

ADRIAN CIESIÓŁKA

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

## YOUTUBE JAKO NOWE ŹRÓDŁO WIEDZY

ABSTRACT. Ciesiołka Adrian, *YouTube jako nowe źródło wiedzy [YouTube as a new source of knowledge]*. NEODIDAGMATA 36/37, Poznań 2018, Adam Mickiewicz University Press, pp. 105–122, ISSN 0077–653X.

The author of this article puts forward the thesis that YouTube is a new source of learning through, which educational functions are implemented, affecting the effectiveness of teaching and learning. The article presents the possibilities of realizing educational functions by YouTube. Research, conducted by the author, using a content analysis of media messages, constitutes an extension of the theoretical aspects considered in the initial part of the article, which concerns both, the context of the impact of the Internet on society, shaping the Internet space's and website YouTube, and its educational potential. The aim of the research was to show to what extent YouTube implements educational functions. The analysis of the results of the conducted research indicates that the educational potential of YouTube is significant. The website fulfills many educational functions, including social ones. The article presents channels that implement educational functions and can be used as a source of knowledge.

KEYWORDS: *YouTube, Internet, new new media, new source of knowledge*

*Adrian Ciesiołka, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Studiów Edukacyjnych, ul. A. Szamarzewskiego 89, 60–568 Poznań, Polska – Poland*

Technologia stała się częścią ludzkiego istnienia, zawłaszczając kolejne sfery i dziedziny ludzkiego życia, wielostronnie wpływa na jednostki. Po pojawieniu się mediów nowego rodzaju życie społeczne nieustannie przechodzi transformacje, stale ewoluując. Pojawienie się Internetu spowodowało zmianę, jakiej próżno szukać w historii doczesnej cywilizacji (Tadeusiewicz 2002, 8). Znaczenie oraz wartość Internetu akcentuje M. Castells (2007, 336), który podaje, iż stworzenie interaktywnej sieci ma analogiczną wartość do wynalezienia alfabetu, gdyż „ukształtowanie się hipertekstu i metajęzyka (...) łączy w jeden system pisane, oralne i audiowizualne modalności komunikacji ludzkiej”, co do momentu wynalezienia Internetu nie miało miejsca.

Sama geneza Internetu jest również istotna, ponieważ wyznacza kierunek oraz orientację, jaka została wyznaczona przez jego twórców, a w tej chwili znacząco oddziałuje to na użytkowników. Internet wyrasta z placówek naukowo-badawczych i uczelni (Wallace 2001, 306), wobec czego to przekaz komunikatów był nadrzędną cechą i celem tego medium. W kontekście *nowych nowych mediów*, co akcentuje P. Levinson (2010, 17), nic się nie zmieniło, ponieważ „informacja jest celem, a nie formą przekazu nowych nowych mediów”. Galaktyka Internetu zmienia wszelkie sfery ludzkiego życia, dzieje się tak, ponieważ znacząco wpływa na proces komunikacji, który jest istotą funkcjonowania ludzkości (Castells 2003, 305). Wszechobecność, a także częstotliwość używania tego medium przez ludzi sprawiła, że często epoka, w której obecnie żyjemy nazywana jest erą przeładowania informacyjnego, eksplozją informacji, co naturalnie może mieć pozytywne skutki, jak i negatywne – może to się przejawiać w postaci dostępu do niezliczonej ilości informacji mogącej wpływać na chociażby wiedzę, lecz również może negatywnie wpływać w postaci zagubienia się w ogromnej ilości wiadomości (Goban-Klas 2011, 70), przez co niemożliwe może być zweryfikowanie ich poprawności.

M. Castells (2003, 11), słusznie podaje, że „Internet stanowi tkankę naszego życia”, nic zatem dziwnego, że określany jest jako przedłużenie „ludzkich efektorów i receptorów służących emitowaniu i odbieraniu przekazów” (Goban-Klas 2005, 22). Z czym zgadza się również J. van Dijk (2010, 301), podając, iż rozszerzające się w przestrzeni i czasie media mogą być rozpatrywane jako swoistego rodzaju przedłużenie, a wręcz substytut percepcji, komunikacji oraz poznania, ponieważ znacząco minimalizują one bariery ludzkiego organizmu. Poza tym jedną z fundamentalnych funkcji mediów, a w tym Internetu, jest między innymi rozwijanie umiejętności intelektualnych użytkowników, zatem Internet jako medium może być interpretowany jako narzędzie intelektualne (Skrzydlewski 1997, 79).

Sieć rozpatrywać można ponadto jako przestrzeń, w której żyjemy za pośrednictwem Internetu. Koncentrując się na doświadczeniu zapośredniczonym, znakomicie potwierdzają ten argument następujące słowa, „(...) żyjemy w zapośredniczonym świecie. Bezpośrednie doświadczenie otoczenia i wchodzenie z nim fizyczne interakcje jest stopniowo zastępowane przez zapośredniczone doświadczenie rzeczywistości” (van Dijk 2010, 291). Naturalnie ma to wiele atutów, a chociażby w postaci kontaktu jednostki z doświadczeniem całego środowiska, który umożliwiony jest właśnie poprzez zapośredniczony kontakt.

Dlaczego ważny jest więc aspekt komunikowania, symbiozy, przedłużenia ludzkich zmysłów oraz tworzenia przestrzeni w Internecie? Wszystko to sprowadzić można do argumentu, jakiego używa N. Walter w kontekście kultury Internetu, która „bazuje na komunikowaniu jako systemie generującym

