

Paulina Kaźmierczak
Jakub Sroka



<https://orcid.org/0000-0002-6980-5988>
<https://orcid.org/0000-0002-0403-3681>

<https://doi.org/10.18778/8220-940-2.03>



paulina.kazmierczak@filologia.uni.lodz.pl
jakub.sroka@edu.uni.lodz.pl

Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Instytut Filologii
Polskiej i Logopedii, Zakład Lingwistyki Stosowanej
i Kulturowej, ul. Pomorska 171/173, 90-236 Łódź



Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Szkoła Doktorska
Nauk Humanistycznych, ul. Pomorska 171/173,
90-236 Łódź

YOUTUBE CZY STUDYTUBE – PRZEGLĄD WYBRANYCH PROFILI INTERNETOWYCH POŚWIĘCONYCH NAUCZANIU JPJO

Słowa kluczowe: glottodydaktyka polonistyczna, językoznawstwo stosowane, YouTube, metodyka nauczania języków, e-learning

Streszczenie. W artykule podjęto temat wykorzystania platformy YouTube jako narzędzia do nauczania i uczenia się języka polskiego jako obcego. Szczegółowej analizie poddano 23 kanały, które przynajmniej w połowie prowadzone były w języku polskim. Cel pracy stanowiła weryfikacja informacji na temat autorów, wykorzystywanych w filmach języków, liczby materiałów wideo, subskrypcji, a także regularności i jakości prezentowanych treści. W artykule wskazano także luki w obrębie opracowania technicznego, merytorycznego czy tematycznego. Zaproponowano również potencjalne działania mające na celu wypełnienie przedstawionej niszy.

1. WSTĘP

YouTube jest jednym z najpopularniejszych serwisów internetowych. Służy on do bezpłatnego oglądania filmów oraz do oceniania, komentowania, publikowania filmów i nadawania na żywo (po założeniu swojego konta – kanału). Został założony w 2005 roku, bardzo szybko zyskał dużą popularność i zaledwie rok później Google przejęło ten serwis za 1,65 mln dolarów (<http> 1).

W serwisie YouTube wielu twórców publikuje swoje produkcje. Wśród dostępnych na tym portalu nagrań odnaleźć można teledyski znanych artystów, filmy krótko- i pełnometrażowe czy relacje z życia youtuberów. Dzięki tej stronie mogło zaistnieć również wielu nowych, wcześniej zupełnie nieznanych twórców. Spektrum ich zainteresowań jest niezwykle szerokie – niektórzy publikują swoje występy, śpiew, grę na instrumencie, inni tworzą serie *Let's play*, w których pokazują, w jaki sposób osiągać zadowalające rezultaty w grach komputerowych, jeszcze inni zamieszczają filmy z przeprowadzanymi sondami ulicznymi, żartami i dowcipami (tzw. prankami). Na YouTube odnaleźć można również kanały prowadzone przez szkoły językowe lub prywatne osoby, które publikują nagrania dotyczące kultury swojego kraju, pobytu w nowym kraju, uczenia się języka obcego i związanych z tym trudności. Mają one najczęściej postać krótkich filmów, tzw. vlogów.

Korzystanie z narzędzi internetowych nie tylko jako z elementu urozmaicającego zajęcia, lecz także stanowiącego ich kanwę zyskiwało na popularności już od kilku lat (Maćkowiak, 2017, s. 92–103). W czasach pandemii (w związku z przejściem na nauczanie zdalne) wzrosło zapotrzebowanie na materiały w wersji zdigitalizowanej. W konsekwencji zwiększyła się liczba filmów m.in. o charakterze webinarów – szkoleń i warsztatów metodycznych dla nauczycieli – lektorów języków obcych. Ponadto, w związku z izolacją społeczną, osoby uczące się języków nie mogły spotykać się z innymi, prowadzić rozmów i stosować języka w praktyce. Wszystko „przeniosło się” do Internetu. YouTube (szczególnie w ostatnim czasie) stał się zatem „narzędziem” coraz częściej wykorzystywanym przez lektorów na lekcjach języka polskiego jako obcego¹ i swoistą bazą materiałów do nauki języków obcych w ogóle. Warto zastanowić się nad specyfiką filmów dotyczących nauczania jpjo publikowanych w tym serwisie, ich jakością, możliwościami związanymi z wykorzystaniem ich podczas zajęć lub w trakcie samokształcenia oraz nad dalszą perspektywą i kierunkiem rozwoju tego typu materiałów.

