

Media społecznościowe – *let's face them*

[Małgorzata Kurek, Sylvia Maciaszczyk]

Media społecznościowe na dobre już zagościły na monitorach komputerów i ekranach telefonów naszych uczniów. Przeciętny polski uczeń spędza wiele godzin dziennie na portalach takich jak Facebook, YouTube czy nieco mniej w Polsce popularnych MySpace i Twitter. Działalność tych portali opiera się na stworzonej wokół nich społeczności, pozwalając na generowanie i wymianę treści za pomocą różnych kanałów i modalności, przyciągając w ten sposób miliony użytkowników.

Czym są media społecznościowe

W Polsce bodaj najbardziej popularne media społecznościowe to: lubiany przez młodzież Facebook, skierowane do profesjonalistów LinkedIn i GoldenLine czy też szczególnie popularna wśród dojrzałych internautów NaszaKlasa.pl. Wszystkie one są społecznościami komunikujących się ze sobą i tworzących więzi społeczne użytkowników, bez których nie miałyby racji bytu. Jednak ograniczanie pojęcia media społecznościowe do tego kontekstu jest dużym uproszczeniem. Bodaj najczęściej cytowana typologia (Kaplan & Haenlein, 2010:63-64) wyróżnia sześć ich rodzajów, a mianowicie: duże projekty powstałe w wyniku współpracy wielu użytkowników (np. Wikipedia), blogi i mikroblogi (np. Twitter), społeczności powstałe wokół zasobów treściowych (np. YouTube, Scribd czy Flickr), portale społecznościowe (np. Facebook, NaszaKlasa), wirtualne światy związane z grami online (np. World of Warcraft) oraz wirtualne światy społecznościowe, takie jak Second Life.

Można przy tym zaryzykować stwierdzenie, że niemal każdy dzień przynosi kolejne narzędzia i rozwiązania techniczne, których nieodzownym aspektem jest właśnie obecnie aspekt społecznościowy.

Komunikacja między użytkownikami portali może się odbywać się za pomocą różnych technik, kanałów i modalności, jak np.: publikowanie obrazów i wideoklipów, wpisy na forach i tzw. posty na wirtualnych ścianach, czaty, emaile czy nagrania audio. Daje to ogromne możliwości autoekspresji oraz zachowań twórczych. Komunikacja ta jest w większości publiczna i widoczna dla innych użytkowników, choć możliwe są również kanały prywatne. Dobrowolność partycypacji, przejrzystość i jawność przekazu, a także możliwość jego oceny przez innych to kolejne cechy charakteryzujące media społecznościowe. W wielu społecznościach pojawia się przy tym element pewnej hierarchizacji użytkowników ze względu na częstotliwość i/lub jakość ich uczestnictwa w tworzeniu zasobów grupy.

Wszystkie wymienione powyżej możliwości portali społecznościowych sprawiają, że stają się one naturalnym kontekstem do nauki języków obcych. McBride (2009) podkreśla, że zaangażowanie użytkownika w komunikację oraz jego gotowość do wyrażania siebie, do tworzenia i podtrzymywania relacji międzyludzkich są jednocześnie podstawą sukcesu w procesie poznawania języka obcego. Ponadto uczucie zaufania i przynależności, które pojawia się w społeczności, ułatwia dzielenie się treściami oraz pokonywanie zahamowań, które zwykle związane są z publiczną prezentacją stworzonych materiałów, zwłaszcza w języku obcym. Głównymi użytkownikami mediów społecznościowych są przy tym ludzie bardzo młodzi, należący do pokolenia tzw. *digital natives* – użytkowników od dziecka dorastających z technologiami komputerowymi (Prensky, 2001). W literaturze przedmiotu coraz częściej podkreśla się, że wyrastając w nieograniczonym dostępie do informacji, rozwinęli oni nie tylko inne style uczenia się, ale również jakościowo inny sposób przetwarzania owych informacji (np. Kolaitis i in. 2006, za McBride, 2009). Media społecznościowe wpisują się w nowe schematy

myślowe oraz potrzeby poznawcze i komunikacyjne, co czyni je obiecującym narzędziem w pracy z uczniem. Co więcej, świadome ich wykorzystanie w kontekście edukacyjnym jest tym bardziej pożądane, im częstsze są głosy, że młodzi użytkownicy być może biegle znają i wykorzystują technologie w celach rozrywkowych, jednak rzadko wiedzą, jak wykorzystać je w pracy i nauce (Hubbard, 2004). I choć entuzjazm dla komunikacji wspieranej komputerem nie jest powszechny, nie można oprzeć się refleksji, że jest ona przecież w pełni autentyczna pod względem sytuacyjnym i językowym, by odnieść się do klasycznego już podziału zaproponowanego przez Breen (1985)¹. Wszak za pośrednictwem tych samych mediów komunikują się rodzimi użytkownicy języka.

