



**Inkubator innowacji społecznych TransferHUB
od edukacji do zatrudnienia**

KARTA INNOWACJI

Temat, w którym działał inkubator	Przejście z systemu edukacji do aktywności zawodowej
Nazwa inkubatora (lidera)	Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych
Nazwa innowacji	Zapracuj smartfonem
Innowator	Alicja Szulc
Problem, na który odpowiada pomysł	Innowacja odpowiada na dwa ważne problemy społeczne. Pierwszy to zmieniający się rynek pracy i powstające nowe zawody, wymagające kompetencji cyfrowych, których w obecnym systemie edukacyjnym młody człowiek nie jest w stanie zdobyć. Drugi to narastający problem uzależnienia młodych ludzi od smartfonów i brak pomysłów na minimalizowanie tego zagrożenia.
Kto może skorzystać z rozwiązania? - odbiorcy innowacji	Uczniowie liceów
Kto może skorzystać z rozwiązania? - użytkownicy innowacji	Pedagodzy w szkołach średnich, doradcy zawodowi, instytucje kultury
Na czym polega innowacja? - zwięźły opis innowacji	Pomysł ma innowacje wynikał z obserwacji dynamicznie rozwijającego się rynku pracy i zapotrzebowania na pracowników w tzw. „nowych zawodach”, wymagających wysokich kompetencji cyfrowych. Jednocześnie coraz bardziej widoczny jest narastający problem uzależnienia młodych ludzi od smartfonów i brak pomysłów na minimalizowanie tego zagrożenia. Innowatorka postanowiła wykorzystać oba obserwowane zjawiska i przetestować z grupą warszawskich licealistów program edukacji cyfrowej, przygadujący w praktyce do pracy z zawodem specjalista ds. komunikacji w social mediach, zawodem istniejącym od niedawna, którego przedstawiciele są coraz częściej poszukiwani przez instytucje, organizacje czy firmy. Młodzi ludzie na „zamówienie” trzech instytucji kultury tworzyli materiały

	promocyjne z wydarzeń za pomocą swoich telefonów komórkowych, ucząc się relacji pracowniczych.
Elementy modelu - produkty końcowe innowacji	Model pracy z młodzieżą Zpracuj Smartfonem wraz z opisem jego zastosowania.
Strona www, na której dostępna jest innowacja	http://www.transferhub.pl/edukacja-zawodowa
Prawa autorskie	<p><i>Właścicielem autorskich praw majątkowych do niniejszego Utworu jest Skarb Państwa – Ministerstwo Rozwoju. W celu uzyskania prawa do korzystania z autorskich praw majątkowych do niniejszego Utworu dla dowolnego celu, również komercyjnego, należy zwrócić się o przyznanie licencji na wykorzystanie tych praw do ich właściciela. Licencja ta zostanie udzielona nieodpłatnie.</i></p> <p><i>Rozpowszechniając lub publicznie wykonując niniejszy Utwór lub jakikolwiek utwór zależny, licencjobiorca jest zobowiązany zachować w stanie nienaruszonym wszelkie oznaczenia związane z prawną-autorską ochroną Utworu oraz zapewnić, stosownie do możliwości używanego nośnika lub środka przekazu oznaczenie, a w przypadku utworu zależnego, oznaczenie wskazujące na wykorzystanie Utworu w utworze zależnym (np. "francuskie tłumaczenie Utworu Twórcy," lub "koncepcja na podstawie Utworu Twórcy").</i></p> <p>Stan prawny na 31 maja 2019 r.</p> <p><i>Twórcy i Twórczynie: Alicja Szulc – całość modelu</i></p>

Inkubator innowacji społecznych TransferHUB od edukacji do zatrudnienia jest częścią projektu „TransferHUB – generowanie, wsparcie grantowe i inkubacja innowacji społecznych. Przejście z systemu edukacji do aktywności zawodowej”, który realizują: Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych w partnerstwie z PwC Sp. z o.o. oraz Fundacją Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” w ramach programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój, finansowanego z Funduszy Europejskich.

Model innowacji społecznej

Zapracuj Smartfonem

Innowatorka społeczna: Alicja Szulc

Warszawa, 31 października 2018 roku

Inkubator TransferHUB prowadzą: Fundacja Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, PwC Polska spółka z o.o. oraz Pracownia Badań i Innowacji Społecznych

Spis treści:

Wstęp	5
Na jakie problemy odpowiada model?	5
Do kogo skierowany jest model?	6
Dlaczego w szkole?	6
W jakiej szkole realizować model?	7
Do których nauczycieli skierowany jest model?	8
Z kim realizować model?	8
Uczniowie	8
Instytucje kultury	9
W jaki sposób przetestowano model?	9
Jak zrealizować model krok po kroku?	10
Rekrutacja grupy	10
Portret uczestnika projektu	11
Jak zachęcić młodzież do udziału w projekcie?	11
Plakat promujący wydarzenie oraz tekst informacji na Facebooku	12
Jak wybrać i zainteresować instytucję kultury do współpracy?	13
Zasady współpracy z instytucjami kultury	13
Jak skontaktować się z instytucją kultury?	14
Dokument potwierdzający wzajemną współpracę	16
Harmonogram i przygotowanie warsztatów	16
Warsztaty	20
Identyfikacja grupy projektowej	18
Zaplanowanie relacji wydarzenia w podziałach na grupy	22
Wykonanie relacji	23
Podsumowanie relacji, informacja zwrotna od instytucji i barter	24
Efekty	25
Załączniki	26

Wstęp

“Zapracuj smartfonem” to model, dzięki któremu uczniowie szkół ponadpodstawowych zdobędą umiejętności oraz wiedzę umożliwiającą im praktyczne poznanie zawodu Specjalisty ds. Komunikacji w Social Mediach. Głównym założeniem projektu jest przybliżenie zawodów wykorzystujących nowe technologie oraz uświadomienie, że smartfon może być narzędziem pracy.

W ramach projektu młodzi ludzie mogą zdobyć pierwsze doświadczenia zawodowe i dzięki temu przekonać się, że ich pierwsza praca zawodowa może być interesująca, rozwijająca, wynikać z ich zainteresowań. Równocześnie projekt jest okazją dla pracodawców do przekonania się, że warto wykorzystać swobodę młodych ludzi w poruszaniu się w świecie nowych technologii.

Model, który otrzymujecie, jest wynikiem pracy merytorycznej kilku osób. Opiera się również na wiedzy i doświadczeniach wynikających z kilkutygodniowej pracy z grupą młodzieży - uczniów warszawskiego liceum, którzy razem ze mną testowali ten pomysł. Opisuję w nim założenia, lecz również dzielę się doświadczeniami i pomysłami na zmiany, czy alternatywne rozwiązania, które narodziły się w trakcie realizacji.

Na jakie problemy odpowiada model?

“Zapracuj smartfonem” jest odpowiedzią na zmieniający się rynek pracy oraz pojawiające się coraz liczniej zawody związane z nowymi technologiami. Raport „Future of skills. Employment in 2030”¹ z 2017 roku wskazuje, że 50% obecnych uczniów będzie pracowało w zawodach, które obecnie nie istnieją (wynika to przede wszystkim z automatyzacji oraz rozwoju technologii). W nadchodzących latach liczyć się będą 4 główne kategorie umiejętności - interpersonalne, społeczne, systemowe oraz poznawcze, czyli umiejętności, których nie będą posiadały maszyny. Obecny system edukacji nie przygotowuje uczniów do dynamicznie zmieniającego się rynku pracy.

Nowe zawody coraz częściej pozwalają na mobilność, nie wymagają pracy w biurze czy przy komputerze. Wystarczy smartfon i dostęp do internetu (np.: prowadzenie kanałów social media i praca online eksperta, tłumaczenie tekstów). Młodzież ma w kieszeni narzędzie pracy,

¹ <https://futureskills.pearson.com/>, dostęp 03.11.2018.

które wykorzystują przede wszystkim do rozrywki. Smartfon podobnie jest postrzegany przez szkołę, która często zabrania ich wykorzystywania.

Model pozwala im na zdobycie pierwszych doświadczeń zawodowych w zgodzie z ich pasjami, wspierających rozwój i podniesienie kwalifikacji. Dzięki temu mogą mieć ułatwiony start na rynku pracy. Badania wskazują bowiem, że pierwsze doświadczenia zawodowe podejmowane poniżej kwalifikacji, negatywnie wpływają na dalszy przebieg kariery zawodowej.

Model proponuje zdobycie doświadczeń w nowym zawodzie, dzięki czemu młodzież może ominąć obecne utrudnienia w zatrudnianiu młodych ludzi. Model wykorzystuje obecne umiejętności młodzieży posiadane przez nich zasoby i zainteresowania oraz je rozwija. Ich nowe doświadczenia pokazują im, że praca łączy się z rozwojem. Wykorzystanie w modelu coraz bardziej powszechnych smartfonów oraz umiejętności niezwiązanych stricte z edukacją szkolną może również wyrównywać zawodowy start młodzieży pochodzącej z różnych środowisk oraz miejsc zamieszkania.

Do kogo skierowany jest model?

Model skierowany jest do nauczycieli szkół ponadpodstawowych. Alternatywnie może być realizowany w instytucjach kultury w formie zajęć dodatkowych czy klubów dziennikarskich. Model mogą również realizować instytucje kultury, typu domy kultury, centra kultury, biblioteki.

Dlaczego w szkole?

Projekt może być realizowany jako zajęcia pozalekcyjne lub jako lekcja wychowawcza, zajęcia z przedsiębiorczości, informatyki, doradztwo zawodowe. Z diagnozy przeprowadzonej przed projektem wynikało, że najlepszym miejscem na realizację zajęć dodatkowych jest szkoła. Według młodych ludzi jest to wygodne, ponieważ nie tracą oni czasu na dodatkowe przejazdy. W szkołach ponadpodstawowych są oni obarczeni licznymi zajęciami pozalekcyjnymi, które przygotowują ich do matury czy na studia. Wpisanie zajęć do planu lekcji jako stałe godziny fakultatywne lub koła zainteresowań pozwala im korzystać z tej propozycji.

Zajęcia proponowane w modelu mogą być ciekawą formą uzupełnienia programu doradztwa zawodowego, przedsiębiorczości, informatyki czy pomysłem na stworzenie koła zainteresowań. Proponowane warsztaty nie tylko pozwalają poznać nowe technologie czy

współczesny rynek pracy. W ich trakcie ćwiczy się również umiejętności pisania krótkich i chwytliwych tekstów, kształtuje się zmysł estetyki obrazu i jego kompozycji, umiejętności współpracy w grupie oraz budowania oferty w odniesieniu do potrzeb odbiorców. Obecnie to umiejętności najcenniejsze na rynku pracy, na które w systemie edukacji kładzie się niewielki nacisk.