2. PYTANIA BADAWCZE I CELE BADAŃ

Przed podjęciem prac postawiliśmy sobie następujące pytania badawcze:

1. Jak dużo materiałów do nauczania jpjo można odnaleźć w serwisie YouTube?

¹ W dalszej części artykułu sformułowanie „język polski jako obcy” określa się skrótem jpjo.

2. Kto może skorzystać z tych materiałów, kto jest ich autorem i do kogo głównie są adresowane?
3. Czego można się nauczyć z materiałów w serwisie YouTube, co one prezentują, jakiej są jakości oraz jaka jest ich specyfika?

Celem naszych badań jest przegląd kanałów, które publikują filmy związane z nauką jpjo w serwisie YouTube oraz ich analiza pod kątem merytorycznym i językowym (poziomu zaawansowania języka). Ponadto za istotne uznaliśmy również określenie funkcjonalności odnalezionych materiałów z perspektywy nauczycieli jpjo i uczniów.

3. PREZENTACJA MATERIAŁU BADAWCZEGO

W przypadku platform internetowych (takich jak YouTube) dobór materiału badawczego nie jest łatwy ze względu na fakt, że treści pojawiające się w wyszukiwarce, mimo wpisywania podobnych haseł, są warunkowane przez wcześniej oglądane materiały wideo i w związku z tym odpowiednio pozycjonowane na stronie. Dlatego zdecydowaliśmy się szukać kanałów na kilku urządzeniach oraz w trybie incognito, wpisując różne kombinacje haseł dotyczących nauki języka polskiego jako obcego². Odnaleźliśmy około 50 kanałów. Konieczna była ich wstępna selekcja pod kątem tematyki. Zdecydowaliśmy się odrzucić te, które traktowały wyłącznie o aspektach kulturowych, np. problemach migrantów przebywających w Polsce, sytuacji zarobkowej, trudnościach adaptacyjnych, zaskakujących sytuacjach po przyjeździe do nowego kraju. Zrezygnowaliśmy również z kanałów przygotowanych wyłącznie w języku obcym (głównie angielskim, rosyjskim, ukraińskim) przez cudzoziemców oraz kanałów, które nie były aktywne dłużej niż pół roku, z mniej niż pięcioma filmami. Ostatecznie analizie poddaliśmy 23 kanały prowadzone przez Polaków bądź obcokrajowców, poruszające przede wszystkim kwestie językowe (leksykę, gramatykę, fonetykę).

Pod kątem nazewnictwa można wyróżnić trzy kategorie nazw kanałów: zawierające odniesienie do imienia i/lub nazwiska bądź pochodzenia prowadzącego kanał (5), uwzględniające element obcojęzyczny (13), notujące przymiotnik *polski* lub nazwę kraju *Polska* (9)³. Nazwy te można

² W związku z przyjętą koncepcją wyszukiwania materiału badawczego pominięte zostały takie kanały, jak m.in. Polska Półka Filmowa, popularne wśród glottodydaktyków polonistycznych, ale niezawierające w nazwie fraz odnoszących się bezpośrednio do nauczania języka polskiego jako obcego w języku polskim lub angielskim.

³ Ze względu na tematykę kanałów jest to element powtarzający się praktycznie w każdej kategorii, ale przyjęta przez nas koncepcja podziału wymaga wydzielenia go jako oddzielnej grupy.

przyporządkować do więcej niż jednej kategorii, ponieważ twórcy starają się sformułować je w sposób atrakcyjny i zrozumiały dla jak największego grona odbiorców. Powyższe kategorie są zaprezentowane w tabeli 1.

