



UMCS

UNIwersytet Marii Curie-Skłodowskiej
w Lublinie

Wydział Filozofii i Socjologii

Kierunek: **Europeistyka**

Specjalność: **Zarządzanie kulturą i komunikacja społeczna**

Piotr Szymczak

nr albumu: 2625841

YouTube - poprzez hity internetu do przekazu popularnonaukowego

Praca licencjacka

napisana w Zakładzie Logiki i Kognitywistyki

pod kierunkiem dr hab. Andrzeja Nowakowskiego

Lublin rok 2017

Spis treści

Wstęp	4
1. Początek YouTube'a	7
2. Telewizja a YouTube	7
3. YouTube a czytelnictwo	9
4. Hity internetowe	10
5. Kreowanie politycznego wizerunku w nowych mediach	12
6. Nowi celebryci a marketing	13
7. Wolność słowa na YouTube	13
8. YouTube miejscem kontroli jakości produktów i usług	14
9. Manipulacja w nowych mediach	14
10. Środowisko YouTube	17
11. Konflikty i dramy	18
12. Współpraca twórców	19
13. YouTube dla początkujących	19
14. Przekaz popularnonaukowy na YouTube	19
15. YouTubowa popularność	20
16. Muzyka na wyciągnięcie ręki	21
17. Nauka języków za pomocą YouTube	22
18. Wiarygodność informacji	22
19. Amatorzy czy profesjonalści?	23
20. Kobiety na YouTube	23
21. Prywatność w internecie	23
22. Skala YouTube	24
23. Popkultura na YouTube	25
24. Popularność za wszelką cenę	25
25. YouTube sposobem na wyrażanie sztuki	25

26. Popularność przez przypadek?.....	26
Zakończenie	28
Bibliografia	29
Netografia	30

Wstęp

Serwis YouTube stanowi współcześnie pewną część mediów głównego nurtu i posiada zasięg, z którym należy się liczyć. Jest on istotny zarówno w kształtowaniu opinii publicznej jak i ma znaczące możliwości wyznaczania obecnych trendów popkultury. YouTube wprowadził nową rewolucję, polegającą na tym, że każda z jednostek mogła wreszcie stać się zarówno nadawcą, jak i odbiorcą nagrywanej treści filmowej, kiedy telewizja takich opcji nie zapewniała. Efektem wprowadzenia takiej możliwości było pojawienie się ogromnej ilości nowych, niezależnych twórców, zrzeszających później całe społeczności widzów. Możliwość wrzucenia na YouTube video przez każdego użytkownika jest jedną z ważniejszych zmian, która niesie za sobą zwiększenie zalewu informacyjnego, jeszcze bardziej utrudniając dostęp do informacji pożytecznych. Z drugiej jednak strony nie jest ważne, kim się jest, jakie się ma wykształcenie, dlatego że niemal każdy może zacząć produkcję filmów na dowolny temat, które po pewnym czasie i włożonym wysiłku mogą wielokrotnie przebić obecną oglądalność wielu głównych kanałów telewizyjnych.

YouTube jest miejscem tak żywym, obszernym i ciągle zmieniającym się, że pewnym jest fakt, iż nigdy nie będzie można uznać go za całkowicie opisany. Trendy i zainteresowania odbiorców codziennie się zmieniają. Kreatywność ludzi nie zna granic, co można zauważyć właśnie na YouTube. Codziennie pojawiają się tam treści, których jeszcze nigdzie nie było. Twórcy kreują tam coś, czego jeszcze nikt nie zrobił i nie nagrał, czasami nawet decydując się na tworzenie różnie rozumianych treści kontrowersyjnych. Mimo dużej różnorodności i zmienności pewne tendencje, sytuacje czy zjawiska występujące na tym portalu mogą zostać uznane za powtarzalne i przewidywalne. Każde wydarzenie omawiane w mediach głównego nurtu może być również opisane przez niezależnych twórców YouTube, nieograniczonych telewizyjnymi zasadami, poprawnością polityczną czy osobami decydującymi zza kulis o tym, o czym można powiedzieć, a o czym nie.

YouTube to również przestrzeń, która przyczyniła się do powstania nowego rodzaju celebrytów, nowych osobistości medialnych, którzy nazywają siebie samych YouTuberami. W przyszłości coraz więcej celebrytów będzie prowadziło swój własny kanał na YouTube. Celebryci z czasów sprzed YouTube już dzisiaj starają się adaptować do nowych realiów starając się uczestniczyć również w obrębie YouTube. Cezary Pazura¹, Tomasz Kammel² czy Szymon Majewski³ to przykłady osób dobrze znanych z telewizji, które realizują się również dzięki temu portalowi. Niektórzy twórcy dostosowują się i działają na YouTube lepiej, a inni gorzej. Przenikanie się nawzajem mediów działa także w drugą stronę, kiedy telewizja gości celebrytów wykreowanych wyłącznie na tym portalu, najczęściej w magazynach porannych. Jednak jest bardzo prawdopodobne, że YouTuberzy będą coraz częściej dostawać własne programy telewizyjne, a współpraca na linii telewizja i YouTube się w przyszłości zwiększy.

Nigdy wcześniej zwykli, przeciętni ludzie nie posiadali takiej szansy na popularność, jak to jest możliwe obecnie dzięki temu medium. YouTube ma dużą ilość zastosowań i celów, do których może być wykorzystany. Znajdziemy tam wszystkie typy i

¹ https://www.youtube.com/channel/UCY_fyIMTLLOZgmkuUYo6JKw (21.03.2017).

² <https://www.youtube.com/user/tomaszkammel> (25.03.2017).

³ <https://www.youtube.com/user/SzymonMajewskiSam/featured> (25.03.2017).

kategorii programów telewizyjnych, od show rozrywkowych⁴ po serie popularnonaukowe⁵ czy podróżnicze⁶.

Z powodu wysokiej ilości wyświetleń i ogólnoświatowego zainteresowania tą witryną, YouTube może również stanowić alternatywę dla telewizji, jako miejsce, w którym można reklamować produkty czy usługi. Z pewnością jest to kolejna siła medialna, przed którą telewizja długo broniła się nieczęstym wspomnianiem o niej i o jej środowisku. Największymi różnicami między YouTube a telewizją, oprócz możliwości wrzucenia video przez każdą osobę, są możliwość otrzymania bezpośredniej reakcji na film w komentarzach od widzów oraz dostępność materiału do oglądania w dowolnej chwili, nie tylko na żywo. Telewizja ustala kolejność, w której mają być oglądane programy, na którą widz nie ma wpływu. Może to być traktowane jako ograniczenie, którego z kolei na YouTube nie ma. Współcześnie, w czasach po monopolu telewizji, mamy do dyspozycji portal do wyrażania własnego głosu i własnych opinii na szeroką skalę, z możliwością okazania naszego własnego społecznego sprzeciwu światowym zjawiskom dotyczącym nas i najbliższego otoczenia⁷.

Na YouTube występuje również wiele skrajnych zjawisk, i nie wszystko, co ma tam miejsce, ma charakter pozytywny. Każdy z twórców jest wyjątkowy i może działać zupełnie inaczej. Działanie tego portalu i społeczności występujących w jego obrębie dotyczy też wielu tematów kontrowersyjnych. Nowi celebryci, wypromowani wyłącznie na YouTube i występujący tam mogą mieć znaczny wpływ na dorastające pokolenie, które chłonie ich zachowania. Nie zawsze są to oddziaływania pozytywne. YouTube to również monopolista, największy portal z filmami społeczności z całego świata, co ma zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje. Jeden główny portal zapobiega rozrzuceniu twórców w różne miejsca, co ułatwia dotarcie do nich. Z drugiej jednak strony pozycja YouTube jest tak silna, że inne portale z podobną funkcjonalnością zyskują jedynie ułamek zainteresowania, którym cieszy się YouTube.

W tytule pracy wskazałem dwa, różne od siebie zjawiska. Jednym jest hit internetowy, czyli najczęściej humorystyczny film, który osiąga szeroki zakres odbiorców dzięki rozsyłaniu go, często przez media społecznościowe. Powody tak chętnego rozsyłania linku do filmu mogą być różne. Może to być wyjątkowo śmieszny, niepowtarzalny czy zadziwiający filmik, po którego obejrzeniu większość przeciętnych ludzi pomyśli o znajomych, którzy też mogliby chcieć go zobaczyć. Drugą stroną zasobów, które można znaleźć na YouTube, są filmy popularnonaukowe, mające na celu przekazanie określonej wiedzy w sposób ciekawy, zrozumiały i często również użyteczny. Wiedzy tam dostępnej ciągle przybywa, co daje szansę w uczeniu się właśnie z YouTube, i możliwości wykorzystania go do nauki nawet w szkołach. Wiedza z YouTube częściej ma charakter pragmatyczny, łatwiej zaciekawia niż tradycyjna szkolna nauka, jest przekazywana w bardziej przystępny sposób, bez przymusu oglądania, czasami żartobliwie i z graficznym ukazaniem omawianego zjawiska, oraz z biegiem czasu – z coraz lepszym montażem. Pomiędzy hitami internetu a youtubową wiedzą popularnonaukową, dwoma różnymi rodzajami filmów, jest cała społeczność YouTube. Została ona stworzona przez twórców, którzy często nie posiadając żadnego doświadczenia w tworzeniu filmów, zaczynając od zera, po pewnym czasie stali się celebrytami posiadającymi istotny wpływ na swoją społeczność widzów.

⁴ <https://www.youtube.com/user/TheEllenShow> (01.04.2017).

⁵ <https://www.youtube.com/user/Polimaty> (01.04.2017).

⁶ <https://www.youtube.com/user/wybuchajacebeczki> (02.04.2017).

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=JgFaWRmLlew> (03.04.2017).

Najprawdopodobniej telewizja nie zostanie w najbliższym czasie wyparta całkowicie⁸, jednak trudno nie zgodzić się, że istnieje powiązanie oglądalności telewizyjnej z wyświetleniami generowanymi przez YouTube⁹. Ponadto, mniejsze zainteresowanie telewizją dotyczy zwłaszcza młodych i dorastających osób¹⁰. Współczesne zjawiska, które występują na YouTube, wykraczają daleko poza sferę wirtualną, na przykład na konwentach i zlotach z kilkudziesięcio tysięczną liczbą uczestników. Ta nowa siła medialna zdaje się przewyższać wszystkie inne zasięgiem i łącznym dziennym zainteresowaniem na całym świecie. YouTube jest zjawiskiem dość nowym, więc nie do końca wiadomo jeszcze, jakie będą jego długofalowe skutki. Według danych z 27 lutego 2017 roku, użytkownicy oglądają codziennie miliard godzin filmów¹¹. W każdej minucie na YouTube jest przesyłanych conajmniej 300 godzin materiałów video¹². Obecna skala, na jaką działa ten portal jest ogromna, i wszystko wskazuje na to, że utrzyma on swoją pozycję. Według Eric'a Schmid'ta, prezesa zarządu Google, YouTube jest już większy od telewizji¹³. Większość popularnych programów internetowych nie mogłaby się znaleźć w telewizji, gdyż nie spełniają jej standardów jakościowych czy telewizyjnej poprawności, są zbyt kontrowersyjne, albo uzależniają swoją treść od interakcji z widzami i obecności w internecie. YouTube staje się największą siłą medialną na świecie. Jakie niesie to za sobą konsekwencje i możliwości?

⁸ Jeziński M. „Nowe media a media tradycyjne: prasa, reklama, internet” Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2009 (str. 236-239)

⁹ <http://oodle.io/blog/youtube-vs-tv/> (03.04.2017).

¹⁰ <https://blogs.wsj.com/cmo/2015/07/24/this-chart-shows-why-comcast-would-be-interested-in-vice-media-and-buzzfeed/> (03.04.2017).

¹¹ <https://youtube.googleblog.com/2017/02/you-know-whats-cool-billion-hours.html>

¹² <https://fortunelords.com/youtube-statistics/> (03.04.2017).

¹³ <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/thats-already-happened-googles-eric-schmidt-says-youtube-has-already-overtaken-traditional-tv-8601048.html> (04.04.2017).

1. Początek YouTube'a

YouTube pojawił się w internecie w lutym 2005 roku. Stworzony został w San Bruno, Kalifornii, przez trzech młodych inżynierów, którzy poznali się przy tworzeniu witryny PayPal, jednej z pierwszych bankowości internetowych. W kwietniu 2005 roku zostało wrzucone pierwsze video „Me at the zoo”¹⁴. Był to zaledwie 19 sekundowy filmik z komentarzem na tle słoni w zoo w San Diego. Dzięki dużemu zainteresowaniu stroną, twórcom witryny w krótkim czasie udało się pozyskać inwestora, czyli Sequoia Capital, który przeznaczył na serwis 8,5 miliona dolarów. Deweloperzy szybko zorientowali się, że ludzie korzystający z YouTube posiadają wiele rodzajów video, pozostawiając po sobie swoje wyjątkowe pomysły. Ruch rósł, a użytkownicy zaczęli umieszczać linki do swoich video na stronach MySpace, co zwiększyło popularność strony.

