

STOPKA REDAKCYJNA

Tytuł:

„Świat YouTube”

Tytuł serii:

Media mobilne – nowe wyzwania

Autorki:

Kim Beck (Handysektor, mecodia)

Franziska Hahn

Stefanie Rack (klicksafe)

Wydanie 1., grudzień 2019

Wydanie polskie, wrzesień 2020

Redakcja:

Dirk Diemer

Wersja polska:

Stefanie Fächner

Diana Jankowiak

Anna Czołnik

Maciej Kępk

Szymon Wójcik

Wydawca:

klicksafe to niemieckie Centrum Zwiększania Świadomości w ramach programu Unii Europejskiej CEF Telecom.

Program klicksafe wdrażają wspólnie Centrala ds. mediów i komunikacji kraju związkowego Nadrenia-Palatynat (Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz, w skrócie LMK) oraz Urząd ds. regulacji mediów Nadrenii Północnej-Westfalii (LfM).

Wydawca polski:

Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę

W ramach Polskiego Centrum Programu Safer Internet

Koordinacja po stronie klicksafe:

Birgit Kimmel i Deborah Woldemichael, LMK

Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską, <http://ec.europa.eu/digital-agenda/self-regulation-better-internet-kids>. Odpowiedzialność za niniejszą publikację ponosi wyłącznie jej wydawca. Unia Europejska nie odpowiada za wykorzystanie przedstawionych w tej publikacji informacji.

Handysektor to niezależny punkt kontaktowy w sprawach dotyczących cyfrowej codzienności młodych ludzi. Strona internetowa Handysektora to wspólny projekt urzędu ds. regulacji mediów Nadrenii Północnej-Westfalii oraz Południowo-zachodniego Instytutu Badań nad Pedagogiką i Mediami (mpfs). Projekt koordynuje Florian Beutenmüller (mecodia GmbH).

Osoby odpowiedzialne w świetle prawa prasowego:

Ze strony klicksafe: Birgit Kimmel

Ze strony Handysektora: Mechthild Appelhoff, Thomas Rathgeb (mpfs)

Adresy do korespondencji:

klicksafe

c/o Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK)

Rheinland-Pfalz

Dyrektor: Dr. Marc Jan Eumann Turmstraße 10

67059 Ludwigshafen

Tel.: +49 621 5202-271

E-mail: info@klicksafe.de

www.klicksafe.de

Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę

ul. Mazowiecka 12/25

00-048 Warszawa

biuro@fdcs.pl

www.fdds.pl



Niniejsze opracowanie jest objęte licencją Creative-Commons Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne 4.0, co oznacza, że dozwolone jest niekomercyjne użycie i rozpowszechnianie materiału wraz z podaniem klicksafe i strony internetowej www.klicksafe.de jako źródła. W przypadku chęci uzyskania pozwoleń wykraczających poza licencję możliwe są odrębne uzgodnienia z klicksafe. W tym celu prosimy o kontakt z info@klicksafe.de.

Więcej informacji można uzyskać na stronie:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Wskazujemy, że mimo starannego opracowania informacji znajdujących się w niniejszym module nie obejmuje gwarancja, a odpowiedzialność cywilna autorów jest wykluczona.

Układ graficzny i projekt okładki:

Publik. Agentur für Kommunikation GmbH, 67061 Ludwigshafen

Lektorat:

Dirk Diemer

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE

- 4 Youtube – lider wśród platform rozrywkowych

JAK MŁODZIEŻ KORZYSTA Z YOUTUBE

- 6 Korzystanie bierne, a nie aktywne – YouTube jako współczesna telewizja
- 6 YouTube – platforma nie dla dzieci
- 7 Jak YouTube wciąga
- 9 Pranki, czelendże i haul – popularne rodzaje i formaty filmów na YouTube
- 10 Gwiazdy pokolenia Z
- 12 Jednostronność i szkodliwa norma? Problematyczne pokazywanie cielesności
- 12 Kobiety są emocjonalne, a mężczyźni to eksperci: powtarzanie stereotypów na temat płci
- 12 Płaska ziemia i wielka wymiana poglądów – teorie spiskowe i ekstremizm
- 12 Niepohamowana konsumpcja
- 13 Hejt w komentarzach i armie na YouTube

CHCĘ ZOSTAĆ GWIAZDĄ YOUTUBE – ZAWÓD MARZEŃ: YOUTUBER

- 14 YouTube jako biznes: sieci influencerów
- 16 Kasa na YouTube: modele monetyzacji
- 17 Współpraca i reklamy, kody rabatowe

„WIEM O TYM Z YOUTUBE” – YOUTUBE JAKO ŹRÓDŁO INFORMACJI

- 19 YouTube jako wyszukiwarka
- 19 Nauka na YouTube

PROJEKTY

- 20 Przegląd projektów
- 21 Projekt nr 1: YouTube i ty
- 25 Projekt nr 2: Influencing you?!
- 29 Projekt nr 3: Chcę zostać gwiazdą YouTube!
- 34 Projekt nr 4: Nasz własny film edukacyjny

WPROWADZENIE YOUTUBE – LIDER WŚRÓD PLATFORM ROZRYWKOWYCH

Jak pokazało reprezentatywne badanie aktywności młodzieży w internecie z 2019¹ roku, oglądanie krótkich filmów na YouTube to druga najpopularniejsza aktywność wśród polskich nastolatków w wieku od 12 do 17 lat. Codziennie lub prawie codziennie filmy ogląda 72% młodzieży jest to zatem nieodłączna część cyfrowej kultury młodych. Platforma daje nastolatkom możliwość oglądania tych filmików, na które akurat mają ochotę, w dowolnym miejscu i czasie. Oferuje również bardzo zróżnicowane treści, które można oglądać z przeróżnych powodów. Można tu znaleźć rozrywkę, informacje, najnowsze trendy, można się czegoś nauczyć lub podglądać życie gwiazd.

Platforma finansowana jest z reklam i od czasu powstania w 2005 roku wykreowała wiele gwiazd. Nie jest tajemnicą, że YouTuberzy i YouTuberki, którzy odniosą sukces, są w stanie zarabiać na swoich filmikach bardzo duże pieniądze. Co minutę na platformie publikuje się około 400 godzin nowych materiałów filmowych, a liczba aktywnych użytkowników YouTube wynosi ponad miliard². Większość gwiazd internetu jest aktywna także na Youtube.

YouTube stanowi więc nieodłączną część codzienności młodzieży. Dlatego tak ważne jest poszerzanie wiedzy o powiązanych z nim zjawiskach, uczenie nastolatków krytycznego podejścia do mediów i zachęcanie ich do analizy mechanizmów, uczestników i treści w ich ulubionym serwisie internetowym. By zrozumieć, jak ta platforma funkcjonuje i jak dobierane są proponowane filmy, trzeba też zastanowić się nad modelami biznesowymi największych gwiazd YouTube i nad tym, jak mogą wywierać wpływ na młodzież. W badaniu 60% respondentów w wieku od 12 do 19 lat wyraziło chęć krytycznej analizy YouTube³.

Warto też zachęcać młodych ludzi do odkrywania nieznanych im dotąd treści, które mogą wpływać na nich pozytywnie zależnie od etapu rozwojowego, na którym każdy z nich się znajduje. Często bywa tak, że nastolatki znają tylko niektóre gatunki filmików i wybranych YouTuberów. Do kanałów i filmów o pozytywnym wpływie na młodzież można zaliczyć te związane z nauką. Mogą one stanowić uzupełnienie tematów omawianych na lekcjach. Ważne też, by nauczyciele znali funkcje YouTube i publikowane na tej platformie treści. Dzięki temu mogą nie tylko wzmacniać kompetencje medialne uczniów na YouTube, ale też sensownie wykorzystywać treści dydaktyczne z tej platformy na lekcjach. Dorosłym krzykliwy świat gwiazd YouTube może się często wydawać dziwny. Dlatego też kolejne strony tej publikacji służą zrozumieniu, dlaczego platforma tak fascynuje młodzież.

YouTube niesie z sobą wiele szans, ale jest też źródłem zagrożeń. W związku z tym chcemy zwrócić uwagę na negatywne aspekty tej platformy, takie jak zachęcanie do niepożądanej konsumpcji, wpływ reklamy czy niepożądane wzorce w kontekście kształtowania opinii, postrzegania ciała i norm społecznych. Zajrzyjmy razem do „Świata YouTube”!

¹ Źródło: *Problematyczne używanie internetu przez dzieci i młodzież*, Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, Warszawa 2019, Link: <https://fdps.pl/wp-content/uploads/2020/01/Problematyczne-u%C5%BCywanie-internetu-przez-m%C5%82odzie%C5%BC-Raport-z-bada%C5%84.pdf>

² Źródło: YouTube, 2019, Link: <https://tinyurl.com/yy2fqlb5>

³ Źródło: *Rada Kształcenia Kulturowego (Rat für Kulturelle Bildung e.V.)*, 2019, s. 34. Link: <https://tinyurl.com/y4rl3jfe>

JAK NASTOLATKI KORZYSTAJĄ Z YOUTUBE

Na smartfonie, tablecie, laptopie czy komputerze stacjonarnym — YouTube stanowi nieodłączną część codzienności nastolatków. W badaniu JIM z 2018 roku 60% respondentów w wieku od 12 do 19 lat wskazało, że co najmniej kilkakrotnie w tygodniu oglądają filmiki na YouTube⁴.

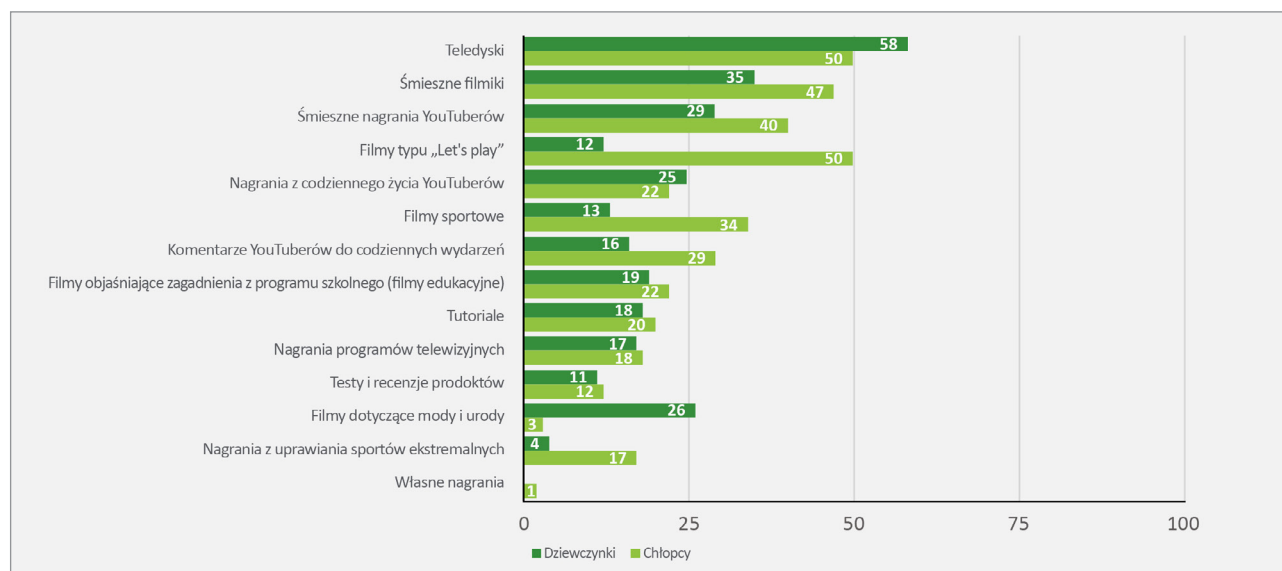
Młodzi ludzie najczęściej oglądają teledyski (54%). Na drugim miejscu wśród najpopularniejszych treści znalazła się kategoria „zabawnych filmików” (41%), a zaraz za nią „filmiki komediowe publikowane przez YouTuberów” (35 %). Na miejscu czwartym, na którym znalazły się tzw. filmiki *let's play* (pokazujące rozgrywki w grach komputerowych lub na konsoli), widać wyraźną różnicę między chłopcami a dziewczętami. Połowa chłopców ogląda tego typu filmiki co najmniej kilka razy w tygodniu. Tak często filmy te ogląda jedynie 12% dziewcząt. Filmy o sporcie i takie, w których

Projekt klasowy nr 1

W projekcie nr 1 „YouTube i ty” uczniowie zastanawiają się nad swoim podejściem do YouTube. Ankieta służy zebraniu informacji o związanych z YouTube zwyczajach, preferencjach i problemach uczniów z danej klasy. W ćwiczeniu dodatkowym uczniowie mogą przygotować listę ulubionych gwiazd YouTube.

YouTuberzy opowiadają o aktualnych wydarzeniach również są istotniejsze dla chłopców. Z kolei filmiki o modzie i urodzie ogląda co najmniej kilka razy w tygodniu 26% dziewcząt, w porównaniu z zaledwie 3% chłopców⁵.

Korzystanie z YouTube 2018 – treści oglądane codziennie/kilka razy w tygodniu



Różnice w korzystaniu z YouTube przez chłopców i dziewczęta.