W związku z rozwojem nowych technologii i w dobie powszechnej cyfryzacji oczekuje się od nauczycieli, że włączą nowe technologie do prowadzonych przez nich procesów edukacyjnych z uczniami. *“Realizacja nastąpi między innymi poprzez wprowadzenie do standardów kształcenia nauczycieli zasady nabywania umiejętności teoretycznych w ścisłym związku i na podstawie doświadczeń praktycznych oraz obowiązku uzyskania przez nauczycieli umiejętności wykorzystywania nowoczesnych technologii w nauczaniu wszystkich przedmiotów.”* Dokument ten wskazuje nie tylko potrzebę wprowadzenia do edukacji na wszystkich szczeblach umiejętności związanych z nowymi technologiami, lecz równoległe pracę nad podnoszeniem kompetencji nauczycieli w tym zakresie. Więcej na ten temat można znaleźć w dokumencie Ministerstwa Edukacji Narodowej *“Rekomendacje dotyczące realizacji działań: <<Zakup sprzętu ICT, wg standardów ujętych w programie rządowym „Cyfrowa szkoła”>> oraz <<Rozwijanie umiejętności wykorzystania nowoczesnych technologii w nauczaniu wszystkich przedmiotów>>”².*

Z drugiej strony badania wskazują, że młodzież coraz częściej rezygnuje z komputera na rzecz urządzeń mobilnych. W dłuższej perspektywie czasowej komputery stacjonarne i laptopy będą wykorzystywane w znacznie mniejszym stopniu. Do systemu edukacji będą musiały zostać włączone urządzenia mobilne jako narzędzia edukacyjne. Są to refleksje wynikające z europejskiego badania *“EU Kids Online 2018”* prowadzonego w Polsce pod kierunkiem prof. Jacka Pyżalskiego (UAM). Proponowany model pozwala realizować strategię i rekomendacje MEN w zakresie edukacji cyfrowej, a z drugiej strony jest odpowiedzią na potrzeby i zagrożenia wynikające z badań prof. Jacka Pyżalskiego.

W jakiej szkole realizować model?

Nie istnieje „portret” przykładowej szkoły, najlepszej do realizacji tego typu zadań.

Ważne jest, aby:

²<http://archiwum.efs.men.gov.pl/attachments/article/2093/rekomendacje%20-%20cyfrowa%20szko%C5%82a.pdf>, dostęp 03.11.2018.

- była to szkoła średnia;
- pracował tam nauczyciel zaangażowany i otwarty na współpracę, chętny do wdrażania nowych technologii do procesu edukacji oraz rozumiejący zmiany zachodzące na rynku pracy;
- szkoła miała współpracę (lub perspektywę współpracy) z instytucją kultury lub inną organizacją.

Profil szkoły nie ma dużego znaczenia, ponieważ model zakłada uczestnictwo osób na bardzo różnym poziomie wiedzy i umiejętności technologicznych.

Z doświadczeń testowania modelu w praktyce wynika, że uczniowie szkoły o bardzo wysokim poziomie nauczania mają mało czasu na realizację jakichkolwiek zadań pozalekcyjnych. Warto zorientować się, czy uczniowie będą mieli możliwość zaangażowania się w tego typu działania.

Do których nauczycieli skierowany jest model?

Modelem szczególnie mogą zainteresować się nauczyciele, którzy:

- chcą poszerzyć swoją wiedzę z zakresu nowych technologii, otwartych zasobów czy prawa autorskiego;
- współpracują lub chcą współpracować z instytucjami kultury;
- chcą podczas godzin wychowawczych lub innych zajęć edukacyjnych realizować materiał z obszaru przedsiębiorczości lub doradztwa zawodowego;
- lubią działania projektowe z młodzieżą, wzbogacające podstawę programową.

Z kim realizować model?

Model może być realizowany w szkole - przez nauczycieli, bądź w instytucjach kultury przez animatorów.

Uczniowie

Projekt można realizować z klasą, choć preferowana jest mniejsza grupa (10 - 15 uczestników). Mniejsza grupa pozwala na lepszą współpracę w grupie, na stworzenie zgranego zespołu.

Ze względu na wiek uczestników najbardziej trafną grupą będą uczniowie drugich lub trzecich klas szkół ponadpodstawowych (po reformie systemu edukacji z 2017 roku). Uczniowie powinni mieć smartfony, ewentualnie mogą pracować w parach.

Instytucje kultury

Poszukiwane instytucje kultury powinny mieć w swojej ofercie działania skierowane do młodzieży lub planować rozszerzenie swojej oferty na tę grupę odbiorców. Instytucja powinna prowadzić komunikację ze swoimi odbiorcami za pomocą mediów społecznościowych, mieć co najmniej pewne doświadczenia w tym zakresie. W mediach społecznościowych powinny widzieć możliwość na budowanie i rozwój swojej publiczności, nawiązywanie z nią relacji oraz po prostu promowanie swojej działalności. Ze względu na współpracę ze szkołą instytucja powinna również być otwarta na nauczycieli oraz samą młodzież i być chętna do dzielenia się swoim doświadczeniem z nimi. Model zakłada stworzenie sytuacji o charakterze zawodowym, co wymaga od instytucji podejścia nie tylko czysto edukacyjnego, ale właśnie relacji zawodowej z uczniami.

W jaki sposób przetestowano model?

Model został przetestowany podczas współpracy z warszawskim liceum ogólnokształcącym, która trwała od kwietnia do września 2018 roku (podczas wakacji projekt nie był realizowany). W ramach projektu 10 uczniów w wieku 16-18 lat wzięło udział w cyklu warsztatów. W ich trakcie młodzież nauczyła się, jak projektować logotypy i materiały promocyjne na smartfonie, jak montować video i obrabiać zdjęcia wykorzystując bezpłatne aplikacje mobilne. Dodatkowo dowiedzieli się, czym jest prawo autorskie i licencje Creative Commons.

Po części warsztatowej projektu młodzież uczestniczyła w spotkaniach z przedstawicielami warszawskich instytucji kultury, którzy opowiedzieli im o swojej pracy od kuchni, dzieląc się z nimi doświadczeniem i wiedzą. Po takim przygotowaniu młodzież przeprowadziła relacje z wydarzeń, dokumentując je i promując na profilach na Facebooku, Instagramie i Snapchat.

Mieli okazję współpracować z Fundacją Dajemy Dzieciom Siłę podczas Digital Youth Forum, z Nowym Teatrem podczas premierowego koncertu Młodzieżowej Orkiestry Nowego Teatru organizowanego z okazji Dnia dziecka. Z Fundacją Orange promując FabLab by Orange, przestrzeni gdzie młodzież może realizować swoje projekty związane z nowymi technologiami, rozwijać wiedzę i umiejętności w tym zakresie, czyży Filmoteką Narodową Instytutem Audiowizualnym przy Festiwalu Filmoteki, gdzie młodzież ze szkół podstawowych i

ponadpodstawowych prezentowała swoje projekty filmowe. Efektem ich pracy były relacje i posty promujące działania konkretnej instytucji kultury skierowane do ich rówieśników.

Jak zrealizować model krok po kroku?

Model jest propozycją kompleksowego działania. Zrealizowanie go w 100% wymaga minimum 8 tygodni, przy założeniu cotygodniowych spotkań. Niektóre części modelu mogą zostać jednak pominięte.

Możliwości modyfikacji zależą głównie od grupy, z którą będzie realizowany. Jeżeli jest to grupa zintegrowana, można pominąć warsztat integracji lub poświęcić na niego więcej czasu, jeżeli grupa tego wymaga. Może się okazać, że uczestnicy mają dużą wiedzę o aplikacjach mobilnych lub licencjach Creative Commons. Można wtedy zredukować liczbę pozostałych warsztatów na te tematy. Kluczowe w zrealizowaniu jest to, aby każdy z uczestników wykonał przynajmniej jedną relację z wydarzenia. Na podstawie doświadczeń z testowania modelu rekomenduję dwie. Pierwsza była dla uczestników dużym zaskoczeniem, byli onieśmieleni swoją nową rolą i zadaniami, docierali się jako zespół. Podczas kolejnej pracowali zupełnie inaczej - wiedzieli co robić, jaka powinna być kolejność działań oraz wrzucanych postów, kto za co odpowiada.

Rekrutacja grupy

Model może być realizowany w klasie, czyli grupie ok. 25 osób, jednak preferowana grupa zakłada udział 10-15 uczestników w wieku 16-18 lat. Ograniczona liczba uczestników pozwoli im pracować jako zespół. Będą mogli się wspierać, dzielić zadaniami, być ze sobą w kontakcie. Przy większej liczbie uczestników takie warunki byłyby trudniejsze do realizacji. W przypadku większej grupy wyzwaniem byłoby również zapewnienie odpowiedniej liczby wydarzeń do zrelacjonowania lub instytucji do współpracy. W każdym wydarzeniu powinna wziąć udział mniejsza grupa - najlepiej gdyby to były 3-4 osób, co wymaga większego zaangażowania logistycznego ze strony nauczyciela czy nauczycielki prowadzącego grupę.

W modelu kluczowa jest relacja zawodowa pomiędzy uczniami a instytucjami. W przypadku zbyt dużej grupy kontakt z potencjalnymi pracodawcami jest dużo mniej intensywny, nie pozwala na aktywny udział wszystkich uczestników w spotkaniach i zadawanie pytań. W

sytuacji kiedy model będzie realizowany z całą klasą, warto zadbać o możliwość dwóch lub trzech spotkań, po to, aby podzielić klasę na mniejsze grupy.

Jeżeli model miałby być realizowany z całą klasą (ok. 25-30 osób) w ramach zajęć lekcyjnych, część praktyczną należy rozbić na trzy grupy - po 10 osób.

Portret uczestnika projektu

- osoba w wieku 16 - 18 lat;
- uczeń szkoły, w której projekt będzie realizowany;
- nie musi posiadać specjalistycznej wiedzy z zakresu social mediów, aplikacji mobilnych czy prawa autorskiego;
- musi mieć smartfona, najlepiej z dostępem do internetu (brak internetu nie jest kryterium dyskwalifikującym);
- jeżeli ktoś nie ma smartfona, może uczestniczyć w projekcie w parze z kolegą/koleżanką, który ma;
- musi być zainteresowany social mediami;
- nie musi znać zawodu Specjalista ds. komunikacji w social mediach;
- musi dysponować czasem, by wziąć udział w warsztatach i relacjach z wydarzeń.

Jak zachęcić młodzież do udziału w projekcie?

Poniżej znajduje się wypracowany wspólnie z nauczycielem schemat rekrutacji - od stworzenia atrakcyjnej informacji o projekcie do zrekrutowania uczestników projektu.

Schemat może być przydatny, jeżeli nauczyciel zdecyduje się na realizację projektu w ramach zajęć dodatkowych, fakultetów czy kół zainteresowań.

- Przygotowanie plakatu, który zostanie rozwieszony w szkole oraz zamieszczony na szkolnym profilu w serwisie Facebook.

Z doświadczeń nauczycielki wynika, że najlepszym kanałem informacyjnym jest szkolny Facebook.

- W przypadku dużej liczby zgłoszeń zostanie przeprowadzony drugi etap rekrutacji, który polega na wykonaniu zadania: przygotowanie postu promującego wydarzenie szkolne na portalu społecznościowym Facebook.
- Nabór prowadzi nauczyciel, ponieważ on zna uczniów najlepiej.

Plakat promujący wydarzenie oraz tekst informacji na Facebooku

Tekst został wypracowany wspólnie z nauczycielem oraz skonsultowany przez trzech przypadkowych młodych ludzi w wieku 16+.

Wzór informacji na Facebooku:

Zapraszamy do udziału w projekcie „Zapracuj Smartfonem”

W ramach projektu dowiedziecie się, jak wykorzystać swojego smartfona do ciekawych, kreatywnych działań. Dowiedziecie się, czy można zarobić telefonem oraz o co chodzi z tą komunikacją w social mediach - jak promować wydarzenia, jak budować swój wizerunek w internecie, jakim językiem się posługiwać, jakie materiały graficzne warto wrzucać i skąd je brać.

W ramach projektu odbędą się:

- *warsztaty ze specjalistą od aplikacji mobilnych, gdzie będziecie mogli poznać bezpłatne aplikacje służące do obróbki graficznej czy montażu video;*
- *warsztat ze specjalistą od prawa autorskiego oraz licencji Creative Commons, żeby wiedzieć co wrzucać do internetu, a co legalnie pobierać i wykorzystywać;*
- *spotkania z pracownikami dużych instytucji kultury, którzy podzielą się swoimi doświadczeniami z pracy na stanowisku Specjalisty ds. Komunikacji w Social Mediach i co to właściwie za zawód.*

A na koniec sami wykonacie relację online z wydarzenia jednej z instytucji kultury - przetestujecie w praktyce zdobytą wiedzę.

