouTube, red. R. Bomba, P. Olszewska, A. Wuls, Centrum Badań Gier Wideo UMCS, Lublin 2017, s. 74.

78 Ibidem, s. 74.

79 Ibidem.

80 Były to: „commentary”, „product review”, „how to/tutorial”, „top list” („haul”, „favorites/best of”, „collection”, „compilation”), „comedy”, „challenge”, („meme”), „reaction”, „Q&A”, „interview”, „docuseries”, „educational”, „music video”, „narrative” („story”, „explainer”), „gaming”, „ASMR”, „sport” (trick shot). W infografice „commentary” wyjaśniono jako: „focus on youtubers sharings thoughts and opinions on a topic”. Ibidem.

81 Uchwycić życie codzienne, myśli i uczucia influencera w serwisie YouTube. Treść, znana również jako wideoblogi, jest zasadniczo wideopamiętnikiem zawierającym autentyczne, nieopisane w scenariuszu przemyślenia. Zob. Mediakix, *Most of Popular Types of YouTube Videos 2021*, [w:] R. Sukhraj, *What Are the Most Popular Types of YouTube Videos in 2021?* [Infographic], 19.05.2021, [on-line:] <https://www.impactplus.com/blog/most-popular-types-of-videos-on-youtube-infographic> – 3.08.2022.

82 Zbadaj teorie spiskowe, co oznaczają alternatywne wyjaśnienia wydarzeń, często o charakterze politycznym, pomimo powszechnie akceptowanego punktu widzenia, który jest bardziej potwierdzony. Zob. Mediakix, *Most of Popular Types of YouTube Videos 2021*, [w:] R. Sukhraj, *What Are the Most Popular Types of YouTube Videos in 2021?* [Infographic],

Opracowana w 2021 roku przez Megakix definicja „commentary” nie jest tożsama z potocznym rozumieniem tego pojęcia w polskim serwisie YouTube. Odzwierciedla ona raczej zakres znaczeniowy angielskiego słowa „commentary” jako komentarza, sprawozdania, relacji z czegoś.

Podsumowując, wymiennie stosowane w Polsce terminy: „kanały commentary”, „kanały typu commentary”, „commentary”, „kanały plotkarskie”, „video channels” są zapożyczeniem z angielskiego „commentary channels”. Dosłownym tłumaczeniem, dotąd niespopularyzowanym w polskim przekazie, jest dokładne tłumaczenie „kanały komentatorskie”. Kanały zawierające tego rodzaju treści bywają w anglojęzycznym serwisie YouTube określane mianem „drama channels” lub „tea channels”. Są to terminy stosowane również w polskiej narracji. Poszczególno twórcy tego rodzaju formatu (ang. drama creators) – komentatorzy – (w Polsce nazywani: youtuberami lub commentary) znacznie różnią się między sobą m.in. rzetelnością przeprowadzonej analizy, subiektywnym, a nawet „plotkarskim” bądź bardziej zobiektywizowanym tonem wypowiedzi. Odnotowano, że w Polsce często przyjmuje się skrótową formę „commentary” zarówno dla określenia kanału, jego twórcy, jak i samej zawartości materiału wideo. Autorki zaproponowały adaptację na grunt polskojęzycznego słownictwa termin „kanały komentatorskie” oraz na określenie osoby komentującej wydarzenia na You Tubie (youtubera) – komentator.

W celach porównawczych opracowano tabelę, w której uwzględniono terminy związane z tematem występujące w języku angielskim, stosowane w Polsce i propozycje autorskie tłumaczeń terminów, które podano wówczas, gdy nie spotkano się z danym terminem w literaturze lub narracji ustnej na You Tube.