Tabela 1. Nazwy kanałów

KATEGORIA	NAZWA
IMIĘ PROWADZĄCEGO KANAL (5)	Justin z Filipin
	Ignacy z Japonii
	Liliia Kyrylenko
	Polish with Dorota
	Polski z Anią/Polish with Ania
ELEMENT OBCOJĘZYCZNY (13)	Ecolinguist
	epolish.eu
	Easy Polish
	easy-polish.com
	Polish For You
	Polish Made Easy
	Polish with Dorota
	Accent School of Polish
	Polski z Anią/Polish with Ania
	Easy Languages
	JezykPolski (Польська мова)
	Storia International
	PROLOG Publishing
POLSKA / POLSKI (9)	PolskiTu
	Polski przy Kawie
	POLSKI I KROPKA
	Pozdrowienia z Polski
	Polonus szkoła języka polskiego dla obcokrajowców
	Polski z Anią/Polish with Ania
	ProPolski
	JezykPolski (Польська мова)
	Polski nie jest trudny

Źródło: opracowanie własne

Po analizie tabeli 1 można stwierdzić, że większość nazw kanałów zawiera w sobie element ściśle związany z nauczaniem językiem oraz krajem, w którym jest on używany. Niektórzy youtuberzy podają nazwę

w dwóch wariantach (np. Polski z Anią/Polish with Ania, JęzykPolski (Польська мова)). Ponadto twórcy posługują się określeniami wskazującymi na łatwość przyswajania nowego języka (np. Polski **nie jest trudny**, **Easy** Polish, **Easy** Languages, Polish made **Easy**). Co więcej, zaznaczony został aspekt przyjemności związanej ze sposobem przyswajania wiedzy (np. Polski przy **Kawie**). Niektórzy autorzy zwracają szczególną uwagę na relację nauczyciel–uczeń, w której nieco skracają dystans poprzez posługiwanie się swoim imieniem (np. Polski z **Anią**, Polish with **Dorota**) czy pokazanie, że wobec ucznia zastosowane zostanie indywidualne podejście (np. Polish For **You**). Niektóre kanały w serwisie YouTube prowadzone są przez szkoły językowe (Accent **School** of Polish, Polonus **szkoła** języka polskiego dla obcokrajowców) bądź są skorelowane z innymi stronami (np. Facebook, Instagram, Twitter) lub platformami edukacyjnymi (ProPolski, epolish.eu, easy-polish.com).

W tabeli 2 uwzględniono relację nadawca–odbiorca, skupiając się na tym, kim jest twórca, z jakiego pochodzi kraju, w jakim języku prowadzi swój kanał i do kogo adresuje swoje treści.

Tabela 2. Charakterystyka kanałów pod względem pochodzenia nadawcy, potencjalnego odbiorcy oraz stosowanego przez nich kodu językowego

NAZWA	NADAWCA	ADRESAT	KRAJ	JĘZYK
Justin z Filipin	poliglota, samouk	uczący się języków obcych	Filipiny	polski, filipiński
Ignacy z Japonii	Japończyk	cudzoziemcy i Polacy (poziom zaawansowany)	Japonia	polski, japoński
Liliia Kyrylenko	Ukraiinka mieszkająca w Polsce	Ukraińcy i Polacy	Ukraina	polski/ ukraiński
Polish with Dorota	lektorka, Polka	cudzoziemcy anglojęzyczni	Polska	polski/ angielski
Polski z Anią/ Polish with Ania	adiunkt UW, POLONICUM	osoby uczące się jpjo	Polska	polski/ angielski
Ecolinguist	lektor, Polak	uczący się języków obcych	Polska	polski + inne języki świata
epolish.eu	lektorzy jpjo	osoby uczące się jpjo	Polska	polski/ angielski

Tabela 2 (cd.)

NAZWA	NADAWCA	ADRESAT	KRAJ	JĘZYK
Easy Polish	lektorki jpjo i osoby bez wykształcenia kierunkowego	osoby uczące się jpjo	Polska	polski/angielski
easy-polish.com	brak danych, na pewno uczestniczą w tym Polacy	osoby uczące się jpjo	Polska	polski/angielski, ukraiński/niemiecki/francuski/rosyjski
Polish For You	lektorki jpjo	osoby uczące się jpjo	Polska	polski/angielski
Polish Made Easy	lektorka jpjo	dzieci i dorośli uczący się jpjo	Polska	polski/angielski
Accent School of Polish	lektorzy	osoby uczące się jpjo	Polska	polski/angielski
ProPolski	lektor bez wykształcenia kierunkowego	osoby uczące się jpjo i/lub jęz. rosyjskiego [dzieci i dorośli]	Ukraina	polski/rosyjski
Easy Languages	lektorki jpjo i osoby bez wykształcenia kierunkowego	osoby uczące się jpjo	Polska	polski/angielski
JezykPolski (Польська мова)	osoby ze Wschodu i Polacy	osoby uczące się jpjo, szczególnie ze Wschodu	brak danych	polski/rosyjski
Storia International	lektorka jpjo Polka	osoby uczące się jpjo	Polska	polski/angielski
PROLOG Publishing	lektorzy	lektorzy jpjo, cudzoziemcy	Polska	polski/angielski/niemiecki
PolskiTu	osoba ze Wschodu	osoby uczące się jpjo	brak danych	polski/rosyjski