Źródło: Badanie JIM 2018, s. 50

⁴ Źródło: Południowo-zachodni Instytut Badań nad Pedagogiką i Mediami (mpfs), Badanie JIM 2019, s. 47. Link: <https://tinyurl.com/y8pubcbq>

⁵ Źródło: Południowo-zachodni Instytut Badań nad Pedagogiką i Mediami (mpfs), Badanie JIM 2019, s. 50. Link: <https://tinyurl.com/y8pubcbq>

Biernie, a nie aktywnie – YouTube jako współczesna telewizja

Choć założenie własnego kanału i publikowanie własnych filmów na YouTube nie stanowiłoby pewnie dużego wyzwania dla wielu nastolatków, to 92% z nich taka aktywność nie jest potrzebna – nigdy nic nie publikują. Regularne publikowanie na platformie to wciąż rzadkość – robi to tylko około 1%. Uczniowie i uczennice, których o powody pytała organizacja Handysektor, wskazują m.in. na to, że montowanie filmów jest zbyt czasochłonne i że wolą oglądać filmy, zamiast je tworzyć. Jednym z innych ważnych powodów jest też ochrona sfery prywatnej.

„Nie chcę przecież, żeby cały świat oglądał filmy z moim udziałem”.

(Uczeń 8. klasy)

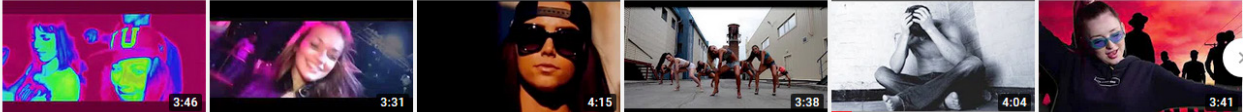
YouTube – platforma nie dla dzieci

By zarejestrować się na YouTube i aktywnie korzystać z platformy (wrzucać filmy, zgłaszać komentarze i treści itp.), trzeba mieć konto Google i przekroczyć określoną granicę wieku⁶. W Polsce korzystanie z usług Google dozwolone jest od 16. roku życia. Dla młodszych dzieci (powyżej 13. roku życia) rodzice mogą utworzyć konto Google

i zarządzać nim przez aplikację Family Link. Jeżeli rodzice nie dodadzą aplikacji YouTube lub strony youtube.com do zablokowanych w ustawieniach w Family Link, uznaje się, że wyrażają zgodę na korzystanie z platformy przez dziecko. W tej samej aplikacji można też ustawić uprawnienia aplikacji YouTube, takie jak dostęp do kamery. Po osiągnięciu wymaganego wieku dziecko może samodzielnie zarządzać swoim kontem. Młodszym dzieciom zaleca się aplikację YouTube Kids, w której dostępne są tylko treści odpowiednie dla najmłodszych. W Family Link można też zmienić ustawienia prywatności dla YouTube Kids⁷. Z YouTube można również korzystać bez rejestrowania się na platformie za pomocą konta Google. W takim przypadku z zasady dzieci i młodzież do 18. roku życia potrzebują zgody rodziców lub opiekunów. YouTube prosi, by przeczytać warunki korzystania z platformy wraz z rodzicami, ale nie kontroluje, czy tak się stało⁸.

Ograniczenia dotyczące wieku użytkowników są bardzo zasadne, ponieważ na platformie znajdują się nie tylko nieszkodliwe filmiki, ale też treści, które są nieodpowiednie dla młodszych grup wiekowych. Mogą to być filmy promujące postawy seksistowskie, zażywanie narkotyków i szkodliwe spożywanie alkoholu.

Popularne filmy ▶ ODTWÓRZ WSZYSTKIE



Tytuł	Wyświetlenia	Czas
Cypis - Biała Mewa	28 mln wyświetleń	3:46
Cypis - Mamy Moc	20 mln wyświetleń	3:31
Cypis/Kamień/Kaczmi - Cudowna jest (Prod.Floras)	17 mln wyświetleń	4:15
Cypis/Gospel/Kamień/Kaczmi - Kanikuleczki...	14 mln wyświetleń	3:38
Cypis - Gdzie jest biały węgorz ? (Zejsście)	12 mln wyświetleń	4:04
Cypis/Marta Linkiewicz - Wesoly Autokar (Prod.Floras)	11 mln wyświetleń	3:41

Na kanale Cypisolo można znaleźć można piosenki, które promują zażywanie narkotyków i przedmiotowe traktowanie kobiet

⁶ Źródło: <https://support.google.com/accounts/answer/1350409>, stan na dzień: 05.08.2019

⁷ Źródło: <https://support.google.com/youtubekids/answer/7348644?hl=de>, stan na dzień: 05.08.2019

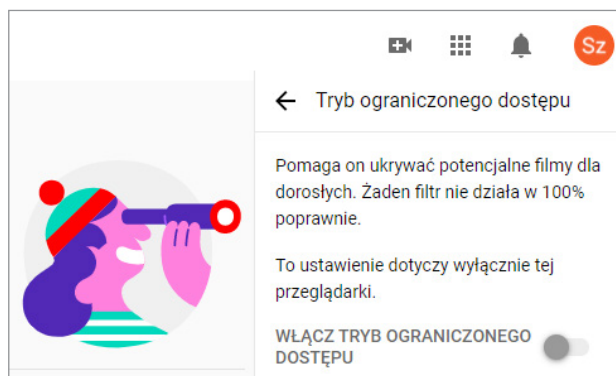
⁸ Źródło: <https://www.youtube.com/t/terms>, stan na dzień: 22.07.2019

Mogą to być też filmy informacyjne, pokazujące na przykład doniesienia z obszarów ogarniętych wojną. Problem stanowią również filmy udające wideo dla dzieci, które dość szybko zmieniają się w treści nieodpowiednie dla tych grup wiekowych.

Na YouTube można też znaleźć wiele innych filmów, które mogą wywołać w dzieciach niepokój. Przykładem jest YouTuberka Seksmasterka, której filmy stanowią wypaczona formę edukacji seksualnej. Prowadząca Aniela Bogusz co prawda zamknęła kanał i skasowała filmy, ale nadal można je znaleźć na Youtube, ponieważ zostały pobrane, a następnie udostępnione przez innych użytkowników.

Google Family Link

Google Family Link to darmowa aplikacja, która pozwala rodzicom zarządzać usługami Google, z których korzysta ich dziecko. Musi ono mieć telefon z systemem Android, a rodzice do zarządzania usługami w aplikacji mogą korzystać z niej na telefonie z systemem Android lub iOS. W aplikacji rodzice mogą między innymi blokować i odblokowywać aplikacje i strony, wyznaczać godziny na korzystanie z usług oraz sprawdzić, gdzie znajduje się ich dziecko. Rodzice powinni omówić z dzieckiem, które z tych funkcji będą wykorzystywać. Ponadto ze względu na ochronę danych warto zmienić standardowe ustawienia zapisu historii wyszukiwania w YouTube na urządzeniach, z których korzysta dziecko.



Aktywacja „trybu ograniczonego dostępu” YouTube

Źródło: Zrzut ekranu na urządzeniu iOS

Usługa YouTube Kids odfiltrowuje tego typu treści i zapewnia większe bezpieczeństwo dzieciom. Ma jednak pewne luki. W celu ochrony dzieci można również przełączyć profil użytkownika YouTube w „tryb ograniczonego dostępu”: Wtedy nie wyświetlają się treści potencjalnie szkodliwe dla dzieci i młodzieży. Tryb ten trzeba osobno włączyć we wszystkich urządzeniach i we wszystkich przeglądarkach internetowych, w których korzystamy z YouTube. W aplikacji Family Link rodzice mogą w ustawieniach włączyć tryb z ograniczeniami. Wtedy dzieci nie mają możliwości samodzielnej zmiany ustawień na urządzeniach, na których logują się z użyciem tego konta. Trzeba jednak pamiętać, że nie ma filtrów, które dawałyby stuprocentowe bezpieczeństwo. Nastolatkom obchodzenie tego typu filtrów przychodzi szczególnie łatwo. Instrukcję jak to zrobić znajdą zresztą także na Youtube.

Jak YouTube wciąga

Algorytm YouTube na podstawie dotychczasowych preferencji użytkownika proponuje filmy do obejrzenia. Nie ma więc przypadku w tym, jakie filmy pokazują się na stronie startowej i w prawej kolumnie obok oglądanego właśnie filmu. Ten, kto chętnie ogląda śmieszne filmiki i zapisy z rozgrywek w grach wideo, temu YouTube będzie proponować podobne do nich filmiki⁹. Raczej nie pokażą mu się wartościowe filmy edukacyjne. Oprócz tego wysoki

⁹ Źródło: YouTube Creator Academy. Link: <http://tinyurl.com/yxpe7oyz>

stopień personalizacji profilu użytkownika może sprawić, że wytworzy się coś w rodzaju bańki informacyjnej, która sprawia, że pokazują nam się tylko te treści, które chętnie oglądamy, ale przez to nie uczymy się nic nowego i nie konfrontujemy z innymi poglądami. Poza tym spersonalizowane propozycje i inne mechanizmy zachęcają do



Ciumkaj loczki: PIEŁĘGNIARKI 4

626 tys. wyświetleń •
1 tydzień temu



Ciumkaj loczki: TRUDNE SPRAWY 40

758 tys. wyświetleń •
3 tygodnie temu

Nagłówki plus emoji: YouTuberzy i YouTuberki Youtuberzy wypracowali własny styl, który podoba się nastolatkom i motywuje do klikania.

Kontrola czasu przed ekranem

W mediach społecznościowych czas upływa niepostrzeżenie. W celu kontroli czasu przed ekranem smartfona można w ustawieniach aplikacji YouTube ustawić sobie przypomnienie o przerwie. Do tego pomocne są aplikacje takie jak Quality Time czy Cyfrowa Równowaga (od wersji 9 na urządzeniach z systemem Android Pie) czy też ustawienia „czas przed ekranem” na urządzeniach iPhone. Rodzice mogą też skorzystać z funkcji kontroli w aplikacji Google Family Link czy Screentime Parental Control na urządzeniach z iOS.

dalszego oglądania. Na przykład funkcja automatycznego odtwarzania sprawia, że zaraz po skończeniu jednego filmiku zaczyna się odtwarzać kolejny. Funkcję tę można wyłączyć, klikając w ustawienia w prawym dolnym rogu ramki filmu. Fakt, że kolejny ciekawy filmik już na nich czeka, sprawia, że nastolatkom nie tak łatwo oderwać się od YouTube. Innym wciągającym czynnikiem są tzw. clickbaity („przynęty do klikania”) na miniaturkach i w tytułach filmów. Ekscytujące nagłówki, na przykład „Ale szok! Zobacz, jak mój chłopak reaguje na wyznanie” i przesadna mimika na miniaturkach mają zachęcać młodych użytkowników do klikania i oglądania.

Czelendź, vlogi i tutoriale - popularne formaty filmów na YouTube

Na YouTube wyłoniła się grupa najpopularniejszych rodzajów i formatów filmów. W ramach każdego z nich znane są konkretne gwiazdy platformy. Należą do nich między innymi:

Pranki

Pranki polegają na nabijaniu się z ludzi i nagrywaniu ich przy tym ukrytą kamerą, jak w popularnych kiedyś programach telewizyjnych. Istnieją różne rodzaje pranków. Bardzo popularne są wśród par YouTuberów. Choć autorzy filmów zawsze przedstawiają pranki jako zabawne, to często polegają one na wyśmiewaniu poważnych tematów. Pranki mają sprawiać wrażenie autentycznych, ale często są ustawką.

Tutoriale

Tutoriale stanowią coś w rodzaju cyfrowych instrukcji majsterkowania. YouTuberzy i YouTuberki krok po kroku pokazują, jak coś zrobić. Istnieją tutoriale z najróżniejszych obszarów: od origami, przez ćwiczenia sportowe i wymyślną dekorację tortów, po instrukcje naprawy urządzeń AGD czy ominięcie programów kontroli rodzicielskiej. W formie tutorialu można też wyjaśniać tematy szkolne, na przykład rozwiązywanie równań krok po kroku.

Czelendź

W czelendźkach YouTuberzy mierzą się z przeróżnymi wyzwaniem. Takie czelendźki często stają się modne. Podejmują je nie tylko gwiazdy YouTube, ale też młodzi użytkownicy platformy, udostępniając później nagrania na YouTube i innych platformach społecznościowych. Popularność poszczególnych czelendźki jest zazwyczaj dość krótka. Co chwila pojawiają się nowe. W 2014 roku bardzo znane stało się wyzwanie „Ice Bucket Challenge”, w którym wzięło udział wiele gwiazd. Jednak niektóre czelendźki mogą być niebezpieczne, np. „Kiki do you love me Challenge” (w którym nastolatki tańczą obok jadących aut) czy „Bird Box Challenge” (w którym z zawiązanymi oczami wykonuje się codzienne czynności, takie jak przechodzenie przez ulicę; w nawiązaniu do thrillera „Bird Box”, pod polskim tytułem „Nie otwieraj oczu”). Warto zwrócić uwagę, że niebezpieczne czelendźki stanowią zdecydowaną mniejszość.