Do grudnia 2005 roku YouTube był już odwiedzany 50 milionów razy dziennie. W październiku 2006 roku nad YouTube pracowało 60 ludzi, był to także rok najbardziej dynamicznego rozwoju witryny. Ludzie w przedziale wiekowym od 12 do 17 lat byli największą grupą odwiedzającą stronę. Przełomowym momentem w historii YouTube był jego zakup przez Google. Miało to miejsce 9 października 2006 roku, a trzech twórców tej strony otrzymało za witrynę 1,65 miliarda dolarów w akcjach firmy Google. YouTube zatrudniał wtedy jedynie 67 pracowników, a po sprzedaży, pod skrzydłami giganta, mógł rozwijać się swobodniej i dynamiczniej.

Do czerwca 2008 roku 38% wyświetleń filmów w internecie pochodziło z YouTube, podczas gdy najbliższy konkurent tej witryny miał zaledwie 4% wyświetleń. YouTube borykał się wtedy z problemami dotyczącymi praw autorskich. Już wtedy filmy napływały szybciej, niż możliwa była wystarczająca ich kontrola, i często przedostawały się tam te w pewien sposób naruszające prawa autorskie, takie jak piosenki czy programy telewizyjne, co stanowiło duży problem YouTube'a i powód pozwów sądowych.

Kolejne lata to rozkwit zarówno zagranicznej, jak i polskiej sceny YouTube, trwający do czasów obecnych. Jednym z pierwszych większych polskich YouTuberów stał się Niekryty Krytyk¹⁵, nagrywający swój satyryczny program dotyczący krytyki programów telewizyjnych. Stopniowo zaczęły pojawiać się osoby prowadzące kanały o grach, takie jak Remigiusz Maciaszek¹⁶ czy Patryk Rojewski¹⁷, którzy byli w tej dziedzinie jednymi z pierwszych na polskiej scenie YouTube. Pojawiały się również kanały dotyczące pranków, polityki, edukacji, podróży i wielu innych dziedzin. Dzięki YouTube'owi internet zyskał przycisk „play”.

2. Telewizja a YouTube

Coraz większa ilość alternatywnych sposobów na spędzanie wolnego czasu wpływa na spadek zainteresowania telewizją. Internet stał się nie tylko przestrzenią komunikacji, lecz także źródłem rozrywki, co za tym idzie silną konkurencją dla innych gałęzi przemysłu oferującego rozrywkę i zabijanie wolnego czasu. Wiele osób przechodzi na interaktywny YouTube, a każdy ogląda tam to, na co ma ochotę, i kiedy ma ochotę. YouTube stał się silnym konkurentem telewizji oraz alternatywą dla nowoczesnego,

¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw> (05.04.2017).

¹⁵ <https://www.youtube.com/channel/UCura5JPb8QkzXrMfAxq4Ssw> (05.04.2017).

¹⁶ <https://www.youtube.com/user/RockAlone2k> (06.04.2017).

¹⁷ <https://www.youtube.com/user/ROJOV13> (06.04.2017).

bardziej wymagającego audytorium. Jeśli użytkownik chce, nie musi oglądać reklam w całości – zwykle trwają maksymalnie 5 sekund, po których możemy kliknąć opcję pominięcia reklamy, co jest kolosalną różnicą dzielącą telewizję i YouTube. Obecna telewizja bombarduje nas wielokrotnie większą liczbą reklam i dłuższym czasem ich wyświetlania. Ten aspekt działa na niekorzyść telewizji, w której na przestrzeni lat zwiększyła się długość czasu reklamowego. Z tego też powodu tradycyjna telewizja jest po prostu ciężka do oglądania, a ta sama reklama jest wielokrotnie powtarzana już w przeciągu kilku godzin.

Twórcy na YouTube dostają część pieniędzy za wyświetlanie reklam na ich filmach, więc oglądanie filmów z tej witryny często niesie za sobą wsparcie dla niezależnych, kreatywnych ludzi. Zastanówmy się, kogo wolelibyśmy wspierać. Z jednej strony mamy korporacje telewizyjne, z zalewem reklamowym, a z drugiej YouTube. YouTube jest miejscem, na którym twórcy niezależni mogą zarabiać, i to bardzo dobre pieniądze. Wysokość takiego wynagrodzenia zależy od ilości wyświetleń generowanych na filmie, kraju twórcy i wielu innych czynników. W przeszłości telewizja była jedynym mass medium z przekazem video, bardziej ograniczonym w skali i oferowanych możliwości, ale jednak pierwszym, i jej „złoty okres” musiał przeminąć na zawsze wraz z rozpowszechnianiem się nowych możliwości do odbioru przekazu video. Z roku na rok korzystający z internetu spędzają mniej czasu przed telewizorem. YouTube pochłania wszelkie rodzaje filmów, nie jest ważne czy są dobre czy złe, dlatego że filmy są filtrowane przez widzów. To, co jest bardziej „klikane” i częściej oglądane, jest wyświetlane użytkownikom w pierwszej kolejności i wiele częściej, niż treść mało popularna, co działa jak automatyczny filtr tego, co użytkownik prawdopodobnie chciałby zobaczyć.

W telewizji nigdy nie wiadomo, czy ktoś ogląda właśnie reklamę. Może widz jest rozproszony, je, może rozmawia, a może odszedł od odbiornika na czas reklamowy. Reklamowanie się na YouTube oferuje szerszy zasięg niż jakakolwiek kablowa sieć telewizyjna. Z wykorzystaniem targetowania konsumentów od 18 do 34 roku życia to właśnie ta grupa dostanie konkretne reklamy do niej skierowane¹⁸.

Według badania Google, reklamy na YouTube są skuteczniejsze niż telewizyjne, a targetowanie konsumentów jest wiele prostsze. Dostępne są tam narzędzia takiego typu jak demografia, geolokalizacja, czas dnia czy reklamy bazowane na zainteresowaniach odbiorcy (np. z jego subskrypcji czy historii filmów, które obejrzał), które okazują się wysoce efektywne. YouTube nie tylko wie, kim jest docelowy odbiorca reklamy. Wie również, co on lubi, jakie jest jego zachowanie w sieci, oraz może dotrzeć do niego z reklamą bezpośrednio, a nie na chybił trafił. Ponadto, jeśli konsument rzeczywiście chce kupić produkt, który zobaczył na reklamie na YouTube, wystarczy kliknąć na nią i już można to zrobić bez większego wysiłku.

Dodatkowo, wybierając reklamę na YouTube firma przyczynia się do wspierania niezależnych twórców z całego świata. Istnieje również możliwość stworzenia reklamy wiralowej¹⁹ – takiej, którą ludzie sami będą chcieli obejrzyć, sami ją wyszukają, oraz – sami powiedzą o niej znajomym. Może przyczynić się to do obejrzenia jej przez miliony osób, jeśli tylko jest zrobiona właściwie i ciekawie. Wtedy ludzie oglądają tę reklamę za darmo. Dla marketingowców jest dostępna również możliwość współpracy z konkretnym

¹⁸ <https://www.theguardian.com/media/2016/apr/20/google-youtube-ads-tv> (06.04.2017).

¹⁹ Ho J.Y.C., Dempsey M. „Viral marketing: Motivations to forward online content” *Journal of Business Research*, 2010 (str. 1000-1001)

twórcą, dzięki której można wykorzystać bazę ludzi go oglądających, tworząc wspólne projekty, płacąc za testy produktów na kanale, czy wzmiankę o produkcie na początku materiału albo na końcu. Ciężko znaleźć bardziej autentyczny i nieinwazyjny sposób na reklamę. Twórcy rozmawiają z widownią bezpośrednio, mają widownię, która im ufa – dzięki temu jest większa szansa, że zaufają produktowi, który jest wspierany przez tego konkretnego twórcę.

Ludzie przestają oglądać telewizję, ponieważ znajdują się w świecie ciągłej informacji z innych, alternatywnych źródeł. Wiadomo już, że nie da się być poinformowanym wystarczająco oglądając wyłącznie telewizję. Spadek zainteresowania tym medium daje nam większą niezależność ograniczając masowe telewizyjne możliwości kształtowania opinii publicznej.

3. YouTube a czytelnictwo

Ludzie przez napływ mediów interaktywnych zmniejszają czas poświęcany na czytanie. Już tylko 37% Polaków w 2015 roku potwierdziło, że czyta co najmniej jedną książkę rocznie²⁰. W dzisiejszych czasach jest tyle sposobów na spędzanie wolnego czasu, że tendencja ta musi się niestety utrzymać, trudno temu zapobiec. Jednak spadek zainteresowania jednym medium przyczynia się do rozkwitu drugiego, które może przejąć pewne funkcje pełnione przez poprzednie. Mimo, że książka zawsze będzie w pewnym stopniu niezastąpiona, a opisy i literacka głębia niepowtarzalne w żadnym innym z mediów, to YouTube prezentuje tutaj zupełnie inne możliwości.

Dlaczego wygrywa z książką, czy tego chcemy, czy nie? Dlatego, że w czasach coraz większego dążenia do upraszczania naszego życia obraz i dźwięk to bodźce docierające do odbiorcy przy mniejszym wysiłku niż czytanie, a ponadto na YouTube istnieje możliwość wchodzenia w interakcję. Książka podróżnicza może dostarczyć nam świetny opis odwiedzonego przez autora miejsca, ale prawdą jest, iż każdy z nas wyobrazi sobie to miejsce w pewnym stopniu inaczej. Pomyślmy teraz o nowoczesnym filmie podróżniczym, z ujęciami wykorzystującymi drony oraz kamery w rozdzielczości 4k. W Polsce na tym polu przoduje Krzysztof Gonciarz, dostarczając filmy, do których nagrania wykorzystuje drony i wysokiej jakości kamery. W kwietniu 2017 roku odwiedził Grenlandię, dając swoim widzom możliwość wirtualnego odwiedzenia jej, zobaczenia lodowców i wyrobienia sobie przez widzów własnego zdania na temat tego miejsca. To medium odzwierciedla rzeczywistość dokładnie taką, jaką ona jest, a to, co może zostać nagrane, nie może zostać w stu procentach tak dokładnie opisane. Różnice są znaczne, i obie z tych opcji dają różne, wartościowe możliwości. Obie z nich mogą zapewnić odbiorcy poglądy na temat miejsca, które opisują. Można pomyśleć, że dzisiejsze pokolenie jest pokoleniem ludzi leniwych, idących na łatwiznę, ale cała historia rozwoju ludzkości sprowadza się do ułatwiania ludziom wszystkiego, co tylko możliwe. Zastanówmy się nad zasięgiem, jaki osiągnąć może książka. Zwykle będzie on mniejszy, niż zasięg filmu youtubowego o podobnej tematyce. Można traktować tę tendencję za negatywną, ale zmiany w nowoczesnym społeczeństwie są nieuniknione i prowadzą do ciągłego upraszczania, ułatwiania i urozmaicania przekazywanej treści.

Prościej jest obejrzeć poradnik „how to” na kanale zajmującym się tego typu poradami, na przykład kanale „5 Sposobów na...²¹”, albo „CrazyRussianHacker²²” niż

²⁰ <http://www.bn.org.pl/download/document/1459845698.pdf> (str. 4) (07.04.2017).

²¹ <https://www.youtube.com/user/5SposobowNa> (09.04.2017).

kupić, czy wypożyczyć książkę o majsterkowaniu. Wystarczy wejść w przeglądarkę, a od poradnika dzieli nas parę kliknięć. Dzięki poradnikowi video łatwiej jest zrozumieć dokładnie, w jaki sposób wykonać pewien przedmiot albo lifehack, widząc to. Ponadto wiedza z YouTube jest bardziej aktualna niż wiedza książkowa, z powodu szybkości jej dostarczania. Zanim książka o aktualnym wydarzeniu zostanie napisana, wreszcie poprawiona, zatwierdzona przez wydawcę, wydrukowana, a następnie trafi ona do sklepu, to wydarzenie może przestać być aktualne. Na YouTube film można nagrać i wrzucić tego samego dnia, a ograniczenie czasowe wynika tu jedynie z szybkości naszego łącza. W taki sposób przekazywanie pomysłów idzie w kierunku bardziej praktycznych i szybszych rozwiązań, a możliwości znajdowania informacji są coraz lepsze. Nie musimy czytać poradnika, wystarczy, że obejrzymy poradnik video. Nie musimy czytać książki kucharskiej, wystarczy, że zobaczymy jak przygotować potrawę na filmie video, na kanale kulinarnym. Te przykłady można mnożyć w nieskończoność i zastosować w wielu dziedzinach, a nowsze sposoby zdają się być praktyczniejsze, szybsze, i wygodniejsze, oraz dostosowane do wykorzystywania nowoczesnych możliwości szybkiego dostarczania treści.