rzeczywistość wirtualną” (Walter 2016, 36), użytkownik „(...) współtworzy [przestrzeń – A.C.], duplikując swoje realne doświadczenia i nadając im wirtualny obraz oraz prowadząc równoległe życie online” (Walter 2016, 36). Rozważając aspekt komunikowania, należy skupić się na roli użytkownika, który przez charakter procesu komunikowania staje się kreatorem treści, a w konsekwencji także przestrzeni. Tworzenie przestrzeni oraz symbioza z nowym środowiskiem przez zapośredniczoną komunikację odzwierciedla adaptację oraz duplikowanie doświadczeń życia realnego do wirtualnego, ponieważ na tej podstawie tworzony jest świat wirtualny. Nadto nie można zapomnieć o istotnym aspekcie partycypowania w świecie wirtualnym i traktowania go jako odrębnego specyficznego środowiska, przestrzeni. Co upatrywać można w słowach P. Siudy, który zaznacza, że Internet może być pojmowany jako przestrzeń, miejsce, „coś”, co można odszukać, dostrzec, literalnie nowa inna rzeczywistość, nazywana cyberprzestrzenią (Siuda 2006, 181). Istotne jest również to, że zanurzając się w cyberprzestrzeni, „nie ulegamy mutacji i nie zmieniamy się w inny gatunek (...) czynniki psychologiczne (...) w sieci manifestują się inaczej, bo środowiska, do których wkraczamy, są inne” (Wallace 2001, 307)<sup>1</sup>. Istotnie inna przestrzeń, niepodobna do żadnej innej, dająca wiele możliwości, powodująca zmiany w każdej sferze życia, wpływająca również na zachowanie zarówno w sieci, jak i poza nią, jest więc nowym zjawiskiem, z którego należy nauczyć się korzystać i wyciągać z niego doświadczenia. A jest to nader ważne, ponieważ za Z. Majchrzykiem można podać, iż „medialne pokolenie stało się faktem (...). Prawda naszych czasów to prawda ekranu (monitora komputerowego), oznacza ona zmianę rzeczywistości naocznie doświadczanej w hiperrzeczywisty świat medialnych symboli i ikon” (Majchrzyk 2011, 20–21).

## YOUTUBE W ŚWIECIE NOWYCH NOWYCH MEDIÓW

Dotychczasowe rozważania pozwoliły wykazać oddziaływanie Internetu na rozmaite sfery życia jednostek. Co jeszcze istotniejsze, w kontekście tego medium to wpływ użytkowników na specyficzne środowisko Internetu. Aktywności użytkowników, a w szczególności sposoby korzystania z Internetu, zmieniają to medium, powodując ukazywanie się nowego wzorca społeczno-technicznego (Castells 2003, 15). Za P. Wallace’em można przytoczyć, iż użytkownicy mogą kształtować oraz wpływać na to specyficzne środowisko, jednakże tylko wtedy, gdy posiadają wiedzę na temat mechanizmów, w jaki

<sup>1</sup> P. Wallace twierdzi, iż na Internet składa się kilka środowisk, a nie jedno (P. Wallace, 2001, s. 11), jest to istotne terminologicznie, ponieważ pozwala to wydzielić wiele różnych Internetowych przestrzeni (miejsc).

sposób Internet wpływa na zachowanie i zmienia ludzką percepcję (Wallace 2001, 8). Media elektroniczne, w tym Internet, umożliwiają nie tylko nieograniczony dostęp do informacji, ale przede wszystkim zapewniają różne możliwości ekspresji oraz percepcji producentowi komunikatów, a także jego konsumentowi (Castells 2007, 459) "event-place": "Warszawa", "author": [{"family": "Castells", "given": "Manuel"}], "issued": [{"date-parts": [{"2007"}]}], "locator": "459"}, "schema": "https://github.com/citation-style-language/schema/raw/master/csl-citation.json". Cała przestrzeń Internetu nie powoduje zrównania konsumenta i producenta, tylko część nazywana *nowymi nowymi mediami* w nomenklaturze P. Levinsona umożliwia połączenie lub/i zrównanie tych dwóch stron.

*Nowe nowe media* to część Internetu bazującego na cechach takich jak: autentyczność produkcji, darmowej treści, zrównanie producenta z konsumentem, mnogiej funkcjonalności oraz wzajemnym dopełnieniu pomiędzy serwisami wchodzącymi w ramy definicji (Levinson, 2010, 11–14). Egzemplifikacją *nowych nowych mediów* mogą być zarówno blogi, jak i serwis YouTube, Facebook czy Twitter. Naturalnie takie uproszczenie niejednoznacznie określa *nowe nowe media*, nie do końca pozwalając słusznie kategoryzować nowe aplikacje internetowe do tej definicji. Zatem, aby móc precyzyjnie umiejscawiać serwisy w tę kategorię, należy skupić się na cechach konstytucyjnych tego rodzaju mediów. Cechy te pozwalają zarówno włączać nowe serwisy w te ramy, jak i również tłumaczyć, w jaki sposób *nowe nowe media* działają, wskazując na najważniejsze elementy mogące wpływać na jednostki, a także wyjaśniając popularność i efektywność, chociażby w edukacji.

Jakie są zatem cechy właściwie wyjaśniające to medium? Zdemokratyzowana produkcja, rozumiana jako wyrównanie producentów i konsumentów – „(...) teraz każdy może tworzyć własny przekaz i każdy może korzystać z milionów propozycji przedstawionych przez innych użytkowników sieci” (Levinson 2010, 15); według P. Wallace’a, także oznacza wpływ na środowisko Internetu, „(...) gdyż jesteśmy zarazem jego twórcami, producentami i użytkownikami” (Wallace 2001, 22). Kształtowane środowisko jest zatem rezultatem działań i aktywności podejmowanych przez użytkowników tego rodzaju mediów. Z czym zgadza się również M. Castells, słusznie twierdząc, iż to użytkownicy powodują transformację Internetu poprzez aktywność i korzystanie z niego (Castells 2003, 15). Zdemokratyzowanie produkcji w *nowych nowych mediach* (Levinson 2010, 18) wypiera więc tradycyjny model producent-konsument. Na szczególne wyróżnienie zasługują również cechy, jakie wymienia P. Levinson (2010, 14–24), opisujące to medium, takie jak brak ograniczeń, dostępność czy społecznościowy charakter.