Projekt trwać będzie oddo roku.

Żeby wziąć udział, nie musicie mieć żadnych umiejętności czy wiedzy. Wystarczy, że macie smartfona i ciekawi Was świat social mediów.

Terminy zajęć do uzgodnienia.

Zgłoszenia wysyłajcie na maila: (adres mailowy nauczyciela) do **2018!** Wystarczy napisać zgłaszam się do projektu Zapracuj Smartfonem oraz swoje imię i nazwisko.

W wypadku zbyt dużej ilości chętnych odbędzie się dodatkowa rekrutacja.

Projekt plakatu

Plakat (patrz Załącznik nr 1) został wykonany na bazie zdjęcia pochodzącego ze strony www.pixabay.com udostępnionego na licencji Creative Commons Zero.

Jak wybrać i zainteresować instytucję kultury do współpracy?

Zasady współpracy z instytucjami kultury

Instytucje, z którymi uczestnicy będą współpracować, są bardzo istotne dla powodzenia całego działania. Ważne więc, aby spełniały poniższe kryteria:

- Instytucja posiada skuteczną komunikację w social mediach. Działania w projekcie Zapracuj Smartfonem polegają na zdobywaniu wiedzy i umiejętności. Zatem ważne jest, aby uczestnicy współpracowali z ludźmi, którzy mają doświadczenie w omawianym obszarze i mogą się nim z uczestnikami podzielić. Cenną umiejętnością jest też zdolność do formułowania refleksji o dotychczasowych niepowodzeniach, trudnościach czy wyzwaniach.
- Instytucja zatrudnia osobę na stanowisku Specjalista ds. komunikacji w social mediach.
- Instytucja organizuje wydarzenia czy projekty skierowane do osób w wieku 13-20 lat. Młodzież robiąca relację z wydarzeń, ma kierować swoje treści do swoich rówieśników. Ich atutem jest umiejętność selekcji materiałów ciekawych dla młodzieży, znajomość ich sposobu komunikacji. Taka perspektywa spersonalizowanej komunikacji do konkretnej grupy wiekowej jest ich ważnym atutem przy nawiązywaniu współpracy z instytucją.

- Atutem instytucji jest spójna i rozbudowana komunikacja wizualna, nie jest to jednak warunkiem współpracy. Wynika to stąd, iż social media oparte są na komunikacji wizualnej.
- Instytucja musi mieć czas na tego typu współpracę. Jeżeli jest w momencie organizacji dużych wydarzeń, nie będzie w stanie rzetelnie współpracować z nauczycielem czy grupą.
- Instytucja musi być gotowa na udostępnienie części materiałów promujących grupie przed wydarzeniem po to, aby mogli oni wcześniej rozpocząć promocję.
- Instytucja musi być gotowa na udostępnienie relacji uczestników w swoich social mediach.

Bardzo ważne jest, aby pokazać instytucji/organizacji jej zysk z tej współpracy, czyli możliwość dotarcia do odbiorców w wieku nastoletnim. Warto zaczynać od współpracy ze znanymi nauczycielowi/ animatorowi instytucjami, bądź poszukać partnera wśród rodziców uczniów (ich pracodawcy, znajomi).

Jak skontaktować się z instytucją kultury?

Proces komunikacji z instytucją składa się z następujących etapów:

- zebranie informacji w internecie, co robi dana instytucja, w jaki sposób się promuje, czy jest aktywna w social mediach oraz czy kieruje wydarzenia do młodych, nastoletnich odbiorców;
- mail dobrze jest wysłać na początku spotkań z młodzieżą, warto z nimi przedyskutować potencjalnych partnerów, wysłuchać ich pomysłów czy typów instytucji, z którymi chcieliby pracować;
- napisanie maila proponującego współpracę oraz opisującego projekt. Mail skierowany jest do konkretnej osoby z działu komunikacji, często do pracownika i kierownika, żeby wzmocnić szanse, że ktoś go przeczyta. Pisanie na ogólny mail instytucji, często wiąże się z brakiem odpowiedzi. Ważny jest chwytliwy tytuł.

Przykładowa treść maila:

Witam!

Nazywam się, jestem nauczycielem/animatorem ze, który realizuje projekt ZAPRACUJ SMARTFONEM. "Zapracuj smartfonem" to cykl warsztatów i działań, dzięki którym uczniowie szkół

ponadpodstawowych zdobędą umiejętności oraz wiedzę umożliwiającą im praktyczne poznanie zawodu Specjalisty ds. Komunikacji w Social Mediach. Głównym założeniem projektu jest przybliżenie zawodów, wykorzystujących nowe technologie oraz uświadomienie, że smartfon może być narzędziem pracy.

Jest to sposób na zdobycie pierwszych doświadczeń zawodowych oraz przekonanie młodych ludzi, że ich pierwsza praca zawodowa może być interesująca, rozwijająca, wynikać z ich zainteresowań. Równocześnie pokazuje pracodawcom, że warto wykorzystać swobodę młodych ludzi w poruszaniu się w świecie nowych technologii.

Jesteśmy na etapie zdobywania umiejętności i wiedzy, jak wykorzystywać swoje smartfony do kreatywnego działania i do pracy. Kolejnym krokiem jest wykonanie relacji online (wykorzystując do tego smartfona) z wydarzeń instytucji kultury. Chodzi o to, aby uczestnicy projektu na bieżąco wrzucali relację z danego wydarzenia na profile na facebooku, instagramie i snapchat - w ten sposób promowali te wydarzenia w social mediach, docierając głównie do ludzi w swoim wieku i starszych. Chciałabym, żeby moja grupa rozpoczęła swoje relacje od dużego wydarzenia, gdzie będą mogli wspólnie przetestować zdobyte umiejętności. Pomyślałam, że może moglibyśmy wejść we współpracę z Państwem i przetestować to na, ponieważ

Krótki opis projektu :

„Zapracuj smartfonem” to działanie skierowane do młodych ludzi (16-18 lat), którzy wykorzystując swój smartfon, będą dokumentować online wydarzenia dla instytucji kultury/organizacji oraz promować je w social mediach.

W ten sposób będą mogli w praktyce poznać kompetencje związane z zawodem - specjalista ds. komunikacji w social mediach, który istnieje od niedawna i jest pożądanym przez instytucje, organizacje czy firmy. Praca wykonywana smartfonem pokaże im możliwości ich telefonów, które w przyszłości będą mogli wykorzystać w pracy.

Przed rozpoczęciem współpracy młodzież weźmie udział w warsztatach o aplikacjach mobilnych, social mediów oraz prawie dot. publikowania w internecie, co pozwoli im profesjonalnie przygotować się do zadania.

Współpraca młodzieży z pracodawcami pokaże, że młody człowiek może być cennym i odpowiedzialnym pracownikiem, szczególnie w obszarach tak dobrze przez niego eksplorowanych, tj. social mediów i internetu, oraz odpowiednią osobą pozwalającą dotrzeć instytucjom/organizacjom do nowej grupy odbiorców swoich działań.

Chętnie opowiedziałabym o tym działaniu osobiście. Nie ukrywam, że bardzo zależy mi na tej współpracy.

Pozdrawiam,

Po otrzymaniu odpowiedzi na maila warto zorganizować spotkanie z przedstawicielem instytucji, aby wytłumaczyć dokładnie założenia projektu i niezbędne elementy współpracy.

Dokument potwierdzający wzajemną współpracę

Porozumienie o współpracy często nie jest możliwe do podpisania dużo wcześniej przed realizacją relacji z wydarzenia, ponieważ instytucje zazwyczaj nie mają na tyle wcześniej przygotowanego harmonogramu. Często łatwiej jest podpisać taki dokument tydzień przed relacją z wydarzenia. Na etapie przygotowawczym dokumentem potwierdzającym współpracę może być notatka:

- sporządzona bezpośrednio po spotkaniu;
- zawierająca kluczowe ustalenia pomiędzy instytucją a nauczycielem;
- wysłana drogą mailową do pracownika instytucji.

Co powinno zawierać porozumienie o współpracy z instytucją?

- określenie harmonogramu współpracy;
- spotkanie wstępne, na którym zostaną przedstawione założenia projektu, a następnie założenia współpracy;
- spotkanie uczestników ze specjalistą od komunikacji w social mediach w danej instytucji;
- przygotowanie pigułki wiedzy, która otrzymają uczestnicy;
- praca podczas wydarzenia;
- informacja zwrotna dla uczestników po wydarzeniu;
- zawarcie umowy o współpracy lub wolontariackiej pomiędzy instytucją a każdym z uczestników projektu;
- promocja i dokumentacja wydarzenia w social mediach realizowana przez uczestników projektu;
- gratyfikacja dla uczestników (np. bilety na inne wydarzenia w danej instytucji).

→ Wzór dokumentu potwierdzającego wzajemną współpracę - patrz **Załącznik nr 2**.

→ Wzór umowy z przedstawicielem instytucji/instytucją - patrz **Załącznik nr 7**.

Harmonogram i przygotowanie warsztatów

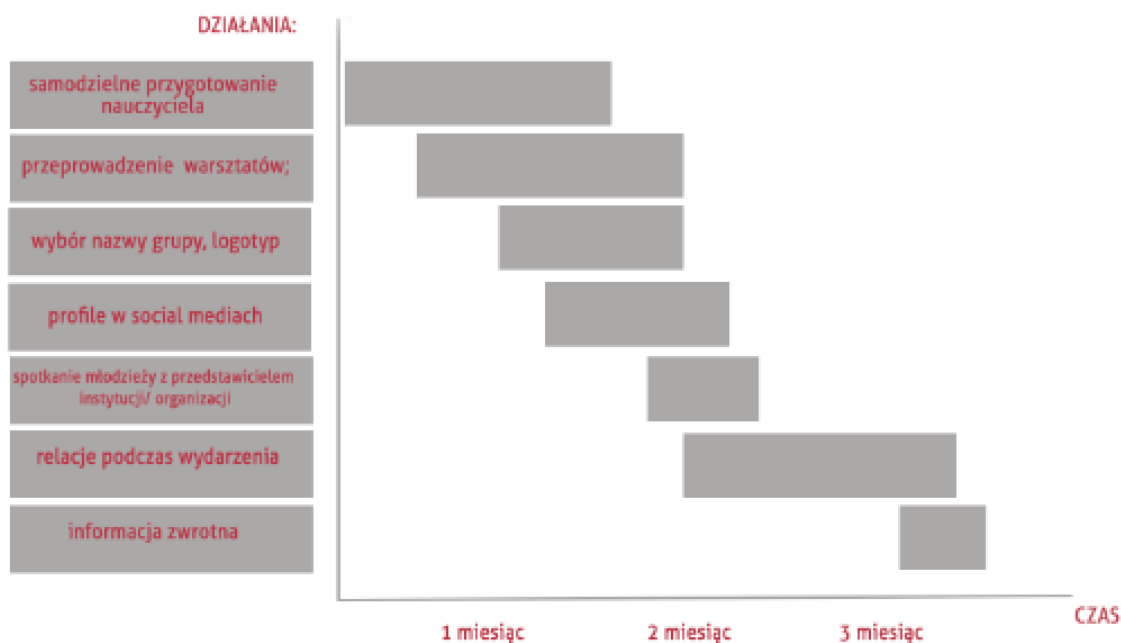
Kolejnym krokiem, po etapie rekrutacji grupy oraz nawiązania współpracy z instytucją jest ustalenie harmonogramu pracy.