Vlogi (dzienniki wideo/follow me around („dzień ze mną”))

W ramach tego formatu YouTuberzy i YouTuberki wpuszczają fanów do swojego codziennego życia. Filmy tego typu mogą dotyczyć poszczególnych dni, wydarzeń albo dłuższego okresu, na przykład podróży. Vlogi i filmy typu „follow me around” kręci się często chybliwą kamerą. Zwykle zawierają one (pozornie) autentyczne sceny i sprawiają, że widz ma wrażenie, jakby brał udział w życiu danego YouTubera.

Let's Play

Filmy *let's play* to zapisy rozgrywek w gry komputerowe. Często obok ekranu komputera pokazana jest twarz gracza, na której można obserwować przeżywane w czasie gry emocje. W filmach *let's play* komentuje się gry, przekazuje wskazówki dotyczące przechodzenia misji, a gracze opowiadają o swoim życiu i rozmawiają ze znajomymi na czatach w grach online.

Haul

„Haul” (z ang. „połów”) polega na pokazywaniu dokonanych przez YouTubera czy YouTuberkę zakupów.



Popularny format na YouTube: w „haulach” pokazuje się zakupione produkty, na przykład z drogerii.

Pranki i czelendże jako temat lekcji

Pranki i czelendże są bardzo popularne wśród nastolatków. Większość pranków ma na celu publiczne wystawienie kogoś na pośmiewisko. Na lekcji porozmawiaj z uczniami o niesmacznych i problematycznych prankach i czelendżach (takich jak żart Sylwestra Wardęgi z filmu Boobsman, w którym łapał kobiety za piersi). Spróbuj zachęcić uczniów do wczucia się w sytuację danej osoby i do przyjęcia postawy empatycznej. Czelendże mogą również posłużyć za sensowny temat zajęć. Na lekcji wymyślcie kreatywny, zabawny i wymagający czelendź, a następnie podzielcie się nim z inną klasą lub całą szkołą. Inspiracje i propozycje znajdziesz na stronie.

Gwiazdy pokolenia Z¹⁰

Obecnie dla wielu nastolatków YouTuberzy i YouTuberki – od gwiazd filmików *let's play* przez guru urody po osoby nagrywające treści komediowe – są autorytetami. W badaniu przeprowadzonym przez Bitkom 36% respondentów w wieku od 10 do 18 lat wskazało, że ich idolami są gwiazdy YouTube¹¹. Tym samym znalazły się na drugim miejscu, zaraz po zespołach i gwiazdach muzyki (38%).

Kto jest autorytetem dla twoich uczniów?

Przeprowadź krótką ankietę. Ciekawe mogłoby być również porównanie autorytetów z przeszłości (np. sprzed 50 lat) z dzisiejszymi. Porozmawiajcie o tym, co wyróżnia autorytety.

Ponieważ nastolatki są w fazie intensywnego rozwoju, to stają przed wieloma wątpliwościami i szukają odpowiedzi na różne pytania. Znajdują je zarówno w życiu codziennym w kontakcie bezpośrednim z innymi ludźmi, jak i w mediach, np. u gwiazd muzyki czy YouTube.

Gwiazdy YouTube wywołują wrażenie dostępności. Wpuszczają fanów do swojego życia lub dzielą się wiedzą na temat gier czy makijażu. Zapewniają też młodym ludziom rozrywkę. Jednocześnie życie popularnych YouTuberów i YouTuberek jest zwykle bardziej ekscytujące niż życie ich fanów. Ucieleśniają więc to, co dla młodych widzów wydaje się życiem idealnym – są popularni, odnieśli sukces i wydaje się, że mogą większość czasu spędzać na swoim hobby, które stało się ich zawodem.

¹⁰ Pokolenie Z: Osoby urodzone w latach 1997-2012

¹¹ Źródło: bitkom, 2017, link: <https://tinyurl.com/jwpwkyu>

Jednocześnie w przeciwieństwie do gwiazd znanych głównie z mediów tradycyjnych sprawiają wrażenie naturalnych i dostępnych. Filmy znanych i lubianych gwiazd YouTube są bardzo osobiste. Ich fani często najbardziej chcą usłyszeć, co nowego u ich idola. Gwiazdy YouTube w swoich filmach dużo mówią o tym, co lubią – od gier, przez modę, po zwyczaje w związkach, dlatego ich młodzi fani często mają poczucie, że dobrze ich znają. W ten sposób młodzież nawiązuje jednostronne, „paraspołeczne” relacje z gwiazdami. Mimo sukcesu, który poznaje się po liczbie fanów, gwiazdy YouTube są dla nich jak przyjaciele.

„Jasne, że to nie są prawdziwi przyjaciele, w końcu nie znamy ich osobiście. Ale jak ktoś od dawna ich obserwuje, to dobrze ich zna”.

(Uczennica 7. klasy)

Widzowie chętnie też przyjmują bezpośrednie i pośrednie porady.

Dzieci gwiazdami YouTube?

Najmłodsze gwiazdy YouTube na świecie promowane ze względu na potencjał reklamowania produktów to często jeszcze dzieci. Przed kamerą te małe dzieci, często motywowane przez rodziców, rozpakowują zabawki (tzw. unboxing), wypróbują je, robią pokazy mody dziecięcej lub bawią się na swoich przyjęciach urodzinowych. Najczęściej nie zwraca się przy tym uwagi na prawo do ochrony prywatności. Wiele dzieci pokazuje się w bardzo intymnych sytuacjach, np. w piżamie przed snem. Bardzo popularne są też filmiki, w których dziecko oprowadza widzów po swoim pokoju. Rodzice nie mają kontroli nad tym, kto ogląda filmy pokazujące ich dzieci i na jakie inne portale te filmy później trafiają (np. w sieciach pedofilskich). Często nie docenia się również presji emocjonalnej, jaką kręcenie filmów może wywierać na dziecko.



Pileczki plastikowe dla dzieci Zabawna historia z...

3,3 mln wyświetleń • 1 rok temu

Na kanale *Baby's adventure* prezentowane są różnorodne zabawy z udziałem dzieci.

Źródło: Zrzut ekranu pokazujący kanał <https://www.youtube.com/c/babysadventure> i www.youtube.com/user/CuteBabyMiley/, z dnia 214.0809.20192020

Kobiety są emocjonalne, a mężczyźni to eksperci: powielanie stereotypów na temat płci

Jakie stereotypy widać w sposobie prezentowania się kobiet i mężczyzn na YouTube? Ten temat, a w szczególności autoprezentacja kobiet w mediach społecznościowych, był przedmiotem badania przedstawionego w styczniu 2019 roku przez fundację MaLisa¹². Okazało się, że YouTuberki, które osiągają sukces, w dużej mierze odpowiadają stereotypom na temat kobiet. Zajmują się przede wszystkim tematami, które uznaje się za kobiece, takimi jak uroda, jedzenie, moda czy związki. Mówią o bardzo osobistych i emocjonalnych tematach, a swoje działania często przedstawiają jako hobby. Te wnioski widać w cytacie z wypowiedzi jednej z YouTuberek: „*Im bardziej obrazowy stereotyp, tym chętniej użytkownicy klikają. To na pewno łatwiejsza droga. Oczywiście im bardziej przypominasz pewien ideał piękności lub spełniasz pewne oczekiwania, tym więcej pieniędzy zarabiasz. To niewiarygodne, jak głęboko w młodych widzach zakorzenione są stereotypowe role*” (Prommer et al., 2019, s. 7)¹³. Mężczyźni na YouTube zajmują się szerszym wachlarzem tematów: od rozrywki, przez edukację, po gry i sport. W porównaniu do YouTuberek YouTuberzy pokazują się raczej jako eksperci: 64% YouTuberów, którzy wzięli udział w badaniu Fundacji MaLisa, swoją działalność określa jako zawód, a nie hobby (badanie MaLisa, s. 5). W ten sposób najpopularniejsi YouTuberzy i YouTuberki powielają stereotypy na temat płci. Mniejsze spektrum aktywności kobiet na YouTube i niepokazywanie się jako ekspertki może być spowodowane wrogą atmosferą wobec kobiet w obszarach zdominowanych przez mężczyzn (takich jak *let's play*¹⁴) czy niższe zasięgi. Na YouTube są też jednak kanały, które przełamują stereotypy. Najczęściej takie kanały są jednak mniej popularne. Można więc wysnuć wnioski, że stereotypy dotyczące płci są wspierane przez strukturę platformy (np. algorytmy), oczekiwania widzów oraz źródła finansowania działalności YouTuberów i YouTuberek. Specyfiką polskiego Youtube jest wielka przewaga liczby męskich kanałów nad żeńskimi.

¹² Źródło: Fundacja MaLisa, 2019, link: <https://tinyurl.com/y3qzpjuo>

¹³ Źródło: Prommer et al., 2019, link: <https://tinyurl.com/y55jz2rt>

¹⁴ Źródło: taz online, 2019, link: www.taz.de/Sexismus-bei-Computerspielern/!5582240/

¹⁵ Źródło: Zeit Online, 2019, link: <https://tinyurl.com/y5sbyqdt>

Płaska ziemia i wielka wymiana poglądów – teorie spiskowe i ekstremizm

Na YouTube dostępne są kanały i filmy propagujące teorie spiskowe lub poglądy ekstremistyczne.

Często niełatwo na pierwszy rzut oka rozpoznać filmy zawierające opinie ekstremistyczne i rozpowszechniające teorie spiskowe, ponieważ są one nagrywane w sposób przystępny dla młodzieży. Często tego typu opinie wyrażane są „przy okazji”, np. na *filmie let's play*, podczas prezentacji gry. Rozpowszechnianie niebezpiecznych światopoglądów może stanowić duży problem, gdy chodzi o gracza cieszącego się dużym szacunkiem w środowisku gamerów i uznawanego za wiarygodne źródło wiedzy. Na YouTube popularność zdobywają przeróżne teorie spiskowe. Platformę krytykuje się na przykład za to, że w ostatnich latach wzrasta liczba ludzi, którzy wierzą, że ziemia jest płaska (tzw. „flat earthers”) Dla wielu pierwszym źródłem informacji jest w tym temacie YouTube. Algorytm YouTube podpowiada użytkownikom filmy o podobnej tematyce, przez co łatwo wpaść w bańkę informacyjną, którą tworzą filmy potwierdzające teorie spiskowe lub o tematyce ekstremistycznej. W ten sposób łatwo wzmocnić wiarę w słuszność własnego poglądu. YouTube podaje, że już w styczniu 2019 zmieniono algorytm tak, by „skrajne” treści pokazywały się rzadziej w podpowiadaniach¹⁵.

Konsumpcjonizm

Większość YouTuberów i YouTuberek na filmach ma na sobie nowe ubrania, korzysta z najnowszych urządzeń, gra w najnowsze gry i robi makijaż z użyciem kosmetycznych nowości. Konsumpcja jest na pierwszym planie nie tylko na filmach, które należą do gatunku „haul”. Podczas oglądania tutoriali makijażowych czy filmów *let's play* często w widzu rodzi się potrzeba posiadania pokazywanych produktów.



*Metamorfoza pokoju na jesień *HAUL ZAKUPOWY* – YouTuberka Nanami Chan prezentuje zakupione przedmioty służące do dekoracji jej pokoju.*

YouTuberzy i YouTuberki często nie kwestionują tej niekończącej się konsumpcji, a nawet celowo wprowadzają ją do swoich filmów, ponieważ promowanie produktów jest dla nich jednym z największych źródeł przychodów. W ten sposób nastolatki mogą uznać, że warto kupować i testować produkty, nie zastanawiając się nad skutkami nadmiernej konsumpcji. Problem ten wzmacniają reklama i lokowanie produktów na filmach gwiazd YouTube. Są jednak YouTuberzy i YouTuberki, którzy pokazują odmienne spojrzenie. Przekładem takiego kanału może być Ciut Więcej, gdzie podejmowane są tematy ograniczania konsumpcji i ekologii oraz kanał Everyday Hero.

Hejt w komentarzach i armie na YouTube

Jako osoby publiczne YouTuberzy i YouTuberki regularnie stykają się z wyjątkowo obraźliwymi komentarzami pod wideo. Niestety na porządku dziennym są również komentarze seksistowskie. Autorzy filmów różnie radzą sobie z tym tematem. Niektórzy omawiają w filmach hejt, z którym się spotkali, i wskazują na to, jak bezsensowne i nieprzemyślane są te komentarze. Organizowane są też kampanie, w których YouTuberzy i YouTuberki mówią o tym, jak krzywdzące mogą być tego typu komentarze i podpowiadają strategię radzenia sobie z nimi.

Jednak hejt w sekcji komentarzy często przenosi się na użytkowników, którzy wzajemnie się obrażają, np. dlatego że mają inne zdanie na temat filmu. Gwiazdy YouTube regularnie się też wyklócają (to tzw. dramy). Wtedy może się zdarzyć, że grupy fanów (tzw. armia) zostawiają obraźliwe komentarze i robią nagonkę na „przeciwnika” ich gwiazdy.

Projekt klasowy nr 2

W ramach projektu klasowego nr 2 „Influencing you?!” uczniowie uczą się podchodzić krytycznie do interesów lubianych przez nich gwiazd YouTube oraz kwestionować je. Mogą na przykład uczyć się rozpoznawać w filmach reklamę i lokowanie produktów. Częstym tematem są też postawy szowinistyczne i opinie wyrażane dlatego, że ktoś za to płaci.