W kontekście *nowych nowych mediów* przydatne jest również przeanalizowanie i scharakteryzowanie serwisu YouTube. Obecnie serwis YouTube

jest najbardziej wyróżniającą się aplikacją nowych nowych mediów. To, co jednak nadto istotne, to cechy oraz możliwości, jakie posiada. Możliwości oraz użyteczność Internetu w systemach multimedialnych, które jak warto wspomnieć, wykraczają poza pierwotne jego zastosowanie (Castells 2003, 220); podobnie jest z YouTube, transformacja, która leży u podstaw ludzkiej kreatywności, sposobu użycia, lecz także przede wszystkim elastyczności samego serwisu. P. Levinson podaje, iż „YouTube jest medium, które *par excellence* podporządkowuje sobie zarówno czas, jak i przestrzeń” (Levinson 2010, 119), nic zatem dziwnego, że ściera się ze starymi mediami, takimi jak telewizja (Levinson 2010, 30), często wyprzedzając w informowaniu, a nawet wpływając na spostrzeganie rzeczywistości. Same zaś zasoby Internetu są otwarte dla wszystkich, w większości nie posiadają ograniczeń, często są wytworem bezinteresownej działalności twórców, których zamiarem bezpośrednim jest propagowanie nauki (Walter 2016, 70). Jednak YouTube to nie tylko serwis, w którym możemy znaleźć zasoby w postaci informacji czy możliwości spełnienia twórczego „ja” internautów. Wykorzystywany jest w różnoraki sposób. Intensyfikacja oraz trwałość zasobów dostępnych w serwisie powoduje, że „YouTube obrabował śmierć z części jej znaczenia – przynajmniej w tych sferach, które należą do kultury popularnej” (Levinson 2010, 120), ponieważ w zasobach serwisu wyszukać można zarówno profesjonalne, jak i amatorskie nagrania na przykład koncertów z wielu źródeł oraz niejednokrotnie różnych perspektyw. Ponadto dziś nikogo nie dziwią wideoklipy twórców z wielomilionowymi wyświetleniami, a to tylko dowodzi, iż istnieje nie tylko zasób informacji, ale również i rola serwisu jako propagatora kultury popularnej.

Sprowadza to do pytania, jakie są typy treści znajdujących się w serwisie YouTube. Wyznaczyć można podstawową typologię opartą na rodzajach materiałów oraz sposobie odbioru. Ze względu na sposób odbioru wyróżnić można 3 podstawowe typy:

- a) *Online* – odtwarzanie strumieniowe (*ang. live streaming*), odznacza się tym, iż przekaz treści nadawany jest bezpośrednio na żywo. Użytkownicy poza odbiorem treści mają możliwość kontaktu z twórcą oraz innymi odbiorcami za pomocą czatu. Często obserwowalnym zjawiskiem jest wpływ użytkowników na rodzaj treści czy formę komunikatów przekazywanych przez nadawcę. W przypadku materiałów na przykład Q&A (*ang. questions & answers*), użytkownicy wyznaczają kierunek całego materiału.
- b) *Offline* – jest to rodzaju materiału przygotowany przez twórcę oraz opublikowany często po licznych pracach postprodukcyjnych. Materiał nie ma charakteru live jak w przypadku *online – live streaming*, często jest natomiast efektem realizacji przez twórcę założonego planu.

- c) *Offline „live” streaming* – jest to zapis odbytego *live streamingu*, który dostępny jest w formie zwykłego materiału *offline*, często oznaczony jako archiwum materiałów strumieniowanych na żywo.

Nie ulega wątpliwości jednak, że taki podział, mimo iż posiada wiele zalet, jak chociażby łatwość podziału, to grupuje jednak materiały w zbyt duże zbiory. Może być zatem częścią pomiaru, gdyż dostarcza informacje szczególnie ważne w kontekście badań na przykład analizy treści. Ze względu na rodzaj materiałów można wyróżnić natomiast podział znacznie rozbudowany. Typologia ze względu na rodzaj materiałów wyraża się w następujących typach:

- a) Materiały muzyczne, utwory muzyczne oraz teledyski,
- b) Edukacyjne,
- c) Informacyjne,
- d) Wideoblogi (vlog),
- e) Poradniki,
- f) Wywiady,
- g) Animacje wideo,
- h) Materiały związane z hobby, przedstawiające dane zainteresowanie,
- i) *Let's play*, rozumiany jako styl wideo, które dokumentuje serię gry wideo, zwykle z komentarzem gracza.

Wiele z wymienionych typów przenikają się pomiędzy sobą w ramach jednego materiału, gdyż często materiały przybierają formę na przykład rozrywkową, będąc materiałem czysto edukacyjnym. Przez to umiejscowienie poszczególnych materiałów do tylko jednego typu wydaje się trudne bądź niemożliwe. Naturalnie istnieje możliwość wyróżnienia nadrzędnego typu w poszczególnych materiałach, co ma zasadnicze znaczenie w kontekście grupowania materiałów w celach badawczych, dlatego też kluczowe jest stosowanie skali wartościującej typy, która włącza przedstawioną typologię ze względu na rodzaj materiału, pozwalając wyznaczyć dominujący typ materiału.

## POTENCJAŁ EDUKACYJNY YOUTUBE

Co sprawia, że YouTube może być istotnie ważną formą w procesie nauczania-uczenia się? Analizując wykorzystanie YouTube w edukacji, należy zastanowić się nad funkcjami, jakie pełni, jakie aktywności realizowane są za jego pomocą, co w konsekwencji wyjaśni potencjał zasobów dostępnych w serwisie YouTube, a także przybliży cechy, które świadczą o znaczącej wartości tego portalu dla edukacji. W tym zakresie warto również przemyśleć możliwości nowych technologii, a w szczególności *nowych nowych mediów* jako efektywniejszego i zaplanowanego modelu uczenia się. Cechy konstytucyjne tego medium wpływające na potencjał edukacyjny to audiowizualna

forma przekazu, dostosowany język komunikatu, nieograniczona mnogość materiałów, możliwość zatrzymania, przesuwania oraz powtarzania, perspektywa kontaktu z twórcą, zminimalizowana treść tekstowa materiału, deprofesjonalizacja treści, zindywidualizowany tryb, wielostronne doświadczanie, darmowość, możliwość realizowania własnego twórczego „ja” internautów, styl produkowanych treści oraz brak ograniczeń terytorialnych.