4. Hity internetowe

W mowie potocznej coraz częściej można usłyszeć teksty pochodzące z hitów internetu. Ten slang zmienia się zależnie od tego, co aktualnie jest na czasie. Po pewnym czasie może wydawać się dziwne, co ludzie widzieli interesującego lub śmiesznego w starym hicie internetowym, i co rzeczywiście było przyczyną jego fali popularności. Nowe media wpływają na niemal każdy aspekt naszego życia²³. Codziennie mogą powstać nowe slang, różniące się w obrębie danej grupy, sytuacji i czasie, polegające na używaniu słów z popularnego, viralowego²⁴ i najczęściej krótkiego filmu. Coraz więcej osób ma możliwość udziału w aktywnym tworzeniu, przetwarzaniu i przekazywaniu treści. Jeżeli ktoś odkryłby jak zrobić film, który zawsze zdobędzie szeroki rozgłos, jakie należy umieścić w nim poszczególne elementy i chwytów psychologiczne, byłaby to bardzo cenna wiedza marketingowa. Często duży rozgłos zyskują filmy humorystyczne, z niepowtarzalną i wyjątkową sytuacją albo czymś niemądrym, śmiesznym zachowaniem czy przejęzieniem. Dużą popularnością cieszą się również wpadki, które z jakiegoś powodu ludzie lubią oglądać, jak i trudne do powtórzenia, wyjątkowe zbiegi okoliczności uchwycone na kamerze. Hity internetowe są często kontrowersyjne i bardzo ciekawy jest mechanizm, dzięki któremu ludzie wybierają, co stanie się wiralem, który dotrze do dużej ilości odbiorców. Warto jest przyjrzeć się bliżej, co przykuwa największą uwagę na polskiej scenie YouTube, jak i na globalnej.

W przeprowadzonym przeze mnie badaniu sprawdziłem zasięg najpopularniejszych hitów internetowych wśród młodzieży. Ankietowanymi byli osoby od 14 do 30 roku życia, wśród których zasięg internetowych hitów okazał się być bardzo szeroki. Udało się wyłonić hit, który był najbardziej znany wśród ankietowanych. Największą popularnością, jak i znajomością wśród młodych użytkowników internetu cieszył się film „ale urwał²⁵”. Wśród reprezentatywnej grupy 894 osób, aż 91,7% z nich kojarzyło ten hit internetowy lub słyszało o nim, więc można mówić o niesłychanie szerokim, ogólnokrajowym zasięgu,

²² <https://www.youtube.com/user/CrazyRussianHacker> (09.04.2017).

²³ van Dijk J. „Społeczne aspekty nowych mediów, Analiza społeczeństwa sieci” Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010 (str. 9-13)

²⁴ <http://dxx.pl/virale-co-to-wlasciwie-jest/> (09.04.2017).

²⁵ https://www.youtube.com/watch?v=BRnwm2xo_-A (09.04.2017).

jakie hity te uzyskują. W tym konkretnym hicie kluczem do sukcesu mógł okazać się szczególnie charakterystyczny charakter wypowiedzi głównego bohatera, oraz szczególne słowa chętnie powtarzane później wśród młodej społeczności widzów. Zwróćmy uwagę, że hity internetowe nie są nagrywane na zamówienie, i przeważnie wymagają zaistnienia pewnych konkretnych okoliczności, aby były ciekawe, i dotarły do tak szerokiego grona odbiorców.

Drugim najpopularniejszym i najbardziej znanym internetowym hitem okazał się być hit „amelinum – tego nie pomalujesz²⁶”, z wynikiem 87,9% znajomości wśród ankietowanych. W tym hicie, podobnie jak we wspomnianym wcześniej, kluczem do sukcesu okazał się charakterystyczny, a na dodatek zabawny sposób wypowiedzi głównego bohatera. Są to filmy dobrze znane wśród młodych użytkowników internetu, niemal każdy kojarzy je z ich krótkotrwałą, ale intensywną popularnością²⁷. Popularność ta jest tymczasowa, gdyż szybko dochodzi do wyparcia jednego hitu przez inny, i do zmiany obszaru zainteresowania młodych widzów. Kolejnym najlepiej znanym hitem wśród młodych odbiorców okazał się być film motywacyjny „Jesteś Zwycięzcą²⁸”, z wynikiem 85,3% znajomości wśród badanych. Niestety w tego typu badaniach nie jest możliwe zebranie wystarczająco reprezentatywnej grupy badanych, ale innym sposobem sprawdzenia popularności tych hitów są po prostu wyświetlenia generowane pod filmem. W powyższych przypadkach są one liczone co najmniej w milionach, co jest dość dużą liczbą w skali naszego kraju. Zachęcam do sprawdzenia popularności tych trzech powyższych hitów we własnym środowisku, wśród ludzi w grupie wiekowej od 14 do 30 lat, a zapewniam, że nawet jeśli wynik znajomości tych hitów nie będzie aż tak masywny jak około 80%, to i tak wynik będzie znaczący i wysoki.

Środowiska szkolne często przytaczają teksty pochodzące prosto z hitów internetu dla żartu, szczególnie podczas największego szczytu ich popularności. Mogą to być na przykład teksty z klasyków, takie jak „jem zupę”, „kim jesteś? jesteś zwycięzcą”, „siema eniu”, „ale urwał! ”, „to je amelinum” czy „jestem hardkorem”. Filmy początkujące takie teksty nie niosą za sobą wielu wartości moralnych czy wiedzy, ale za to dają dużo rozrywki młodym widzom. Popularność, którą osiągają jest znaczna, dlatego są warte uwagi. Wyjaśnienie przyczyny takiej popularności może okazać się przydatne nie tylko w planowaniu viralnych kampanii reklamowych, ale także w dziedzinie psychologii. Największa liczba fanów tego typu filmów to szczególnie ludzie młodzi, w wieku szkolnym do około trzydziestego roku życia. Zauważmy, że właśnie to pokolenie, wychowane wraz z hitami internetowymi, będzie w przyszłości zmieniać i kształtować nasz świat i naszą przyszłość. Młode osoby chłoną zarówno hity internetowe, jak i zachowanie internetowych idoli, co rzeczywiście może mieć duży wpływ na ich własne zachowanie. Fraza z hitu internetu może być w obrębie społeczności szkolnej powtarzana aż do znudzenia. Potem umiera ona śmiercią naturalną, zostając wypartą przez coś nowego, coś „bardziej na czasie”. Zjawiska youtubowe powinny w przyszłości coraz bardziej zwracać na siebie uwagę i zainteresowanie socjologów. Oddziaływanie hitów internetowych nie ogranicza się jedynie do wersji mówionej, mogą to być również charakterystyczne gesty czy działania. Ponadto hity internetowe stanowią motyw, do którego można znaleźć liczne nawiązania w różnych dobrach kultury, nie tylko w przeróbkach na YouTube, ale również na przykład w grach komputerowych czy memach.

²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=t8lnCA8PHJM> (10.04.2017).

²⁷ Broxton T., Interian Y., Vaver J., Wattenhofer M. „Catching a viral video” Kluwer Academic Publishers, Hingham 2013 (str 5-7)

²⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=tvbyY7oMT2E> (10.04.2017).

Niektórzy z fanów kupują koszulki, kubki, czy nawet etui na telefon z ulubioną frazą z takiego filmu, znajdując je w fanowskich sklepach internetowych. Dzięki takim gadżetom można wyrazić swoją przynależność do grona widzów konkretnego hitu albo YouTubera jeszcze bardziej i pokazać swoje zaangażowanie w społeczność.

5. Kreowanie politycznego wizerunku w nowych mediach

Dzięki YouTube można stać się komentatorem wydarzeń politycznych albo niezależnym dziennikarzem. Przykładem niezależnego dziennikarza może być Mariusz Max Kolonko²⁹. Wykreował on swój wizerunek ze swoim hasłem „mówię jak jest”. Prowadzi kanał informacyjno – opiniotwórczy na YouTube, posiadający szeroką liczbę odbiorców, jak i szerokie oddziaływanie na opinię publiczną. Jest to dziennikarz, który działa bez kanału telewizyjnego, niezależnie. Zauważmy, że coś takiego jeszcze kilkanaście lat temu nie byłoby możliwe. Zbiera tam często milionową widownię pod poszczególnymi filmami w wyświetleniach, co jest dobrym wynikiem na polskiej scenie. Korzysta on również z napisów w języku angielskim, gdyż sprawy, które omawia, są często związane z rzeczywistością amerykańską i wykorzystuje prostą formę przekazu na niezmiennym tle. Ciekawym jest fakt, że Max unika wystąpień telewizyjnych zarzucając im zbyt dużą manipulację przekazu i stronniczość, oraz wymuszoną poprawność polityczną.

Innym tego typu człowiekiem jest Konrad Daniel prowadzący youtubowy kanał „PodziemnaTV³⁰”. Można zauważyć, że jest to głos ściśle przeciwny przekazowi telewizyjnemu – informacjom oficjalnym. Tak łatwo i szeroko dostępna forma sprzeciwu mass mediom jest dostępna światu dopiero od niedawna, jednakże jest bardzo cennym narzędziem, mogącym służyć do kontroli polityków. Teraz sprzeciw społeczny, wyrażany dzięki kanałowi na YouTube może osiągnąć zasięg porównywalny, lub nawet większy niż zasięg przekazu telewizyjnego, wraz z widocznym poparciem odbiorców. Co więcej, może wywołać tam też społeczną dyskusję rozprzestrzeniającą się na kolejne media i portale. Innym przykładem społecznego sprzeciwu rządowi mogą być działania Zbigniewa Stonogi³¹ na jego kanale YouTube. Często można znaleźć tam skrajne treści obnażające błędy obecnej władzy. Na każdy z wyżej wymienionych przykładów należy patrzeć indywidualnie, i oczywiście można się całkowicie z nim nie zgadzać – ponadto może być tak, że to właśnie ta osoba się myli, lub celowo wprowadza w błąd. Postać Zbigniewa Stonogi budzi dużo kontrowersji, jednakże jest możliwe zbieranie przez niego fanów i ludzi popierających go, właśnie między innymi dzięki YouTube. Tego typu wyżej wymienione osoby medialne mają coraz większy wpływ na społeczeństwo, kształtowanie opinii społecznej. Taki głos społecznego sprzeciwu może doprowadzić nawet do rewolucji z otwartym sprzeciwem wobec władzy. Komentarze dotyczące wydarzeń z dzisiejszego świata są chętnie tworzone przez twórców YouTube, mających do przekazania swój własny pogląd na sprawę. Mamy do dyspozycji platformę, na której w jednym miejscu możemy zapoznać się z różnorodnymi opiniami dotyczącymi aktualnych spraw medialnych.

²⁹ <https://www.youtube.com/user/Media2000Corp> (10.04.2017).

³⁰ <https://www.youtube.com/user/podziemnaTV> (11.04.2017).

³¹ <https://www.youtube.com/channel/UCdfRZ1u4b1pT68er47tb5vA> (13.04.2017).

6. Nowi celebryci a marketing

Wspominając o młodzieżowych wizerunkach w nowych mediach, nie da się pominąć postaci wykreowanych tylko w internecie – z pominięciem telewizji, którzy już mają reklamy sieci Play w radiu, a w sieci Coca-Cola na jej opakowaniach, co oznacza, że ich wizerunek jest obecnie ceniony przez marketingowców. Cały czas rozszerzają zainteresowanie firm ich osobami. Przykładem może tu też być reklama banku Milenium³², z Radosławem Kotarskim –twórcą Polimatów. Najnowsza kampania reklamowa sieci restauracji McDonald’s pod tytułem „Wygraj dzień z YouTuberami” skupia się całkowicie na tego typu osobach, wykorzystując ich wizerunek. Są to nowi celebryci, którzy mieli okazję do zaistnienia od początku YouTube na nagrywaniu różnego rodzaju programów rozrywkowych, często dotyczących gier, lub jak w przypadku „Polimatów” - naukowych. Kontent przez nich tworzony przykuwa uwagę i zbiera wokół siebie wiele osób, głównie w młodym wieku, dając im wartościową pozycję marketingową. Największą popularność zyskuje przede wszystkim kontent rozrywkowy. Dzisiejsza scena mocno charakteryzuje się tym, że użytkownik nie ma czasu, aby śledzić wszystkich interesujących go twórców, widać też i ich walkę o nasz czas, z powodu pewnego rodzaju przesyty kontentem, którego jest naprawdę dużo.