CHCĘ ZOSTAĆ GWIAZDĄ YOUTUBE – ZAWÓD MARZEŃ: YOUTUBER

Już przedszkolaki naśladowują filmiki swoich ulubionych gwiazd YouTube. Dzieci i nastolatki coraz częściej mówią też, że chciałyby zostać w przyszłości YouTuberami¹⁶. Łątwo zrozumieć, że chcą naśladować swoich idoli, którzy mają (z pozoru) idealne życie. Zwykle jednak ich uwadze umyka to, jak wygląda zawód YouTubera poza kamerą. Gwiazdy YouTube nazywa się też influencerami mediów społecznościowych. Gdy zdobędą określoną liczbę fanów, odnoszą jednocześnie sukces biznesowy. By pokazać nastolatkom, jak w rzeczywistości wygląda praca influencera, warto porozmawiać z nimi o wysiłku, jaki trzeba w nią włożyć i o działaniach, które mają miejsce za kulisami YouTube.

Projekt klasowy nr 3

W projekcie „Chcę zostać gwiazdą YouTube” uczniowie biorą na warsztat zawód YouTubera, planując swój własny kanał. Jednocześnie dokonują krytycznej analizy czynników, które decydują o sukcesie na YouTube.

YouTube jako biznes: sieci influencerów

YouTuberzy i YouTuberki o dużych zasięgach zawierają najczęściej umowy z wielokanałowymi sieciami influencerów. Sieci takie wspierają gwiazdy YouTube w tworzeniu koncepcji i produkcji filmów, w nawiązywaniu kontaktów i współpracy z innymi gwiazdami YouTube i w sporach dotyczących własności intelektualnej. Poza tym negocjują w ich imieniu warunki współpracy i zlecenia reklamowe oraz zajmują się zapytaniem napływającymi od firm. Z reguły influencerzy dostają też w ramach takiej umowy menedżera. W zamian za to gwiazdy YouTube oddają takiej sieci część swoich przychodów. W tabeli pokazujemy przegląd najbardziej znanych sieci wielokanałowych.

Nie ma praktycznie gwiazd YouTube, które działałyby wyłącznie na tej platformie. W standardowym repertuarze influencerów znajdują się zwykle Instagram, TikTok, Facebook, Snapchat i Twitter. Na wszystkie te kanały trzeba regularnie – zwykle codziennie – tworzyć treści. Coraz bardziej na znaczeniu dla influencerów zyskuje Instagram. To tu najczęściej odbywają się współprace i lokowanie produktów. Na Instastory YouTuberzy dzielą się prywatnymi spostrzeżeniami, które często sprawiają wrażenie spontanicznych. W ten sposób Fani odnoszą wrażenie, że są blisko gwiazd i mogą je dobrze poznać w filmach na YouTube.

Nazwa agencji

TubeOne

Video Brothers sp. z o.o.

Gamellon

Znani influencerzy

SciFUn, Czuux, Izak

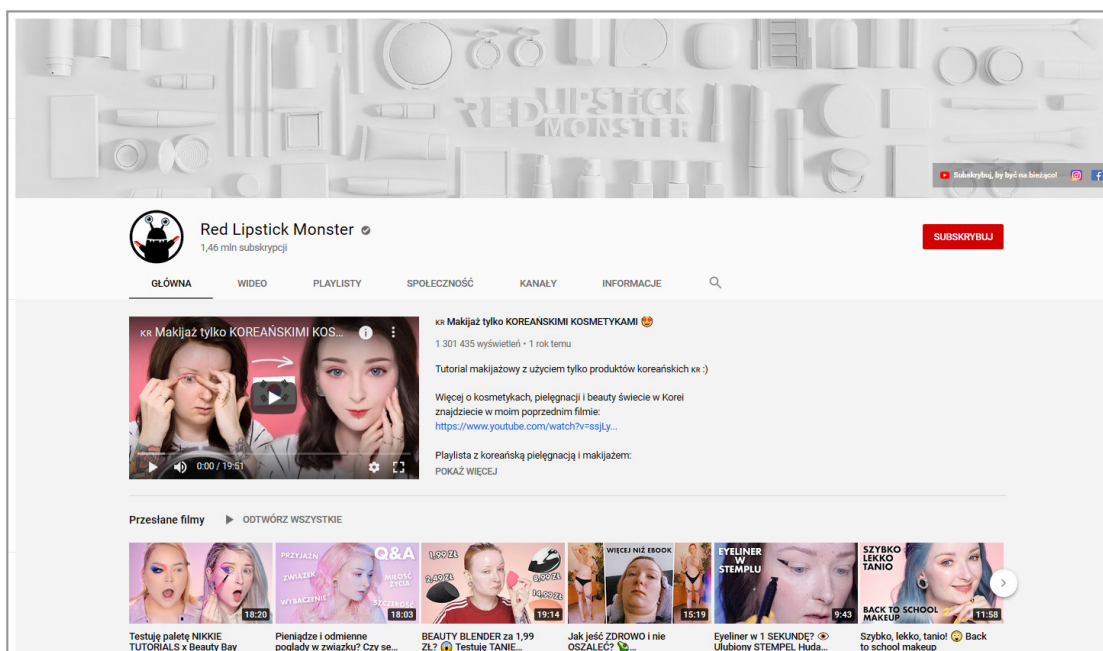
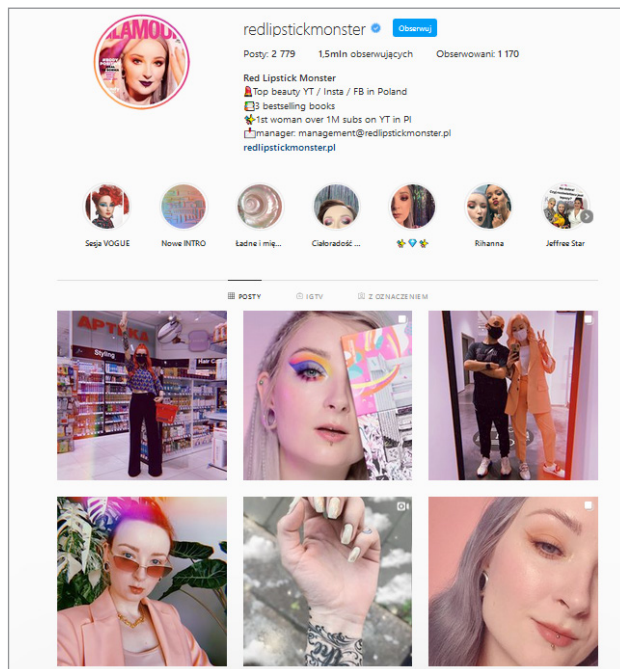
Przez świat na Fazie, Rafał Pacześ

Stuu, Karolek, Boxdel

¹⁶ Źródło: Badanie Bitkom 2017

link: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jung-digital-und-immer-online-Fuer-die-Generation-Z-gilt-mobile-first.html>

Tworzenie i publikowanie treści nie musi zajmować dużo czasu, warto jednak przyrzeć się coraz większej profesjonalizacji wszystkich tych kanałów. Do tego trzeba dużo sprzętu: YouTuberzy i YouTuberki mają zwykle wiele kamer, różne mikrofony, reflektory, statywy oraz oprogramowanie do obróbki zdjęć i filmów. Dzięki temu powstają wysokiej jakości filmy, kreatywne i profesjonalnie zmontowane klipy na TikToka oraz idealne zdjęcia na Instagram.



Influencerzy codziennie są aktywni na wielu kanałach. Warto zdać sobie sprawę z tego, jak dużego wysiłku to wymaga.
 Źródło: Zrzuty ekranu z YouTube, Instagrama i Facebook, zrobione 16.09.2020

Zarabianie na YouTube: modele monetaryzacji

Youtuberzy mogą zarabiać pieniądze na różne sposoby, takie jak:

- **Zarabianie na filmach**

Każdy, kto ma co najmniej 1000 subskrybentów może zacząć zarabiać na filmach. Wtedy przed filmem (lub też w trakcie, jeśli film jest dłuższy) pokazywane są krótkie reklamy. Im częściej wyświetlana jest reklama, tym więcej pieniędzy otrzyma YouTuber lub jego sieć.

- **Lokowanie produktów i reklama**

Przedsiębiorstwa płacą influencerom za lokowanie pojedynczych produktów lub za dłuższe współpracę. W zamian za to YouTuberzy pokazują produkty lub markę w filmach i w innych sieciach społecznościowych.

- **Własne produkty: sprzedaż**

Obecnie prawie wszyscy YouTuberzy sprzedają własne produkty, takie jak ubrania torby, czy kosmetyki.

- **Występy**

Firmy rezerwują czas influencerów i zapraszają ich do występowania na eventach, takich jak targi czy podpisywanie książek. Niektórzy YouTuberzy dywersyfikują działalność i tworzą muzykę, grają koncerty lub biorą udział w programach komediowych, które też z sukcesem promują na swoich kanałach.

KACZKA czyli drogi do Masterchefa część siódma | "Ni mom pojęcia co robię"

184 340 wyświetleń • 31 sie 2020



mietczynski ✓
776 tys. subskrypcji

Rejestracja Letyshops: <https://letyshops.app.link/mietczynski6>

Wtyczka do przeglądarki: <https://bit.ly/32Cc6pt>

Linki afiliacyjne w opisie filmu na kanale mietczynski

Współpraca i reklamy, kody rabatowe i linki afiliacyjne

Bardzo popularnym źródłem przychodów gwiazd YouTube jest współpraca z firmami i markami. Może ona być długoterminowa. Wtedy YouTuberzy i YouTuberki przez wiele miesięcy zwracają uwagę fanów na produkt lub wydarzenie i publikują wiele filmów na ten temat. Czasem współpraca ogranicza się do jednego filmu lub nawet jednego zdjęcia na Instagramie. Warto pamiętać, że lokowanie produktów może przybierać bardzo różne formy. Prezentowany produkt czy marka mogą być w centrum uwagi (na przykład podczas testowania kosmetyków czy gry w filmach *let's play*), lub też być częścią historii, o której jest film.

Influencerzy stają się też regularnie ambasadorami marki lub wprowadzają na rynek własne kolekcje dla niektórych marek. Można też zorientować się, kogo i co YouTuberzy reklamują, patrząc na linki w opisach do ich filmów na YouTube. To tam często znajdują się tzw. linki afiliacyjne (z ang. affiliate – być częścią, należeć). Linki te przekierowują użytkowników na strony sklepów online lub konkretnych produktów, których autor filmu używa lub które poleca w filmie. Za zakupy dokonane z użyciem linków gwiazdy YouTube otrzymują prowizję.

Na przykład gdy podczas czelendżu smartfon spada YouTuberowi na ziemię, ale ekran nie tłucze się dzięki reklamowanemu etui na telefon. Z zasady warunki współpracy – jak często, jak długo i na ile wyraźnie reklamowany produkt jest wspominany w filmach czy postach – szczegółowo reguluje umowa.

Reguły reklamy przez YouTuberów

Warto pamiętać, że YouTuberzy i YouTuberki nie zawsze trzymają się zasad, a także o tym, że wpływać na widzów można niezależnie od tego, czy dane treści zostaną oznaczone jako reklama lub lokowanie produktu. Dlatego tak ważne jest uwrażliwienie nastolatków na reklamę i nauczanie ich, jak ją rozróżnić. Można też omówić z uczniami kwestię tego, jaką rolę w ich życiu odgrywa konsumpcja (status, zaspokojenie potrzeb itd.) i jak ma się do pozostałych wartości.

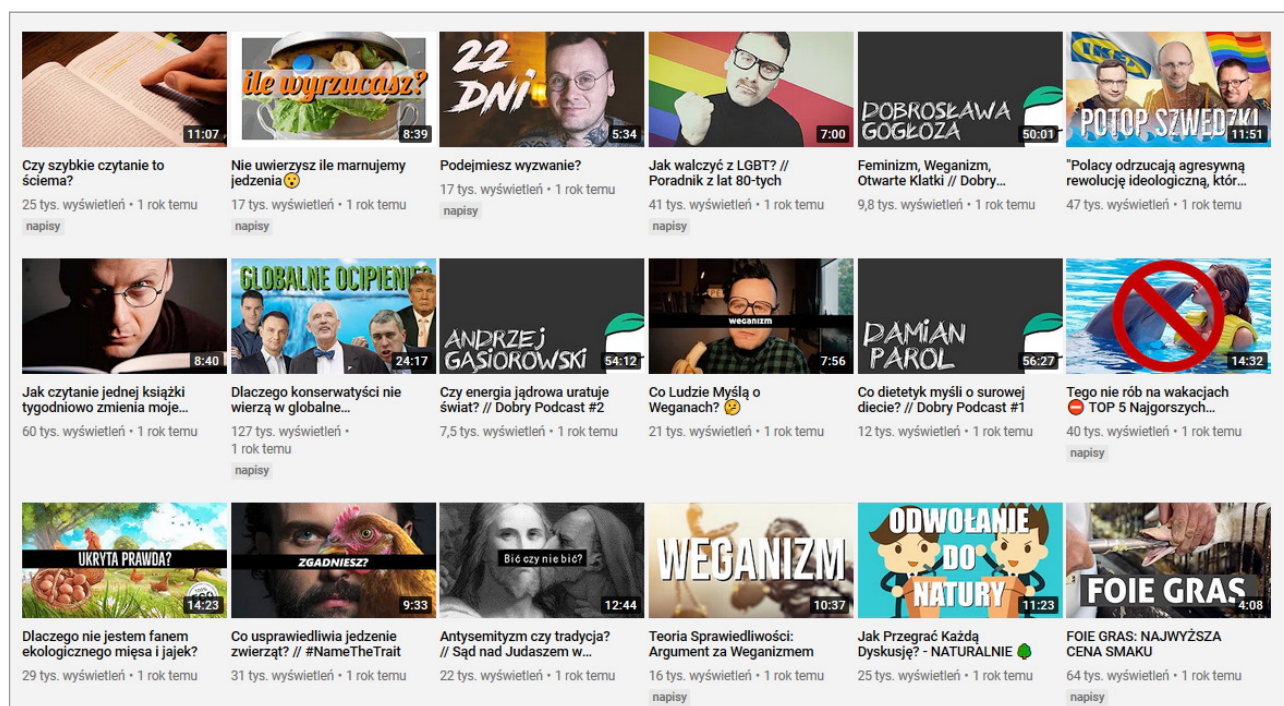
„WIEM O TYM Z YOUTUBE” – YOUTUBE JAKO ŹRÓDŁO INFORMACJI

Dorośli wiele filmików na YouTube odbierają jako dziwne, nieśmieszne i mało ekscytujące. Takie filmy trafiają jednak w gusta nastolatków i spełniają pewne potrzeby tej grupy docelowej. Może na przykład chodzić o to, by oderwać się od czegoś, wyłączyć myślenie i „wychillować”, albo po prostu o to, by się dobrze bawić.