Popularność tego serwisu jest przede wszystkim wypadkową wpływu „perswazji ruchomych obrazów” połączoną z zasobem informacji i rozrywkowym charakterem materiałów (Levinson 2010, 29). Na skuteczność przekazywanych komunikatów wpływa przede wszystkim *audiowizualna forma przekazu* realizowanego przez serwis. *Dostosowany język* materiału oraz mnogość wyboru spośród rzeszy twórców powoduje, iż każdy użytkownik może wybrać „nauczyciela”, jakiego chce słuchać, tym samym adresat „dostosowuje” nadawcę do siebie. Na efektywność wpływają również *uprzedzenia*, zarówno ze strony adresata, jak i nadawcy. W świecie off-line nie mamy możliwości wyboru podczas odbierania informacji za pośrednictwem radia, telewizji, bądź jest ona zminimalizowana do kilku stacji, w przeciwieństwie do świata on-line, w którym użytkownicy mają niemalże *nieograniczoną możliwość wyboru* dostępnych kanałów. Przez *możliwość zatrzymywania, przesuwania oraz powtarzania* użytkownicy mają możliwość bez stygmatyzujących ocen ze strony społeczeństwa, wielokrotnie podchodzić do materiału, powtarzać lub w dowolnej chwili uzupełnić informację z innego kanału informacyjnego. *Perspektywa kontaktu z twórcą* (zarówno przez komentarz, jak i wiadomość bezpośrednią) bez konsekwencji dla sfery prywatnej, zwiększa możliwości rozwoju, bądź uzupełnienia niezrozumiałego materiału, na przykład szkolnego. *Zminimalizowana treść tekstowa*, sprowadzająca się głównie do słów kluczowych wyświetlanych podczas odtwarzania materiału, wydaje się przystępniejszą formą dla pokolenia cyfrowych tubylców, a także powoduje, iż adresat nie ma poczucia, że właśnie zaczyna się uczyć. Natomiast pozorna *deprofesjonalizacja treści* sprawia, że terminologia używana w materiałach jest zrozumiała, ponieważ treści są tworzone przez osoby o podobnym stanie wiedzy, bądź w taki sposób, aby zminimalizować możliwość wystąpienia szumów semantycznych wynikających z niewłaściwego doboru formy, struktury bądź terminologii. *Zindywidualizowany tryb*, w którym to „(...) odbiorca dostosowuje oferowany mu przekaz do rytmu własnego życia” (Levinson 2010, 14), co istotnie ważne zarówno w kontekście motywowania do uczenia się, jak i dostępności do materiału w szczególności, że z serwisu można korzystać przez aplikacje mobilne, zatem zarówno w domu, jak i na przykład komunikacji miejskiej. Należy jeszcze uwzględnić *wielostronne doświadczanie*, które niewątpliwie jest realizowane przez YouTube, dające możliwość pobierania doświadczenia z wielu źródeł, a także konfrontowania przeżyć użytkowników. *Styl przekazu* również ma

znaczenie, rozrywkowy sposób przekazywania informacji znacząco wpływa na atrakcyjność materiału, realizowana jest forma nauki przez rozrywkę, co powoduje, iż osiąga znacznie większy zasięg, przez co trafia do wielu odbiorców, a także wydaje się efektywniejsza. Nadto istotny jest również „postulat darmowości i braku ograniczeń w dostępie do informacji (...)” (Levinson 2010, 62), który umożliwia nie tylko odbiorcom korzystać z *darmowego zasobu wiedzy*, ale również przez reklamy pozwala twórcom zarabiać na swoich materiałach, co w konsekwencji tworzy samoregulujące się środowisko, w którym twórca, aby zarabiać na swoich materiałach, musi dostosowywać i przekazywać informację w taki sposób, aby były one zrozumiałe, merytoryczne oraz dostosowane do realiów otaczającej rzeczywistości, w innym przypadku użytkownicy niezadowoleni z jakości mogą negatywnie ocenić materiał lub nie udostępnić materiału, co spowoduje mniejszy zasięg, mniejsze zarobki twórców, przez co producent może w przyszłości zmienić styl i dostosować się do wymagań, bądź zostanie zastąpiony przez innego producenta.

Ważnym aspektem jest również możliwość *realizowania własnego twórczego „ja”* przez umieszczanie swoich materiałów w serwisie, natomiast efekty dołączane w etapie postprodukcyjnym mogą być interpretowane jako wyzwalenie kreatywności, wskazuje na to fakt, iż coraz częściej można spotkać się z efektami, animacjami, bądź stylami dostępnymi do niedawna tylko w produkcjach kinowych. A to w konsekwencji prowadzi do wytworzenia się stylów przekazu, od spokojnych samouczków, bez muzyki w tle, aż po ekspresyjne metody ukazywania problemu czy podawania informacji. Ponadto korzystając z serwisu YouTube, nie ogranicza nas *terytorium*, odległość czy przestrzeń rozumiana jako miejsce przechowywania danych, co znacząco ułatwia zarówno odbiór treści, jak i ich przekaz.

Niektórzy badacze wskazują również, że to długość wideo – 1–4 minuty – stanowi o fakcie, że humorystyczne, informacyjne, aktualne, interesujące materiały są tym, co uczniowie wykorzystują, ale przede wszystkim, co preferują. Samo zaś wykorzystanie zasobu pomaga zrozumieć więcej pojęć, jak i również wzbudzać zainteresowanie innymi teoriami (Bonk 2011, 15), co wskazuje na rozszerzający aspekt tego medium, gdyż wspiera rozwijanie zainteresowań poza schematem czy programem szkolnym. Warto również podać interesujące badanie przedstawione przez J.M. Malouff i A.J. Emmerton, które wskazało, iż publikowanie treści w serwisie YouTube przez studentów wpływa pozytywnie na ich umiejętność wystąpień publicznych, pewność siebie oraz poprawę znajomości poruszanego tematu w materiałach przez nich produkowanych (Malouff, Emmerton 2014, 39–40), można zatem sądzić, że serwis może być stosowany jako narzędzie nie tylko do nauki, spełniania swojego twórczego „ja”, ale również rozwijania takich kompetencji jak na przykład umiejętność wystąpień publicznych.