7. Wolność słowa na YouTube

YouTube jest cenzurowane, aby nie przerodził się w portal z przemocą lub innymi niedozwolonymi treściami, których wolelibyśmy nie oglądać. Cenzura często jest dobra, pozwala nam uniknąć tego, co często by nas zniesmaczyło, jednak może ona też działać negatywnie. Filmy obnażające prawdę mogą zostać zdjęte przez bardziej wpływowe osoby, które nie chcą sobie, aby ta prawda wyszła na światło publiczne. Za przykład takiej sprawy może służyć afera z Piotrem Ogińskim i firmą Sokołów³³. Piotr Ogiński – autor popularnego w internecie programu kulinarnego „Kocham Gotować” naraził się na pozew sądowy z tego powodu, że ocenił parówki firmy Sokołów³⁴ na niesmaczne i odradził ich kupno swoim widzom. Nagrał on również test tataru³⁵, w którym porównywał zwykły tatar z tatarem tej właśnie firmy. Według niego tatar Sokołowa posiada dużo składników chemicznych, przez co dłużej utrzymuje świeżość i ma nienaturalnie wyraźny kolor. Według Sokołowa te filmy uderzały w wizerunek firmy, a Piotrowi Ogińskiemu wytoczono pozew na kwotę kilkaset tysięcy złotych, oraz zażądano usunięcia filmów. Filmy zostały usunięte, jednak to, co stało się później, pokazało siłę oddziaływania i determinację twórców youtubowych. Środowisko to zaczęło angażować się w całą sprawę, broniąc Ogińskiego. Powstawały kolejne filmy na YouTube, które w odpowiedzi na całą sytuację nawoływały do bojkotu firmy Sokołów. YouTube stanął murem za „Kocham Gotować”, pokazując, że się nie podda. Nazwa firmy Sokołów została żartobliwie przerobiona w społeczności youtubowej na Sądołów. Zebrał się głos społeczny, zogniskowany na YouTube. Wyrażany był on nawet w piosenkach³⁶ w gronie coraz to nowych, kolejnych twórców, a firma Sokołów finalnie zdecydowała się wycofać pozew. Krytyka Sokołowa³⁷ była bardzo dobrze przemyślana, a reakcja społeczeństwa YouTube’a

³² https://www.youtube.com/watch?v=BvxavR_KCsE (13.04.2017).

³³ <http://www.mediafun.pl/test-tataru-warty-150-tysiecy-zlotych-czyli-kocham-gotowac-kontra-sokolow/> (13.04.2017).

³⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=zvofk1MzS7E> (13.04.2017).

³⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=bxW4M3aY7Gg> (15.04.2017).

³⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=C5vQVZs0jFc&spfreload=1> (15.04.2017).

³⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=NwbAAa6CR4c> (16.04.2017).

tak silna, że wpłynęła nawet na wycofanie pozwu. Prawdopodobnie firma Sokołów zauważyła odzew, jaki się pojawił, oraz to, że sam pozew działał na jeszcze większą ich niekorzyść, niż same filmy, które rzekomo uderzały w firmę. Działanie Sokołowa może być odbierane jako uderzające w wolność słowa, co jeszcze bardziej denerwowało widzów interesujących się tą sprawą. Sokołów sam zadziałał na swoją niekorzyść, gdyż wytoczenie pozwu Piotrowi Ogińskiemu zwiększyło wielokrotnie zainteresowanie podstawowym filmem, będącym przyczyną pozwu, przez co więcej osób go obejrzało. Ponadto reakcja społeczności, wyśmiewanie i bojkot marki, będące bezpośrednią konsekwencją pozwu, pogorszyły wizerunek firmy Sokołów wielokrotnie bardziej, niż sam film o tatarze. Gdyby nie pomoc środowiska YouTube, Ogiński mógłby popaść w duże kłopoty finansowe z powodu pozwu, a tak, cóż, człowiek dzisiaj jednak ma jakieś szanse wygrania z korporacją dzięki odzewowi społecznemu.

8. YouTube miejscem kontroli jakości produktów i usług

AdBuster³⁸ to popularny polski vloger, zajmujący się weryfikowaniem prawdziwości reklam oraz jakości produktów. Dzięki niemu można obejrzeć test produktu przed zakupem, a on sam sprawdzając wiarygodność reklam obnaża ich ewentualne kłamstwa i ukazuje je szerokiemu gronu osób. Przetestował już wiele produktów, między innymi szczoteczki do zębów, farby do malowania ścian czy płyny do mycia naczyń. Dzięki takim osobom korporacje mogą być na szerszą skalę kontrolowane i sprawdzane przez konsumenta, cięższe jest też wprowadzenie odbiorców w błąd przez reklamę ukazującą fałszywe cechy produktu czy niewiarygodnie skuteczne działanie, które nie ma odzwierciedlenia poza reklamą. Dzięki temu niektóre firmy zastanowią się dwa razy, zanim wypuszczą ubarwioną reklamę.

Dzisiejsza społeczność YouTube'a może mieć realny wpływ na wielkie korporacje. Między innymi dzięki temu portalowi nagranie traktowania pasażera w liniach lotniczych United Airlines³⁹ zyskało szeroki rozgłos. W tym filmie pasażer linii United Airlines został brutalnie wywleczony z samolotu mimo tego, że posiadał bilet na lot. Wpłynęło to na opinię publiczną, a na YouTube rozpoczął się trend nagrywania filmów opisujących te wydarzenia. Pojawiały się przeróbki reklamy United Airlines oraz trafne komentarze różnych głównych amerykańskich kanałów YouTube'a. Opinia społeczna ma realny wpływ na sytuację firmy, która musi z takich działań czy zdarzeń tłumaczyć się przed konsumentami. Wywołana burza na portalach społecznościowych potępiła tę linię lotniczą, nawołując do jej bojkotu. Nowe media sprzyjają rozgłosowi sprawom tego typu, a przeróbki, komentarze czy opinie w formie video pozwalają takim zdarzeniom zostać rozpowszechnionymi na szeroką skalę. Tego typu trendy są pozytywne, gdyż opinia publiczna jest coraz lepiej poinformowana, a oprócz tego ma wpływ na korporacje, decydując się na szeroką skalę zrezygnować z usług przez nią świadczonych.

9. Manipulacja w nowych mediach

Twórca, po osiągnięciu pewnego poziomu rozgłosu często daje się poznać odbiorcom, wchodząc z nimi w większą interakcję. Udostępnia informacje o tym, jakie ma wykształcenie, jaką szkołę skończył i na czym się zna. Dzięki temu możemy określić, czy

³⁸ <https://www.youtube.com/user/bankowo1?hl=pl&gl=PL> (16.04.2017).

³⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=VrDWY6C1178> (18.04.2017).

chcemy mu ufać. Swoje pytania zadajemy, a twórca, jeśli chce, to tworzy z nich film z serii „Q&A” (questions and answers), w którym odpowiada na nie. Może pojawić się tu problem selekcji błędnych informacji oraz manipulacji. Nierzadko spotykamy się z informacją mającą nas oszukać, lub nawet wyłudzić pieniądze. Jednak przestrzegając pewnych zasad można w pewnym stopniu zniwelować takie zagrożenia, dzięki wiedzy jak je rozpoznawać na kilometr. Na szczęście, możemy się tego nauczyć również z YouTube, z kanału „SciFun⁴⁰”.

Wartościowa i działająca na wyobraźnię może okazać się tu ciekawostka o pewnym streamerze. ZilianOP⁴¹ to streamer z platformy Twitch, który wśród swojej grupy odbiorców utrzymywał, że jest niepełnosprawny. Na każdym ze streamów korzystał z wózka inwalidzkiego. Streamy umożliwiają nam zwykle opcję „donate”, czyli wysłania pieniędzy do twórcy, aby go wesprzeć finansowo i w podziękę za jego pracę. Dużo z jego fanów i donatorów musiało przeżyć szok, kiedy wyszło na jaw, że ta osoba oszukiwała na temat swojej niepełnosprawności. Okazało się, że na jednym ze streamów twórca ten zapomniał wyłączyć kamerkę internetową i zwyczajnie wstał o własnych siłach z wózka inwalidzkiego. Chat transmisji oszalał, a ZilianOP próbował wytłumaczyć całą sytuację kolejnymi kłamstwami i tym, że wstał, a szybko potem się przewrócił. Na udawaniu niepełnosprawności zarobił niemało, bo około 20 tysięcy dolarów od widzów, którzy chętnie wysyłali mu pieniądze, będąc oszukanymi, co do niepełnosprawności tej osoby. Kłamstwo wyszło na jaw, jednak opcja donate nie przewiduje zwrotów przesłanych pieniędzy.

W internecie, jak i na YouTube, warto posiadać własny filtr prawdy i fałszu. Najlepszym przykładem i dowodem na to byłaby prowokacja pt. Grażyna Żarko⁴². Film podsumowujący tę akcję jest dla ludzi o mocnych nerwach, gdyż reakcje na tę prowokację były skrajne. Na potrzeby projektu wykreowano postać kobiety, nauczycielki, katoliczki. Osoba z wyglądem specjalnie dobranym, aby wyprowadzać widza z równowagi, i jak najbardziej prowokować. W filmach głosiła poglądy, które miały być jak najbardziej sprzeczne z ogólną opinią widzów, kontrowersyjne. Nie trzeba było długo czekać na odzew odbiorców, którzy wypowiadali się na jej temat z prawdziwą wściekłością. Pomysł na Grażynę był prosty. Miała szokować, mówić rzeczy społecznie nieakceptowalne, korzystać z wyolbrzymiania stereotypów. Jako nauczycielka, nawiązywała do swoich rzekomych praktyk ośmieszania uczniów przed klasą, zmuszania ich do odmawiania modlitw, oraz wspominała o swoich skrajnych metodach wychowawczych, które stosuje w szkole. Grażyna Żarko stała się jedną z najbardziej znieawidzonych osób w polskim internecie w roku 2012. Akcja miała na celu sprawdzenie reakcji internautów, jednak to, co osiągnęła, wyszło poza wszelkie oczekiwania.

Ilość przemocy, która znalazła się w odzewach od widzów, była ogromna. Oni, nieświadomi tego, że była to prowokacja zespołu filmowców i aktorki odtwarzającej rolę, nie szczędzili słów i wypowiadali się o Grażynie bardzo agresywnie. Eksperyment został przerwany z uwagi na groźby, które były kierowane w stronę postaci Grażyny Żarko. Po ujawnieniu prowokacji ludzie zaczęli przeproszać za własne groźby i wyzwiska, kierowane w stronę aktorki. Na ten eksperyment złapała się masa ludzi, którzy nakręcali siebie samych nawzajem do jeszcze większej nienawiści skierowanej na Grażynę. Kiedy ataki i wyzwiska zaczęły się pojawiać, coraz większa ilość osób nie miała żadnych zahamowań.

⁴⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=T1vW8YDDCSc> (18.04.2017).

⁴¹ <http://pej.cz/Gracz-zostal-usuniety-z-serwisu-Twitch-za-udawanie-niepelnosprawnosci-WIDEO-a6208> (18.04.2017).

⁴² <https://www.youtube.com/watch?v=xLIqyVsUnuk> (19.04.2017).

Wielu ludzi udało się sprowokować do naprawdę nienawistnego zachowania. Ważne jest to, że prawdopodobnie gdyby Grażyna nie okazała się postacią fikcyjną, nikt nie czułby się winny atakowania jej. Akcja wyraźnie pokazała, że nie można ufać we wszystko usłyszane w internecie, oraz to, jak bardzo można się mylić we własnych przekonaniach. Późniejsze wydarzenia youtubowe pokazały, że nawet taka prowokacja i wiedza, którą powinna za sobą nieść nie wystarcza, aby całkowicie uchronić się przed manipulacją.

Akcja reklamowa pod tytułem „Polish Boy Wanted⁴³”, przeprowadzona na YouTube przez markę odzieżową Reserved, jest kolejnym przykładem skutecznego wprowadzania odbiorców w błąd. Ludzie, którzy doświadczyli tej akcji marketingowej przypomnieli sobie, że w niemal nic nie można wierzyć w internecie na słowo. Z drugiej jednak strony ciężko było domyśleć się, że film rozpoczynający tą akcję był wyreżyserowany. Co prawda miał on pewne cechy o tym świadczące, które teraz, po ujawnieniu intencji marketingowców są łatwe do zaobserwowania. Nie przeszkodziło to filmowi osiągnąć dużego rozgłosu, a wiele osób uwierzyło w prawdziwość dziewczyny. Wyreżyserowany film, w którym Amerykanka szuka polskiego chłopaka poznanego na koncercie, a potem zgubionego w tłumie, zaangażował w krótkim czasie sporą liczbę osób, szukających polskiego chłopaka - Wojtka. Film obejrzano 2 miliony razy w ciągu zaledwie dziesięciu dni. Dziewczyna знаła jedynie imię i miasto zamieszkania chłopaka, którego rzekomo zgubiła na koncercie. Problem stanowiło to, że Wojtek tak naprawdę nie istnieje i nigdy nie istniał, a wszystko miało swoje źródło w wiralowej akcji marketingowej znanej marki odzieżowej. Polska scena YouTube rozprzestrzeniła ten film na szeroką skalę, doprowadzając do pojawienia się nawiązania do tej sytuacji nawet w telewizji. Czy zdobycie zainteresowania to nie wszystko, aby przeprowadzić skuteczny internetowy marketing?