„Oglądam YouTube po ciężkim dniu,
gdy chcę się zrelaksować,
albo gdy się nudzę”

(Uczennica 8. klasy).

YouTube może jednak dawać znacznie więcej niż tylko rozrywkę. Warto zrozumieć, że wielu nastolatków traktuje YouTube jako główne źródło informacji. Badanie „Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung. Horizont 2019” (z niem. „Młodzież/YouTube/Kształcenie kulturowe. Horyzont 2019”) przeprowadzone przez niem. Radę Kształcenia Kulturowego wykazało, że 47 % niemieckich nastolatków już teraz uważa YouTube za ważną lub bardzo ważną pomoc szkolną¹⁷.



Wiele kanałów na YouTube podejmuje tematy społeczno-polityczne, jak na przykład kanał Everyday Hero

Źródło: Zrzut ekranu z YouTube zrobiony 20.05.2019

¹⁷ Rada Kształcenia Kulturowego (Rat für Kulturelle Bildung e.V.), 2019, Link: <https://tinyurl.com/y4rl3fe>, s.28

YouTube jako wyszukiwarka

YouTube jest popularną wśród uczniów wyszukiwarką. Prawie wszystkie informacje, które można znaleźć w Google w formie tekstu mają swój odpowiednik w filmikach na YouTube. Format wideo nie tylko pozwala uniknąć czytania długich tekstów, ale ma też inne zalety. Prawie każdą dziedzinę da się na YouTube pokazać ciekawie i atrakcyjnie w formie krótkich filmików. Dzięki temu nastolatki mogą nie tylko znaleźć informacje o swoich hobby, ale też przybliżyć sobie tematy społeczno-polityczne.

„Dla mnie YouTube jest jak gazeta. Można na nim oglądać dokumenty, filmiki o nowych grach, o majsterkowaniu...”

(Uczeń 8. klasy)

Projekt klasowy nr 4

W projekcie nr 4 uczniowie przygotowują własny film edukacyjny i dzięki temu poznają kryteria, jakie powinny spełniać dobre filmy edukacyjne oraz warunki publikowania na platformie.

Nauka na YouTube

Na prawie każdy temat, z jakim uczniowie stykają się w szkole, da się odnaleźć filmiki na YouTube. Na platformie są kanały, które zajmują się omawianiem i obrazowym wyjaśnianiem tematów szkolnych oraz poszerzaniem wiedzy z danego zakresu. Uczniowie korzystają z takich kanałów, by nadrobić te treści, których nie zrozumieli w szkole lub by wspomóc się przy odrabianiu zadań domowych czy pogłębieniu wiedzy¹⁸. Ogromną zaletą YouTube jest to, że uczniowie mogą co chwilę zatrzymać film i oglądać od początku tyle razy, ile trzeba.

Łatwo też włączyć YouTube w lekcję. Filmiki z YouTube świetnie nadają się do podsumowania lub nakreślenia tematu z prawie każdego przedmiotu. Można na przykład pokazać ćwiczenia sportowe czy instalacje do eksperymentów na przyrodzie, korzystając z tutoriali.

Można też przeprowadzić z klasą projekt, w którym grupy uczniów nagrywałyby tutoriale i filmiki edukacyjne.

¹⁸ Rada Kształcenia Kulturowego (Rat für Kulturelle Bildung e.V.), 2019, Link: <https://tinyurl.com/y4lr3fe>, s.29

PRZEGLĄD PROJEKTÓW

	Projekt nr 1: YouTube i ty	Projekt nr 2: Influencing you?!	Projekt nr 3: Chcę zostać gwiazdą YouTube!	Projekt nr 4: Robimy filmik edukacyjny
Cele	Uczniowie porównują, jak korzystają z YouTube, wypełniając ankietę. Tworzą notkę biograficzną o swojej ulubionej gwiazdzie YouTube, by przedstawić ją klasie	Uczniowie zdobywają wiedzę na temat możliwości zarabiania na YouTube. Są w stanie krytycznie przeanalizować interes YouTuberek i YouTuberów i wyrazić wątpliwości.	Uczniowie zastanawiają się, jak wygląda zawód YouTubera/YouTuberki. Wskazują minusy takiej działalności i planują własny kanał.	Uczniowie spisują, jakie kryteria powinien spełniać dobry film edukacyjny. Tworzą własny film, który nada się do udostępnienia w szkole lub na YouTube.
Godziny lekcyjne	1–2	1–2	2	4–6
Metody	Burza mózgów na tablicy, galeria plakatów	“Cichy impuls”, ćwiczenie „Przyporządkuj” artykuł zadanie dodatkowe „Ja decyduję”	Rysunek na tablicy	Przygotowawcza praca domowa
Materiały	Dużo kredy i markerów, kwestionariusz (quiz), wzory notek biograficznych		Grafika pokazująca najczęściej zarabiających YouTuberek, plany dnia	Karty do filmów edukacyjnych, rzutnik itp. do wyświetlenia filmów edukacyjnych, tablety lub telefony uczniów, programy do montowania filmów
Dostęp do Internetu/komputer	Nie	Nie	Tak (do zadania dodatkowego dotyczącego filmu)	Tak

Materiały nadają się do stosowania od 6. klasy

PROJEKT NR 1: YOUTUBE I TY

Cele	Uczniowie z użyciem kwestionariusza porównują sposoby korzystania z YouTube. Tworzą notkę biograficzną, w której przedstawiają swoją gwiazdę YouTube.
Metody i materiały	Burza mózgów na tablicy, galeria Kreda/markery do tablicy w dużej ilości, kwestionariusz (quiz), notka biograficzna
Dostęp do Internetu/komputera	Nie



Wprowadzenie Zaczynicie od burzy mózgów na tablicy na temat YouTube. Uczniowie zapisują spontaniczne skojarzenia na tablicy lub na flipcharcie w dowolnej kolejności. Miej pod ręką zapas kredy i markerów. Połącz propozycje uczniów w grupy tematyczne i opowiedz o zakresie czterech kolejnych projektów lekcyjnych.

Ćwiczenie: „Niech wstaną wszyscy uczniowie, którzy widzieli kiedyś na YouTube filmy o następującej tematyce”: *pieczenie i gotowanie, piłka nożna, uroda i kosmetyki, let’s play, filmy o historii nauka matematyki, filmiki muzyczne* (nauczyciel po kolei wylicza tematy). Poproś uczniów, by wymienili inne kategorie filmów. Możesz też dodać do tego aktualne trendy, takie jak „pranki i czelendże” i poprosić uczniów o ich wyjaśnienie. Możesz porównać ich odpowiedzi z wynikami badania JIM 2018 i poprosić uczniów o opracowanie różnic w korzystaniu z YouTube przez chłopców i dziewczęta (w załączniku znajduje się grafika).

Zadanie Poproś uczniów o wypełnienie kwestionariusza „YouTube i ty”. Pytania dotyczą czasu, jaki uczniowie poświęcają na korzystanie z YouTube, ich przyzwyczajień oraz dostrzeganych źródeł ryzyka.

Utrwalenie Przeanalizuj z klasą trzy do pięciu pytań. Zbierz podobieństwa, różnice itd. Zwróć uwagę na czas korzystania z YouTube i treści oglądane przez uczniów.

Oglądanie YouTube na okrągło? Większa samokontrola dzięki limitom czasowym

Coraz więcej usług internetowych ma funkcję ograniczenia czasu korzystania. W aplikacji YouTube można też ustawić przypomnienia o przerwach. Wystarczy wejść w ustawienia > Czas oglądania, a następnie: „Przypomnij mi o zrobieniu przerwy”. W systemie iOS można też ustawić w Czasie przed ekranem „Czas bez urządzenia”, a w systemie Android (od wersji 9 Pie) zarządzać tym czasem w aplikacji „Cyfrowa równowaga”.

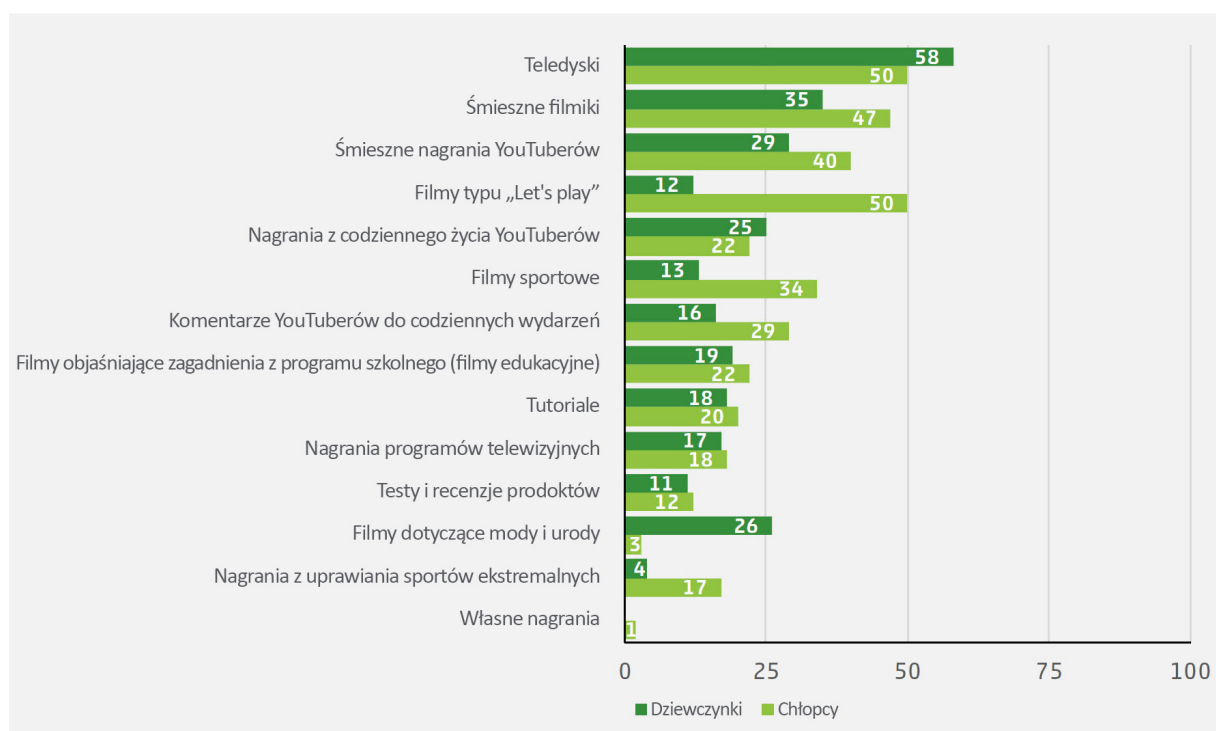
+ Zadanie dodatkowe: Twój idol z YouTube

Uczniowie wypełniają notki biograficzne swoich ulubionych YouTuberów i YouTuberek. Notki następnie rozwiesza się w klasie w formie „galerii”, by uczniowie mogli je obejrzeć i przeczytać na głos w ramach wspólnego spaceru po tej galerii. Do zadania można dodać element humorystyczny, prosząc tych uczniów, którzy nie mają swoich ulubionych gwiazd YouTube, by wymyślili notkę biograficzną i wmieszali ją między prawdziwe notki. Następnie zadaniem klasy jest zidentyfikowanie zmyślonych YouTuberów.

Analiza: Czy jakieś kanały pojawiały się częściej niż inne? Czy są takie, których większość klasy nie znała? Kto jest najpopularniejszą gwiazdą YouTube w klasie? Czy uczniowie uważają swoje gwiazdy YouTube za autorytety? Co decyduje o tym, kto jest autorytetem?