Tabela 2 (cd.)

NAZWA	NADAWCA	ADRESAT	KRAJ	JĘZYK
Polski przy Kawie	osoba ze Wschodu	osoby uczące się jpjo	brak danych	polski
POLSKI I KROPKA	lektorzy, specjaliści, autorzy podręczników	lektorzy	Polska	polski
Pozdrowienia z Polski	nauczycielka jpjo, doktor, egzaminatorka, autorka <i>Pisz po polsku</i>	osoby uczące się jpjo	Polska	polski
Polonus szkoła języka polskiego dla obcokrajowców	lektorzy	osoby uczące się jpjo	Polska	polski/ angielski
Polski nie jest trudny	brak danych, prawdopodobnie Polak	osoby uczące się jpjo	Polska	polski

Źródło: opracowanie własne

Nasza analiza objęła 17 kanałów prowadzonych w pełni lub w przeważającej mierze przez rodowitych Polaków oraz sześć kanałów przez osoby z zagranicy (w tym cztery zza naszej wschodniej granicy). Nie zawsze możliwe było jednoznaczne określenie pochodzenia twórcy ze względu na ograniczoną informację w ramach kanału oraz brak innych źródeł wiedzy w postaci bloga, fanpage'a itp.

Zdecydowana większość kanałów adresowana jest do dorosłych cudzoziemców uczących się języka polskiego jako obcego, zwłaszcza anglojęzycznych. Zaledwie dwa przeznaczone były przede wszystkim dla lektorów i tyle samo dla dzieci bądź młodzieży. Istotne rozróżnienie można zaobserwować, weryfikując języki wykorzystywane w poszczególnych filmach. Każdy kanał, który poddaliśmy analizie, jest prowadzony przynajmniej połowicznie w języku polskim, niektóre z nich zawierają tłumaczenia na angielski, rosyjski, ukraiński, niemiecki, francuski. 17% kanałów prowadzonych jest wyłącznie po polsku, 57% wykorzystuje język angielski jako pomocniczy, a w 26% prowadzący posługują się innym językiem słowiańskim. W związku z powyższym

można zaobserwować tendencję do tłumaczenia treści na język angielski. Celem takiego działania jest chęć dotarcia do jak największego grona odbiorców. Polscy twórcy zdecydowanie chętniej stosują translację anglojęzyczną, natomiast osoby ze Wschodu (prawdopodobnie z myślą o swoich rodakach) decydują się na tłumaczenie w języku ukraińskim lub rosyjskim.

Pochodzenie autorów filmów wskazuje na popularne kierunki migracyjne. Można zauważyć, że w kategorii cudzoziemców często pojawiają się osoby ze Wschodu.

Tabela 3 notuje popularność danego kanału w serwisie YouTube, a także weryfikuje jego czas powstania i aktualność. Kanały zostały uszeregowane pod względem liczby wyświetleń – od największej do najmniejszej.