1 Breen (1985) rozróżnia autentyczność języka, sytuacji oraz zadania.

Języki obce a media społecznościowe – 6 kluczowych dialogów

Edukacyjny potencjał mediów społecznościowych stał się punktem wyjścia dla 3-letniego projektu *Języki obce a media społecznościowe – 6 kluczowych dialogów* (*Language learning and social media: 6 key dialogues*) finansowanego z funduszy Komisji Europejskiej. Czternaście europejskich instytucji i organizacji badało w ramach projektu wykorzystanie mediów społecznościowych w kontekście nauczania i uczenia się języków obcych. Liderem projektu był Uniwersytet w Luksemburgu,

a partnerami: Wyższa Szkoła Lingwistyczna z Częstochowy, SWPS w Warszawie, Uniwersytet Ovidius, Constanta, Uniwersytet Łotewski w Rydze, Autonomiczny Uniwersytet w Barcelonie oraz Uniwersytet Turku w Finlandii. W ramach projektu, obok badań i publikacji naukowych, odbyły się otwarte debaty publiczne oraz konkursy z nagrodami dla nauczycieli języków obcych twórczo wykorzystujących media społecznościowe w pracy z uczniami. Otwarte też zostały fora dyskusyjne służące włączeniu użytkowników Internetu i uczących się języków obcych



w rozważania nad problematyką projektu. Paneuropejska działalność możliwa była właśnie dzięki wykorzystaniu mediów społecznościowych.

W kontekście polskim odbyły się następujące działania projektowe:

1. Badania przeprowadzone z uczącymi się języków obcych – ankiety i wywiady (czerwiec 2010);
2. Publikacja wyników powyższych badań – dostępna w kilku wersjach językowych pod adresem <http://www.elearningeuropa.info/en/directory/Social-media-and-language-learning%3Abeliefs%2C-attitudes-and-uses-in-Latvia%2C-Poland-and-Romania>;
3. Udział polskich ekspertów w debacie publicznej na Uniwersytecie w Rydze transmitowanej na żywo w Internecie (luty 2011);

4. Prowadzenie szkoleń dla nauczycieli języków obcych w zakresie wykorzystania mediów społecznościowych w nauczaniu językowym (kwiecień 2011).

Badania wspomniane w punkcie 1. objęły trzy kraje: Łotwę, Polskę i Rumunię, i były podzielone na badania ilościowe oraz jakościowe. Celem części jakościowej badań była odpowiedź na trzy pytania:

1. Jakie są obecnie dominujące sposoby wykorzystania Internetu? Jaki mają one związek z rozróżnieniem pomiędzy Web 1.0 i Web 2.0?
2. Co indywidualni użytkownicy rozumieją pod pojęciem *media społecznościowe*? Czy postrzegają je jako odrębną formę Internetu?
3. Jak użytkownicy korzystają z mediów społecznościowych? Jakie mają przekonania odnośnie zastosowania mediów społecznościowych w nauce języków obcych?

Odpowiedzi na powyższe pytania posłużyły dane zebrane od 61 respondentów z Łotwy, Polski i Rumunii. Uczestnikami byli wyłącznie studenci szkół wyższych, z których niektórzy nie tylko uczyli się, ale i nauczali języka obcego, co nadało badaniu dodatkowy wymiar. Każdy uczestnik wypełnił kwestionariusz i wziął udział w wywiadzie.

Jak wynika z wywiadów, badani młodzi użytkownicy porozumiewają się online z trzema grupami odbiorców: (1) z rodziną i przyjaciółmi, (2) z kolegami z pracy/grupy (szkolnej, studenckiej) oraz (3) ze znajomymi z Internetu. W przypadku grupy pierwszej wielu respondentów przyznało, że portale społecznościowe służą wzmacnianiu więzi rodzinnych i odświeżaniu kontaktów koleżeńskich. Niektórzy badani wskazywali, że Internet pozwala na przekraczanie granic, dzięki czemu można poznać ludzi z innych, nawet bardzo odległych krajów, uczyć się języków i poznawać inne kultury. Choć wynik ten nie jest zaskakujący, pokazuje gotowość uczniów do wykorzystania nowych mediów w samokształceniu, także językowym.