Problemem jest fakt, że wiele osób wierzyło w istnienie tego chłopaka, nawet chciało nim być, czekało na szczęśliwy finał całej sprawy. Okazuje się, że kampania reklamowa nawet po osiągnięciu tak szerokiego zasięgu, mogła finalnie przekształcić się w antyreklamę. Wiele osób po dowiedzeniu się o prawdziwym celu filmu zaczęło zachęcać do bojkotu marki Reserved i takowy bojkot samemu deklarować. Marketing youtubowy może być marketingiem niskiego nakładu pieniężnego. Co tak naprawdę było potrzebne do nagrania filmu „Polish Boy Wanted”? Kamera, aktorka, pomysł, i realizacja w 3 minutach nagrania. Niski nakład nie uniemożliwia już dzisiaj dotarcia do szerokiego grona odbiorców. Może to być osiągnięte dzięki angażowaniu głównych, niczego nieświadomych celebrytów nowych mediów, rozprzestrzeniających szerzej to video na prośbę osoby w nim występującej. Problemem w sprawie akcji marki Reserved były wywołane przez nią emocje. Na początku zaciekawienie, współczucie do autorki, chęć pomocy jej. Potem, po ujawnieniu akcji było zawiedzenie, zażenowanie i złość. Marketingowcy wykorzystali dobrą wolę ludzi, którzy chcieli pomóc miłości dwójki ludzi, a potem zwyczajnie ujawnili, że wszystko było fikcją. Skutkiem akcji marketingowej była społeczna niechęć do marki Reserved, autora tego pomysłu. Ludzie wierzyli w istnienie Wojtka, szukali go, angażowali się i rozsyłali film znajomym, a ponadto – chcieli zobaczyć dobre i szczęśliwe zakończenie sprawy.

Trudno wywołać uczucie większego zawodu, niż to, które udało się wywołać marce Reserved. Na YouTube należy zastanowić się dwa razy, jakie reakcje może wywołać akcja marketingowa, aby nie przerodziła się w antyreklamę, a nawet oskarżenie marki o kłamstwo względem odbiorców reklamy. Po finale akcji marketingowcy z Reserved

⁴³ <https://www.youtube.com/watch?v=HoUXt6pVeQ8&t> (20.04.2017).

przeprasili za akcję⁴⁴ i bezcelowe zaangażowanie ludzi w szukanie Wojtka, za które zabrało się wielu Polaków. Fałszywe informacje mogą mieć szeroki zasięg, tak samo jak i szerokie oddziaływanie. W czasach zalewu informacjami fałszywe wiadomości medialne mogą jeszcze sporo namieszać w dzisiejszym świecie.

Inną nieudaną akcją reklamową była reklama Pepsi⁴⁵, która miała premierę w 2017 roku, skutkowałą pojawieniem się wielu jej przeróbek na YouTube. W tej reklamie amerykańska celebrytka Kendall Jenner prowadząca demonstrację podaje puszkę Pepsi policjantowi, stojącemu naprzeciw protestujących ludzi. Według licznych memów i przeróbek, podanie komuś Pepsi kończy jakikolwiek konflikt w taki sposób, jak zostało to pokazane w reklamie, a żeby rozwiązać każdą sprawę należy podać drugiej osobie puszkę Pepsi. Reklama przez swoją treść została odebrana negatywnie przez odbiorców, wyrażających się na YouTube, między innymi w największym YouTube'owym kanale „PewDiePie⁴⁶”. Ponadto – głos społeczny na YouTube, wyrażony poprzez negatywne oceny klipu z reklamą oraz komentarze był tak silny, że spowodował wycofanie tej reklamy przez Pepsi. Ponownie, YouTube pokazał swoją siłę oddziaływania na obecną rzeczywistość. Pojawiła się również wiadomość od firmy, przepraszająca gwiazdę Kendall Jenner za całą zaistniałą sytuację, i narażenie jej na liczne przeróbki z jej wizerunkiem.

Clickbait⁴⁷ to technika stosowana między innymi przez twórców na YouTube, jak i portale informacyjne, aby przyciągnąć ludzi do oglądania ich filmu albo kliknięcia w link. To kolejne narzędzie mające na celu manipulowanie odbiorcą. Może nim być to ciekawy, kontrowersyjny tytuł, miniatura, czyli obrazek filmu, lub po prostu coś, co ma nas zadziwić, wywołać emocje. Przykładem może być „Nie uwierzysz, co mu się przydarzyło!”, „Skandaliczny czyn. Zrobił to w centrum miasta!”, „Nie uwierzysz w ten rozwój akcji!”. Widząc takie tytuły mamy większą skłonność zajrzeć, co jest w treści filmu, albo artykułu⁴⁸. Jednak sama treść często okazuje się całkowicie inna, niż tego oczekujemy, rozczarowując nas. Często dochodzi do nadużywania clickbaitów przez niektórych twórców na YouTube. Liczy się kliknięcie – wtedy film spełnił swoje zadanie, czyli przyciągnął widownię. Potem może okazać się jednak, że tytuł nie ma zbyt wiele wspólnego z treścią, a nurtujące nas pytanie lub twierdzenie w nim zawarte wcale nie ma przełożenia na rzeczywistość. Działa tutaj mechanizm ludzkiej ciekawości – przyciąganie tytułem, niezależnie od tego, czy treść jest dobra i wartościowa, czy nie. Ludzie mają tendencję do ciągłego zaspokajania swojej ciekawości, dzięki czemu clickbait działa, i zawsze będzie. Nawet wtedy, kiedy dobrze wiemy, że tytuł filmu czy artykułu jest clickbaitem, on i tak działa, chyba że po rozpoznaniu tytułów clickbaitowych świadomie zdecydujemy się je omijać. Warto mieć świadomość istnienia tego elementu YouTube'a, żeby chociaż próbować go unikać, a zarazem unikać utraty czasu na informacje niskiej jakości.

10. Środowisko YouTube

Celebryci przed nowymi mediami musieli korzystać z telewizji, która szybko zmienia zainteresowanie z afery do afery, do wydarzeń z życia celebrytów, szukając kontrowersji. Wierny widz dzisiejszych nowych celebrytów działa inaczej. Może mieć z

⁴⁴ <http://noizz.pl/big-stories/kulisy-kampanii-polskichlopak-reserved/g4pmjd1> (20.04.2017).

⁴⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=73P9STckPLw> (20.04.2017).

⁴⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=-MqnE7TPcRw> (20.04.2017).

⁴⁷ <https://www.wired.com/2015/12/psychology-of-clickbait/> (22.04.2017).

⁴⁸ <http://nativeadvertising.com/the-true-cost-of-clickbait/> (22.04.2017).

nimi kontakt cały czas, napisać do nich wiadomość prywatną (o ile ci jeszcze odpisują, gdyż ciężko jest odpisywać wszystkim na wiadomości, kiedy zbierze się już kilkudziesięciotysięczną grupę fanów) uczestniczyć w grupach, stworzonych specjalnie dla fanów danego twórcy czy nawet wysłać fizycznie na adres „fan art” ze swoim idolem. Kontakt z nimi jest mocnym plusem. Nie można obyć się jednak w żadnej społeczności bez sprzeczek i konfliktów.

Największe twarze polskiego YouTube’a ściągają widownię również fizycznie, nie jest to świat zamknięty tylko w obrębie monitora czy internetu. Za monitorem jest kolejna osoba, a liczebność widzów możemy podziwiać na zlotach YouTube’a mających miejsce w wielu większych polskich miastach, np. Katowicach. Można tam przebić z twórcami z internetu piątkę, zrobić zdjęcie i wziąć autograf. Można również uczestniczyć w spotkaniach z nimi – na organizowanych przez nich panelach i zmniejszyć z nimi dystans, co przyciąga widza sprzed ekranu.

11. Konflikty i dramy

Tak samo jak w każdym środowisku społecznym, uczestniczenie w społeczeństwie niesie ryzyko konfliktu, mniej lub bardziej poważnego. Tak samo konflikty mogą mieć miejsce na YouTube, i rzeczywiście, jest ich niemało. Niesie to za sobą niebezpieczeństwo dla osób słabo odpornych psychicznie i biorących sobie do serca opinie innych. Osoby w internecie, które często nie wahają się używać najgorszych określeń skierowanych w stronę osoby siedzącej po drugiej stronie są pewnego rodzaju zagrożeniem. Internet i brak żywego kontaktu z drugą osobą zmniejsza empatię do niej. Jest to negatywna cecha anonimowości, którą otrzymujemy w internecie.

Konflikty na YouTube wyglądają inaczej, niż w zwykłym środowisku społecznym. Są to tak zwane „dramy”. Na początku pojawia się pierwszy filmik inicjujący, który wyjaśnia błędy, jakie zrobił dany twórca lub powód konfliktu. Każdy broni sam siebie, a następnie zwykle możemy zobaczyć kolejny filmik z odbiciem zarzutów, będący odpowiedzią atakowanego na pierwszy. Również ludzie, widzowie, dzielą się, popierając jednego, albo drugiego twórcę. Trwa to do spadku zainteresowania tym tematem lub do rozwiązania konfliktu, w najlepszym przypadku do pogodzenia się i obustronnych przeprosin - w najgorszym do kontynuowania wojny widzów jednego kanału z widzami drugiego na komentarze, filmiki, memy i inne formy internetowej wypowiedzi. Taki konflikt doprowadził już do odejścia pewnych ludzi z internetu, usunięcia przez nich samych ich całej twórczości, np. w przypadku Kamila Scheicht’a. Może również dojść do pozwu sądowego, jeśli konflikt jest na tyle poważny i trudny do rozwiązania.

Największym konfliktem polskiego internetu, znanym niemal wszystkim stałym użytkownikom polskiego YouTube’a, jest drama na linii Ator – Gimper. Jest to trwający od dawna konflikt, między innymi dotyczący internetowego zniesławienia, który doczekał się nawet komentarza w telewizji TVN w programie Superwizjer⁴⁹. Sprawa jest na tyle skomplikowana, że nie należy kształtować swojej opinii o niej wyłącznie tym jednym filmem. Dramy tego typu potrafią być bardzo złożone i wielowątkowe, a ponadto długie i niejednoznaczne. Współcześnie coraz częściej wywoływanie dram jest kojarzone z chęcią zdobycia zainteresowania. Konflikt na linii Ator i Gimper jest dobrze znany niemal każdemu, kto interesuje się polską sceną YouTube, i może ciągnąć się jeszcze przez

⁴⁹ <https://player.pl/programy-online/superwizjer-odcinki,337/odcinek-1071,hejt-ktory-niszczy-zycie,S00E1071,61227.html> (23.04.2017).

kolejne lata. Dramy zdobywają popularność, dlatego że widzowie są bardziej zainteresowani konfliktem niż budującą współpracą, są ciekawe w oglądaniu.

12. Współpraca twórców

Konflikty konfliktami, jednak można też działać wspólnie. Współpraca twórców często jest wykorzystywana i stosowana do promocji obu kanałów, wymiany widzami i wspólnej kreacji kontentu, wspólnym łączeniem sił i talentów. Niektóre projekty wymagają angażowania dwóch, lub nawet kilku twórców youtubowych. Dzięki temu często dochodzi do promowania mniejszego twórcy, wchodzącego we współpracę z większym. YouTuberzy organizują również konkursy na twórczość swoich widzów zadając np. napisanie najciekawszego wiersza i rozdają nagrody, albo organizują konkursy losowe, kreatywnie angażując swoje społeczności widzów. Dzięki temu zmniejsza się dystans pomiędzy twórcą jak i odbiorcą, jak i również pomiędzy samymi widzami.

13. YouTube dla początkujących

Jak zacząć oglądać YouTube⁵⁰? Ciężko odpowiedzieć na to pytanie, a odpowiedź zależy od naszych własnych upodobań. Jeśli interesujesz się astronomią, polecam „Astrofazę” – kanał, dzięki któremu dowiesz się wielu interesujących ciekawostek dotyczących astronomii oraz informacji, przystępnych nawet dla całkowitych laików tej dziedziny. Nie trzeba być fizykiem, żeby wynieść stamtąd ciekawą wiedzę. Jeśli historią, mogą to być „Polimaty”. W tym programie Radosław Kotarski opowiada w przystępny sposób o zagadnieniach dotyczących między innymi sztuki. Jeśli językiem polskim, „Mówiąc Inaczej”, gdzie dowiemy się jak poprawnie korzystać z języka polskiego, a jeśli angielskim, Arlena Witt. Każdy znajdzie coś dla siebie, kontentu jest naprawdę wiele. To wszystko jest dostępne właśnie dzięki YouTube.

Z pewnością można powiedzieć, że znajdziemy tam informacje na każdy popularny temat. Najlepiej jest zasięgnąć opinii z wielu źródeł, a dopiero potem kreować własne zdanie, aby uniknąć narażania się na błędne informacje. Przykłady można mnożyć, a do każdej dziedziny wymienić masę osób zajmujących się nimi. Wystarczy sprawdzić kanały już znanych i najpopularniejszych, aby przekonać się czy i nas zainteresują tak, jak i przykładowy milion Polaków przed nami. Pamiętajmy jednak, że na YouTube kontent naukowy i informacyjny często jest przykryty przez masę „filmików z kotkami”, oraz filmów czysto rozrywkowych, czy skierowanych dla młodej widowni, co może okazać się zniechęcające dla dorosłej widowni.