Tabela 3. Analiza ilościowa informacji dotyczących kanałów

NAZWA	AKTYWNOŚĆ (rok powstania)	LICZBA FILMÓW	LICZBA WYŚWIECLEŃ	LICZBA SUBSKRYPCJI
Easy Languages	aktywny (2006)	2585(173 nt. polskiego)	139 mln	1,1 mln
Ecolinguist	aktywny (2014)	133	27 mln	269 tys.
Ignacy z Japonii	aktywny (2018)	350	10,8 mln	365 tys.
Liliia Kyrylenko	aktywny (2015)	176	4,1 mln	26,4 tys.
easy-polish.com	nieaktywny (2004)	600	2,1 mln	18 tys.
ProPolski	aktywny (2015)	65	1,9 mln	15,9 tys.
Easy Polish	aktywny (2019)	81	1,1 mln	18,4 tys.
Pozdrowienia z Polski	aktywny (2016)	175	1,1 mln	13 tys.
Polski z Anią/ Polish with Ania	aktywny (2016)	49	1 mln	22 tys.
Polonus szkoła języka polskiego dla obcokrajowców	aktywny (2015)	286	1 mln	10,4 tys.
PolskiTu	aktywny (2019)	75	637 tys.	12,6 tys.

Tabela 3 (cd.)

NAZWA	AKTYWNOŚĆ (rok powstania)	LICZBA FILMÓW	LICZBA WYŚWIETLEŃ	LICZBA SUBSKRYPCJI
PROLOG Publishing	aktywny (2016)	23	217 tys.	brak danych
JęzykPolski (Польська мова)	nieaktywny (2015)	71	214 tys.	2,7 tys.
Polish with Dorota	aktywny (2015)	33	200 tys.	5,2 tys.
Polish Made Easy	aktywny (2014)	24	190 tys.	824
Epolish.eu	aktywny (2013)	127	183 tys.	2,7 tys.
Justin z Filipin	nieaktywny (2019)	24	88 tys.	4 tys.
Accent School of Polish	nieaktywny (2016)	6	74 tys.	1,8 tys.
Polish For You	aktywny (2019)	225	67 tys.	1,6 tys.
Polski przy Kawie	aktywny (2020)	18	20,5 tys.	11,6 tys.
POLSKI I KROPKA	aktywny (2020)	52	17 tys.	776
Polski nie jest trudny	aktywny (2020)	34	4,5 tys.	99
Storia International	nieaktywny (2019)	10	1,1 tys.	30

Źródło: opracowanie własne

Analizie poddaliśmy kanały o zróżnicowanej liczbie wyświetleń, plasującej się od 1,1 tys. do 139 mln. Warto zauważyć, że suma subskrypcji jest bardzo często proporcjonalna do oglądalności. Czas powstania oscyluje między 2004 a 2020 rokiem. Należy podkreślić, że 5 z 23 badanych kanałów jest obecnie nieaktywnych. Istotny jest fakt, że większość analizowanych kanałów zwiększyła częstotliwość publikowania filmów w drugim i trzecim kwartale 2020 roku⁴, co mogło być spowodowane powszechną izolacją związaną z pandemią choroby COVID-19. Na popularność kanału istotny wpływ ma regularność publikowania filmów i uniwersalność prezentowanych materiałów

⁴ Te dane nie zostały odzwierciedlone w tabeli.

(np. łączenie języka z kulturą kraju czy komparatystyka lingwistyczna). Pierwsze trzy kanały ujęte w tabeli 3 zdecydowanie odbiegają od reszty pod względem liczby wyświetleń i subskrybentów. Końcowe przykłady w zestawieniu tabelarycznym dotyczą lat 2019 i 2020, co oznacza, że kanał jest jeszcze „młody”. Stanowi to wytłumaczenie dla ich stosunkowo niskich rezultatów popularyzatorskich. Ponadto w dolnej połowie zestawienia znajdują się kanały nieaktywne oraz te, które opublikowały małą liczbę filmów. Trzeba zwrócić uwagę, że twórcy w dużej mierze początkowo nie zarabiają na publikowaniu treści, co znacząco wpływa na częstotliwość ich aktywności i motywację do pracy. Nierzadko utworzenie kanału okazuje się „słomianym zapalem”. Pozycje z górnej części tabeli to działania projektowe wspierane finansowo przez podmioty zewnętrzne (Easy Languages) lub element działalności zarobkowej (Ecolinguist).

W tabeli 4 zostały zaprezentowane kwestie merytoryczne uwzględniane w tematyce poszczególnych kanałów, poziom treści w języku polskim oraz dodatkowe informacje, niejednokrotnie istotne z perspektywy oglądającego.