To może zaciekać uczniów: Weź aktywny udział w prezentacji gwiazd YouTube i opowiedz o tej, którą lubisz.

Korzystanie z YouTube 2018 - treści oglądane codziennie/kilka razy w tygodniu



Źródło: Badanie JIM 2018, dane w procentach, na podstawie: Badania respondentów, którzy korzystają z YouTube co najmniej raz na jakiś czas, n=1197

Ile czasu dziennie spędzasz średnio na YouTube?

- mniej niż godzinę 1–2 godziny ponad 2 godziny

W skali od 1 do 10 – jak ważny jest dla ciebie YouTube?

nieważny 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 bardzo ważny

Podkreśl kategorie filmów, które oglądasz najczęściej:

Samochody i pojazdy	Moda i uroda	Komedia	Edukacja
Rozrywka	Rozrywka dla całej rodziny	Film i animacje	Jedzenie
Gry	Porady praktyczne i styl	Muzyka	Wiadomości i polityka
Zaangażowanie społeczne	Ludzie i blogi	Zwierzęta	
Wiedza i technika	Sport	Podróże i wydarzenia	

Najchętniej oglądam filmy polecane przez: ...

- ... znajomych ... YouTube ... influencerów ... rodzinę

Korzystam z YouTube przez konto Google: tak nie

Korzystam z YouTube Premium: tak nie

Zdarzyło mi się kupić produkty polecane lub pokazywane przez YouTubera: tak nie

Czy nagrałeś/nagrałaś kiedyś własny film? tak nie Na jaki temat? _____

Czy dodajesz komentarze do filmów?

- nigdy rzadko (1–5 razy w życiu) czasem regularnie

Czy polecilibyś/polecilibyś YouTube swojej 8-letniej siostrze lub 8-letniemu bratu? tak nie

Dlaczego: _____

Czy zdarzyło ci się trafić na niepokojące lub straszne filmy? tak nie

Co wtedy zrobiłeś/zrobiłaś?

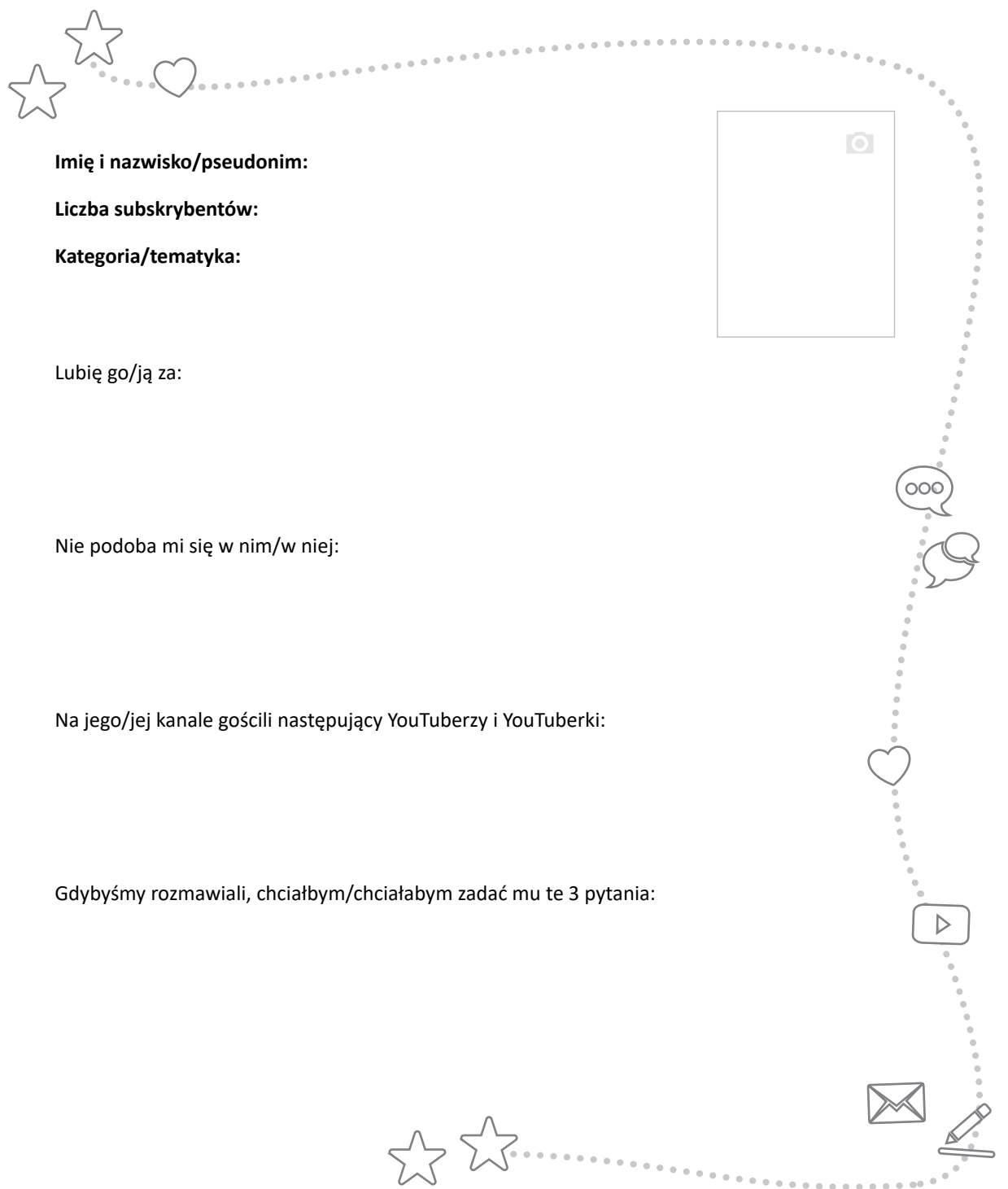
- Powiedziałem rodzicom
 Wyłączyłem/wyłączyłam film
 Nic (oglądałem/oglądałam dalej)
 Pogadałem/pogadałam tym ze znajomymi
 Zgłosiłem/zgłosiłam film

Zgłaszanie filmów na YouTube

Wystarczy trzy kliknięcia pod filmem, by go zgłosić. Żeby móc to zrobić, trzeba jednak mieć konto Google i być zalogowanym.

Trójka moich ulubionych YouTuberów i YouTuberek to:

Zadanie: Wypełnij notkę biograficzną swojej ulubionej gwiazdy YouTube i wywieś notkę w klasie.



Imię i nazwisko/pseudonim:

Liczba subskrybentów:

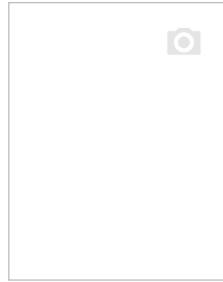
Kategoria/tematyka:

Lubię go/ją za:

Nie podoba mi się w nim/w niej:

Na jego/jej kanale gościli następujący YouTuberzy i YouTuberkki:

Gdybyśmy rozmawiali, chciałbym/chciałabym zadać mu te 3 pytania:



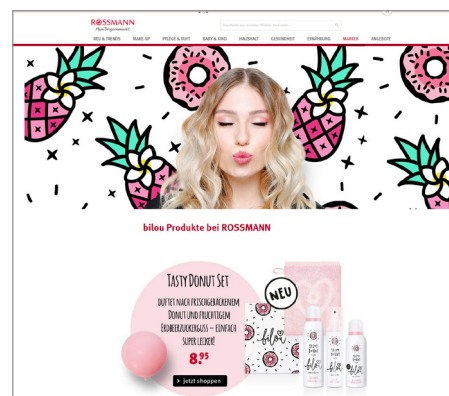
PROJEKT NR 2: INFLUENCING YOU?!

Cele	<i>Uczniowie zdobywają wiedzę na temat możliwości zarabiania na YouTube. Potrafią krytycznie analizować Interesy YouTuberek i YouTuberów.</i>
Metody i materiały	<i>Cichy impuls, przyporządkowanie, zadanie dodatkowe „Ja decyduję” gadżet,</i>
Dostęp do Internetu/ komputera	<i>Nie</i>

1-2
GODZINY
LEKCYJNE

Wprowadzenie Według badania ponad połowa nastolatków skorzystała kiedyś z inspiracji zakupowych podpowiadanych przez YouTubera¹⁹. Pytanie do klasy: „Czy zdarzyło wam się kiedyś kupić coś dlatego, że dowiedzieliście się o tym produkcie od YouTubera?”.

Zadanie Uczniowie przyporządkowują możliwości zarabiania na YouTube do odpowiednich przykładowych zdjęć²⁰. Trzeba się dokładnie przyjrzeć zdjęciom ilustrującym „Lokowanie produktu” (na górze po lewej) oraz „Reklama na YouTube” (na dole po prawej).



Wariant Przeprowadź ćwiczenie wspólnie, siedząc z uczniami w kółku. Wycinajcie przykładowe zdjęcia i opisy źródeł zarobku, a następnie rozłóżcie je na podłodze. Zadaniem uczniów jest znalezienie par i krótkie wyjaśnienie własnymi słowami modelu reklamy.

Utrwalenie Sprawdzenie ćwiczenia (rozwiązanie znajduje się w załączniku). Zapytaj uczniów: Co można zrobić, by uodpornić się na próby manipulacji? W tym miejscu można również poruszyć temat symboli statusu i w ogóle konsumpcji: Jakie potrzeby zaspokajają zakupy? Jak ważna jest konsumpcja? Kiedy robicie zakupy?

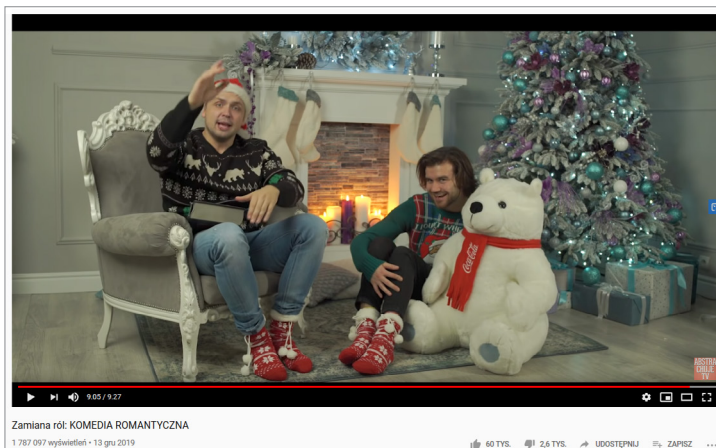
Linki afiliacyjne, oznaczenia reklam itp.

Jeśli nie kojarzysz takich pojęć jak „linki afiliacyjne” czy obowiązek oznaczania reklam (na przykład przez pokazanie literki „P” i tekst „Zawiera lokowanie produktu”), w rozdziale 3 znajdziesz wyczerpujące informacje na ten temat. Influencerzy często nie oznaczają reklamy na swoich filmach,

¹⁹ Źródło: Social-Media-Atlas 2018 (z niem. Atlas mediów społecznościowych 2018), ze strony www.presseportal.de/pm/52884/3884741

²⁰ Źródła z arkusza ćwiczeń: Zrzut ekranu z www.youtube.com, <https://3dsupply.de/>, zrobiony dnia 16.05.19

Rozwiązanie



Lokowanie produktu

Współpraca z firmami/Sponsoring

SPELNIAM JEGO WSZYSTKIE ŻYCZENIA!
373 134 wyświetlenia • 26 sie 2020

reZigiusz
4,03 min subskrypcji

- ⚡ Letyshops i zakupy z cashbackiem - <https://letyshops.app.link/9umTDr1Me9>
- ⚡ Wtyczkę Letyshops - <https://bit.ly/3jdw9ky>
- ⚡ Uśmiech na jego twarzy i tak bezcenny XDD

REZIGIUSZ STYLE

BLUZA Z TWOJĄ KSIWĄ!
ENDURO LIFESTYLE

ZOBACZ

KOMIN ENDURO
PRZYGOTUJ SIĘ NA JESEN

ZOBACZ

ZESZYTY SZKOLNE

ZOBACZ

WOREK ENDURO

ZOBACZ

Linki afiliacyjne

DPD doręcza paczki
neutralnie dla środowiska.

Reklama na YouTube

Sprzedaż gadżetów

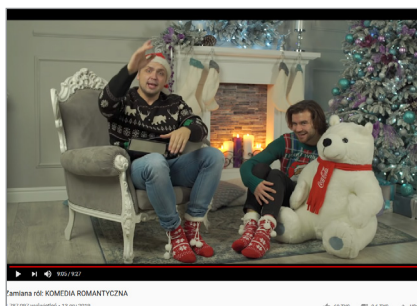
+ Zadanie dodatkowe: „Ja decyduję”

Dla wielu uczniów YouTuberzy i YouTuberki są autorytetami. Właśnie dlatego gwiazdy tej platformy powinny świadomie wybierać, z jakimi firmami współpracują, jakie partie polityczne wspierają czy też jakie trendy promują. W ramach ćwiczenia uczniowie wcielają się w rolę YouTuberów. Muszą podjąć decyzje w hipotetycznych sytuacjach. Czy dla pieniędzy i większych zasięgów (przykład 1.), liczby subskrybentów (przykład 2.) i moich fanów (przykład 3.) zrobię wszystko? Zapytaj uczniów, jakimi motywacjami kierują się, podejmując decyzję w każdym z tych przypadków.