14. Przekaz popularnonaukowy na YouTube

Brak potwierdzeń dla naukowości przekazu i przypisów może być zniechęcający i stawiający to medium na przegranej pozycji, jednak właśnie to źródło jest dzisiaj coraz częściej wykorzystywane przez środowisko akademickie. Profesorowie czy nauczyciele korzystają z filmów na YouTube, aby przedstawić pewne zagadnienia swoim studentom. Jednak z YouTube dzieje się praktycznie to samo, co z Wikipedią. Wikipedia jest uważana za źródło informacji z wieloma błędami, niegodne cytowania. Co ciekawe, angielska

⁵⁰ <http://stayfly.pl/2016/07/8-youtuberow-ktorzy-poszerza-twoje-horyzonty/> (25.04.2017).

wersja tej strony daje lepszą wiarygodność i ilość informacji z powodu tego, że więcej ludzi posługuje się tym językiem i ją tworzy, nieustannie ulepsza, jednak nie wystarcza jej to, aby stać się pełnoprawnym i zaufanym źródłem informacji. Na YouTube często występuje brak przypisów, które potwierdzałyby prawdziwość informacji przekazywanych na filmie. Jednak nie oznacza to, że jakość informacji jest słaba, dlatego że zależy to już od konkretnych przykładów i ludzi przekazujących tą informację. Jedyne, czego potrzeba, to świadomy widz, który sprawdza źródła samodzielnie i nie jest łatwowski co do tematów, o których wie mało. Istnieją też twórcy, którzy dbają o przypisy pod swoimi filmami, dzięki czemu możemy sprawdzić, na czym opierają swoje informacje, jednak póki co jest ich niewielu.

„TEDx Talks⁵¹” to miejsce na YouTube, gdzie możemy obejrzeć wykłady prowadzone przez różnorakie osoby dla szerokiej publiczności. Często są to ludzie sukcesu, znane osoby czy przedsiębiorcy. Znajdują się tam wykłady, z których możemy wyciągnąć wiedzę dotyczącą przeróżnych tematów, dla przykładu mogą być to porady, jak znaleźć wymarzoną pracę, jak nauczyć się języka obcego w 6 miesięcy, jak zacząć swój własny biznes, polepszyć swoją pamięć czy osiągnąć szczęście życiowe. Zwracam na to uwagę, aby przytaczać tutaj żywe przykłady wiedzy, którą można znaleźć i przyswoić dzięki temu rozbudowanemu medium. Internetu można używać na wiele sposobów, można pójść z większością i ograniczyć się do rozrywkowej jego funkcji, lub wybrać inne sposoby jego wykorzystania. W Polsce przykładem miejsca o charakterze informacyjnym, poruszającym temat nowinek technologicznych na YouTube, może być kanał „TO JUŻ Jutro⁵²” prowadzony przez Rafała Masnego, znanego również z kanału rozrywkowego „Abstrahuje”. Temat technologii jest coraz częściej interesujący dla przeciętnego użytkownika internetu. Jeżeli chcemy dowiedzieć się przydatnych ciekawostek z dziedziny chemii, fizyki czy biologii możemy zajrzeć na kanał „Naukowego Bełkotu⁵³”. Przytoczony przeze mnie przykładowy twórca kanału na tle naukowym dba o podanie źródeł, z których korzysta przy tworzeniu materiałów, tworząc wiarygodne źródło informacji poparte dowodami. Fenomen polega na tym, że liczne grono osób woli oglądać tego typu film zamiast słuchać własnego nauczyciela w szkole, ze względu na to, że nie są do tego w żaden sposób zmuszani, przekaz jest często ciekawszy, a nawet bardziej przydatny. Nie ma też ograniczeń czy wytycznych programowych, z którymi można spotkać się w szkołach, a każdy ogląda to, co go rzeczywiście interesuje.

15. YouTubowa popularność

Najpopularniejszym kanałem na początku 2017 roku jest „PewDiePie”, prowadzony przez Felix’a Kjellberg’a. Nie wygląda na to, żeby miało się to szybko zmienić. Jest to osoba prowadząca kanał rozrywkowo komediowy, z grami komputerowymi. To, że na graniu w gry komputerowe można zarobić naprawdę duże pieniądze, nie przestaje obecnie dziwić wielu osób. Jego charyzma, styl i humor przyciągnęły masę widzów z całego świata, niezależnie od tego, czy nam się to podoba czy nie. Posiada on dużą liczbę tłumaczy, aby być zrozumianym na jeszcze szerszą, światową skalę. Ten kanał zapewnia oglądającym przede wszystkim rozrywkę, jak i czasami trafną i śmieszoną krytykę dóbr kultury. Oglądanie go może być źródłem wartościowej wiedzy, jednak nie z samej treści przekazywanej w jego filmach, ale po to, aby zrozumieć co tak

⁵¹ <https://www.youtube.com/user/TEDxTalks> (25.04.2017).

⁵² https://www.youtube.com/channel/UCv9wKjBogC5AVG54s_Iln0A (25.04.2017).

⁵³ https://www.youtube.com/channel/UC_7PqixGIde-jjoHKMPYpGA (26.04.2017).

naprawdę chce oglądać tak ogromna ilość osób. W Polsce pierwsze miejsce zajmuje z kolei prankster Sylwester Wardęga, o którym swojego czasu było głośno nawet w polskiej telewizji za sprawą filmu „Mutant Giant Spider Dog⁵⁴”, który osiągnął jedne z najwyższych ilości wyświetleń wśród filmów na YouTube z Polski. Prowokacje i performance uliczny odniosły tu większy sukces niż jakikolwiek polski kanał naukowy czy z przekazem informacyjnym, a tych na naszej scenie YouTube ciągle przybywa. Odnoszenie większego sukcesu przez kanały rozrywkowe niż kanały edukacyjne jest swojego rodzaju stałą tendencją. Rozrywka, łatwiej przyswajana, pozwala ludziom oderwać się od ich codziennych obowiązków, jak i często jest głównym powodem korzystania z YouTube.

Ludzie z dnia na dzień stają się osobistościami znanymi dzięki temu medium na szeroką skalę. W dzisiejszym świecie mamy coraz lepsze możliwości nagłego stania się celebrytą, nagrywając filmy. Zarobki oscylują w niemal najszerszych możliwych granicach, porównując do innych zawodów świata. Można zarabiać tam od kilkudziesięciu dolarów miesięcznie, do kilkunastu milionów rocznie, nie licząc darowizn od ludzi wspierających twórczość danej osoby przez kupowanie koszulek z jego imieniem, kubków czy innych dedykowanych gadżetów, czy nawet przelewających dowolne sumy na ich konto w podziękę za to, co oferują. Wielu polskich twórców posiada obecnie profil na portalu patronite.com, gdzie można dawać im dobrowolne dotacje. Wysokość takiego dobrowolnego wsparcia jest zróżnicowana. Najczęściej widzowie wysyłają twórcom małe kwoty wynoszące od 1 do 10 złotych. Zdarzają się również osoby, które potrafią wysłać nawet 5000 dolarów w jednym donate, lub nawet więcej. Nikt nie zabrania takim osobom przelewać dowolnych kwot, jeżeli tylko chcą, a pieniądze uzyskane w ten sposób są często przeznaczane przez twórców na dalszy rozwój ich działalności, jak na przykład niezbędny sprzęt do nagrywania czy obróbki filmów.

16. Muzyka na wyciągnięcie ręki

YouTube zaoferował nam również dostęp do niemal każdej znanej piosenki, jednak bez możliwości ściągnięcia jej, i z przestrzeganiem praw autorskich⁵⁵. Teraz, po kliknięciu w piosenkę i obejrzeniu reklamy część pieniędzy za jej wyświetlenie jest przekazywana do twórcy. To rozwiązanie jest dobre z tego powodu, że i odbiorca może posłuchać piosenki za darmo i legalnie w tym serwisie, jednocześnie wspomagając wykonawcę wyświetleniem reklamy. Jest to obustronny zysk, dzięki któremu częściowo udało się zmniejszyć problem piractwa piosenek⁵⁶. Nie ma potrzeby nielegalnego ich pobierania, kiedy mamy dostęp do posłuchania jej na tej platformie, oraz posiadamy dostęp do internetu na jakimkolwiek urządzeniu. Na głównym muzycznym kanale YouTube, czyli „Vevo”, osiągnane są ogromne ilości wyświetleń zarówno piosenek, jak i teledysków na całym świecie, a co za tym idzie, również duże przychody z reklam.

⁵⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=YoB8t0B4jx4> (26.04.2017).

⁵⁵ Anderson C. „Za darmo” Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2011 (str. 155-159)

⁵⁶ Lessig L. „Wolna kultura” WSiP, Warszawa 2005 (str. 326-334)

17. Nauka języków za pomocą YouTube

YouTube zawiera się w zasobie internetu, a sam internet jest w 55 procentach w języku angielskim. Oznacza to, że znajomość tego języka daje nam niesamowite możliwości rozumienia wielu z tych zasobów, które wynoszą ilościowo ponad połowę światowej informacji ze źródeł internetu. Czy można nauczyć się języka tylko dzięki temu źródłu? Nie każdy przyswaja wiedzę tak samo, jednak ilość dostępnego materiału do treningu języka jest niesamowita. Z pewnością może być to pewnym wspomagaczem. Zależy i od determinacji i zdolności, ale może stać się niezrównanym źródłem materiałów do ćwiczeń w tej dziedzinie. Warto wspomnieć, że język angielski to nie wszystko. Możemy tam znaleźć materiały w wielu głównych światowych językach, a po języku angielskim w największej popularności i zasięgu oddziaływania plasuje się język hiszpański. Ponadto, istnieją na tym portalu kanały skierowane konkretnie na nauczanie języków, prowadzone lepiej lub gorzej. Zajmują się one wyjaśnianiem często popełnianych błędów przez uczących się danego języka czy wiedzy o właściwym używaniu wulgaryzmów⁵⁷ będących rzeczywistą częścią danego języka. Warto zauważyć, że takiej wiedzy z różnych przyczyn nie zdobędziemy w szkole, a YouTube może zapełnić tę lukę. Ponadto możemy nauczyć się właściwej wymowy trudnych wyrazów, rozróżniania homonimów, wymawiania trudnych obcojęzycznych nazwisk, wielu ciekawostek związanych z językiem i tak dalej.

18. Wiarygodność informacji

Całe funkcjonowanie społeczeństw zmienia się na naszych oczach, coraz bardziej utrudniając bycie na bieżąco z informacją. Zalew informacji, zarówno wartościowej jak i bezwartościowej sprawia, że jednego dnia pojawia się w internecie tyle dostępnych treści, iż nie jest możliwe przejście ich wszystkich. Konieczne jest filtrowanie ich, decydowanie się, z czego zrezygnować. Skąd użytkownik wie, czy to, co mówi twórca na YouTube, jest prawdą? Cóż, każdy musi filtrować informacje samodzielnie. W Szwecji już dziś planuje się program, dzięki któremu dzieci będą uczyć się w szkołach, jak rozpoznawać fałszywe informacje. W dzisiejszych czasach jest to wiedza niezbędna. Wszystko można sprawdzić dzięki internetowi samemu, z wiarygodnych źródeł lub kilku różnych źródeł, w różnych językach, aby taką interesującą nas informację potwierdzić. Jednak przy tej ilości informacji nie wszystko damy radę sprawdzić. Sama informacja jest tak wiarygodna, jak jej źródło. Wiemy, w czym osoba dostarczająca tę informację jest dobra i w czym nie. Możemy z nią dyskutować. Często ludzie tworzący tę społeczność podejmują polemikę z twórcą, zwracając uwagę na jego błąd merytoryczny. Dzięki temu znajdują się ludzie korygujący ten błąd. YouTube jest otwartą przestrzenią, w której można prowadzić polemikę z twórcą. Ten system, mimo braku potwierdzeń ludzi z tytułami naukowymi dostarcza wiedzę, która w przyszłości wcale nie musi być gorsza od wiedzy z oficjalnych prac naukowych, a ważniejszym jest to, że nigdy nie była tak łatwa do zrozumienia i tak łatwo dostępna. Ponadto system „łapek w górę” pod filmem może dawać nam pogląd, jak informacja przekazana w filmie jest odbierana przez osoby, które widziały film przed nami. Z kolei system „łapek” przy komentarzach społeczności daje możliwość wyróżniania takich opinii, z którymi zgadza się większość odbiorców, trafnie oceniających film, zauważających pewien błąd czy kreatywnie sugerujących, jak można taki przekaz w przyszłych filmach poprawić, budując tę społeczność.