To wszystko stanowi o fakcie, iż YouTube może być uzupełnieniem wiedzy szkolnej oraz rozszerzeniem horyzontów, ale przede wszystkim może być spełnieniem twórczego „ja”. Potencjał edukacyjny YouTube posiada wymiar zarówno w postaci nieograniczonego zasobu wiedzy, jak i cech serwisu. Edukacyjna funkcja natomiast rozumiana może być jako zapewnienie informacji, wiedzy, rozrywki, spędzania czasu wolnego, rozwoju zainteresowań, a także, co zostało wcześniej wspomniane, twórczego rozwoju użytkowników.

## PROBLEMATYKA BADAŃ

Celem przeprowadzonych badań było wykazanie, w jakim zakresie YouTube realizuje funkcje edukacyjne, zakładając, że zasoby pełniące te funkcje umożliwiają osiągnięcie efektów pożądaných. Co w konsekwencji pozwala odpowiedzieć na pytanie, w jakim stopniu YouTube jako platforma wpływa na dostęp do zasobów wiedzy, powodując, że proces nauczania-uczenia się znacząco zyskuje na efektywności.

Istotnie problematyka wykorzystania Internetu, a także samych *nowych nowych mediów* jest obecna i wielokrotnie omawiana w wielu pracach naukowych, jednakże omawiając zastosowanie Internetu, autorzy koncentrują się na teoretycznych możliwościach, aniżeli na praktycznym wykorzystaniu tego medium w kontekście poszczególnych serwisów. Brakuje znacząco badań weryfikujących to środowisko w kontekście zasobu, pozwalających wyłonić skuteczne sposoby wdrażania tego medium jako narzędzia pracy dydaktycznej oraz jako nowej metody nauczania-uczenia się. Najczęściej w pracach naukowych można dostrzec teoretyczną próbę wyjaśnienia i rozważania na temat tego zjawiska. Jednak rozważania dotyczą głównie modelu intelektualnego nauczania-uczenia się, na przykład koncepcji opartej na konstruktywizmie czy e-learningu. Brakuje natomiast badań traktujących serwis YouTube jako narzędzia, w tym również pełnionych przez niego funkcji zasobu, co było główną motywacją autora do podjęcia tego tematu.

## SPOSÓB PODEJŚCIA BADAWCZEGO

Na potrzeby niniejszej pracy sformułowano następujący problem badawczy: W jakim zakresie YouTube jako platforma wpływa na dostęp do zasobów wiedzy, powodując, że proces nauczania-uczenia się znacząco zyskuje na efektywności? W celu zweryfikowania tezy autor posłużył się metodą analizy zawartości treści. Wybrane zostały trzy kanały niezależnych twórców tworzących materiały na platformę YouTube. Wybrane kanały to „Polimaty”, „Mówiąc

Inaczej” oraz „SciFun”. Autor w celu zbadania stworzył narzędzie analizy skupiające się na pięciu funkcjach edukacyjnych, które znacząco według niego wpływają na rozwój jednostek oraz zwiększają zasięg treści.

Funkcje edukacyjne serwisu YouTube, rozumiane jako wyjście poza edukację szkolną, służą budowaniu świadomości społecznej, wspomaganie rozwoju postaw, zdobywaniu wiedzy, kształtowaniu kultury odbiorcy, a także konstruktywnego sposobu spędzania czasu wolnego. Istotnym założeniem jest również to, iż istnieje odniesienie między edukacją a działalnością zasobów serwisu YouTube, przez które pełnione są pozaustawowe aktywności uczestników wpływające zarówno na zdobywanie wiedzy, rozwój, ale także na rozrywkę, czas wolny, jak i odreagowanie w celu pozbycia się napięcia. Stworzone narzędzie obserwacji koncentruje się wobec tego na zbadaniu, w jakim stopniu poszczególne kanały realizują takie funkcje edukacyjne jak:

- a) Konstruktywne spędzanie czasu wolnego. Rozumiane jako czas, w którym jednostki po wykonaniu obowiązków zapewniają sobie jego racjonalne wykorzystanie, poprzez odpoczynek, rozrywkę, działalność społeczną, a także rozwój zainteresowań (Okoń 1984, 45). Funkcja edukacyjna w tym wymiarze rozumiana jest jako porządne wykorzystanie czasu, niewpływające negatywnie na odbiorcę.
- b) Funkcję poznawczą. Aktywność jednostek służy tutaj poznawaniu i uzyskiwaniu wiedzy na temat rzeczywistości oraz o nich samych (Okoń 1984, 237).
- c) Funkcję propagowania i kształtowania postaw – jako krzewienie, upowszechnianie poglądów, treści, których celem jest ukształtowanie postaw społecznie akceptowalnych.
- d) Funkcję integracyjną i społeczną – rozumianą jako proces, którego celem jest wytworzenie społeczności bądź grup społecznych podtrzymujących jakąś ideę.
- e) Funkcję praktyczną i innowacyjną – jako aktywność jednostek skierowaną i skoncentrowaną na poznawanie wiedzy praktycznej, której celem jest jej zastosowanie.

W kwestii realizowania funkcji istotny jest również aspekt skali, w jakim stopniu materiał realizuje powyższe funkcje. Posłużono się czterostopniową skalą, mającą precyzować stopień pełnienia funkcji, skala została podzielona na stopnie: brak, nieznaczny, znaczny, wysoki. Zestawienie materiałów w kontekście pełnienia funkcji oraz stopnia ich realizowania podsumowuje tabela 1, zaprezentowana w dalszej części artykułu.

Kryteria oceny i klasyfikowania poszczególnych funkcji sprowadzają się do pytań:

- W jakim zakresie zasób (kanał) realizuje wymienione wyżej funkcje edukacyjne?
- W jakim zakresie zasób (kanał) pozwala na efektywniejsze nauczanie-uczenie się?

## REZULTATY BADAŃ

Przeгляд i ocena poszczególnych kanałów w serwisie YouTube polega na wydzieleniu ich w dalszej części prezentowania wyników badań. Spowodowane jest to między innymi przez charakter informacji dostępnych w zakładce „informacje”, jakimi sami twórcy opisują kanały, jak również przez sam format treści audiowizualnych prezentowanych w serwisie.