Z doświadczeń z testowania modelu wynika, że warto rozpocząć projekt we wrześniu lub styczniu/lutym, czyli rozpoczęcia semestrów w szkole. Jest to czas, kiedy uczniowie organizują sobie plan lekcji oraz zajęć pozalekcyjnych, co pozwala ustalić zajęcia w stałym trybie.

Pierwszy krok to wypisanie wszystkich działań i przypisanie im odpowiednich terminów.

Działania:

- samodzielne przygotowanie nauczyciela na podstawie materiałów/ scenariuszy zawartych w modelu do realizacji warsztatów;
- przeprowadzenie warsztatów;
- wybór nazwy grupy, zaprojektowanie logotypu oraz materiałów graficznych;
- przygotowanie profili na Facebooku i Instagramie;
- spotkanie młodzieży z przedstawicielem instytucji/ organizacji;
- przeprowadzenie relacji podczas wydarzenia;
- informacja zwrotna od przedstawiciela instytucji.



Jest to dobry moment na zorientowanie się, co możecie poprowadzić sami, a do czego potrzebujecie specjalistów - warto poszukać zasobów wśród rodziców uczniów lub innych nauczycieli.

Identyfikacja grupy projektowej

Stworzenie profili w social mediach do promocji oraz identyfikacji grupy, zarządzanie i tworzenie portfolio.

To ważny moment nie tylko ze względu na to, że grupa zaczyna być widoczna w internecie, lecz również dlatego, że tworzą swoją identyfikację wizualną. Należy zacząć od tego, jak powinna nazywać się grupa. Uczestnicy sami powinni zaproponować kilka nazw i wybrać tę najlepszą. W trakcie testowania modelu uczestnicy proponowali nazwy tłumacząc, dlaczego chcieliby, aby tak się nazywała grupa oraz co dokładnie ona dla nich oznacza. To bardzo ważne głównie dlatego, że w kolejnych etapach projektu uczestnicy powinni utożsamiać z tą nazwą i budować jej prestiż. Kiedy nazwa zostanie wybrana, potrzebny jest logotyp, zdjęcie w tle, które zostaną zamieszczone na kontach na Facebooku, Instagramie i Snapchat.

Ważne jest, aby materiały były spójne, ale jednak różniły się od siebie. Profile nie powinny być identyczną kopią, raczej zawierać inne materiały.

Podczas działań testowych uczestnicy wybrali nazwę swojej grupy Wide Sight. Zależało im, żeby ta nazwa była po angielsku, ponieważ według nich miała większy zasięg. W trakcie jednak okazało się, iż jest niezrozumiała, że myli się z whitewithe. Zamiast logotypu stworzono napis z nazwą, po to aby odbiorcom utrwaliła się nazwa. Warto od początku zadbać o to, aby nazwa była prosta i zrozumiała.

Jeżeli realizujesz projekt w klasie i masz grupę trzydziesto osobową, warto podzielić ich na kilka mniejszych grup. np. na cztery lub pięć grup. Prognozy na najbliższe 30 lat jasno wskazują, iż umiejętnością kluczową na rynku pracy będzie praca w zespole, współpraca. Działanie, które proponuje model, jest idealne do tego, aby ćwiczyć i rozwijać te umiejętności.

Stworzone profile grupy oraz zamieszczane na nich relacje będą stanowiły portfolio grupy. Jeżeli w przyszłości chcieliby podejmować taką aktywność samodzielnie, będą mogli potencjalnemu pracodawcy pokazać efekty swojej pracy.



Warsztaty

Model zakłada realizację 4 warsztatów, w konkretnej kolejności:

1. warsztat integracyjny,
2. warsztat z aplikacji mobilnych - STUDIO PROJEKTOWE W SMARTFONIE - cz. 1 Media społecznościowe - co i jak. Wprowadzenie;
3. warsztat z prawa autorskiego w internecie;
4. warsztat z aplikacji mobilnych - STUDIO PROJEKTOWE W SMARTFONIE - cz. 2 zMOBILizuj się! Twórz i udostępniaj.

W pierwotnych założeniach projektu warsztaty miały odbyć się w innej kolejności, tzn. warsztat integracyjny, dwa warsztaty z aplikacji mobilnych miały być jeden po drugim. Popierwszym warsztacie z aplikacji mobilnych okazało się jednak, że uczestnicy potrzebują czasu na przyswojenie wiedzy i wykonanie zadania domowego. Jako trzeci odbył się zatem warsztat z prawa autorskiego, a dopiero po nim drugi warsztat z aplikacji.

Każdy scenariusz został przygotowany w ścisłej współpracy osoby prowadzącej warsztaty w trakcie testowania modelu oraz innowatora tworzącego ten model. Każdy prowadzący otrzymał dokładny opis oraz wytyczne dotyczące założeń projektu, wiedzy i umiejętności niezbędnych uczestnikom do wykonania zadania. Wszystkie scenariusze zostały udostępnione na otwartej licencji Creative Commons Uznanie Autorstwa.

Prowadzący byli dobierani według następujących kryteriów:

- duża wiedza merytoryczna z obszaru tematyki warsztatu;
- doświadczenie w pracy z młodzieżą;
- umiejętność przekazywania wiedzy merytorycznej językiem zrozumiałym dla młodzieży, bez infantyilizacji treści;
- praktyczne działanie w obszarze tematyki warsztatów - ważne, aby prowadzący byli praktykami, a nie tylko teoretykami.

Kryteria te są ważne w momencie, kiedy nauczyciel decyduje się na włączenie w działania osoby z zewnątrz. Ważne jest, aby pamiętać, że są organizacje zajmujące się udostępnianiem wiedzy z zakresu licencji Creative Commons i prawa autorskiego i prowadzą bezpłatne szkolenia z tego obszaru. Warto się do nich zgłaszać z prośbą o wsparcie w temacie warsztatów czy potrzebnej wiedzy.

Jako pierwszy odbywa się **warsztat integracyjny**, którego celem jest zintegrowanie grupy oraz wypracowanie zasad współpracy w grupie. Uczniowie biorący udział w projekcie na etapie testowania modelu nie znali się wcześniej, a działania projektowe w dużej mierze zależne były od ich współpracy. Nawet jeżeli projekt realizowany będzie w klasie, gdzie uczniowie się już znają, warto przeprowadzić ten warsztat. Ma on w swojej strukturze elementy potrzebne każdej grupie, tj.: kontrakt, ćwiczenia postrzegania i obserwacji, rozwijania wrażliwości na drugiego człowieka.

Scenariusz warsztatu stanowi **Załącznik nr 3**.

Drugim warsztatem jest **warsztat z aplikacji mobilnych** - "STUDIO PROJEKTOWE W SMARTFONIE - cz. 1 Media społecznościowe - co i jak. Wprowadzenie". Podczas tego warsztatu uczestnicy poznają aplikacje pozwalające im projektować materiały graficzne potrzebne do stworzenia profilu grupy na Facebooku, Instagramie czy Snapchat, np.: projektowanie logotypu, tworzenie zdjęcia w tle.

Scenariusz warsztatu stanowi **Załącznik nr 4**.

Dla nauczyciela: Proponowane w scenariuszu aplikacje są dosyć proste i łatwo się ich nauczyć samemu. Na You Tubie jest dużo tutoriali, które krok po kroku tłumaczą, jak z nich korzystać. Wcale nie ma potrzeby szukania dodatkowych animatorów czy specjalistów, którzy poprowadzą ten warsztat za Ciebie. Uczestnicy często nie mają pojęcia, że takie aplikacje istnieją i do czego służą. Kiedy im je pokażesz, sami bardzo szybko "rozgryzają", jak to działa. Nie bój się, jeżeli okaże się, że oni uczą się szybciej i łatwiej im przychodzi korzystanie z tego narzędzia.

Trzeci warsztat to warsztat z **prawa autorskiego w internecie**. Tu uczestnicy dowiadują się, czym jest prawo autorskie, co znaczy dozwolony użytek prywatny, czym są licencje Creative Commons oraz gdzie szukać darmowych materiałów, które można opublikować w internecie. Scenariusz warsztatu stanowi **Załącznik nr 5**.

Ostatnim warsztatem jest **warsztat z aplikacji mobilnych** - "STUDIO PROJEKTOWE W SMARTFONIE - cz. 2 zMOBILizuj się! Twórz i udostępniaj". Podczas tego spotkania uczestnicy poznają kolejne aplikacje, które pozwalają im na montaż filmu i obróbkę zdjęć. W social mediach prezentuje się głównie zdjęcia, video, grafiki. To powód, dla którego uczestnicy poznają różne narzędzia pozwalające podnieść jakość materiałów, które chcą prezentować. Scenariusz warsztatu stanowi **Załącznik nr 6**.

W ramach tej części modelu odbyło się jeszcze jedno spotkanie z przedstawicielem

Facebooka, który opowiedział uczestnikom o mechanizmach funkcjonowania social mediów. Niestety wiedza ta szybko się dezaktualizuje i nie udało się włączyć tej części do modelu. Pomocne mogą tu być materiały zamieszczane w internecie na stronach typu:

<https://socialpress.pl>

<http://www.infosocialmedia.pl>

<https://www.facebook.com/socialmediakryzys>

<http://fan-page.pl>

<https://socjomania.pl/blog>

Doświadczenia projektu pokazały również, że zabrakło jednego warsztatu. Praca polegająca na promocji wydarzeń oraz zdawania z nich relacji online wymaga dużego wyczucia estetyki i przygotowania wizualnego. Warto uzupełnić działania o taki warsztat, zaprosić fotografa lub grafika (być może ktoś z rodziców nim jest lub kogoś takiego zna). Kogoś, kto opowie o kompozycji, o tym jak budować historię za pomocą obrazów, co powinno znaleźć się w kadrze, a co nie.

Zaplanowanie relacji wydarzenia w podziałach na grupy

W ramach testowania modelu uczestnicy wykonali w sumie cztery relacje. Każda z nich przebiegała w podobnym schemacie:

- Przed relacją uczestnicy spotkali się z przedstawicielem danej instytucji, który opowiadał im o tym, jak wygląda promocja i komunikacja na zewnątrz w danej instytucji. Pokazywał przykładowe posty z Facebooka czy Instagrama (szybko się okazało, że instytucje nie sięgają po Snapchat), mówił, jakim językiem się posługują, jaką mają strategię na te działania. Po spotkaniu zawsze przysyłał krótką notatkę, która była podsumowaniem najważniejszych punktów oraz wskazówkami, o czym należy pamiętać podczas promocji. Podczas tego spotkania otrzymywali również plan wydarzenia oraz poznawali oczekiwania organizatorów.
- Uczestnicy otrzymywali materiały promocyjne od instytucji, które zamieszczali w social mediach. Informowali w nich, że tam będą i będą wykonywali z nich relację. Było to równocześnie zaproszenie do tego, aby śledzić relację.
- Nauczyciel/animador powinien ustalić, jakie są zasady w zakresie zgody na publikowanie wizerunku. Czy jest to impreza publiczna wyjęta z zasad RODO, czy

organizator zadbał o zgody w ramach zgłoszeń, a może uczestnicy sami powinni zadbać o to, żeby osoby nagrywane lub fotografowane podpisały taką zgodę.

Przykładowa zgoda stanowi **Załącznik nr 8**.

- ❑ Kolejnym krokiem był podział zadań i jasne określenie, kto odpowiada za który profil (Facebook, Instagram, Snapchat). Uczestnicy pracowali w parach.
- ❑ Przed każdym wydarzeniem odbywała się odprawa, gdzie uczestnicy przypominali sobie o najważniejszych rzeczach, np.: naładowane telefony, wolna pamięć w smartfonie, czysty obiektyw, potwierdzenie loginów i haseł, swoje zadania, miejsce i godzina spotkania.