Większość badanych postrzegała narzędzia Web 2.0 jako naturalny etap rozwoju Internetu i nie uznała, by zmiana Web 1.0 na Web 2.0 była dla nich zauważalna. Przeciwnie, oba rodzaje narzędzi (Web 1.0 i Web 2.0) tworzą w opinii badanych jeden spójny Internet.

W wynikach badań bardzo wyraźna była różnica ilościowa między receptywnym korzystaniem z zasobów Internetu, a aktywnym współtworzeniem zawartości sieci. O ile różnica ta sama w sobie nie jest zaskakująca, to już czynniki wpływające na decyzję respondentów o współtworzeniu zawartości blogów i forów dyskusyjnych wydały nam się ciekawe. Po pierwsze, współtworzenie zasobów online było

typowe dla tych studentów, którzy dość szeroko wypowiadali się na temat swoich indywidualnych, czasami unikalnych zainteresowań. Po drugie, niektórzy badani przyznawali, że współtworzą treści w Internecie po to, żeby uzyskać informację zwrotną od innych internautów, w tym od ekspertów z danej dziedziny. Ponadto respondenci bardzo pozytywnie reagowali na media społecznościowe nie tylko w odniesieniu do życia prywatnego, lecz także potencjalnie traktując je jako część ich formalnej i nieformalnej edukacji. Przyznawali, że mogą być one używane przez nauczycieli/uczniów i stwarzać nowe perspektywy w nauczaniu i uczeniu się. Jednocześnie jednak niewielu respondentów mogło opowiedzieć o doświadczeniu edukacyjnym, w którym media społecznościowe byłyby wykorzystane w sposób dla nich ciekawy i jednocześnie skuteczny pod względem nabywania wiedzy czy umiejętności.

Media społecznościowe a nauczyciel języków obcych

Szkolenia dla nauczycieli języków obcych, które w ramach projektu przeprowadzone zostały przez wszystkie uczelnie partnerskie, pokazały, że wielu nauczycieli entuzjastycznie podchodzi do idei edukacyjnego wykorzystania dostępnych w sieci narzędzi. Najpowszechniejszą jednak barierą wydaje się nieznamość dostępnych rozwiązań zarówno technicznych, jak i dydaktycznych, oraz dominacja języka angielskiego, który nie zawsze znany jest w wystarczającym stopniu nauczycielom innych przedmiotów. Rzeczywiście ogromna większość mediów społecznościowych na poziomie interfejsu operuje tylko językiem angielskim, choć już treści są zwykle generowane przez użytkowników w różnych językach. Poniżej przedstawiamy zatem garść narzędzi społecznościowych, które naszym zdaniem posiadają ogromny potencjał edukacyjny. Bezpłatne materiały instruktażowe w języku polskim dla wybranych narzędzi dostępne są na stronie projektu poświęconej szkoleniom: <https://sites.google.com/site/teachertrainingwithsocialmedia/>.

- **Voxopop** – www.voxopop.com – to bezpłatny serwis umożliwiający tworzenie dyskusji audio. Zalogowani użytkownicy mogą tworzyć swoje własne grupy dyskusyjne zarówno o zasięgu lokalnym, jak i międzynarodowym oraz dołączać do publicznych dyskusji zainicjowanych przez innych. Prosty i atrakcyjny graficznie serwis umożliwia pracę nad wypowiedzią ustną pod względem zarówno treści, kompozycji, jak i fonetyki – zapis można odsłuchać i nagrać go ponownie, zanim zostanie upubliczniony. Narzędzie to przy bardzo niewielkim wysiłku nauczyciela pozwala rozszerzyć ewentualną dyskusję poza mury szkoły i zaktywizować tych

uczniów, którzy zwykle nie zabierają głosu. Może też być niezastąpionym narzędziem do ćwiczeń fonetycznych.