### Polimaty

*Polimaty* to edukacyjno-rozrywkowy kanał Radosława Kotarskiego. Pierwszy odcinek wyemitowany został w sierpniu 2012 roku. Od tego momentu pojawiło się blisko 180 filmów podejmujących tematykę związaną z historią, biologią, psychologią, sztuką, językoznawstwem oraz geografią. Materiały R. Kotarskiego przybierają formę „miniwykładów”. Umieszczone są w scenarii charakterystycznych dla produkcji dokumentalnych oraz w miejscach związanych z treściami przekazywanymi przez prezentera. Autor opisuje swój kanał następującymi słowami, „Jestem uzależniony od zdobywania nowych informacji i postanowiłem się dzielić nimi z innymi. Zostań ze mną na dłużej i subskrybuj *Polimaty!*(...)” (*Polimaty*, dostęp 16.11.2017). Wskazuje to jednoznacznie na pełnioną funkcję poznawczą (informowanie), funkcję propagowania (dzielenia się informacjami), a także funkcję integracyjną (społeczną), na którą wskazuje fraza dotycząca subskrybowania i dołączenia do społeczności. Wybrane zostały również trzy losowe materiały (*Polimaty*, dostęp 18.11.2017), które zostały przeanalizowane zgodnie z przyjętym sposobem badawczym.

- 1) „Tajemnica Szczerbca | *Polimaty* #25”, materiał przedstawia historię oraz wyjaśnia tajemnicę legendarnego miecza Szczerbiec, który między innymi służył koronacji polskich królów.
- 2) „Po co leśnik w lesie? | *Polimaty* #75”, wyjaśnia historie lasów polskich, zjawiska związane z ich użytecznością, a także przedstawia aspekty pracy leśniczego, odpowiadając na tytułowe pytanie prowadzącego, „po co leśnik w lesie?”.



Rys. 1. Zrzut z ekranu z programu *Polimaty: Tajemnica Szczerbca*.

Źródło: Tajemnica Szczerbca | Polimaty #25 <https://www.youtube.com/watch?v=qse4ixGb7JA>, [18.11.2017].

3) „5 mitów o alkoholu | Polimaty #84”, odcinek tłumaczy pięć powstałych na drodze stereotypu mitów na temat alkoholu. Autor nie tylko eksplauje powstały błąd, ale również zagłębia się w etiologię powstania mitu.

Z analizy treści przedstawionych materiałów wynikają również funkcje propagowania i kształtowania postaw jako uzupełnianie i wyjaśnienie błędnych poglądów występujących wśród młodzieży w kontekście spożywania alkoholu i skutków jego konsumpcji, ponadto funkcja poznawcza (informacyjna) realizowana jest jako wykładanie wiedzy na temat na przykład Tajemnicy Szczerbca. Zatem kanał Polimaty realizuje funkcje poznawczą w stopniu wysokim, gdyż umożliwia zdobycie wiedzy z wielu dziedzin oraz tematyk, funkcje propagowania w stopniu nieznacznym, ponieważ tylko niektóre materiały (1/3 z podanych) spełniają tę funkcję oraz integracyjną w stopniu nieznacznym, jako że informacje dostępne w opisie kanału świadczą jedynie o subskrypcji, a więc dołączeniu do grona, nie świadczy to natomiast o utworzeniu grupy społecznej i poczuciu przynależności do niej.

### Mówiąc Inaczej

Kolejnym przykładem jest kanał *Mówiąc inaczej* prowadzony przez Paulinę Mikułę. Kanał powstał w lipcu 2013 roku i liczy niemalże 140 odcinków. Początkowo audycje traktowały wyłącznie na temat poprawnego posługiwania

się językiem polskim, a także językoznawstwa. Od kwietnia 2015 roku kanał rozszerzył obszar zainteresowań, dokładając nowy format „myśląc inaczej”, skupiający się na problemach społecznych. Autorka zostawia informacje o sobie w sposób następujący, „Mówiąc Inaczej – kanał o tym, jak poprawnie posługiwać się językiem polskim. Wskazówek udzielam ja, Paulina. :) Zapraszam! :)”.

Analizując treść informacji dostępnych o kanale *Mówiąc inaczej*, można dostrzec, iż realizuje on trzy funkcje: poznawczą, praktyczną oraz propagowania i kształtowania postaw. Poznawczą, ponieważ służy poznaniu języka polskiego, praktyczną, ponieważ wyposaża w umiejętności poprawnego posługiwania się nim, natomiast propagowanie i kształtowanie postaw realizowane jest jako szerzenie posługiwania się poprawną polszczyzną.

Ponadto wybrane trzy losowe materiały zostały również przeanalizowane pod kątem analizy treści.



Rys. 2. Zrzut z ekranu z programu *Mówiąc Inaczej*: „Ten puf” czy „ta pufa”? – odpowiadam Śmiechawie!

Źródło: „Ten puf” czy „ta pufa”? – odpowiadam Śmiechawie! *Mówiąc Inaczej*, odc. 57, <https://www.youtube.com/watch?v=awu3zebctrk>, [18.11.2017].

- 1) „Jak być abstynentką w tym kraju. *Myśląc Inaczej*, odc. 17”. Odcinek traktuje o sposobach postrzegania abstynencji w kontekście społecznym, przedstawia problem stygmatyzowania osób stroniących od alkoholu oraz wpływu społecznego na podejmowane decyzje dotyczące jego spożycia.

- 2) „«Ten puf» czy «ta pufa»? – odpowiadam Śmiechawie! *Mówiąc Inaczej*, odc. 57”. W tym materiale autorka audycji odpowiada na pytanie zadane przez kanał „ŚmiechawaTV”, która forma „ten puf” czy „ta pufa”, jest poprawna. W audycji P. Mikuła tłumaczy odmianę formy poprawnej, wyjaśniając również poprawny wzorzec, jak i ten, który używany jest kolokwialnie.
- 3) „Czemu czasem mówimy „mi”, a czasem „mnie”. *Mówiąc Inaczej*, odc. 26”. Odcinek dotyczy wyboru formy zaimka „mi” oraz „mnie”. W materiale autorka wyklada problem oraz tłumaczy, w jaki sposób korzystać poprawnie z zaimków, podając stosowne przykłady.