Wykonanie relacji

Pierwszą relacją, którą wykonywali uczestnicy w ramach testowania modelu była dokumentacja Forum Digital Youth, organizowanego przez Fundację Dajemy Dzieciom Siłę. Była to duża impreza trwająca ok. 6 godzin, podczas której cała 10-osobowa grupa była zaangażowana w różne zadania. Kolejne relacje odbyły się w trakcie mniejszych wydarzeń. Uczestniczyły w nich wtedy tylko 3- 4 osoby.

Każda relacja przebiegała zgodnie ze schematem:

- odprawa, czyli podział zadań, które zostały wstępnie ustalone na wcześniejszym spotkaniu: kto wrzuca materiały, na które profile, kto nagrywa boomerangi lub gify, kto rozmawia z gwiazdami, vipami, kto nagrywa publiczność, kto łąpie szczegóły;
- pierwsze relacje i zamieszczanie materiałów, stworzenie grupy na messengerze i przesyłanie sobie wzajemnie materiałów;
- oznaczanie osób i instytucji, co może zwiększyć zasięg postów;
- regularne spotkania z grupą, podczas których podejmuje się decyzje, gdzie zamieszczane są które materiały. Dbanie o to, żeby materiał się nie powtarzał na Facebooku, Instagramie i Snapchat;
- na zakończenie pracy spotkanie podsumowujące. Omówienie trudności, tego co było przyjemne, co było wyzwaniem. Ustalenie dalszej pracy nad relacją z wydarzenia. Utrzymanie kontaktu z odbiorcami poprzez zamieszczanie postów jeszcze kilka dni po wydarzeniu.

Po dwóch relacjach zrezygnowaliśmy ze Snapchatu. Okazał się narzędziem nie nadającym się do tego typu działań. Wiadomości widzą tam tylko nasi znajomi, a bardzo trudno jest tak szybko zbudować grupę odbiorców. Instytucje kultury również potwierdzały, że Snapchat to trudne i nieefektywne narzędzie.

Bardzo ważna jest rola osoby kierującej działaniem całej grupy w trakcie wydarzenia. Taki lider patrzy na całą pracę jako całość i rozdaje zadania. Tempo pracy jest szybkie i trudno pilnować, żeby posty się nie powielaly.

Zaskakująca była trudność uczestników w podchodzeniu do ludzi i zagadywaniu ich. Myślę, że warto pracować z młodzieżą nad umiejętnością podchodzenia do ludzi i nawiązywania rozmowy.

W trakcie projektu pojawił się problem z RODO. Ochrona wizerunku istnieje od dawna i ludzie, których wizerunek jest publikowany, muszą wyrazić na to zgodę (wyjątkami od tej sytuacji są: zdjęcia grupowe, gdzie wizerunek pojedynczej osoby trudno rozpoznać, osoby publiczne, zdjęcia zrobione podczas imprezy publicznej czy masowej, dziennikarze, prasa). Wejście przepisów RODO spowodowało duże utrudnienia, ponieważ nie do końca było jasne, jakiego typu zgody powinniśmy mieć. Obecnie sytuacja się stabilizuje, jednak wciąż brakuje jednoznacznych zasad. Wchodząc na daną imprezę, wydarzenie, warto zapytać organizatora, w jaki sposób jest zorganizowana zgoda na publikację wizerunku. Rozmowa o tym przed wydarzeniem pozwoli zadbać organizatorowi o dołączenie do zgód (jeżeli on to organizuje) fragmentu o grupie młodzieży i wykorzystywaniu wizerunku w ich mediach społecznościowych. Należy uczulić młodzież na to, że każda osoba, którą chcą sfotografować czy nagrać, powinna pisemnie wyrazić na to zgodę, chyba że organizator zadbał o to w inny sposób.

W prezentowanym modelu uczestnicy brali udział w przynajmniej dwóch relacjach. Jednak nawet jedna będzie bardzo cennym doświadczeniem dla młodych ludzi. Jeżeli w Waszej miejscowości brakuje wydarzeń skierowanych do młodzieży, instytucji lub nie są one gotowe na taką współpracę, wydarzenie można zastąpić np. promocją sklepu, kawiarni, świetlicy czy nawet szkoły. Ważne jest tylko, aby uzupełnić to zadanie o spotkanie ze specjalistą z zakresu social mediów.

Podsumowanie relacji, informacja zwrotna od instytucji i barter

Po przeprowadzeniu relacji przedstawiciel instytucji przegląda posty zamieszczone w social mediach. Jeżeli jakiś post był atrakcyjny dla instytucji to był przez nią udostępniany na jej

profilach. Przedstawiciele instytucji przesyłają również krótką informację zwrotną, która jest bardzo ważna dla uczestników.

Po zakończeniu działań uczestnicy otrzymują w barterze gify od organizatora. Były to np.: bilety do kina czy teatru.

Warto zadbać o tę informację zwrotną. Jest to jedna z ważniejszych części działania. Ponieważ daje młodzieży sytuację oceny ze strony pracodawcy.

Podczas testowania modelu okazało się, iż dla uczestników te gify miały dużo mniejsze znaczenie niż zakładałam na początku, nie były też one wyznacznikiem, iż jest to sytuacja pracownik - pracodawca. Dużo ważniejsze dla atmosfery zawodowej były spotkania z pracownikami instytucji, którzy opowiadali im o sposobie komunikacji danej organizacji, spotkania przed eventem oraz przesyłanie materiałów promocyjnych.

Efekty

Efekty projektu można rozpatrywać na kilku poziomach. Po pierwsze nastąpiła zmiana w myśleniu młodych ludzi o rynku pracy. Zaczęli dostrzegać obszar zawodów opartych na nowych technologiach, dynamicznie zmieniających się. Zauważyli również, że w pracy nie jest ważna tylko wiedza, ale również kompetencje typu: umiejętność współpracy w grupie, kreatywność, elastyczność, umiejętność poruszania się po świecie nowych technologii i internecie.

Druga zmiana to uświadomienie młodym ludziom, że smartfon jest narzędziem pracy, a bezpłatne aplikacje mobilne pozwalają na robienie wielu ciekawych rzeczy, np.: na zaprojektowanie logotypu lub montaż video.

Kolejna zmiana to uświadomienie sobie przez młodzież, że ich pierwsza praca może być ciekawa i rozwijająca, wykorzystująca ich wiek i kompetencje. Potrzebują tylko odwagi, otwartości i kreatywności.

Uczestnicy projektu zdobyli też wiedzę o prawie autorskim, ochronie wizerunku czy licencjach Creative Commons.

Po zakończeniu działań młodzież ma gotowe profile, które stanowią poniekąd ich portfolio, pozwalające na kontynuację aktywności zawodowych.

W trakcie spotkania z uczestnikami po wakacyjnej przerwie, okazało się, że ich świadomość o zasobach internetu i możliwość ich wykorzystania znacznie wzrosła.

Drugim obszarem zmian są instytucje oraz ich sposób myślenia o młodych ludziach jako pracownikach. Na podstawie rozmów z instytucjami udało mi się dowiedzieć, jakie korzyści wynikają dla nich z tej współpracy. Przykładem jest promocja najnowszego spektaklu Teatru Nowego "Thriller" - spektaklu skierowanego do młodzieży, gdzie na próby medialne i generalną zostali zaproszeni młodzi dziennikarze i młodzież prowadząca fanpage na Facebooku, Instagramie, blogi, gazetki szkolne, itd. Dział promocji teatru dostrzegł, że jest to najlepszy kanał docierania do młodych ludzi.

Po zakończeniu projektu młodzież może spróbować samodzielnie kontynuować te działania. Ich profile, na których zamieszczali relacje, stanowią ich portfolio i mogą je wykorzystywać. Najważniejsze to poszerzać grono lajkujących czy obserwujących. Uczestnicy projektu mogą też szukać instytucji/organizacji/firm, które kierują swoje działania do młodzieży i proponować im współpracę. Może zdarzyć się również tak, że ktoś obserwujący relację, sam odezwie się do młodzieży. Tak stało się w testowanym modelu.

Załączniki

Załącznik nr 1 - plakat promujący projekt

Załącznik nr 2 - wzór dokumentu potwierdzającego współpracę organizacją/ notatka

Załącznik nr 3 - scenariusz zajęć integracyjnych

Załącznik nr 4 - scenariusz zajęć z aplikacji

Załącznik nr 5 - scenariusz zajęć z prawa autorskiego

Załącznik nr 6 - scenariusz zajęć z aplikacji 2

Załącznik nr 7 - wzór umowy z instytucją/ przedstawicielem

Załącznik nr 8 - przykładowa zgoda na wizerunek

Załącznik nr 1**Projekt plakatu**

Plakat został wykonany na bazie zdjęcia pochodzącego ze strony www.pixabay.com, na licencji CC0.



wyślij zgłoszenie na maila: edrobek_miki@wp.pl do 4 kwietnia 2018

W wypadku zbyt dużej ilości chętnych, odbędzie się dodatkowa rekrutacja.

Projekt realizujemy "Dziś i jutro" w ramach projektu "TransferHub - generowanie, wspieranie i inkubacja innowacji społecznych" finansowanego przez Fundację Edukacji i Rozwoju "TransferHub", www.transferhub.pl



Załącznik nr 2**Wzór dokumentu potwierdzającego współpracę organizacją/ notatka.**

data:2018

uczestnicy spotkania:

spotkanie w siedzibie instytucji/organizacji(adres)

temat: współpraca dotycząca promocji i dokumentacji wydarzenia(nazwa wydarzenia i instytucji) przez członków grupy(nazwa grupy stworzonej przez młodzież), członków młodzieżowej grupy, relacjonującej/promującej wydarzenia kulturalne skierowane do młodzieży dla instytucji/organizacji .

Przedstawienie założeń działania.

Działanie ma na celu przybliżenie młodzieży zawodów związanych z nowymi technologiami, w tym wypadku zawód Specjalisty ds Komunikacji w Social Mediach. Uczestnicy działania to młodzież w wieku.....Przez kilka tygodni rozwijają swoje umiejętności wykorzystywania aplikacji do obróbki zdjęć, montażu video, czy projektowania. Zdobywają profesjonalną wiedzę z zakresu komunikacji i promocji, ucząc się od praktyków. Działanie zakończone zostaje przeprowadzeniem promocji i relacji z wydarzenia w social mediach, na specjalnie stworzonych do tego kanałach. Aby to się udało potrzebujemy partnerów, czyli instytucji, organizacji, które zgodzą się wpuścić młodzież na swoje wydarzenie.

Przedstawienie niezbędnych elementów działania:

spotkanie uczestników ze specjalistą od komunikacji w social mediach instytucji;

przygotowanie pigułki wiedzy, która otrzymają uczestnicy;

umowa współpracy;

promocja i dokumentacja wydarzenia w social mediach;

gratyfikacja dla uczestników.

Omówienie powyższych punktów:

ad a)

Przed relacją online odbędzie się spotkanie z pracownikiem, która wprowadzi młodzież w temat komunikacji w social mediach. Główny nacisk podczas spotkania położony zostanie na specyfikę komunikacji organizacji :

- na jakich portalach społecznościowych się promują;
- częstotliwość postów, komentarze, odpowiedzi na komentarze;
- instastory czy posty, co ma większy zasięg;

- budowanie grupy odbiorców;
- czy do młodzieży, dzieci czy rodzin idą te same komunikaty czy są spersonalizowane;
- trudności takiej pracy;
- relacje online jako popularne narzędzie;
- wizerunek uczestników wydarzeń.

ad b)

Na podstawie spotkania prowadzący przygotowuje krótką notatkę (pół strony a4): w punktach wypisane najważniejsze zasady w komunikacji w social mediach z punktu widzenia organizacji. Pigułka przygotowana przez organizację będzie służyła uczestnikom projektu, będzie dla nich wsparciem podczas działania na wydarzeniu.

ad c)

Podpisanie porozumienia o współpracy.

ad d)

Umożliwienia wejścia na wydarzenie(nazwa wydarzenia i organizacji) 3- 4 członkom grupy oraz dokumentacji i promocji wydarzenia na profilach grupy Wide Sight - Facebook, Instagram, Snapchat.