Tabela 4. Tematyka kanałów, poziom językowy i inne informacje

NAZWA	TEMAT	POZIOM	INNE
*Justin z Filipin	Fonetyka, gramatyka, kultura	A1–B1	Proces nauki języka polskiego, fonetyka, ciekawostki językowo-kulturowe. Porównanie języka polskiego z filipińskim
Ignacy z Japonii	Leksyka, gramatyka, kultura, fonetyka	B2	Nauka języka japońskiego i kultury Japonii
Liliia Kyrylenko	Kultura, leksyka	A1–B2	O Ukraińcach w Polsce – trudności (także w nauce języka polskiego), różnice
Polish with Dorota	Gramatyka i leksyka	A1–B1	
Polski z Anią/ Polish with Ania	Gramatyka i leksyka	A1–B1	
Ecolinguist	Kultura, leksyka	A1–C1	Porównania rodzin językowych, regionalne odmiany polszczyzny
epolish.eu	Metodyka, leksyka, gramatyka, fonetyka, kultura	A1–B1	Wydawnictwo i szkoła w Krakowie

Tabela 4 (cd.)

NAZWA	TEMAT	POZIOM	INNE
Easy Polish	Leksyka i kultura	A1–B1	
*easy-polish.com	Leksyka, praktyka	A1–C2	Prezentacje z czytaniem
Polish For You	Gramatyka, praktyka, fonetyka	A1–B1	Szkoła językowa, najstarsza w Poznaniu. Nienaturalna wymowa
Polish Made Easy	Leksyka, fonetyka, kultura	A1–A2	Piosenki, łamańce językowe, alfabet, wymowa, proste zwroty
*Accent School of Polish	Gramatyka	A1–B1	Szkoła językowa w Krakowie
ProPolski	Leksyka i kultura	A1–B1	Kanał zawiera bajki, cykl filmów <i>Uczmy się polskiego</i>
Easy Languages	Leksyka, kultura	A1–B1	Wywiady z Polakami na ulicach
*JęzykPolski (Польська мова)	Praktyka	A1–B2	Grafika na niskim poziomie
*Storia International	Praktyka	A1–A2	Rozmówki, fakty z życia lektora
PROLOG Publishing	Metodyka, leksyka	A1–B2	Wydawnictwo
PolskiTu	Leksyka, fonetyka, gramatyka, kultura	A1–B2	Tłumaczenia wierszy, książek, ciekawostki o tradycji i kulturze Polski
Polski przy Kawie	Leksyka, gramatyka	A2–B2	Silny wschodni akcent. Przejrzysta grafika. Interesujące porównania pomiędzy językami
POLSKI I KROPKA	Metodyka	Nie dotyczy	Szkolenia metodyczne
Pozdrowienia z Polski	Gramatyka	A1–B1	Informacje o egzaminach
Polonus szkoła języka polskiego dla obcokrajowców	Gramatyka, kultura, leksyka, praktyka	A1–B1	Szkoła językowa w Łodzi
Polski nie jest trudny	Gramatyka, leksyka, kultura	A1–A2	Ciekawe połączenia wyrazowe w tytułach filmów, nienaturalna wymowa

* Kanał jest obecnie nieaktywny.

Źródło: opracowanie własne

Poziom zaawansowania językowego analizowanych kanałów oscyluje między poziomami A1–C2, ze szczególnym uwzględnieniem przedziału A1–B1, który stanowi 48% wszystkich analizowanych materiałów. Oczywiście nie w każdym przypadku jest to informacja istotna, czego przykładem jest jeden z kanałów metodycznych, który zawiera treści wyłącznie dla nauczycieli. Ze względu na prezentowane treści wśród badanych kanałów można wyróżnić kilka grup tematycznych, takich jak: gramatyka, leksyka, fonetyka, kultura, metodyka, praktyka. Na uwagę zasługuje fakt, że wąskie wyspecjalizowanie niektórych kanałów negatywnie wpłynęło na ich popularność w wirtualnej rzeczywistości platformy YouTube. Łączenie wielu aspektów nauki o języku i kulturze z pewnością jest bardziej atrakcyjne dla odbiorcy i pozwala na zatrzymanie go w charakterze stałego subskrybenta tworzącego społeczność na danym kanale.

4. PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Część kanałów (np. *Polski z Anią*, *PolskiTu*) wykorzystuje niezwykle interesujące, nowoczesne techniki nauczania j.pjo. Na niektórych z nich możemy znaleźć np. dyktanda, bajki wraz z objaśnieniem, piosenki, rymowanki, a także rozmaite ciekawostki językowe i kulturowe. Kilka kanałów (np. *Polski przy Kawie*) wyróżnia estetyczna, przejrzysta i przykuwająca uwagę grafika, która zdecydowanie ułatwia przedstawienie pewnych treści, zrozumienie ich, a następnie uporządkowanie. Ponadto należy docenić autorów, którzy podejmują próby porównywania języków i kultur w różnych konfiguracjach (np. *Ecolinguist*). Tego typu filmy mają ogromny walor poznawczy.

Istotne jest to, że niektórych materiałów prezentowanych na poszczególnych kanałach nie można uznać za godne polecenia. Szczególne zastrzeżenia budzą kwestie związane z wymową. Twórcy polskojęzyczni stosunkowo często starają się osiągnąć hiperpoprawność, czego następstwem jest brak naturalności, a wręcz deformacja fonetyczna. Za przykład może posłużyć choćby takie zachowanie językowe, jak nadmierne poprawna i zbyt wyraźna wymowa nosówek *ą* i *ę*. Warto podkreślić, że kolejną trudnością w odbiorze warstwy dźwiękowej są wady wymowy lektorów oraz niepoprawne akcentowanie słów. Do innych minusów zaliczyć można nieatrakcyjną, bardzo prostą grafikę. W wielu filmach stosuje się animowaną prezentację z dużą ilością tekstu. Jest to męczące dla odbiorcy, a natłok informacji z pewnością nie ułatwia procesu nauki czy porządkowania wiedzy. Ponadto warto zwrócić uwagę na różne sposoby

prezentowania materiałów. Niektórzy twórcy, pomimo zamieszczania lekcji lub pomocy dydaktycznych w nowoczesnym medium, jakim jest platforma YouTube, ograniczają się wyłącznie do tradycyjnych technik prezentacji typu „kartka i flamaster”.

Z obserwacji wynika, że trudność w budowaniu marki danego kanału stanowią: brak regularności publikowanych materiałów, niezachęcająca szata graficzna i niedopracowanie merytoryczne, co skutkuje krótką żywotnością kanału. Niską oglądalność można zauważyć przy filmach dotyczących gramatyki. Z kolei ciekawostki kulturowe oraz informacje o egzaminach certyfikatowych (wraz z poradami, na co zwrócić uwagę i jak się dobrze zaprezentować) są zdecydowanie bardziej popularne. Na liczbę wyświetleń wpływają także nie w pełni wykorzystane możliwości promocji, co wiąże się z kosztami finansowymi i czasowymi ponoszonymi przez youtuberów. Ponadto, jak już wcześniej zostało wspomniane, niektóre kanały mają wąską specjalizację swoich filmów. Ma to swoje dobre i złe strony, ponieważ cudzoziemiec lub lektor jpjo musi zadać sobie więcej trudu, aby dotrzeć do poszukiwanych materiałów, jednak rekompensatą może być odnalezienie (często przypadkowe) nietuzinkowych i pomocnych narzędzi utrwalających wiedzę.

Nadzieję napawa to, że Internet żywo reaguje na tendencje i potrzeby związane z uczeniem się języka polskiego jako obcego. Istnieje jednak jeszcze wiele aspektów dotyczących języka polskiego i kultury naszego kraju, które warto przybliżyć cudzoziemcom. Uważamy, że obcokrajowców mogłaby zainteresować „Polska od kuchni”, nie ta popularna i znana, koncentrująca się na największych miastach, lecz ta jeszcze „nieodkryta”. Warto przybliżyć folklor małych miast i wsi oraz regionalizmy, slang czy odmiany stylistyczne języka. Byłaby to korzyść nie tylko w sferze poznawczej, lecz także marketingowej, gdyż wzrost popularności prezentowanych obszarów (np. województw łódzkiego, śląskiego czy podlaskiego, a także terenów górskich) mógłby wpłynąć na stopień ich eksploracji turystycznej. Analizy podjęte w niniejszym artykule stanowią jedynie asumpt do przeprowadzania kolejnych badań w zakresie wykorzystywania platform internetowych w kontekście nauczania i uczenia się jpjo oraz do podjęcia działań o charakterze projektowym, które polegałyby na wypełnieniu wskazanej luki dydaktycznej.