Rozdaj arkusze ćwiczeń lub opisy poszczególnych sytuacji i poproś uczniów o ich opracowanie – samodzielnie lub w grupach. Co uczniowie zrobiliby w tych sytuacjach? Omówcie przykłady na forum klasy.

INFLUENCING YOU?!

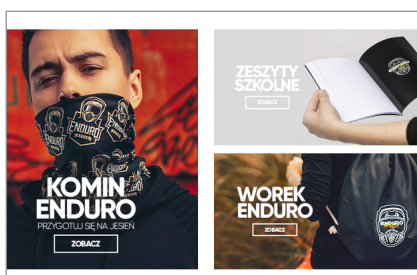
YouTuberzy zarabiają na różne sposoby. Połącz liniami opisy sposobów zarabiania z odpowiednimi obrazami



SPEŁNIAM JEGO WSZYSTKIE ŻYCZENIA!
373 134 wyświetlenia • 26 sie 2020

reZigiusz 4,03 mln subskrypcji

- ⚡ Letyshops i zakupy z cashbackiem - <https://letyshops.pl>
- ⚡ Wtyczkę Letyshops - <https://bit.ly/3jdw9ky>
- ⚡ Uśmiech na jego twarzy i tak bezcenny XDD



Wiesz, że rozpoznawania reklam uczymy się z upływem lat? Małe dzieci bardzo często uważają, że to, co widzą w telewizji, jest prawdziwe i nie są w stanie odróżnić reklamy od treści programowych. A czy ty to potrafisz?

Współpraca z firmami/Sponsoring

Gwiazdy YouTube podejmują współpracę z firmami i otrzymują od nich wynagrodzenie za reklamowanie produktów.

Linki afiliacyjne (z ang. „affiliate” – powiązany)

YouTuberzy i YouTuberki dodają do opisu filmu linki, które prowadzą bezpośrednio do stron, na których można kupić reklamowane produkty. Otrzymują prowizję od zakupów zrobionych z użyciem linku.

Reklama na YouTube

Każdy, kto ma 1000 subskrybentów i 4000 godzin wyświetleń filmów w ostatnich dwunastu miesiącach może zgłosić się do programu partnerskiego YouTube. Wtedy przed filmem danego YouTubera i w trakcie filmu pokazywane są krótkie reklamy. Im częściej wyświetlana jest reklama, tym więcej pieniędzy otrzyma YouTuber lub YouTuberka.

Lokowanie produktu

YouTuber na filmie pokazuje konkretny produkt jakiejś marki lub wspomina o nim w pozytywnym kontekście. Może to wyglądać następująco:

Testy produktów – YouTuberzy testują produkty i opowiadają tylko o ich zaletach.

Storytelling – YouTuberzy opowiadają historię, w której pojawia się produkt lub cały film kręci się wokół produktu.

Sprzedaż

Gwiazdy YouTube sprzedają własne produkty, na przykład koszulki, bluzy, czapki, kubki, kosmetyki itd.

Pojęcie „influencerzy” wzięło się stąd, że osoby określane tym mianem chcą wpływać na swoich fanów (z ang. „to influence” = wpływać).

Co jesteś w stanie zrobić dla pieniędzy i sławy? Wyobraź sobie, że jesteś YouTuberem lub YouTuberką. Którą drogę wybierzesz? Co kieruje twoją decyzją – np. reputacja, uczciwość czy władza? Uzasadnij ją!

Przykład nr 1

Twoje filmiki o urodzie zdobyły popularność. Masz 50 000 subskrybentów. Większość twoich przychodów pochodzi z umowy ze znaną firmą kosmetyczną. Dzięki niej masz też duże zasięgi. Teraz poproszono cię o zareklamowanie nowego szamponu. Przetestowałaś/ przetestowałeś go, ale po zastosowaniu go masz wysypkę. Wypowiesz umowę z firmą czy zareklamujesz ten szampon?

Co zrobisz?



Przykład nr 2

Od zawsze interesujesz się polityką, dlatego prowadzenie kanału „Polityka – sprawdzam!” jest twoją pasją, mimo że masz tylko 500 subskrybentów. W filmach otwarcie i obiektywnie analizujesz programy wyborcze partii politycznych. Niedawno skontaktowała się z tobą rzeczniczka jednej z partii. Obiecuje, że rozreklamuje twój kanał w gronie wyborców partii, jeśli będziesz o niej częściej wspominać w swoich filmach niż o konkurentach. Partia ta ma w kwestiach środowiska zupełnie odmienne poglądy od ciebie i twoich widzów. Ale kilku dodatkowych subskrybentów na pewno by ci się przydało. Co zrobisz?

Przykład nr 3

W krótkim czasie zyskałeś/zyskałaś status gwiazdy na scenie *let's play*. Kręcisz zabawne, ale i czasem prowokacyjne filmy. W gronie twoich fanów są głównie mężczyźni, ale jest też trochę gamek. Pewnego dnia czytasz pod jednym ze swoich filmów komentarz pewnej gamerki. Skarży się, że w jednym z filmów gloryfikujesz przemoc seksualną. W tym filmie twój avatar narzucał się innej gamerce i symulował akty seksualne. Ten post wywołał poruszenie wśród twoich fanów. Wielu z nich grozi autorce komentarza i wyzywa ją w wulgarny sposób, broniąc jednocześnie ciebie. Co zrobisz?

PROJEKT NR 3: CHCĘ ZOSTAĆ GWIAZDĄ YOUTUBE!

Cele	Uczniowie zastanawiają się, jak wygląda zawód YouTubera/YouTuberki. Wskazują na minusy tej działalności i planują własny kanał.
Metody i materiały	Rysunek na tablicy Grafika pokazująca plany dnia
Dostęp do Internetu/komputera	Nie



Wprowadzenie Wiele nastolatków marzy obecnie o tym, by zostać YouTuberem lub YouTuberką i szybko zyskać bogactwo i sławę.

Porozmawiajcie o tym, dlaczego nastolatki uważają obecnie YouTubera za zawód marzeń. Zawód influencera wymaga posiadania umiejętności z wielu obszarów. Poza tym „kariera” w mediach społecznościowych może być bardzo krótkotrwała.

Zadanie Uczniowie czytają plan dnia Influencera na pierwszym arkuszu ćwiczeń (opcja 1) i/lub plan dnia gracza publikującego filmy *let's play* na drugim arkuszu ćwiczeń (opcja 2). To ty wybierasz, którego z arkuszy użyć na lekcji. W ćwiczeniu drugim uczniowie zastanawiają się, jakie cechy i umiejętności potrzebne są do wykonywania tego „zawodu”. Zbierz na tablicy propozycje uczniów.



Cienie sukcesu na YouTube

Źródło: Zrzut ekranu z filmu „*Inside of emptiness*”, zrobiony 1.08.2019

Propozycja rozwiązania ćwiczenia 2.


Dyscyplina, dobra organizacja, biznesowe podejście, elastyczność, dobre umiejętności komunikacyjne, kreatywność, chęć pracy w programach do montażu i obróbki filmów, proaktywność i inicjatywa, wytrzymałość i zaangażowanie, doświadczenie w obsłudze mediów społecznościowych, ładny wygląd/uroda (wątliwe – jeśli uczniowie podadzą to kryterium, warto je przedyskutować) itd.

Pytanie do klasy: „Kto z was nadawałby się na YouTubera lub YouTuberkę? Uzasadnijcie swoje odpowiedzi”. Rozdaj arkusze ćwiczeń „Mój własny kanał” i poproś uczniów o ich wypełnienie. Jeśli dobrze znasz klasę, możesz też podpowiedzieć uczniom, jakie mają silne strony, jakie kanały by się u nich sprawdziły itd.

Utrwalenie Uczniowie przedstawiają sobie nawzajem pomysły i dają sobie informację zwrotną. Zastanówcie się który z pomysłów ma największą szansę na sukces?



Zadanie dodatkowe „To typowe dla YouTubera”

Pokaż uczniom parodię zachowań typowych dla YouTuberów  <https://www.youtube.com/watch?v=Mxle5y-7EoXk>). Po obejrzeniu filmu nastolatki wypisują typowe zachowania np. mówienie bardzo szybko, nadmierne akcentowanie słów, stawanie blisko kamery i patrzenie wprost na nią, intensywna gestykulacja i mimika itd. Uczniowie w małych grupach przygotowują scenki pokazujące zachowania typowe dla YouTuberów i odgrywają je przed resztą klasy. Jeśli macie dostęp do urządzeń do nagrywania i odtwarzania filmów, scenki możecie też nagrać i następnie odtworzyć.

Zadania:**1. Przeczytaj plan dnia influencera/influencerki z Instagrama lub YouTube.****08:00**

W tym tygodniu masz dużo spotkań i wydarzeń w Warszawie, więc nocujesz się w hotelu. Zaczynasz dzień od krótkiej sesji jogi. Potem szykujesz się i wychodzisz na śniadanie w hotelowej restauracji – w plecaku masz telefon, by móc pokazać swoim fanom piękną jadalnię i zaserwowane jedzenie. Wracasz do pokoju.

08:45

Na skrzynce mailowej masz pełno zapytań od firm o reklamę. Czytasz uważnie każdą wiadomość i zastanawiasz się, czy jesteś w stanie identyfikować się z danym produktem oraz czy odpowiadają ci zaproponowane warunki. W międzyczasie chwytasz za telefon i opowiadasz swoim fanom na Instastory, co masz dzisiaj w planach.

11:30

Ktoś puka do drzwi. To zaprzyjaźniony fotograf, z którym masz dziś zrobić kilka zdjęć i nakręcić nowy film na YouTube. Światło w pokoju jest akurat optymalne, więc zaczynacie od filmu, na którym pokazujesz trzy stylizacje – na przyjemny poranek w domu, na spotkanie biznesowe i na kolację. Jutro zajmiesz się montażem filmu.

14:00

Zanim wyjdziecie do miasta, jeszcze szybko się przebierasz. Jesteście głodni, więc kierujecie kroki do restauracji. Po drodze przechodzicie mostem. Robicie zdjęcie z Wisłą w tle. W restauracji zamawiacie pyszne makarony. Przed jedzeniem wyciągasz oczywiście telefon, by zrobić zdjęcie.

15:30

Jedziecie na Pragę i szukacie ciekawych miejscówek. Do gustu przypadły wam dwa miejsca. Wyginasz się w różnych pozach do czasu, gdy będziecie zadowoleni z efektu.

17:00

Masz coraz mniej czasu do wieczornego wydarzenia jednego ze swoich partnerów – marki ubrań, na który masz zaproszenie. Żegnasz się z fotografem i szybko jedziesz do hotelu. Odpowiedni strój tej marki czeka już na ciebie w hotelu. W przyszłym tygodniu masz spotkania w Londynie, więc przed wyjściem rezerwujesz sobie jeszcze lot.

18:30

To szczególne wydarzenie, dlatego do pokoju przychodzi twój ulubiony fryzjer i makijażysta, z którego usług często korzystasz w Warszawie. Po 45 minutach twój look jest gotowy.

19:30

Przed hotelem czeka na ciebie taksówka. Na wydarzeniu rozmawiasz z właścicielem marki i z innymi influencerami. Jest tam też prasa, więc przy okazji udzielasz kilku dziennikarzom wywiadów. Co chwilę łapiesz za smartfon, by nagrać story dla twoich fanów lub zrobić zdjęcie na później.

23:30

Padasz z nóg po długim dniu, więc żegnasz się z kilkoma ważnymi osobami. Taksówka odwozi cię do hotelu, gdzie błyskawicznie zasypiasz.

2. Jakie cechy i umiejętności trzeba mieć, by osiągnąć sukces jako YouTuber?**3. Nad czym musiałbyś/musiabyś jeszcze popracować?**

Zadania:**1. Przeczytaj plan dnia gracza publikującego filmy let's play.****07:00**

Dzwoni budzik. Kierujesz wzrok na telefon: masz setki powiadomień. Jedząc śniadanie, scrollujesz różne media społecznościowe, takie jak Facebook i przeglądasz nowe posty. W międzyczasie odpowiadasz na kilka komentarzy subskrybentów twojego kanału.

07:45

Kontynuujesz pracę na komputerze i odczytujesz maile. Jeden z nich przyszedł od firmy produkującej sprzęt dla gamerów. Pod koniec miesiąca na rynek wejdzie ich nowa klawiatura. Chcą ci ją przysłać do przetestowania i pokazania na filmie. Zgadzasz się.

09:00

Codziennie na swoim kanale publikujesz odcinek z serii o grach przygodowych. Nagrywasz kolejne odcinki. Włączasz program do nagrywania i zaczynasz grać.

12:00

Robisz sobie krótką przerwę i wychodzisz na miasto coś zjeść.

13:30

Wracasz do domu. Za pół godziny masz spotkanie online z dwoma innymi YouTuberami. Chcecie wyprodukować razem kilka filmów, dlatego umówiliście się na Skypie.

17:00

Po rozmowie z kolegami siadasz do montażu nakręconych dziś filmików.

19:00

Zanim zaczniesz wieczorny program, robisz sobie przerwę. Resetujesz się, zażywając świeżego powietrza i jedząc przekąskę.