Tabela: Terminy związane z „commentary channels”: porównanie słownictwa stosowanego w Polsce i w języku angielskim

Termin anglojęzyczny	Terminy stosowane w Polsce	Propozycje terminów autorskie*
commentary chanel	kanały typu commentary/commentary/ kanały commentary/commentary channels	kanały komentatorskie
drama channels/tea channels YouTube gossip channels commentary video	kanały dramowe/drama channels tea channels kanały plotkarskie commentary video	videokomentarze
comment commentary	komentarz	-
drama creator	Youtuber, youtuber	komentator
cancel culture	kultura unieważniania	kultura wykluczenia/wykluczania
influencer	influencer/celebryta	-

* Propozycje autorskie sformułowano tylko wówczas, gdy w polskim piśmiennictwie nie odnaleziono proponowanych terminów.

Źródło: opracowanie własne.

Przyjęto definicję, że „commentary chanel” (kanały komentatorskie) to kanały prowadzone przez youtuberów (komentatorów), którzy omawiają sprawy ważne dla społeczności serwisu. O popularności danego twórcy często decyduje jego charyzma, co przekłada się na wierność publiczności: liczbę subskrypcji, wyświetleń kolejnych materiałów wideo na kanale, a w konsekwencji – na jego zarobki. Istotną rolę wśród treści zawartych w poszczególnych materiałach (szczególnie wśród przedstawicieli „drama channels” – polska propozycja autorek „kanały dramowe”) pełnią „konflikty” – tzw. „dramy” (prawdziwe lub wyreżyserowane) oraz skandale z udziałem gwiazd YouTube (nazywanych celebrytami lub influencerami).

Bibliografia

- Bogucka K., *Słowniczek YouTube – czyli jak zrozumieć virale, commentary i streamingi*, 16.09.2019, [on-line:] <https://blog.wenet.pl/video/slowniczek-youtube-czyli-jak-zrozumiec-virale-commentary-streamingi/> – 4.08.2022.
- Category: Commentary YouTubers, [w:] *Wikipedia, the free encyclopedia*, [on-line:] https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Commentary_YouTubers – 31.07.2022.
- Christin A., Lewis R., *Platform drama: “Cancel culture,” celebrity, and the struggle for accountability on YouTube*, „New Media & Society” 2022, vol. 24 (7) s. 1632–1656.
- Christin A., Lewis R., *The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators*, „Social Media + Society” 2021, vol. 7, p. 1–14.
- Comment, [w:] *Wielki słownik angielsko-polski. English-Polish Dictionary*, Warszawa 2002, s. 229.
- Commentary, [w:] *Wielki słownik angielsko-polski. English-Polish Dictionary*, Warszawa 2002, s. 229.
- Commentary box, [w:] *Wielki słownik angielsko-polski. English-Polish Dictionary*, Warszawa 2002, s. 229.
- Commentary YouTubers, [w:] *Wikytubia. The YouTube Wiki*, [on-line:] https://youtube.fandom.com/wiki/Category:Commentary_YouTubers – 31.07.2022.
- Commentate, [w:] *Wielki słownik angielsko-polski. English-Polish Dictionary*, Warszawa 2002, s. 229.
- Dąbrowska J., *Rafał Masny: nowe kanały z Grupy Abstra jeszcze w tym roku, myślimy o produkcji komedii*, *Wirtualmedia.pl*, 21.11.2017, [on-line:] <https://www.wirtualnedia.pl/arttykul/rafal-masny-nowe-kanały-z-grupy-abstra-jeszcze-w-tym-roku-myslimy-o-produkcji-komedii> – 31.07.2022.
- Dodgson L. *‘Tea’ and drama YouTubers go after some of the internet’s biggest celebrities. It’s not as easy as it used to be*, 2.10.2021, [on-line:] <https://www.insider.com/youtube-drama-commentary-tea-channels-dramageddon-2021-8> – 31.07.2022.
- Edytorzy Wikipedii, „AbstrachujeTV”, [w:] *Wikipedia, wolna encyklopedia*, [on-line:] <https://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=AbstrachujeTV&oldid=67575890> – 4.08.2022.
- Edytorzy Wikipedii, „Kanał”, [w:] *Wikipedia, wolna encyklopedia*, [on-line:] <https://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=Kanał&oldid=66203290> – 4.08.2022.