NETOGRAFIA PODMIOTOWA

Justin z Filipin, <https://www.youtube.com/channel/UCUU7ZX2TrAnyG6D-8FWpajw> [1.12.2021].

Ignacy z Japonii, <https://www.youtube.com/c/IgnacyzJaponii> [1.12.2021].

- Liliia Kyrylenko*, <https://www.youtube.com/c/LiliiaKyrylenko> [1.12.2021].
- Polish with Dorota*, <https://www.youtube.com/c/PolishwithDorota> [1.12.2021].
- Polski z Anią/Polish with Ania*, https://www.youtube.com/results?search_query=polish+with+ania [1.12.2021].
- Ecolinguist*, <https://www.youtube.com/c/Ecolinguist> [1.12.2021].
- epolish.eu*, <https://www.youtube.com/user/epolisheu> [1.12.2021].
- Easy Polish*, <https://www.youtube.com/c/EasyPolish> [1.12.2021].
- easy-polish.com*, <https://www.youtube.com/c/easypolishcom> [1.12.2021].
- Polish For You*, <https://www.youtube.com/c/PolishForYou> [1.12.2021].
- Polish Made Easy*, <https://www.youtube.com/channel/UC4Wwx2jKpwVHZxRWiiz5sw> [1.12.2021].
- Accent School of Polish*, <https://www.youtube.com/c/AccentSchoolofPolishKra%C3%B3w> [1.12.2021].
- ProPolski*, <https://www.youtube.com/c/PROpolskicom> [1.12.2021].
- Easy Languages*, <https://www.youtube.com/c/learnlanguages> [1.12.2021].
- JezykPolski (Польська мова)*, <https://www.youtube.com/channel/UCUdhnt2MXcE3x8Kt-56k7aEg> [1.12.2021].
- Storia International*, <https://www.youtube.com/channel/UCSc3fm8G4prmWpmBc2vjP6g> [1.12.2021].
- PROLOG Publishing*, <https://www.youtube.com/channel/UCLTWKq--Nab9J940nGCQi0Q> [1.12.2021].
- PolskiTu*, <https://www.youtube.com/c/PolskiTu> [1.12.2021].
- Polski przy Kawie*, <https://www.youtube.com/channel/UCfgTZaOCc7siX6FpEcjuZUQ> [1.12.2021].
- POLSKI I KROPKA*, https://www.youtube.com/channel/UCSu8nCTI-scbaKdN2EA2_AA [1.12.2021].
- Pozdrowienia z Polski*, <https://www.youtube.com/c/PozdrowieniazPolski> [1.12.2021].
- Polonus szkoła języka polskiego dla obcokrajowców*, <https://www.youtube.com/c/PolonusLodzSchoolofPolishforForeigners> [1.12.2021].
- Polski nie jest trudny*, https://www.youtube.com/channel/UC24eS6tBU_Xg4pGv34L8nTA [1.12.2021].

NETOGRAFIA PRZEDMIOTOWA

http 1: <https://pl.wikipedia.org/wiki/YouTube> [28.11.2021].

BIBLIOGRAFIA PRZEDMIOTOWA

- Maćkowiak R., 2017, *YouTube na lekcji języka polskiego jako obcego*, [w:] R. Maćkowiak, E. Wojtczak (red.), *Bogactwo językowe i kulturowe Europy w oczach Polaków i cudzoziemców*, t. 4, Łódź, s. 92–103.

**YOUTUBE OR STUDYTUBE – OVERVIEW OF SELECTED PROFILES ABOUT
TEACHING POLISH AS A FOREIGN LANGUAGE**

Keywords: Polish language glottodidactics, linguistics, YouTube, language teaching methodology, e-learning

Summary. The article discusses the using of YouTube as a tool for teaching and learning Polish as a foreign language. 23 YouTube channels were analyzed in detail, which at least half of them were conducted in Polish. The aim of the study was to verify the information about the authors, languages used in the films, the number of videos, subscriptions, and the regularity and quality of the presented content. The article also indicates some gaps in technical, substantive or thematic development. Potential actions to fill the niche were also proposed.