⁵⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=X8vcwU1113U> (27.04.2017).

19. Amatorzy czy profesjonaliści?

YouTube nie zawsze jest najbardziej profesjonalnym miejscem, jednak zdominowało ono niemal całkowicie źródło filmików w sieci, tworząc monopol w tej dziedzinie. Duża ilość osób zaczynających nagrywanie na tym portalu uczyła się nagrywać i montować filmy samemu, ulepszając własne filmy i ucząc się na swoich błędach. Profesjonalizm przychodził z czasem, po latach prób i błędów. Na YouTube można znaleźć to, co ktokolwiek, kiedykolwiek pomyślał, aby tam umieścić i nagrać, co daje duży zasób zarówno profesjonalnych jak i amatorskich materiałów. Oczywiście filmy, które się tam znajdują mogą zostać usunięte z przeróżnych powodów. A jeśli widzimy, że czegoś interesującego na YouTube nie ma, jakiejś ważnej dziedziny dla ludzkości, która mogłaby zainteresować i zreszca szeroką liczbę osób – proszę, kariera w tym portalu stoi dla nas otworem. Istnieją również bariery – nie każdy czuje się na siłach mówić do samej kamery, a nie do człowieka, ale też nie każdy musi albo chce to robić, upubliczniając swój wizerunek. Ilość dziedzin, o których możemy mówić, jest ograniczona jedynie przez naszą wyobraźnię. Jeśli tylko mamy ciekawą wiedzę, którą chcemy przekazać ludziom, znalezienie pewnej liczby odbiorców nie powinno sprawić problemów, a to medium może być swoistym strzałem w dziesiątkę – lepszym niż jakiegokolwiek inne w dostarczaniu treści dla szerokiego grona odbiorców.

20. Kobiety na YouTube

Kobiety często prowadzą kanały dotyczące mody, zakupów czy ubrań. Znajdują tam swoją własną, damską widownię. Można znaleźć dużą ilość poradników jak wykonać halloweenowy makijaż, wykonać pewną fryzurę albo po prostu obejrzeć zakupowy „haul”⁵⁸. Nie jest to stałą i niezmienną tendencją, i tak samo kobiety jak i mężczyźni, jeśli chcą, mogą na YouTube zajmować się przekazem popularnonaukowym. Nic nie stoi na przeszkodzie, aby to właśnie kobiety zajmowały się różnymi dziedzinami wiedzy na YouTube. Ponadto kobiety chętniej zajmują się nauczaniem języków oraz np. poprawnej polszczyzny. Jednak nie sposób zaprzeczyć, że YouTube, biorąc pod uwagę całość, jest w większym stopniu zdominowany przez mężczyzn. Najpopularniejszą kobietą prowadzącą tam kanał jest Ellen DeGeneres. Ellen prowadzi show komediowy pod tytułem „TheEllenShow”⁵⁹, a popularność zyskała zapraszając do swojego show amerykańskie osobistości kinowe, jak i dzięki swojemu często ironicznemu poczuciu humoru. Mniejsza ilość kobiet na YouTube może wynikać ze słabszej znajomości aspektów technicznych, między innymi montażu, którego znajomość jest bardzo przydatna a nawet niezbędna dla każdego youtubowego twórcy.

21. Prywatność w internecie

Negatywną stroną witryn społecznościowych, często przytaczaną przez różne media jest to, że ktoś może wiedzieć, co przeglądamy i jakie są nasze działania w internecie. Z pewnością istnieje takie ryzyko. Ludzie, którzy to potrafią i mają dostęp do takich możliwości, mogą to robić. Głównym celem jest zbieranie wszelakich statystyk, pomagających portalom w rozwoju. Możemy wyobrazić sobie jak ogromną bazą danych

⁵⁸ Majorek M. „Kod YouTube. Od kultury partycypacji do kultury kreatywności”, Universitas, Kraków 2015 (str. 109-111)

⁵⁹ <https://www.youtube.com/user/TheEllenShow> (29.04.2017).

dysponuje Google, właściciel YouTube'a. Jednak z drugiej strony media społecznościowe dostarczają narzędzie społecznego sprzeciwu, które jest bardzo cenne.

Dane z naszych internetowych wyszukiwań mogą zostać wykorzystane do wyświetlania nam spersonalizowanych, skierowanych do nas reklam. Po wpisaniu w wyszukiwarce „Grecja last minute” wystarczającą ilość razy i przejrzaniu stron poświęconych sprzedaży i organizacji wycieczek zagranicznych, przez pewien czas będziemy dostawać reklamy firm podróżniczych. Ma to swoje źródło w rozwijanych w dzisiejszych czasach algorytmach targetowania reklam. Większe zagrożenie co do inwigilacji mają osoby publiczne, bardziej znane na szeroką skalę. Przeciętny użytkownik jest po prostu nieciekawym dla internetowego włamywacza, nie dając mu wystarczających powodów do tego, aby nawet chciał się włamać na jego konto. W dzisiejszym świecie włamywanie się na cudze konta staje się coraz trudniejsze, wraz ze wzrostem poziomu zabezpieczeń, i ponadto wymaga ogromnej wiedzy jak i zasobów – przede wszystkim czasu. Nie dając wyraźnego powodu hakerom do ataku na nas, szansa, że to właśnie my będziemy celem takiego ataku jest nikła. Jest tylu celebrytów z ciekawymi zdjęciami na dyskach w chmurze, że bardziej opłacalnie będzie hakerom zajrzeć tam w pierwszej kolejności.

22. Skala YouTube

Szacuje się, że YouTube zajmuje obecnie od 10 do 20 procent internetu⁶⁰. Jest to druga co do wielkości witryna po Google, wyprzedzająca samego Facebooka, zajmującego trzecie miejsce⁶¹. Obecnie to nieźrównanie obszerny zasób kultury⁶². W założeniach miał udostępnić ludziom swobodną wymianę filmów video – to co osiągnął, to stworzenie różnych społeczności będących częścią tego portalu i wypromowanie oraz stworzenie nowego rodzaju celebrytów. Jedną z ważnych cech tego zasobu jest właśnie otwartość na każdego użytkownika i bezpłatny dostęp. Można korzystać z niego w niemal każdym miejscu z różnych urządzeń, co poszerza jego skalę zasięgu. Twórcy, coraz częściej walcząc o nasz czas, muszą wymyślać coraz to nowsze sposoby na zainteresowanie konsumentów, czyli odbiorców.

Na polskiej scenie YouTube dość dużą część pomysłów zaczerpnięto z zachodu, co często jest tematem polemiki w związku z prawami autorskimi do pewnych pomysłów, oraz ich kopiowania i używania w innym kraju. Najwięcej zaczerpnięto z USA, które przoduje w dostarczaniu największej ilości filmików dla największych ilości odbiorców, nie tylko na jego terenie, ale przez korzystanie z najpowszechniejszego języka świata łatwo zyskuje zasięg globalny. Polskie produkcje z kolei zrozumieć mogą osoby posługujące się właśnie językiem polskim, co drastycznie ogranicza ich zasięg, a coraz więcej twórców, aby tego uniknąć decyduje się na angielskie napisy poszerzające potencjalne grono odbiorców, na przykład w filmie „Mutant Giant Spider Dog”.

YouTube posiada duży zakres obszarów, w których można go wykorzystać. Jeżeli świetnie grasz na jakimś instrumencie, możesz to uwiecznić i dać szansę posłuchać tego innym. Jeżeli chcesz prowadzić show na tle komediowym, też możesz zrobić to dzięki

⁶⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=vPKX4blYuvc> (29.04.2017).

⁶¹ <http://internet-map.net/> (29.04.2017).

⁶² Brugess J., Green J. „YouTube. Wideo online a kultura uczestnictwa” Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011 (str. 7-39)

temu medium. Jeżeli posiadasz informacje na tematy dotyczące dzisiejszego świata, możesz zostać całkowicie niezależnym dziennikarzem własnymi siłami budującym swoją markę, nieograniczonym przez telewizję, filtrującą to, o czym można publicznie mówić, a o czym nie.

23. Popkultura na YouTube

Dużą, globalną popularność zyskują teledyski i piosenki. „Gangam Style”, które pojawiło się w 2012 roku ustanowiło rekord wyświetleń swoją czasową popularnością, przebijając piosenkę Justina Biebera pod tytułem „Baby”. Dość łatwo zauważyć, że to, co przyciąga największą liczbę osób, nie musi być ani wybitne, ani perfekcyjne. Kultura popularna rządzi się swoimi własnymi zasadami, często zasłaniając i utrudniając dostęp do kultury wyższego nurtu. Dzisiaj, w 2017 roku, mimo swojej dawnej popularności piosenka „Gangam Style” jest już starociem, którego ogólnie się nie słucha. Dużą liczbę komentarzy pod piosenką koreańskiego wykonawcy Psy zajmują komentarze typu „I just checked the views, and left”, co wiąże się ze spadkiem popularności dawniej masowo słuchanej piosenki. W pierwszej dziesiątce pojedynczych filmów, które zyskały największą światową popularność, również znajdują się piosenki oraz teledyski.

24. Popularność za wszelką cenę

Wywoływanie kontrowersji, aby tylko stać się osobą popularną na YouTube, stało się drogą do przyciągania zainteresowania, bycia w centrum uwagi. Jest to elementem negatywnym, bo właśnie dzisiaj możemy przekonać się, co ludzie są w stanie zrobić, aby zdobyć zainteresowanie swoją osobą. Postacie kontrowersyjne przekraczają wszystkie granice, które jeszcze nie zostały przekroczone. Aż ciężko przytaczać tutaj przykłady tego, co ludzie robią, aby zdobyć youtubowy „fejm” i popularność. Na negatywną stronę YouTube’a niestety też trzeba spojrzeć, i mieć jej świadomość. Picie alkoholu na streamie do nieprzytomności, podtekst seksualny i chwalenie się stosunkiem, albo rozpalanie ogniska na środku pokoju to tylko niektóre z rzeczy, które takie osoby są w stanie zrobić. Najgorszym aspektem takich działań jest to, że widzowie są rzeczywiście mocno zainteresowani nimi i lubią ich oglądać. Ciekawie jest oglądać stream kogoś, kto pije alkohol. Co wydarzy się dalej – czy przyjedzie na dzisiejszym streamie policja z mandatem za zakłócanie ciszy nocnej? Czy może będzie tylko wyzywanie się nawzajem z członkami rodziny, albo wymiotowanie po alkoholu? Co ciekawe takie osoby też otrzymują dotacje od swoich widzów, którzy wysyłają je, przeważnie dla żartu. Jest to zdobywanie popularności wszystkimi możliwymi sposobami. Do czego to prowadzi? Do tego, że masa osób ogląda człowieka, pokazującego na żywo swoją własną patologię. To celowe tworzenie czegoś, co ma być prowokujące, przekraczające granice, których jeszcze nie przekroczone, ale tego typu rzeczy dzieją się, i niestety, osiągają duże zainteresowanie.

25. YouTube sposobem na wyrażanie sztuki

YouTube jest miejscem, gdzie tworzą się nowe rodzaje sztuki. Jak interesująco można mówić o prostych, codziennych rzeczach można przekonać się u Poppy⁶³. Ciężko nie zgodzić się po zapoznaniu z jej twórczością, że jest to pewnego rodzaju sztuka. Poppy

⁶³ <https://www.youtube.com/user/thatPoppyTV> (29.04.2017).

stosuje często prosty przekaz związany z tematami dotyczącymi nas wszystkich. Towarzyszy temu niezmiennie białe tło, i charakterystyczna, interesująca muzyka, zwiększająca wrażenie wyjątkowości. Na uwagę zasługuje sam wygląd głównej bohaterki filmów i jej zachowanie, a także sposób jej mówienia. Poppy nie wychodzi ze swojej postaci, którą odtwarza, nawet w wywiadach, ciągle zachowując tajemniczość. Jej wizerunek na YouTube jest niepowtarzalny, co przyciąga duże grono odbiorców. Większość jej filmów jest bardzo krótkich, nieprzekraczających minuty. Poza tymi filmami są również piosenki i teledyski. YouTube stał się dla jej tajemniczego stylu sposobem na wyrażenie i realizację kreatywnego pomysłu, cieszącego się zainteresowaniem wielu ludzi.