- Edytorzy Wikipedii, „YouTube”, [w:] *Wikipedia, wolna encyklopedia*, [on-line:] <https://pl.wikipedia.org/w/index.php?title=YouTube&oldid=67564775> – 4.08.2022
- Gajewski K., *No comment. Z poetyki komentarza elektronicznego*, „Zagadnienia Rodzajów Literackich” 2013, t. LVI, z. 2, s. 111–128, [on-line:] <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-678131b9-73b7-4228-bdd7-a140108460c7> – 3.08.2022.
- Haylock Z., *Welcome to the Circus 19 moments that defined YouTube drama’s economy... and then destroyed it*, 2.03.2021, [on-line:] <https://www.vulture.com/article/youtube-drama-channels-guide.html> – 31.07.2022.
- IZEA, *10 Investigative or Commentary YouTube Channels*, IZEA, 23.02.2022, [on-line:] <https://izea.com/resources/investigative-commentary-youtube-channels/-10.09.2022>.
- Komentarz, [w:] *Słownik języka polskiego*, t. 1: A–K, Warszawa 1978, s. 970–971.
- Lorenz T., *How Tea Accounts Are Fueling Influencer Feuds*, „The Atlantic”, 16 maja 2019, [on-line:] <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/05/how-tea-hannels-feed-youtube-feuds/589618/> – 3.08.2022.
- Mediakix, *Most of Popular Types of YouTube Videos 2021*, [w:] R. Sukhraj, *What Are the Most Popular Types of YouTube Videos in 2021?* [Infographic], 19.05.2021, [on-line:] <https://www.impactplus.com/blog/most-popular-types-of-videos-on-youtube-infographic> – 3.08.2022.
- Mitrofan F., *Cancelling the Callouts: The ‘Dramageddon’ of 2019 and the Effects of Cancel Culture Online*, [Two-year Master’s Thesis, Uppsala Universitet. Department of Informatics and Media. Master’s Programme in Social Sciences, Digital Media and Society], 28.08.2020, [on-line:] <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1544315/FULLTEXT01.pdf> – 2.08.2022.
- MT 2022, *To oni śledzą największe dramy internetu!*, [w:] Newsy/kejsy. BrandBuddies. Platforma|Agencja, 16.02.2022, [on-line:] <https://www.brandbuddies.pl/news/420-kanaly-commentary-to-hit-na-czym-polega-ich-popularnosc> – 3.08.2022.
- Nabiałek Z., *Wideorecenzje filmów i seriali w serwisie YouTube z perspektywy retorycznej krytyki gatunkowej*, Warszawa 2021, s. 34, [on-line:] <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/21315/Wideorecenzje%20film%C3%B3w%20i%20seriali%20w%20serwisie%20YouTube%20z%20perspektywy%20retorycznej%20krytyki%20gatunkowej.pdf?sequence=1&isAllowed=y> – 3.08.2022.
- Najovits A., *The Commercialization of YouTube: Can Apology Videos as a Product Ever be Authentic?* [Thesis submitted to the University of Ottawa in partial Fulfillment of the requirements for the Master’s degree in Criminology], Ottawa, Canada, 2022, [on-line:] https://ruor.uottawa.ca/bitstream/10393/43669/1/Najovits_Ariella_2022_Thesis.pdf – 2.08.2022.
- Peraza L., *We Need to Talk: YouTube and Mental Health Within the Beauty Community*. University of California, Riverside, 2019, [on-line:] <https://escholarship.org/uc/item/8fc0c5qn> – 8.08.2022.
- Piotrowska J., *Czy językowa globalizacja? O przechodzeniu językowych struktur z języka angielskiego do polskiego na przykładzie filmów z serwisu YouTube*, „Universitas Ostraviensis Facultas Philosophica. Slavica Iuvenum XX” 2019, s. 19–27, [on-line:] <https://dokumenty.osu.cz/ff/ksl/svk/svk2019.pdf#page=19> – 27.03.2022.