Pierwsze dwa materiały realizują funkcje propagowania i kształtowania postaw pożądaných, potwierdza to fakt podejmowania tematu abstynencji oraz użycia poprawnej polszczyzny. Realizowana zostaje również funkcja praktyczna, która wyposaża odbiorców w umiejętność odpowiedniego używania zaimków. Materiał dotyczący abstynencji wyposaża również w wiedzę, a więc realizuje funkcję poznawczą. Zatem kanał *Mówiąc inaczej* realizuje funkcję poznawczą w stopniu znacznym, gdyż kanał dostarcza informacji dotyczących języka polskiego (jedna dziedzina) oraz porusza tematy dotyczące na przykład abstynencji, propagowania i kształtowania postaw, jak również porusza tematy ważne społecznie, oraz praktyczną w stopniu wysokim, gdyż większość materiałów dotyczy praktycznych umiejętności stosowanych w życiu codziennym.

### SciFun

*SciFun*, to kanał popularno-naukowy Dariusza Hoffmanna, który koncentruje się na prezentowaniu tematyki nauk ścisłych takich jak: fizyka, chemia, matematyka czy astronomia. Pierwszy odcinek dotyczył spalania wody i został opublikowany we wrześniu 2012 roku. Aktualnie kanał liczy ponad 100 odcinków. W zakładce informacje autor podaje opis „Ciekawostki, zagadki rzeczywistości i fantastyczny świat nauki. Program *SciFun*, to efekt mojej pasji poznawczej, ciekawości i olbrzymiego podziwu wobec złożoności i natury Wszechświata (...)”. Analizując treść, można przyjąć, iż realizowane funkcje edukacyjne to przede wszystkim funkcja poznawcza (ciekawostki, rzeczywistość, świat nauki). Materiały, które zostały losowo wybrane do analizy treści, to:

- 1) „Dlaczego rakiety startują na wschód”. Materiał wyjaśnia błędy wynikające z niepoprawnego rozumienia zjawisk dotyczących startowania rakiet przenoszących statki kosmiczne. Autor w celu uzupełnienia treści prezentuje zarówno filmy z startów wahadłowców



Rys. 3. Zrzut z ekranu z programu *SciFun* : Popularne błędy myślowe I

Źródło: Popularne błędy myślowe I, <https://www.youtube.com/watch?v=fojS7DrzPII>, [18.11.2017].

kosmicznych, jak i animowane grafiki, które za pomocą symulacji komputerowej tworzą rozmaite potencjalne scenariusze, starając się tym wyczerpująco odpowiedzieć na potencjalne pytania ze strony odbiorców.

- 2) „Popularne błędy myślowe I”. D. Hoffmann w materiale tłumaczy popularne błędy myślowe dotyczące powstawania pór roku. Autor, używając powszechnie dostępnych pomocy dydaktycznych, wyjaśnia zjawisko okresów klimatycznych, dodatkowo ilustrując je.
- 3) „Eksperymenty Balonowe”. W tym materiale autor koncentruje się na doświadczeniach z wykorzystaniem balonów. Rozpoczyna się on od szybkiego przedstawienia materiałów potrzebnych do przeprowadzenia eksperymentu, następnie twórca pokazuje ich działanie. Autor wyjaśnia również przyczyny niepowodzeń doświadczeń, a także tłumaczy zjawiska powodujące efekt widoczny na materiale.

Analizując natomiast trzy wybrane tytuły, można stwierdzić, iż pełnią one funkcję poznawczą (informowanie o zjawiskach), a także praktyczną (eksperyment balonowy). Zatem ostatni kanał pełni dwie funkcje: poznawczą w stopniu wysokim, dostarczając informację z wielu dziedzin nauki, oraz praktyczną w stopniu znacznym, umożliwiając na przykład powtórzenie eksperymentu czy wyjaśnienie istotnych zjawisk.

Zasadniczą rolę w kontekście prowadzonego badania pełni funkcja konstruktywnego spędzania czasu wolnego. Funkcja ta realizowana przez

wspominane wcześniej kanały jest sumą treści oraz ich wartością, jaka jest prezentowana przez twórców materiałów. Zatem wszystkie wymienione kanały spełniają to kryterium, ponieważ przyswajanie wcześniej wymienionych materiałów zalicza się do konstruktywnego spędzania czasu wolnego, a to posiada wartość zarówno edukacyjną, jak i wychowawczą, ponieważ wyposaża adresatów materiału w wiedzę oraz umiejętności, a te zdecydowanie są przekazywane przez przedstawionych twórców. Ta funkcja natomiast pełniona jest w stopniu wysokim, gdyż wynika to z danych przedstawionych w tabeli 2, dotyczącej na przykład zasięgu, wyświetleń materiałów czy subskrypcji kanałów.

Tabela 1 przedstawia zestawienie kanałów z funkcjami, jakie realizują. Wobec danych przedstawionych można zauważyć, iż wszystkie kanały realizują ponad połowę funkcji edukacyjnych (~73.3%), co zatem dowodzi, iż teza, która została postawiona na początku artykułu, ma zasadność w praktyce, a konsekwencji sprawia, że źródło to może być postrzegane jako zasób o dużej wartości edukacyjnej i powinno być wykorzystywane w edukacji.

Tabela 1

Zestawienie kanałów ze stopniem realizowanych funkcji

Funkcja edukacyjna / Kanał	Czasu wolnego	Poznawcza	Propagowania i kształtowania postaw	Integracyjna, społeczna	Praktyczna, innowacyjna
<i>Polimaty</i>	Wysoki	Wysoki	Nieznacznym	Nieznacznym	Brak
<i>Mówiąc Inaczej</i>	Wysoki	Znaczny	Znaczny	Brak	Wysoki
<i>SciFun</i>	Wysoki	Wysoki	Brak	Brak	Znaczny

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych.