Co najlepiej przyciąga ludzi oglądających filmy? Odpowiedzi jest tak wiele, jak i gustów odbiorców, ale niektóre przykłady zdobytej internetowej popularności wykraczają ponad wszelkie przewidywania, wydając się nierealne. Kto chciałby słuchać niekonstruktywnie negatywnych a nawet wulgarnych wypowiedzi na swój własny temat? Okazuje się, że są takie osoby, i wcale nie jest to związane z ich rzekomymi problemami psychicznymi. Wierzę, że tak samo jak i sztuką może być przekaz pozytywny, tak samo może nią być przekaz negatywny, w który uwierzyło wielu Polaków, a był on jedynie prowokacją i diabelnie dobrą grą aktorską. Takim przykładem jest Testoviron, który przeszedł do kanonu polskich hitów internetowych stając się nieśmiertelną postacią na wyśmiewaniu nas samych – Polaków. Niektórych doprowadzał on do szewskiej pasji, grając na naszych emocjach. Pewni ludzie, którzy wierzyli w jego słowa, mieli zamiar zgłaszać Testovirona do prokuratury za jego skrajne wypowiedzi skierowane w stronę Polaków. Wydawać się może to dziwne, ale właśnie to jego postawa, jego sposób mówienia czy wymyślane przez niego teksty, na czele z porywcznością oraz często naprawdę zabawnym zachowaniem dały tej postaci duży, ogólnopolski rozgłos. Sposób bycia Testovirona był tak dobrze wykreowany przez osobę, która go wymyśliła, że ciężko było uwierzyć, że w normalnych sytuacjach wcale nie zachowuje się on w ten sposób. W pierwszej kolejności wywoływał on zdenerwowanie u Polaków, które przerodziło się w docenienie dobrej parodii i satyry dotyczącej między innymi stereotypów o Polakach.

„Kraina Grzybów⁶⁴” może być kolejnym przykładem sztuki tworzonej na YouTube. Filmy z tej serii intrygują, wprowadzają w niepewność i są niejednoznaczne. Specjalnie stworzona muzyka, oprawa nawiązująca do programów telewizyjnych z lat 80-tych i brak wyjaśnień, z otwartym polem do interpretacji. Projekt jest bardzo ciekawym przykładem kreatywnego wykorzystania medium, jakim jest YouTube w Polsce. Udało się stworzyć coś niepowtarzalnego. Kawał artystycznego cuda, coś z niesamowicie niepowtarzalną wizją, do tego sposób rozpowszechniania i utworzenie znaczeniowej zagadki, którą ludzie naprawdę żyli. „Kraina Grzybów” jest warta analiz, dla przykładu wykorzystania współczesnych form przekazu, jako narzędzia do kreowania nowego wymiaru odbioru sztuki.

26. Popularność przez przypadek?

Ciekawym jest fenomen dziewczyny, która nagrywa film bez intencji zdobycia szerokiej światowej popularności. Los jednak chciał inaczej, i zainteresowanie oraz popularność, jakie osiągnęła, stały się szansą dla tej dziewczyny na kontynuowanie nagrywania filmów. Mowa o Boxxy⁶⁵, która oczarowała odbiorców swoim nietypowym,

⁶⁴ <https://www.youtube.com/user/krainagrzybowtv> (02.05.2017).

⁶⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=Yavx9yxTrsw&t> (03.05.2017).

aktywnym zachowaniem na filmie. Stała się ona nieśmiertelnym memem internetowym, szybko uzyskując milionowe wyświetlenia. Innym przykładem nagłej popularności może być „Chocolate Rain⁶⁶”, czyli piosenka, dzięki której jej autor stał się znany na skalę na tyle szeroką, że umożliwiło mu to występ w America's Got Talent. Dzięki tej piosence w ciągu miesiąca awansował ze zwykłego studenta na osobę rozpoznawalną i pokazywaną w telewizji. Dla kolejnego przykładu, film „Leave Britney alone⁶⁷” przez 2 godziny został obejrzany aż 2 miliony razy. Jego autor był potem zapraszany do amerykańskich show telewizyjnych, zaczęły pojawiać się nawet reklamy bazujące na tym filmie i wykorzystujące nagłą i intensywną popularność jego wizerunku. Chris Crocker, autor tego filmu, zaczął sam nagrywać własne piosenki, korzystając z zainteresowania własną osobą. Sprawy potoczyły się tak daleko, że dostał nawet rolę w filmie. Reuploady jego filmów ciągle można znaleźć w sieci.

⁶⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=EwTZ2xpQwpA> (06.05.2017).

⁶⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=EqfTLgHbhxs> (08.05.2017).

Zakończenie

Uczestnictwo w kulturze nigdy nie było tak szeroko i ogólnodostępne, jednocześnie oferując możliwość dotarcia do szerokiego grona osób przez kogokolwiek z nadawców. Mamy do dyspozycji miejsce, które różni się od wszystkich poprzednich mediów i sposobu ich odbioru, jednocześnie zachowując pewne ich elementy. Ten nowy obszar nie jest ani teatrem, ani kinem czy książką, jest czymś innym. Umożliwia inne możliwości i działa na nowych zasadach, ciągle rozwijając się w dynamiczny, często nieprzewidywalny sposób.

Rozwój YouTube'a dał możliwość pojawienia się nowych osób uczestniczących w nowej społeczności, a nawet żyjących i utrzymujących się właśnie z przekazu video na tej stronie. Odkryto twórczość wielu przeciętnych i nieznanych osób, które spodobały się publiczności, a ich życie zmieniło się drastycznie. To właśnie dzięki YouTube'owi mogli zaistnieć w przestrzeni medialnej, mając duży wpływ na swoich odbiorców i zrzeszając własne społeczności widzów. Telewizja straciła swoje dotychczasowe znaczenie, a reklamy największych korporacji coraz częściej goszczą nowych celebrytów. Nowe pokolenie celebrytów to osoby ze świeżymi twarzami, które są często nieznanymi dla niewtajemniczonego starszego pokolenia, nieprzyzwyczajonego do korzystania z YouTube.

Ludzie tworzący i budujący YouTube są często jednocześnie reżyserami, scenarzystami oraz aktorami⁶⁸. Tworzą dużą ilość filmów, w których trafiają się prawdziwe perełki, jednak ciągle są one pomijane w kategoriach oscarowych, biorących pod uwagę jedynie oficjalne produkcje. Ten, kto kontroluje media, kontroluje też społeczeństwo, jednak dzisiejsze media, między innymi dzięki YouTube, stają się tak rozdrobnione, że coraz trudniejsza wydaje się być też ich kontrola.

YouTube już stał się swojego rodzaju globalną biblioteką filmów video, zasobem większym, niż jakikolwiek inny, a powodem, dla którego ludzie kochają YouTube jest to, że jest darmowy, otwarty i wyraźnie widać tam autentyczność przekazywanej treści. Po raz pierwszy posiadamy tak obszerne i ogólnodostępne archiwum filmów video, a co za tym idzie – naszej kultury.

⁶⁸ Gonciarz K., „WebShows. Sekrety Wideo w Internecie” KG Tofu Media, Kraków 2012 (str 3-5)

Bibliografia

- Anderson C. „Za darmo” Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków 2011
- Benkler Y. „Bogactwo sieci: jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność” Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008
- Broxton T., Interian Y., Vaver J., Wattenhofer M. „Catching a viral video” Kluwer Academic Publishers, Hingham 2013
- Brugess J., Green J. „YouTube. Wideo online a kultura uczestnictwa” Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011
- Filiciak M. „Inny wymiar otwartości. Internetowa reprodukcja i redystrybucja treści kulturowych” Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011
- Gonciarz K. „WebShows. Sekrety Wideo w Internecie” KG Tofu Media, Kraków 2012
- Haridakis P., Hanson G., „Social Interaction and Co-Viewing With YouTube: Blending Mass Communication Reception and Social Connection” Journal of Broadcasting & Electronic Media, 2009
- Jason Y.C. Ho, Dempsey M. „Viral marketing: Motivations to forward online content” Journal of Business Research, 2010
- Jeziński M. „Nowe media a media tradycyjne: prasa, reklama, internet” Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2009
- Lange P.G. „Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube” Blackwell Publishing Inc, 2007
- Lessig L. „Wolna kultura” WSiP, Warszawa 2005
- Majorek M. „Kod YouTube. Od kultury partycypacji do kultury kreatywności”, Universitas, Kraków 2015
- Molyneaux H., O'Donnell, S., Gibson, K., Singer, J. „Exploring the Gender Divide on YouTube: An Analysis of the Creation and Reception of Vlogs” American Communication Journal, 2008.
- van Dijk J., „Społeczne aspekty nowych mediów, Analiza społeczeństwa sieci” Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010

Netografia

- https://www.youtube.com/channel/UCY_fyIMTLLOZgmkuUYo6JKw (21.03.2017).
- <https://www.youtube.com/user/tomaszkammel> (25.03.2017).
- <https://www.youtube.com/user/SzymonMajewskiSam/featured> (25.03.2017).
- <https://www.youtube.com/user/TheEllenShow> (01.04.2017).
- <https://www.youtube.com/user/Polimaty> (01.04.2017).
- <https://www.youtube.com/user/wybuchajacebeczki> (02.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=JgFaWRmLlew> (03.04.2017).
- <http://oodle.io/blog/youtube-vs-tv/> (03.04.2017).
- <https://blogs.wsj.com/cmo/2015/07/24/this-chart-shows-why-comcast-would-be-interested-in-vice-media-and-buzzfeed/> (03.04.2017).
- <https://youtube.googleblog.com/2017/02/you-know-whats-cool-billion-hours.html>
- <https://fortunelords.com/youtube-statistics/> (03.04.2017).
- <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/thats-already-happened-googles-eric-schmidt-says-youtube-has-already-overtaken-traditional-tv-8601048.html> (04.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw> (05.04.2017).
- <https://www.youtube.com/channel/UCura5JPb8QkzXrMfAxq4Ssw> (05.04.2017).
- <https://www.youtube.com/user/RockAlone2k> (06.04.2017).
- <https://www.youtube.com/user/ROJOV13> (06.04.2017).
- <https://www.theguardian.com/media/2016/apr/20/google-youtube-ads-tv> (06.04.2017).
- <http://www.bn.org.pl/download/document/1459845698.pdf> (str. 4) (07.04.2017).
- <https://www.youtube.com/user/5SposobowNa> (09.04.2017).
- <https://www.youtube.com/user/CrazyRussianHacker> (09.04.2017).
- <http://dyx.pl/virale-co-to-wlasciwie-jest/> (09.04.2017).
- https://www.youtube.com/watch?v=BRnwM2xo_-A (09.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=t8lnCA8PHJM> (10.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=tvbyY7oMT2E> (10.04.2017).
- <https://www.youtube.com/user/Media2000Corp> (10.04.2017).
- <https://www.youtube.com/user/podziemnaTV> (11.04.2017).
- <https://www.youtube.com/channel/UCdfRZ1u4b1pT68er47tb5vA> (13.04.2017).
- https://www.youtube.com/watch?v=BvxavR_KCsE (13.04.2017).
- <http://www.mediafun.pl/test-tatara-warty-150-tysiecy-zlotych-czyli-kocham-gotowac-kontra-sokolow/> (13.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=zvofk1MzS7E> (13.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=bxW4M3aY7Gg> (15.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=C5vQVZs0jFc&spfreload=1> (15.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=NwbAAa6CR4c> (16.04.2017).
- <https://www.youtube.com/user/bankowo1?hl=pl&gl=PL> (16.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=VrDWY6C1178> (18.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=T1vW8YDDCSc> (18.04.2017).
- <http://pej.cz/Gracz-zostal-usuniety-z-serwisu-Twitch-za-udawanie-niepełnosprawności-WIDEO-a6208> (18.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=xLIqyVsUnuk> (19.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=HoUXt6pVeQ8&t> (20.04.2017).
- <http://noizz.pl/big-stories/kulisy-kampanii-polskichlopak-reserved/g4pmjd1> (20.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=73P9STckPLw> (20.04.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=-MqnE7TPcRw> (20.04.2017).
- <https://www.wired.com/2015/12/psychology-of-clickbait/> (22.04.2017).

<http://nativeadvertising.com/the-true-cost-of-clickbait/> (22.04.2017).
<https://player.pl/programy-online/superwizjer-odcinki,337/odcinek-1071,hejt-ktory-niszczy-zycie,S00E1071,61227.html> (23.04.2017).
<http://stayfly.pl/2016/07/8-youtuberow-ktorzy-poszerza-twoje-horyzonty/> (25.04.2017).
<https://www.youtube.com/user/TEDxTalks> (25.04.2017).
https://www.youtube.com/channel/UCv9wKjBogC5AVG54s_Imn0A (25.04.2017).
https://www.youtube.com/channel/UC_7PqixGIe-jjoHKMPYpGA (26.04.2017).
<https://www.youtube.com/watch?v=YoB8t0B4jx4> (26.04.2017).
<https://www.youtube.com/watch?v=X8vcwU11l3U> (27.04.2017).
<https://www.youtube.com/user/TheEllenShow> (29.04.2017).
<https://www.youtube.com/watch?v=vPKX4blYuvc> (29.04.2017).
<http://internet-map.net/> (29.04.2017).
<https://www.youtube.com/user/thatPoppyTV> (29.04.2017).
<https://www.youtube.com/user/krainagrzybowtv> (02.05.2017).
<https://www.youtube.com/watch?v=Yavx9yxTrsw&t> (03.05.2017).
<https://www.youtube.com/watch?v=EwTZ2xpQwpA> (06.05.2017).
<https://www.youtube.com/watch?v=EqfTLgHbhxs> (08.05.2017).