- **Storybird** – www.storybird.com – to pełne artystycznym intuicyjne narzędzie społecznościowe do tworzenia bogato ilustrowanych książeczek online. Użytkownik wybiera ilustracje i wypełnia historię swoją treścią. Opublikowane książeczki są dostępne dla innych użytkowników, którzy wystawiają pełne życzyliwosci komentarze i dodają je do swoich ulubionych historii. Piękne ilustracje inspirują oraz zachęcają do poszukiwania nowych interpretacji.
- **Glogster** – www.glogster.com – to jedno z ulubionych narzędzi społecznościowych nastolatków na całym świecie. Elektroniczne plakaty (czyli tzw. glogi), które są tworzone przez dowolne łączenie grafiki, dźwięku i wideoklipów, mogą być upublicznione i dostępne dla innych. Jest to też atrakcyjny sposób na (auto)prezentację oraz naturalny pretekst do konwersacji w języku obcym.
- **Forvo** – www.forvo.com – to serwis społecznościowy, w ramach którego użytkownicy nagrywają wymowę słów we wszystkich językach świata. Wymowa dowolnego słowa lub wyrażenia przestaje być problemem, gdy możemy usłyszeć, jak jest ono wypowiedane przez natywnych użytkowników danego języka. System głosowania pozwala ocenić, która wymowa jest dobrym wzorem do naśladowania. Małe pliki mp3 można ściągać i tworzyć z nich własne kompilacje do odsłuchania np. w drodze do szkoły.
- **Listen and write** – www.listen-and-write.com – to atrakcyjna alternatywa dla tradycyjnych dyktand. Zarejestrowany użytkownik ma dostęp do dyktand stworzonych na podstawie klipów, zwiastunów filmów, autentycznych materiałów audio lub nagranych przez innych użytkowników. Sam również może opublikować dyktando dla swoich uczniów. Uwaga: narzędzie jest wysoce uzależniające – rekordziści potrafią spędzić kilka godzin, rozszyfrowując ścieżkę dźwiękową zwiastunów swoich ulubionych filmów. Różne tryby pracy (wypełnianie luk bądź zapis pełnego tekstu) pozwalają regulować poziom trudności. Podczas wprowadzania nowych dyktand członkowie społeczności często pomagają przy opracowaniu skryptu.

Przedstawione powyżej narzędzia to jedynie małe ułamki możliwości edukacyjnych, które oferują media społecznościowe. Warto zaznaczyć, że za nowatorskimi rozwiązaniami technicznymi kryje się przede wszystkim filozofia dzielenia się, uczestniczenia, (współ)tworzenia i nieograniczonej multimodalnej komunikacji. Wszystkie te cechy doskonale wpisują owe media w nurt kształcenia językowego, które nie musi i nie powinno już być ograniczone do zamkniętej przestrzeni pracowni językowej.

Bibliografia

- Breen, M. (1985) Authenticity in the language classroom. *Applied Linguistics*, nr 6(1), 60-68.
- Hubbard, R. (2004) Learner training for effective use of CALL. W: S. Fotos & C. Browne (red.) *New Perspectives on CALL for the Second/Foreign Language Classroom*. Seattle: Lawrence Erlbaum Associates, 44-77.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010) Users of the world unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons* nr 58, 59-68.
- Krajka, J., Kurek, M., Maciaszczyk, S., Savlovska, D., Vlad, M., Zourou, K. (2010) *Social media and language learning: beliefs, attitudes and uses in Latvia, Poland and Romania*. Study operated by the network „Language learning and social media: 6 key dialogues”. Dostępne także: <http://www.elearningeuropa.info/languagelearning>.
- Kolaitis, M., Mahoney, M.A. & Pomann, H. (2006) Training ourselves to train our students for CALL. W: P. Hubbard & M. Levy (red.) *Teacher Education in CALL*. Philadelphia: John Benjamins, 317-332.
- McBride, K. (2009) Social-networking sites in foreign language classes: Opportunities for recreation. W: L. Lomicka & G. Lord (red.) *The Next Generation: Social Networking and Online Collaboration in Foreign Language Learning*. San Marcos, Texas: CALICO, 35-58.
- Prensky, M. (2001) Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, nr 9 (5), 1-6.

[dr Małgorzata Kurek]

Anglistka i adiunkt w Wyższej Szkole Lingwistycznej. Kieruje Zakładem Nowoczesnych Technologii w Edukacji. Jest autorką wielu kursów i materiałów z tej dziedziny, w tym szkoleń dla nauczycieli. Lokalna koordynatorka projektów unijnych związanych z tematyką CALL. Główne zainteresowania naukowe: telekolaboracja, multialfabetizm (*multiliteracy*), interkulturowość, media społecznościowe w dydaktyce.

[Sylvia Maciaszczyk]

Anglistka i nauczycielka w Katedrze Dydaktyki Języków Obcych na Anglistyce SWPS w Warszawie. Dyrektorka metodyczna sieci szkół językowych EMPIK SCHOOL. Interesują ją zagadnienia wdrażania technologii i innowacji w nauce języków obcych w różnych kontekstach edukacyjnych, tworzenia i oceny programów oraz materiałów językowych, rozwoju zawodowego nauczycieli języków obcych oraz nowoczesnych form nauczania. Jest autorką artykułów naukowych oraz materiałów do nauki języka angielskiego.