- Piotrowska J., *Jak nazywać i klasyfikować nowe gatunki audiowizualne na YouTube?* [ppt], 2020, [on-line:] https://www.academia.edu/43888691/Jak_nazywa%C4%87_i_klasyfikowa%C4%87_nowe_gatunki_audiowizualne_na_YouTube – 4.08.2022.
- Piotrowska J., *Nowe i konwergentne formy przedstawiania treści audiowizualnych. Telewizja i YouTube: perspektywa porównawcza*, „*Slavica Iuvenum XXI*” 2020, s. 365–377, [on-line:] <https://dokumenty.osu.cz/ff/epublikace/slavica-iuvenum-21/40.pdf> – 11.05.2022.
- Rudzińska L., *Amator w natarciu: wideoblogi i web show jako przykład nowej amatorskiej aktywności w Sieci*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015, s. 103–124.
- Sherman M., *The Insular, Gossip-Fueled World of YouTube Drama Channel*, Jezebel, 8.09.2019, [on-line:] <https://jezebel.com/the-insular-gossip-fueled-world-of-youtube-drama-chann-1836978304> – 3.08.2022.
- Skulimowski S., *Ławica widzów i rekiny widoczności – jak YouTube zmienił naszą percepcję informacji na przykładzie branży gier elektronicznych*, [w:] *KulTube. Kultura wobec YouTube*, red. R. Bomba, P. Olszewska, A. Wuls, Centrum Badań Gier Wideo UMCS, Lublin 2017, s. 72–82.
- Sukhraj R., *What Are the Most Popular Types of YouTube Videos in 2021?* [Infographic], 19.05.2021, [on-line:] <https://www.impactplus.com/blog/most-popular-types-of-videos-on-youtube-infographic> – 3.08.2022.
- Wang I., *The Rise of the YouTube Drama Channel*, [w:] 34ThStreet, 21.11.2020, [on-line:] <https://www.34st.com/article/2020/11/youtube-drama-channel-james-charles-tati-westbrook-jeffree-star> – 31.07.2022.
- Wikipedia contributors, *Commentary*, [w:] *Wikipedia, The Free Encyclopedia*, 10.07.2021, [on-line:] <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Commentary&oldid=1032963127> – 3.08.2022.
- Wikipedia contributors. *Commentary (philology)*, [w:] *Wikipedia, The Free Encyclopedia*, [on-line:] [https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Commentary_\(philology\)&oldid=1102004110](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Commentary_(philology)&oldid=1102004110) – 3.08.2022.
- Wikipedia contributors, *Reaction video*, [w:] *Wikipedia, The Free Encyclopedia*, [on-line:] https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Reaction_video&oldid=1096681017 – 3.08.2022.
- Winkie L., *If you behave badly on YouTube, these people are watching*, „New York Magazine” [15th of March 2021], vol. 54, Issue 6, p. 62–63.
- Wischhover Ch., *Meet the TMZs of Beauty YouTube*, Vox, 5.10.2018, [on-line:] <https://www.vox.com/the-goods/2018/10/5/17937690/youtube-beauty-influencers-drama-channels-dramageddon> – 2.08.2022.
- Wyniki wyszukiwania według słowa kluczowego „commentary”, YouTube Wiki, [on-line:] <https://youtube.fandom.com/pl/wiki/Specjalna:Szukaj?query=commentary&scope=internal&navigationSearch=true> – 5.08.2022.

Commentary and Drama on Polish YouTube Channels: A Terminological Analysis around a New Research Subject

Abstract

The issue of commentary channels has already been elaborated on in the English language literature. Polish scientists are also slowly starting to engage with the subject as well. This type of content includes popular video media available both in Polish and English on YouTube. Due to the minimal interest of Polish researchers in the subject and the lack of theoretical studies devoted to the issue in the scientific literature, there has been an attempt to organize the terminology related to this new research subject. For these aims, the following methods were used: bibliographic, critical analysis of the literature on the subject, analysis of the content of audiovisual materials on YouTube, deductive, heuristic, and comparative. The implementation of the set aims will certainly serve as a starting point for researchers to carry out further research in this area.

Keywords: YouTube, commentary channels, drama channels, gossip channels, drama creators, commentary channels.