19:30

Za pół godziny masz streaming z platformy gamingowej Twitch. Zaczynasz przygotowania, sprawdzasz mikrofon i program do nagrywania. Publikujesz też na Facebooku przypomnienie z odliczaniem czasu do startu streamingu.

20:00

Zaczynasz streaming na żywo. Dzisiaj grasz z innymi graczami w strzelankę multiplayer. Liczba widzów rośnie z sekundy na sekundę.

22:00

Po dwóch godzinach żegnasz się z widzami i kończysz streaming. Na tym zamykasz ten dzień.

2. Jakie cechy i umiejętności trzeba mieć, by osiągnąć sukces jako gamer na YouTube?

3. Nad czym musiałbyś/musiałabyś jeszcze popracować?

Zaplanuj swój kanał.

Czy jest jakiś temat, na którym świetnie się znasz?

Czym twój kanał odróżni się od innych?

Uwolnij kreatywność i wymyśl baner, logo i zdjęcie profilowe kanału. Naszkicuj je:

BANER

ZDJĘCIE PROFIŁOWE

NAZWA KANAŁU

subskrypcji

SUBSKRYBUJ

Dla kogo będziesz nagrywać filmy? Kim będzie twoja grupa docelowa?

Czy chcesz włączyć wyświetlanie reklam przed Twoimi filmami i w trakcie? tak nie

Na jakich innych platformach będziesz też aktywnie działać?

Jak się poczujesz, gdy ktoś zostawi pod twoim filmem negatywne komentarze? Co zrobisz?


Wyróżnij się z tłumu!

Istnieją tematy i gatunki, w których są już miliony kanałów. By twoja oferta była jedyna w swoim rodzaju, potrzebujesz tzw. USP – unique selling point, czyli unikalnej przewagi konkurencyjnej

Wiesz, że...

by zarabiać na YouTube, trzeba spełnić pewne wymagania?

Na YouTube znajdziesz informacje o minimalnym wieku i o tym, ilu subskrybentów trzeba mieć, by włączyć wyświetlanie reklam:

 <https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=pl>

PROJEKT NR 4: NASZ WŁASNY FILM EDUKACYJNY

Cele	<i>Uczniowie i uczennice spisują, jakie kryteria powinny spełniać dobre filmy edukacyjne. Tworzą własny film, który nada się do udostępnienia w szkole lub na YouTube.</i>
Metody i materiały	<i>Przygotowanie w ramach zadania domowego Karty do filmów edukacyjnych, rzutnik itd. do wyświetlenia filmów edukacyjnych, tablety lub telefony uczniów, programy do montażu filmów</i>
Dostęp do Internetu/komputera	<i>Tak</i>



Projekt można też zrealizować w ramach dni projektowych w szkole.

Wprowadzenie Pokaż uczniom film edukacyjny, który ci się spodobał. Możesz też spytać uczniów o filmy, z których chętnie się uczą i wyświetlić jeden z proponowanych przez nich filmów.

Zbierz na tablicy propozycje uczniów: Co decyduje o tym, że film edukacyjny jest dobry?



Wariant: W ramach przygotowania uczniowie w domu oglądają wybrane filmiki edukacyjne i wypisują kryteria, jakie powinien spełniać dobry film z tej kategorii. Rozdaj uczniom karty do filmów edukacyjnych (w załączniku) na lekcji poprzedzającej wspólną pracę nad filmem edukacyjnym. Są na nich inspiracje do tworzenia kreatywnych scenariuszy filmików edukacyjnych (muzyka, figurki, metody takie jak zapis graficzny czy animacja z wycinanek).

Dezinformacja i teorie spiskowe – nieprawdziwe informacje na YouTube

Szukając filmików edukacyjnych, uczniowie mogą przypadkowo trafić na takie, które zawierają teorie spiskowe, np. na temat płaskiej ziemi, zamachów z 11 września, na treści skrajnie prawicowe czy niepoważne filmy o tematyce antyszczepionkowej. Porozmawiajcie o tym na lekcji. Wyjaśnij uczniom, jak podchodzić krytycznie do informacji, które znajdujemy w sieci i jak sprawdzać fakty, gdy trafimy na treści wzbudzające wątpliwości.

Zadanie

W kolejnym kroku uczniowie tworzą własny filmik edukacyjny o długości maksymalnie 3 minut.

Uczniowie dowolnie dobierają się w grupy.

Przykładowe pomysły:

- tematy omawiane aktualnie na lekcjach
- metody uczenia się (np. „Jak zrobić mapę myśli?”)
- Tematy ze szkolnego życia, np. „Co zrobić, gdy zgubisz klucz do szkolnej szafki?”
- Wprowadzenie do bezpieczeństwa na platformach internetowych (np. zgłoszenie/zablokowanie użytkownika na WhatsApp).
- własne pomysły uczniów.



Zrzut ekranu z tutorialu nakręconego przez uczniów

Źródło: Abt-Bessel-Realschule Buchen, do pobrania na stronie

www.klicksafe.de/mobilemedien

Jeśli uczniowie nie otrzymali od ciebie kart do filmów edukacyjnych w ramach zadania domowego, możesz je rozdać do pracy w grupach. Uczniowie potrzebują czasu na zaplanowanie filmu, nakręcenie go z użyciem szkolnego lub własnego sprzętu i następnie ewentualnie zmontowanie go. Zapisz na tablicy ramy czasowe dla każdego z etapów zadania. Arkusz ćwiczeń posłuży uczniom do zaplanowania struktury filmu i stworzenia tzw. storyboardu, czyli rozpisania scenek zaplanowanych w filmie.

Powiedz też uczniom, czy w ich filmach mogą występować ludzie. Jeżeli tak, to trzeba rozważyć kwestie ochrony danych, praw autorskich i prawa do prywatności.

Utrwalenie

Uczniowie wyświetlają nakręcone przez siebie filmy edukacyjne. Zdecydujcie wspólnie: czy powinniście udostępnić te filmy na YouTube? Czy powinny służyć do udostępniania tylko w gronie klasy, równoległych klas lub na stronie szkoły? Czy film zostanie udostępniony z twojego prywatnego konta, czy założycie konto klasowe? Kto będzie odpowiadał za konto i je moderował?

Instrukcja dodawania filmów na YouTube

Jeśli zdecydowaliście, że udostępnicie film na YouTube, pokaż klasie, jak krok po kroku dodaje się filmy na YouTube lub poproś o pokazanie tego kogoś z klasy, kto ma już doświadczenie w tym obszarze.

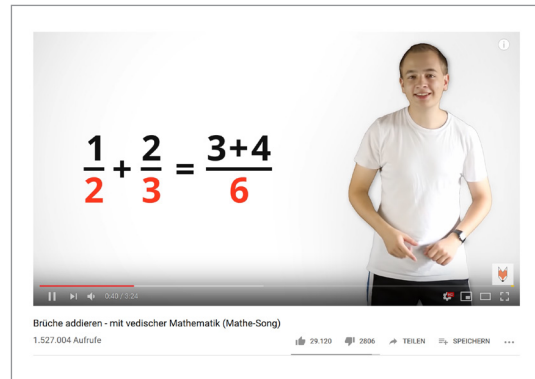


Sommers Weltliteratur – kanał literacki o lekturach szkolnych z wykorzystaniem figurek Playmobil



www.youtube.com/mwstubes

Dorfuchs – kanał, którego autor uczy matematyki w piosenkach



www.youtube.com/DorFuchs

Zapis graficzny – nauka przez rysunki



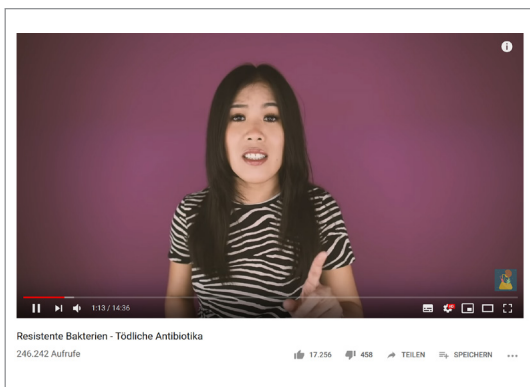
www.youtube.com/watch?v=xKY3fWD4w40
lub <https://tinyurl.com/y5ol3tjk>

Film edukacyjny z animacją z wycinanek



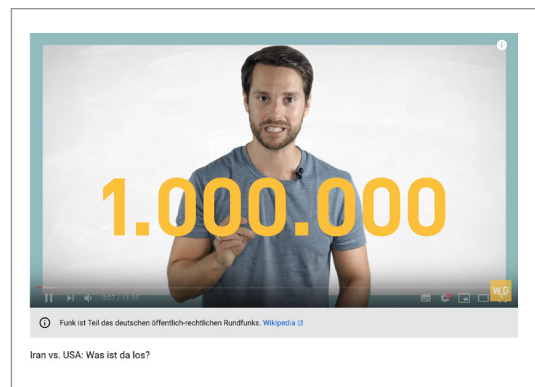
www.youtube.com/watch?v=PDjJjgGioQ&
lub <https://tinyurl.com/y4wtrw2r>

maiLab – dobrze wytłumaczone nauki przyrodnicze



www.youtube.com/maiLab

MrWissen2go – nie tylko historia! Zrozum to wreszcie

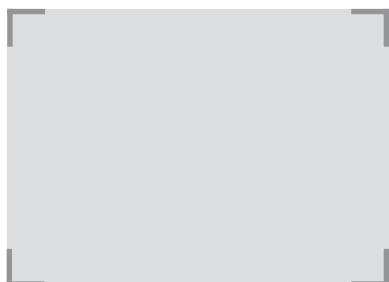


www.youtube.com/MrWissen2go

NASZ WŁASNY FILM EDUKACYJNY | STORYBOARD

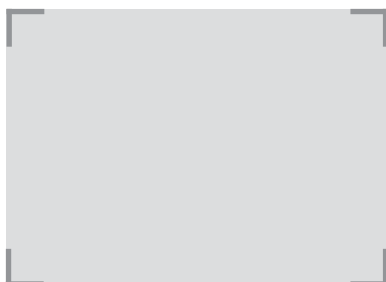
		Zaplanowany czas
KROK 1	Wybierzcie temat!	
KROK 2	Zaplanujcie przebieg filmu na storyboardzie. Postarajcie się wyjaśnić zagadnienie krótko i w jak najprostszycy słowach. Opiszcie dokładnie, co powiecie w każdej ze scen. Naszkicujcie, co chcecie pokazać na filmie.	
KROK 3	Wyznaczcie role w grupie i przejdźcie od razu do działania. Lektor: Nagrywanie: Odgrywanie scenek/prezentowanie: Rekwizyty: Montaż:	
KROK 4	A teraz nagrajcie film tak, jak zaplanowaliście!	
KROK 5	Zaprezentujcie wynik swoich prac w klasie.	

SCENKA



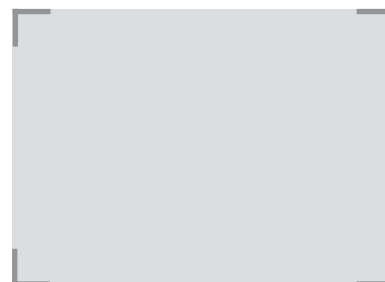
Opis

SCENKA



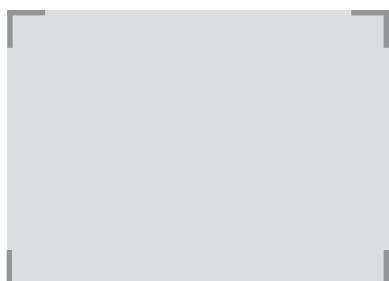
Opis

SCENKA



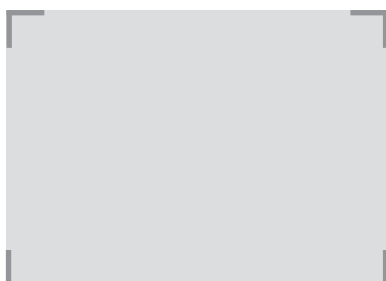
Opis

SCENKA



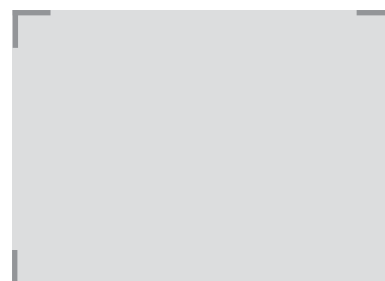
Opis

SCENKA



Opis

SCENKA



Opis



Wydawca:



klicksafe jest niemieckim centrum świadomości
w programie CEF Telecom prowadzonym przez
Unię Europejską.

klicksafe to:



Medienanstalt Rheinland-Pfalz (LMK),
www.medienanstalt-rlp.de



Landesanstalt für Medien NRW www.lfm-nrw.de

oraz



Handysektor to źródło informacji dla młodzieży
w sprawach związanych z ich cyfrową
codziennością.

www.handysektor.de
www.handysektor.de

Wydanie polskie:



Polskie Centrum Programu Safer Internet
www.saferinternet.pl



NASK Państwowy Instytut Badawczy
www.nask.pl



Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę
www.fdds.pl

Adres do korespondencji:

klicksafe

c/o Medienanstalt Rheinland-Pfalz (LMK)
Turmstraße 10
D - 67059 Ludwigshafen
E: info@klicksafe.de
W: www.klicksafe.de