Jeżeli organizacja uzna za wartościowe wykonane dokumentacje udostępni je na swoich profilach.

ad e)

Ustalenie formy gratyfikacji uczestników za wykonaną pracę. Uczestnicy otrzymają.....

Załącznik nr 3**Scenariusz warsztatu integracyjnego.**

Autorką scenariusza jest Dorota Ogrodzka, prowadząca warsztaty.

Scenariusz warsztatu integracyjnego
dla uczestników i uczestniczek projektu „Zapracuj smartfonem”
realizowanego w ramach programu TRANSFER HUB.

Miejsce:.....

Czas:.....

Celem warsztatu było stworzenie dla uczestników i uczestniczek oraz dla inicjatorce projektu przestrzeni do wzajemnego poznania się oraz wspólnego „wystartowania” w projekcie „Zapracuj smartfonem”. Chodziło również o to, by młodzi ludzie mieli szansę na integrację między sobą, wyłączenie się z trybu szkolnego i przejście w tryb twórczego współdziałania. Proponowane działania miały im pomóc stać się zespołem, grupą.

Warsztat ponadto został zaprojektowany w taki sposób, aby zwrócić uwagę uczestników i uczestniczek na kluczowe dla idei i specyfiki projektu pojęcia oraz wartości takie jak: uważność, obserwacja, słuchanie, umiejętność generowania opowieści o tym, co widzi się i słyszy.

1. Wprowadzenie. Przywitanie i runda wstępna (każdy/ a mówi kilka słów o sobie)
2. Rozgrzewka ruchowo-przestrzenna.

W tej części zaproponowane zostały działania inspirowane pedagogiką teatru, proste ćwiczenia ruchowe związane z grupowym przemieszczaniem się po sali według określonych zasad, łapaniem kontaktu wzrokowego, reagowaniem na ruch innych osób, proponowaniem przez jedną osobę specyficznego sposobu poruszania się dla całej grupy oraz improwizacjami ruchowymi.

Celem tej części jest wzmocnienie uważności, koncentracji oraz świadomej obecności uczestników i uczestniczek. Są to wartości i postawy dzięki którym możliwe jest współdziałanie i grupowe intensywne działanie.

3. Zdjęcia profilowe w parach.

Uczestnicy i uczestniczki poproszeni zostali o sformułowanie/ wymyślenie 10 postów na facebooka, w których opowiadaliby/ relacjonowaliby ważne dla siebie wydarzenia, opisujące ich samych. Następnie opowiadali sobie te historie w parach (każda para spotykała się ze sobą na 2 minuty. Najpierw opowiada jedna osoba, potem druga). W

trakcie tych spotkań osoba słuchająca rysowała portret opowiadającego nie patrząc na kartkę. Po zakończonym dwuminutowym spotkaniu wymieniali się portretami i łączyli w nowe pary. W trakcie całego cyklu każdy uczestnik miał szansę opowiedzieć i wysłuchać 10 historii. Po zakończeniu działania każda osoba miała zebraną kolekcję 10 swoich portretów. Wspólnie oglądaliśmy portrety, każdy/a wybierał/a swój ulubiony. Zestaw portretów tworzył symboliczną wizytówkę grupy.

4. Zmiana stroju

Uczestnicy stawali w dwóch rzędach naprzeciw siebie. Obserwowali wzajemnie swój wygląd. Następnie jeden rząd miał za zadanie odwrócić się tyłem – w tym czasie ich partnerzy z przeciwnego rzędu mieli zmienić każdy w swoim stroju jeden/ dwa szczegóły. Po zakończonym przeprowadzeniu zmian osoby z rzędu pierwszego ponownie odwracały się przodem i miały określić, jaka zmiana zaszła. Następnie działanie przebiega w drugą stronę i jest powtarzane kilkakrotnie.

5. Dwa koła

Uczestnicy i uczestniczki poproszeni zostali o ustawienie się w dwa okręgi. Osoby z jednego kręgu zostały połączone w pary z osobami z drugiego. Podobnie jak w poprzednim działaniu następowały rundy – krótkie rozmowy w parach, tym razem na zadany temat. Tematy dotyczyły spraw osobistych: zainteresowań, marzeń, potrzeb, chęci. Po każdym spotkaniu następował koniec rundy, jedno z kół przesunęło się w określoną stronę, w ten sposób tworzyły się nowe pary. Po kilku rundach następował rodzaj performatywnego podsumowania. Wszyscy stawali naprzeciw krzesła, na którym po kolei siadał każdy z uczestników. Przez minutę cała grupa, zbiorowym głosem miała przypominać, parafrazować informacje uzyskane o tej osobie.

Po działaniu nastąpiła krótka rozmowa: co pomagało w zapamiętywaniu informacji, czy i jak je przetwarzaliśmy, czy miło było słuchać opowieści o sobie, relacji stworzonej przez innych?

6. KONTRAKT

W tej części metodami warsztatowymi stworzyliśmy kontrakt próbując określić zasady wspólnego działania, które sprzyjałyby twórczej i skutecznej pracy, oraz dobrej atmosferze.

Załącznik nr 4**Scenariusz warsztatu z aplikacji mobilnych - STUDIO PROJEKTOWE W SMARTFONIE - cz. 1
Media społecznościowe - co i jak.**

Autorką scenariusza jest Sylwia Żółkiewska, prowadząca warsztaty.

Temat warsztatów:

STUDIO PROJEKTOWE W SMARTFONIE - cz. 1

Media społecznościowe - co i jak. Wprowadzenie.

Grupa docelowa: młodzież licealna, 16-18 lat

Cel: zapoznanie z podstawami działania mediów społecznościowych Czas: 120 min

Krótki opis warsztatów:

Głównym celem zajęć jest zapoznanie uczestników z działaniem mediów społecznościowych: jak funkcjonują, skąd się wzięły, do czego mogą służyć. Przy okazji uczestnicy poznają proste aplikacje do obróbki obrazu, podstawy projektowania graficznego i dowiedzą się, skąd czerpać grafiki na licencji Creative Commons. Uczestnicy rozwiną umiejętność współpracy w grupie.

Metody pracy:

pokaz, dyskusja, ćwiczenia praktyczne

Użyte aplikacje:

Pixlr, Canva, Pixabay, Logo Maker, Desygner

Sprzęt niezbędny do przeprowadzenia warsztatów:

- wi-fi, urządzenia mobilne przyniesione przez uczestników

Przebieg warsztatów:

1. Powitanie uczestników, przedstawienie się uczestników - można poprosić by wymienili nazwę swojego ulubionego blogera lub portalu społecznościowego.

2. Prosimy uczestników, by zastanowili się, dlaczego ludzie korzystają z social mediów. Możliwe odpowiedzi to podtrzymywanie znajomości, chęć dzielenia się swoją twórczością lub wiedzą z innymi, potrzeba przynależności — należenia do grupy, zawieranie nowych znajomości, presja ze strony znajomych, przyglądanie się i śledzenie życia innych

3. Pytamy uczestników, jak myślą, kto ich używa? jakie grupy spotkamy na danym portalu? Np. dziennikarze i politycy-Twitter, osoby 13-26 - Instagram, FB - wszyscy.

4. Prowadzący prosi uczestników by ustawili się na symbolicznej linii. Jeden jej koniec oznacza TAK (prawda), drugi - NIE (fałsz). Prowadzący czyta stwierdzenia (poniżej), a uczestnicy ustawiają się w wybranym miejscu:

- Codziennie spędzam czas w mediach społecznościowych.
- Na spacer potrafię wyjść bez smartfona.
- Często wspominam, co mi się przytrafiło w mediach społecznościowych.
- Korzystam z mediów społecznościowych, by być w kontakcie z rodziną i znajomymi.

- W mediach społecznościowych śledzę głównie profile związane z nauką i ciekawymi faktami.
- Korzystam z mediów społecznościowych, by poprawić sobie humor.
- Nie wyobrażam sobie życia bez mediów społecznościowych.
- Moja uwaga i mój czas wpływa na popularność portali, których jestem użytkownikiem.
-

5. Prowadzący dzieli uczestników na 4 grupy. Prosi, by każda z grup przygotowała po 5 odpowiedzi na pytania:

- Do czego najbardziej mogą się przydać SM?
- W czym mogą przeszkadzać SM?
- Jakie są plusy SM?
- Jakie są minusy SM?

czas: ok. 3 minuty

4. Słowo czy obraz?

Prowadzący pyta, co bardziej liczy się w mediach społecznościowych: tekst czy grafiki i multimedia?

- Jakie elementy graficzne powinien mieć profil na FB, YT, IG?
- Co powinno znaleźć się w zdjęciu profilowym? Logo, czy zdjęcie? Jak zaprojektować logo do swojego fanpage'a? Po co ono jest potrzebne?
-

Można pokazać kilka przykładowych logotypów i wspólnie zastanowić się, co sprawia, że są one rozpoznawalne i kojarzą się właśnie z tymi firmami: <http://www.logofirmowe.pl/dobre-wzory-logo-przyklady-najlepszych-identyfikacji/>

5. Proponujemy uczestnikom, by teraz oni sami stworzyli grafiki do profili FB, YT, IG do profili i grup (FB). Prezentujemy krótko aplikacje, w których można wykonać grafiki:

A. Pixabay - pozyskiwanie zdjęć i grafik z domeny publicznej (licencja CC0), (rejestracja nie jest wymagana, działa online, Android, iOS, web)

<https://itunes.apple.com/us/app/pixabay/id1178021455?mt=8>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pixabay.pixabayapp>

B. Pixlr - obróbka zdjęć, (bez rejestracji, działa offline, Android, iOS, web)

<https://itunes.apple.com/us/app/pixlr-photo-collages-effect/id526783584?mt=8>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pixlr.express&hl=pl>

C. Canva - tworzenie tła do profili, tworzenie postów, projektowanie logo (rejestracja, działa online, Android, iOS, web)

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.canva.editor>

<https://itunes.apple.com/us/app/canva-photo-editor-design/id897446215?mt=8>

D. Desygner - tworzenie tła do profili, tworzenie postów, projektowanie logo (rejestracja, działa online, Android, iOS, web)

<https://itunes.apple.com/us/app/desygner/id1052684637?mt=8>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.delgeo.desygner>

E. LogoMakerPlus-GraphicDesigner&LogoGenerator-tworzenie tła do profili, tworzenie postów, projektowanie logo (bez rejestracji, działa offline, Android)

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.logopit.logoplus>

To od uczestników zależy, których z nich użyją, co im się przyda. Być może będą chcieli tworzyć szkice logotypów np. w aplikacjach **Szkic** (Android) lub **Papers** (iOS), które umożliwiają swobodne rysowanie.

6. Dzielimy uczestników na 4 grupy, każda grupa opracowuje elementy do wylosowanego profilu:

- A. Najlepsze horrory
- B. Ekologiczna biżuteria
- C. Kajakiem dookoła świata
- D. Przyszłość na Marsie

Uwaga! Możemy także podzielić uczestników na grupy i poprosić by w grupach opracowali nazwę swojego profilu (metodą burzy mózgów) i wybrać wspólnie najlepszą z nich, a następnie do nich dopracować grafiki i logotypy.