Zasięg materiału jest równie istotny. Tabela 2 przedstawia zestawienie wymienionych wcześniej materiałów w kilku ważnych kategoriach: wyświetleń, daty opublikowania materiału, oceny użytkowników, subskrypcji i liczby wyświetleń całego kanału twórcy. Zebrane dane oznaczają przede wszystkim trend oraz zasięg materiałów. Z przytoczonych danych zawartych w tabeli 2 wynika, iż materiały odbierane są pozytywnie przez użytkowników, wpływa na to ocena „to mi się podoba”, która znacząco przewyższa ocenę „to mi się nie podoba”. Ponadto analizując liczbę wyświetleń materiałów wraz z oceną wobec daty publikacji materiału, można wnioskować, iż występuje długotrwały trend, który pozytywnie wpływa na zasięg treści oraz ocenę adresatów, a biorąc pod uwagę, iż YouTube jest serwisem, który samoregułuje się poprzez oceny



użytkowników, można stwierdzić, że prezentowane materiały są atrakcyjnym źródłem informacji z którego często użytkownicy YouTube korzystają (kryterium liczba wyświetleń), natomiast realizowane funkcje są potwierdzeniem na edukacyjny potencjał tego serwisu.

Tabela 2

Zestawienie danych dotyczących materiałów

Kanał	Data publikacji	Liczba wyświetleń materiału	Ocena użytkowników liczba „To mi się podoba” – like	Ocena użytkowników liczba „To mi się nie podoba” – dislike	Subskrypcje kanału	Liczba wyświetleń kanału
<i>Polimaty #1</i>	10.04.2013	446 tys.	8 tys.	112	490 000	53 835 000
<i>Polimaty #2</i>	14.12.2015	227 tys.	9 tys.	151	490 000	53 835 000
<i>Polimaty #3</i>	6.12.2016	523 tys.	11 tys.	403	490 000	53 835 000
<i>Mówiąc Inaczej #1</i>	10.08.2017	152 tys.	8 tys.	419	315 000	24 076 000
<i>Mówiąc Inaczej #2</i>	28.01.2016	121 tys.	5 tys.	150	315 000	24 076 000
<i>Mówiąc Inaczej #3</i>	17.04.2014	113 tys.	2 tys.	59	315 000	24 076 000
<i>SciFun #1</i>	24.09.2016	686 tys.	23 tys.	556	775 000	98 624 000
<i>SciFun #2</i>	20.08.2013	1 003 tys.	14 tys.	408	775 000	98 624 000
<i>SciFun #3</i>	06.10.2016	842 tys.	29 tys.	287	775 000	98 624 000

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych dostępnych w serwisie YouTube [dostęp: 28.11.2017].

## ZAMIAST ZAKOŃCZENIA

Jak wskazują przeprowadzone badania oraz rozważania teoretyczne, za pośrednictwem YouTube można realizować funkcje edukacyjne, również te dostępne w świecie Off-line. Adaptowanie tego, co wiemy o nauce, do nowoczesnych form, jak na przykład do serwisu YouTube, będzie miało ogromne znaczenie nie tylko dla rozwoju poszczególnych jednostek, ale także dla rozwoju społeczeństwa.

Ponadto warto zająć się nie tylko możliwościami YouTube, ale również edukowaniem twórców bądź wskazywaniem drogi, w jakiej formie mogą przedstawiać swoje doświadczenie w sposób pożyteczny i efektywny. W tym kontekście zwrócić uwagę należy również na zjawisko *fake news*, polegające na dezinformowaniu odbiorców. A także na „patostreamerów”, którzy przed-

stawiając swoje życie, propagują w przestrzeni serwisów streamingowych (w tym YouTube) treści nieodpowiednie, wulgarne, często poniżające, zawierające agresję i przemoc słowną, a nawet fizyczną, łamiąc w ten sposób zasady dotyczące społeczności YouTube, a nawet prawo. Warto zaznaczyć, iż z „fake news” i „patostreamingiem”, często łączą się tzw. „clickbaity”, które poprzez zastosowanie sensacyjnego nagłówka i miniaturki (nie odzwierciedlając treści materiału), powodują znaczny wzrost zasięgu, co przyczynia się do gwałtownego rozpowszechnienia materiału. W dobie takich zjawisk istotne jest zatem wspieranie i inicjowanie działań propagujących pozytywne oddziaływanie na użytkowników sieci, a także nauczanie z zakresu edukacji medialnej zarówno dzieci, młodzież, jak i dorosłych.

Następstw mediatyzacji i rozwoju nowych mediów jest wiele. Zmieni się rola nauczyciela, gdyż niedługo pedagogzy będą musieli przenieść się do serwisu YouTube bądź pokrewnego, aby w zupełnie nowej formie, nowym środowisku kształcić uczniów oraz budować nową przestrzeń edukacyjną. Obecnie najistotniejszą kwestią jest wdrożenie nowego źródła wiedzy do aktualnej edukacji, gdyż posiada ono znaczący potencjał edukacyjny, wpływający zarówno na efektywność nauczania, szerzenie wiedzy, jak i kreatywność odbiorców.

#### LITERATURA

- Bonk C.J., *YouTube anchors and enders: The use of shared online video content as a macrocontext for learning*, New York 2011.
- Castells M., *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.
- Castells M., *Spółczesność sieci*, Warszawa 2007.
- Goban-Klas T., *Spółczesność medialne*, Warszawa 2005.
- Goban-Klas T., *Wartki Nurt Mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*, Kraków 2011.
- Levinson P., *Nowe Nowe Media*, Kraków 2010.
- Majchrzyk Z., *Realna i wirtualna rzeczywistość*, [w:] Majchrzyk Z., Terelak J.F. (red.), *Agresja wirtualna vs realna*, Białystok 2011.
- Malouff J.M., Emmerton A.J., *Students Can Give Psychology Away: oral presentations on YouTube*, Armidale 2014.
- Okoń W., *Słownik pedagogiczny*, Warszawa 1984.
- Siuda P., *Spółczesność Wirtualne. O wspólnotowości w społeczeństwie sieciowym*, [w:] Sokołowski M. (red.), *Oblicza Internetu, Internet w przestrzeni komunikacyjnej XXI wieku*, Elbląg 2006.
- Skrzydlewski W., *Media – narzędzia intelektualne*, [w:] Strykowski W. (red.), *Media a edukacja*, Poznań 1997.
- Tadeusiewicz R., *Spółczesność Internetu*, Warszawa 2002.
- van Dijk J., *Spółczesne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci*, Warszawa 2010.
- Wallace P., *Psychologia Internetu*, Poznań 2001.
- Walter N., *Internetowe wsparcie społeczne. Studium socjopedagogiczne*, Poznań 2016.