Wymiary grafik do wykonania:

FB

Logo profilowe: 180 x 180 px (lecz warto stworzyć je najpierw w wyższej rozdzielczości, nawet 2000x2000 px, a potem je zmniejszyć)

Zdjęcie profilowe w tle: 828 x 315 px Udostępnianie zdjęcia: 1200 x 630 px

Foto grupy: 1640 x 924 px

YT

Zdjęcie w tle kanału: 2560 x 1440.

IG

Logo na profil: 110 x 110. Zdjęcia: 1080 x 1080

czas trwania: 45 min

5. Wspólne obejrzenie prac i podsumowanie zajęć. Czas trwania: 5 min

Materiały dodatkowe:

Wymiary grafik do mediów społecznościowych:

<https://socialpress.pl/2017/03/jakie-wymiary-maja-grafiki-w-mediach-spolesnosciovych/>

Załącznik nr 5**Scenariusz z warsztatu z prawa autorskiego w internecie.**

Autorką scenariusza jest Natalia Mileszyk, prowadząca warsztaty.

Temat: Prawo autorskie w internecie.

Grupa docelowa: licealiści będący aktywnymi użytkownikami internetu, grupa najlepiej ok. 15 osobowa

Czas trwania: 120 min

Materiały: kartki A4, post-ity, flamastry, karty ćwiczeń, karty do głosowania, komputer z rzutnikiem, urządzenia mobilne do korzystania przez uczestników

Cel zajęć:

- Zapoznanie uczestników z podstawowymi pojęciami prawa autorskiego
- Zrozumienie przez uczestników, że zasoby dostępne online są również objęte ochroną prawnoautorską
- Przedstawienie uczestnikom źródeł wiedzy, z których mogą legalnie korzystać
- Uświadomienie uczestnikom, że prawo autorskie dotyczy ich nie tylko jako odbiorców, ale także jako twórców

Prawo autorskie dotyczy każdego z nas - korzystając z internetu na co dzień stykamy się z mnóstwem utworów, które chronione są prawem autorskim. Dlatego tak ważne jest, by świadomi użytkownicy internetu umieli dbać o prawa autorskie, wiedzieli gdzie szukać legalnych źródeł, a także co mogą zrobić z utworami, które nadal chroni prawo autorskie. Jest to szczególnie ważne w kontekście podejmowania działalności promocyjno-komercyjnej, również w mediach społecznościowych.

Źródła wiedzy dla edukatora o prawie autorskim, licencjach creative commons i otwartych zasobach:

1. Pierwsza pomoc w prawie autorskim: przewodnik - <http://prawokultury.pl/publikacje/pierwsza-pomoc/>
2. Poradnik na stronie ngo.pl o prawie autorskim - <http://poradnik.ngo.pl/prawo-autorskie>
3. Strona Creative Commons Polska - <https://creativecommons.pl/>
4. Blog Otwarte Zasoby - <http://otwartzasoby.pl/>

5. Słowniczek pojęć z prawa autorskiego -
<http://www.prawoautorskie.gov.pl/pages/strona-glowna/baza-wiedzy/slowniczek.php>

Przebieg:

1. Zadanie #1 - DRZEWO - czas trwania: 5 minut

Poproś uczestników, aby na kartce narysowali drzewo - nie dawaj im w tym zakresie żadnych wskazówek. Poproś również, aby rysunek podpisali imieniem i nazwiskiem oraz tytułem utworu. Na koniec skomentuj, że gratulujesz - bo właśnie każdy stworzył utwór - zapewne nie pierwszy w życiu. Poproś, aby uczestnicy chwilowo odłożyli swoje utwory na bok.

2. Zadanie #2 - PRAWDA/FAŁSZ - czas trwania: 35 minut

Rozdaj uczestnikom karty do głosowania z napisami prawda/fałsz. Następnie prezentuj pojedynczo stwierdzenia z karty ćwiczeń #1 i poproś uczestników, żeby podnosili karty do głosowania zgodnie z ich przekonaniem co do tego, czy jest to prawda czy fałsz. Ważne jest, żebyś zawsze zapytał kogoś kto twierdzi, że to prawda i kogoś kto twierdzi, że to fałsz, dlaczego wybrali takie opcje. Poza tym skomentuj zawsze prawidłową odpowiedź.

3. Zadanie #3 - ZNALEZIONE W INTERNECIE - czas trwania: 20 minut

Podziel uczestników na 5 grup. Każdej grupie przydziel jeden obrazek z karty ćwiczeń #2. Poproś ich, aby korzystając z podanych linków, sprawdzili, co mogą zrobić z danym zdjęciem. Następnie niech każda grupa zaprezentuje swoją stronę www na rzutniku i objaśni swoją odpowiedź.

Ważne w ewaluacji jest podkreślenie, że nie jest istotne czy utwór jest dostępny za darmo, w internecie musimy założyć, że jest chroniony prawem autorskim, chyba że stwierdzono inaczej.

4. Zadanie #4 - DZIELENIE SIĘ DRZEWEM - czas trwania: 15 minut

Zaprezentuj uczniom podstawową wiedzę nt. licencji Creative Commons, np. z wykorzystaniem prezentacji Kamila Śliwowskiego, CC BY 4.0,

<https://www.slideshare.net/cienkamila/otwartewolnedarmowe-jak-korzysta-i-publikowamateriay-na-creative-commons?ref=http://otwartzasoby.pl/prezentacja/>.

Podziel uczestników w pary. Poproś ich, żeby udostępnił stworzone wcześniej drzewo na wybranej licencji Creative Commons poprzez dodanie odpowiednich oznaczeń bądź zapisów,

a następnie wymienili się rysunkami z drugim uczestnikiem. Daj im czas, aby porozmawiali, że licencjodawcy (ci co dostali dany rysunek) zrozumieli intencje licencjodawców prawidłowo.

5. Zadanie #5 - OTWARTY INTERNET - czas trwania: 15 minut

Rozdaj uczestnikom post-ity i poproś ich o wypisanie źródeł, skąd czerpią materiały do swojej działalności internetowej (np. zdjęcia, grafiki). Umieść wszystkie źródła na tablicy. Przypomnij uczestnikom, że zazwyczaj wszystko co znajdują w internecie chronione jest prawem autorskim, chyba że stwierdzono inaczej. Następnie zapytaj się uczestników, które źródła wymienione przez nich zawierają utwory na wolnych licencjach bądź utwory z domeny publicznej. Następnie rozmawiajcie o takich portalach, jak Wikimedia Commons, Flickr, Vimeo, Pixabay, Polona, Europeana - gdzie mogą znaleźć takie zasoby. Pokaż im też opcje zaawansowanego wyszukiwania w grafikach google (narzędzia -> prawo użytkownika -> prawo do ponownego wykorzystania).

6. Zadanie #6 - PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE - Czas trwania: 30 minut

Tym razem podziel uczestników na trzy grupy. Każdą z grup poproś, żeby sprawdziła zapisy dotyczące prawa autorskiego w regulaminach jednego z portali: Facebook (<https://www.facebook.com/legal/terms>) Instagram (<https://www.facebook.com/help/instagram/478745558852511>) Youtube (<https://www.youtube.com/static?gl=PL&template=terms>). Regulaminy te są bardzo długie, dlatego poproś uczestników, aby skorzystali z opcji CLTR+F, aby znaleźć zapisy dotyczące praw autorskich. Zadaniem dla każdej grupy jest odpowiedź na pytanie, na co zgadzają się zamieszczając materiały na tym portalu?

Podsumowując pracę grup, zwróć uwagę na to, że korzystając z popularnych serwisów, nie mamy możliwości negocjacji umów ani licencji. Ważne jest, aby uczniowie po zajęciach świadomi byli konsekwencji korzystania z portali społecznościowych w kontekście prawa autorskiego.

Podsumuj zajęcia, zwróć uwagę, że przepisy prawa autorskiego dotyczą nas wszystkich na co dzień – jako użytkowników internetu i jako twórców.

KARTA ĆWICZEŃ # 1

Stwierdzenie	prawda/fałsz	wyjaśnienie
--------------	--------------	-------------



<p>Każde dzieło człowieka jest chronione prawem autorskim.</p>	<p>Fałsz</p>	<p>Żeby coś podlegało ochronie prawa autorskiego, musi spełniać przesłankę wkładu twórczego - dlatego skany obrazów nie są chronione prawem autorskim. Poza tym ustawodawca wyłączył spod ochrony konkretne zasoby, np. ustawy i inne akty prawne.</p>
<p>Prawa autorskie można podzielić na prawa osobiste i majątkowe.</p>	<p>Prawda</p>	<p>Prawa osobiste są niezbywalne, nigdy nie wygasają i chronią więź twórcy z utworem - gwarantują m.in. prawo do podpisywania utworu i bycia uznanym za twórcę. Natomiast prawa majątkowe są zbywalne i przenaszalne i regulują to, co z danym utworem można robić.</p>
<p>Domena publiczna to zasoby stworzone w ramach finansowania publicznego.</p>	<p>Fałsz</p>	<p>Domena publiczna to dobro wspólne, zbiór utworów, z których każdy może korzystać bezpłatnie i wyłącznie z ograniczeniami wynikającymi z autorskich praw osobistych, ponieważ wygasły już do nich autorskie prawa autorskie majątkowe, bądź też utwory te nigdy nie były przedmiotem prawa autorskiego.</p>
<p>Wszystko, co znajdę w internecie jako darmowe, mogę wykorzystywać w dowolny sposób.</p>	<p>Fałsz</p>	<p>Utwory udostępniane w internecie są chronione prawem autorskim tak samo jak np. publikacje analogowe. Zawsze należy sprawdzić, czy dany utwór znaleziony w internecie można wykorzystywać, bo np. znajduje się w domenie publicznej. Jeśli nie, niestety nie możemy dalej tego utworu rozpowszechniać.</p>

Kserowanie więcej niż 20% książki jest nielegalne.	Fałsz	Prawo autorskie dopuszcza coś takiego jak dozwolony użytek osobisty, który pozwala na wykorzystywanie dowolnego utworu w dowolny sposób na własny użytek, tak długo jak przy okazji nie rozpowszechniasz dalej tego utworu. A więc możesz skserować całą książkę na własny użytek, ale nie możesz tych kopii sprzedawać w internecie.
Jeżeli korzystam z utworu, do którego prawa autorskie majątkowe wygasły, nie muszę podawać jego autora.	Fałsz	Korzystając z jakiegokolwiek utworu należy zadbać o prawa osobiste, które nie są ograniczone w czasie - dlatego zawsze należy podpisać autora utworu z którego korzystamy.
W większości krajów majątkowe prawa autorskie obowiązują od momentu powstania utworu do 70 lat od śmierci autora.	Prawda	W 70 lat po śmierci twórcy utwór przechodzi do domeny publicznej, niezależnie od tego kto posiada majątkowe prawa autorskie. Taka regulacja obowiązuje w Polsce i w większości krajów na świecie.
W ramach recenzowania cudzego utworu mogę cytować jego obszernie fragmenty, o ile jest to uzasadnione celem cytatu i podam twórcę utworu.	Prawda	Prawo cytatu stanowi jeden z przykładów tzw. dozwolonego użytku. Dozwolony użytek to pewne ograniczenie monopolu autorskiego, określenie ram w zakresie korzystania przez twórcę z efektów swojej pracy. Prawo cytatu to – zgodnie z art. 29 ustawy z 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych – „uzasadnione przepisami wykorzystanie fragmentów dzieła innego twórcy”.

KARTA ĆWICZEŃ #2

<http://bit.ly/2o1YeAq>

<http://bit.ly/2drXC28>

<http://bit.ly/2cPduy2>

<http://bit.ly/2dppQeu>

<http://bit.ly/2dp3E4X>

Załącznik nr 6

**Scenariusz warsztatów z aplikacji mobilnych - STUDIO PROJEKTOWE W SMARTFONIE - cz. 2
zMOBILizuj się! Twórz i udostępniaj.**

Autorką scenariusza jest Sylwia Żółkiewska, prowadząca warsztaty.

Grupa docelowa: młodzież licealna, 16-18 lat

Cel: zapoznanie z podstawami działania mediów społecznościowych

Czas: 120 min

Krótki opis warsztatów:

Głównym celem zajęć jest zapoznanie uczestników z możliwościami, jakie dają media społecznościowe. Uczestnicy poznają aplikacje do montażu oraz poznają podstawy kadrowania i oświetlania. Uczestnicy rozwiną umiejętność współpracy w grupie.

Metody pracy:

pokaz, dyskusja, ćwiczenia praktyczne

Użyte aplikacje:

Pixlr, Canva, Pixabay, FilmoraGo/Magisto/InShot/iMovie

Sprzęt niezbędny do przeprowadzenia warsztatów:

wi-fi, urządzenia mobilne przyniesione przez uczestników

Przebieg warsztatów:

1. Powitanie uczestników, przypomnienie tematu ostatnich zajęć pt. media społecznościowe - co i jak, oraz tego, co zostało podczas nich wykonane. Informujemy uczestników, że dziś będą dalej pracowali nad swoimi fanpage'ami/blogami/vlogami, podkreślamy konieczność tworzenia konsekwentnego wizerunku swojej marki.

2. Prosimy uczestników, by zastanowili się:

A. od czego zależy popularność danego bloga lub fanpage'a ? Np. tematyka, branża, jakość, częstotliwość postów, przejrzystość, formułowanie komunikatu

B. od czego może zależeć wysokość dochodów osiągnięta na danym blogu lub fanpage'u? Np. liczba wejść, aktywnych użytkowników (komentarze), branża (moda, finanse).

C. czy na prowadzeniu blogów można zarabiać. Jeśli tak, to w jaki sposób? Np:

- reklama banerowa z programów lub sprzedawana bezpośrednio
- programy afiliacyjne

- współpraca z markami (teksty sponsorowane, promocja w mediach społecznościowych)
- publikowanie artykułów sponsorowanych dostarczanych przez zewnętrzne firmy lub reklamodawców
- wprowadzenie własnego produktu (e-booków, kursów on-line, gadżetów, koszulek)
- sklep internetowy z asortymentem powiązany z blogiem

Więcej:

<http://tosieoplaca.pl/sposoby-zarabiania-na-blogu-ktory-jest-najlepszy/>

<https://www.jestrudo.pl/jak-zarabiac-na-blogu/>

3. Prosimy, by uczestnicy podzielili się na grupy i wymyślili sposoby na przyciągnięcie użytkowników na swojego bloga (np. niepowtarzalne posty, ciekawe multimedia, infografiki, piękne zdjęcia, animacje, jakość wpisów, częstotliwość, konkursy, wartościowe informacje - content marketing, dodatkowe treści: np. e-booki, filmy, podcasty).

czas: 5 minut

4. Przypominamy aplikacje, których używaliśmy na ostatnich zajęciach.

A. Pixabay - pozyskiwanie zdjęć i grafik z domeny publicznej (licencja CC0), (rejestracja nie jest wymagana, działa online, Android, iOS, web)

<https://itunes.apple.com/us/app/pixabay/id1178021455?mt=8>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pixabay.pixabayapp>

B. Pixlr - obróbka zdjęć, (bez rejestracji, działa offline, Android, iOS, web)

<https://itunes.apple.com/us/app/pixlr-photo-collages-effect/id526783584?mt=8>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pixlr.express&hl=pl>

C. Canva - tworzenie tła do profili, tworzenie infografik, postów, kolaży (rejestracja, działa online, Android, iOS, web)

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.canva.editor>

<https://itunes.apple.com/us/app/canva-photo-editor-design/id897446215?mt=8>

5. Przedstawiamy uczestnikom kilka innych aplikacji, dzięki którym mogą tworzyć wysokiej jakości wpisy na bloga, vloga lub fanpage'a:

FilmoraGo - montaż filmów, działa offline, Android i OS:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wondershare.filmorago>

<https://itunes.apple.com/app/filmorago-free-video-editor/id1019382747>

InShot - montaż filmów, bez rejestracji, Android i iOS:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.camerasideas.instashot>

iMovie - montaż filmów, czołówek, iOS:

<https://itunes.apple.com/pl/app/imovie/id377298193?l=pl&mt=8>

6. Pytamy uczestników, czy wiedzą w jaki sposób przygotować i oświetlać plan, jak kadrować, na co zwracać uwagę. Możemy pokazać filmik:
<https://www.youtube.com/watch?v=DcSrwPRw9U8>

7. Prosimy, by z pomocą wybranej aplikacji stworzyli krótki film, reklamujący profil, używając wcześniej przygotowanej identyfikacji wizualnej. Grupy mogą nakręcić swoje ujęcie, zrobić zdjęcia lub pobrać je z Pixabay i zmontować w wybranej aplikacji.

Można skorzystać z muzyki z danej aplikacji lub z <http://freemusicarchive.org>, <https://www.bensound.com>

Czas 15 minut.

8. Oglądamy filmy z uczestnikami. Pytamy o wrażenia i refleksje.

9. Prosimy, by uczestnicy zastanowili się:

A. czy są jakieś zasady postowania, czy np. ważniejsza jest ilość, jakość czy częstotliwość, regularność?

B. jak odpowiadać na komentarze użytkowników te pozytywne i negatywne? Czy i kiedy można kogoś zablokować lub usunąć jego komentarz?

10. Podsumowujemy zajęcia i żegnamy uczestników.

Załącznik nr 7**WZÓR UMOWY O WSPÓŁPRACY**

Zawarta w dniu w Warszawie, dotycząca realizacji zadania:

pomiędzy:

....., zamieszkałą przy ul.

legitymującą się dowodem osobistym o numerze i seriiwydanym przez.....zwaną dalej Specjalistą

a

....., zamieszkałą przy ul.,

legitymującą się dowodem osobistym o numerze i serii wydanym przez

.....

zwaną dalej organizatorem/nauczycielem/animatorem

zwanymi dalej łącznie „Partnerami”

§ 1**Zakres/ cel Umowy**

1. Przedmiotem niniejszej umowy jest uregulowanie zasad współpracy w związku z realizacją Zadania.
2. Partnerzy stwierdzają zgodnie, że Partnerstwo zawiązane zostało w celu realizacji Zadania.
3. Partnerzy stwierdzają zgodnie, że Partnerstwo zawiązane zostało na okres

§ 2**Obowiązki i uprawnienia Partnerów**

1. Na mocy niniejszej umowy Strony zobowiązują się do współpracy przy realizacji i osiągnięciu celów Zadania, oraz do realizacji poszczególnych zadań.

..... zobowiązuje się do:

Przeprowadzenia spotkania z członkami grupy Podczas spotkania

uczestnicy otrzymają podstawową wiedzę z zakresu komunikacji i promocji wydarzeń w social mediach.

Przygotowania krótkiej notatki - pigułki wiedzy (maksymalnie pół strony a4, w formie pliku doc), zawierającej najważniejsze treści spotkania.

Koordinacji obecności członków grupy..... podczas
odbywającego się w w Warszawie w dniu

Przekazania uwag odnośnie wykonanych relacji po zakończeniu zadania

Innowator zobowiązuje się do:

Objęcia opieką grupy relacjonującej wydarzenie.

Dbanie o jakość i poziom zamieszczanych relacji.

Zamieszczenie relacji zna profilach:

Facebook[nazwa profilu]

Instagram[nazwa profilu]

Snapchat[nazwa profilu]

§ 3

Zmiana umowy

Wszelkie zmiany niniejszej umowy wymagają zgody umawiających się Stron.

§ 4

Rozwiązywanie sporów

Strony będą dążyły do polubownego rozwiązywania sporów powstałych w związku z realizacją niniejszej umowy.

§ 5

Postanowienia końcowe

1. Niniejsza umowa wchodzi w życie w dniu podpisania.
2. Do umowy dołączony zostanie krótki opis projektu.
3. Umowa została sporządzona w 2 jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla

każdej ze Stron.

.....

.....

Załącznik nr 8

Wzór oświadczenia o wyrażeniu zgody na publikację wizerunku.

Warszawa, dn. []2018 r.

OŚWIADCZENIE

Ja niżej podpisany/a

.....sprawujący/a władzę rodzicielską nad (dalej: „Dziecko”), niniejszym:

1. Wyrażam zgodę na utrwalenie w dniu..... 2018 roku, w postaci dokumentacji wideo, wykorzystanie i przetwarzanie przez [] wizerunku Dziecka oraz imienia i nazwiska Dziecka, które stanowią dane osobowe, w celu [], w szczególności poprzez:

1) udostępnianie ich w Internecie, w szczególności na stronie internetowej [] oraz na oficjalnym profilu [] na portalu społecznościowym Facebook.com;

2) udostępnianie ich:

a. []

b. []

w celu wykorzystania i przetwarzania ich w sposób, o którym mowa powyżej.

2. W związku z powyższym, wyrażam zgodę na przekazywanie danych osobowych Dziecka do państw trzecich, tj. państw niebędących członkami Europejskiego Obszaru Gospodarczego, a w szczególności do Stanów Zjednoczonych będących siedzibą Facebook Inc. Przyjmuję do wiadomości i godzę się na to, iż ochrona zgodna z przepisami obowiązującymi w Rzeczypospolitej Polskiej, a także dochodzenie roszczeń związanych z ochroną przekazanych danych osobowych może być utrudnione lub niemożliwe.

.....

/własnoręczny podpis/

INFORMACJA STANOWIĄCA ZAŁĄCZNIK DO OŚWIADCZENIA O WYRAŻENIU ZGODY Z DNIA []
DOTYCZĄCEJ DANYCH OSOBOWYCH DZIECKA []

Zgodnie z art. 13 ust. 1-2 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie

ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz

uchylecia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (dalej „RODO”) informuję, że:

1. Administratorem danych osobowych jest []

2. Inspektorem Ochrony Danych Osobowych Administratora jest []

1. Administrator będzie przetwarzać dane wyłącznie w celu [], w szczególności poprzez:

1) udostępnianie ich w Internecie, w szczególności na stronie internetowej [] oraz na oficjalnym profilu [] na portalu społecznościowym Facebook.com;

2) udostępnianie ich:

a. []

b. []

w celu wykorzystania i przetwarzania ich w sposób, o którym mowa powyżej i zgodnie z zasadami wymienionymi w art. 5 RODO.

3. Dane osobowe będą przetwarzane przez okres []

4. Dane osobowe mogą zostać przekazywane []

6. Zgodnie z RODO, przysługuje Pani/Panu* prawo do:

a) dostępu do danych oraz otrzymania ich kopii

b) sprostowania (poprawiania) danych

c) żądania usunięcia, ograniczenia lub wniesienia sprzeciwu wobec ich przetwarzania

d) przenoszenia danych

e) wniesienia skargi do organu nadzorczego

7. Podanie danych i wyrażenie zgody na ich przetwarzanie jest dobrowolne.

8. Informuję, że nie Administrator podejmuje decyzji w sposób zautomatyzowany i dane nie są profilowane.

9. W każdej chwili przysługuje Pani/Panu prawo do wycofania zgody na przetwarzanie danych osobowych, (w tym należących do szczególnej kategorii), ale cofnięcie zgody nie wpływa na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano zgodnie z prawem, przed jej wycofaniem.

Informację otrzymałam/otrzymałem

Miejscowość data podpis