

Lipdub szkolny oraz jego walory edukacyjne, wychowawcze i promocyjne

Szkoła w nowych mediach

Nowe technologie już na stałe zagościły w placówkach oświatowych. Początkowo budziły obawy związane z „uciekaniem” użytkowników w świat *online*. Dziś z powodzeniem wykorzystywane są w różnych obszarach związanych z edukacją – począwszy od procesów zdobywania wiedzy, przekazywania wiedzy i kształtowania określonych cech i umiejętności (kształcenie) czy też wychowywania. Warto także zwrócić uwagę na wartości dodatkowe wynikające z korzystania z nowych mediów, wartości, które mogą zostać wykorzystane w działaniach promocyjnych placówek.

Nowe nowe media = nowy typ aktywności użytkowników?

Termin „nowe media” pojawił się już w latach 60. XX wieku i przez kolejne pokolenia definiowany jest poprzez system cech przypisywanych systemowi medialnemu. Stąd też wraz z rozwojem technologicznym i pojawianiem się coraz to nowych instrumentów lub też nowych funkcji w istniejących już instrumentach pojęcie „nowych mediów” staje się coraz bardziej pojemne. Można stwierdzić, iż od lat 60. XX wieku każde pokolenie ma swoje nowe media, ale media, które były nowymi dla pokolenia lat 60. nie są tymi samymi nowymi mediami dla pokolenia obecnych dwudziestolatków. Dlatego w sposób dość naturalny pojawiło się pojęcie „nowe nowe media”¹, którego twórca Paul Levinson nie koncentrował się w opisie zagadnienia na aspektach technicznych, ale na wartości i możliwości danej użytkownikom mediów. Definiując „nowe nowe media”, przypisał im następujące użyteczności:

- Każdy dotychczasowy odbiorca mediów może zaistnieć jako kreator treści (dostawca, producent).
- Poprzez brak profesjonalizmu części kreatorów nowe nowe media są autentyczne. Ową autentyczność Levinson ustawił w opozycji do treści tworzonych przez media instytucjonalne, czyli posiadające redakcje, zespoły dziennikarskie i wykwalifikowane kadry.
- Możliwość „doboru” medium (blog, serwis społecznościowy i inne) do indywidualnych potrzeb, preferencji czy zdolności użytkownika.
- Korzystanie z instrumentów nowych nowych mediów jest bezpłatne – platformy blogowe i serwisy społecznościowe nie pobierają opłat. Istnieją jednakże platformy oferujące zarówno bezpłatne, jak i płatne usługi (wersje rozszerzone, wzbogacone o odpowiednie opcje).

Poruszając się w obszarze *online* Paul Levinson uznał, iż nowe nowe media są czymś więcej niż mediami społecznościowymi (*social media*), gdyż charakter społecznościowy był już wcześniej podstawą funkcjonowania nowych mediów. Już wcześniej bowiem istniały przecież fora internetowe i blogi, które także charakteryzowały się skupianiem społeczności. Nie miały jednak, według Levinsona, cech odróżniających je od wcześniej znanych nowych mediów, a mianowicie niezależności oraz wolności. Wolność rozumiana jest jako możliwość nieograniczonego wyrażania swoich opinii, emocji i prezentowania postaw, zaś niezależność to możliwość tworzenia i dystrybuowania treści nie ograniczona, jak wcześniej było to obserwowane, przez zespoły redakcyjne. Niezależność oznacza możliwość stworzenia mediów własnych organizacji, osoby, instytucji.

¹ Levinson P. *Nowe nowe media*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010.

W praktyce, jak wspomniano wyżej, cechy nowych mediów pozwalają na znaczną zmianę jakościową roli użytkownika Internetu, który ma możliwość tworzenia treści w dowolnej formie oraz wprowadzania zmian w treściach tworzonych i udostępnianych przez innych użytkowników.

Jak owa możliwość tworzenia treści wygląda w praktyce? Jak liczna jest grupa twórców treści? Na ile wykorzystywane są możliwości nowych nowych mediów?

Analiza badań Forrester Research, Inc. (dot. II kwartału 2010 r.) pokazuje, że grupa określona w metodologii badań jako „kreatorzy”, czyli pisząca blogi, tworząca swoje strony internetowe, tworząca w Internecie treści audio i wideo itp., stanowiła 23% użytkowników Internetu. Można zastanawiać się, czy to mało. Jeżeli uwzględni się, że możliwość tworzenia treści udostępniona jest użytkownikom od ponad dziesięciu lat, to wartość ta nie jest znacząca. Jednakże można wyobrazić sobie sytuację, w której użytkownicy treści wykorzystują dane im możliwości w celu wywołania sytuacji kryzysowej podmiotów trzecich. Wówczas wartość 23% dla kreatorów treści wydaje się być znacząca. Tak więc należy podkreślić, iż oceniając rozmaite aspekty nowych nowych mediów, warto czynić to w zależności od kontekstu, gdyż charakteryzujące je cechy mogą przybierać formy negatywne lub pozytywne, co jest zależne od intencji użytkowników.

Młody człowiek jako użytkownik nowych nowych mediów

Wyniki „Diagnozy społecznej 2013” pokazały, że obecność nowych technologii w gospodarstwach domowych uzależniona jest od typu rodziny w sposób następujący – ponad 90% małżeństw z dziećmi posiada komputer, podobny odsetek grupy posiada również dostęp do Internetu². Dostępność komputerów i Internetu w gospodarstwach domowych na wszystkich poziomach nauki (począwszy od żłobka i przedszkola) waha się od 87% (szkoła zawodowa) do 97% (szkoła wyższa)³.

Wykorzystywanie przez młodych ludzi instrumentów świata techniki zaczyna się bardzo wcześnie. Już w grupie trzylatków 10% z nich wykorzystuje komputery, w grupie o rok starszej aż 37%, a wśród pięcioletków ponad 50%. Jeszcze wyższy odsetek dzieci wykorzystujących komputer i Internet deklarowany jest wśród dzieci uczących się w szkole podstawowej. Wyniki badań pokazują, że dla 7-latków odsetek ten wynosi 82%, a dla 8-latków 91%⁴.

Warto odwołać się do badań prezentujących aktywności młodych ludzi w Internecie. Badania przeprowadzone w ramach programu *European Cyberbullying Intervention Project* (Daphne III) na grupie polskich adolescentów⁵ pokazały, że tworzenie treści *online* znajduje się na wysokim poziomie i nie różni się *in minus* w porównaniu do krajów o wyższym poziomie rozwoju technologicznego⁶.

Młodzi ludzie już w początkowych latach edukacji formalnej aktywnie wykorzystują nowe technologie. Są dla nich naturalnym środowiskiem mediów, warto więc zadbać, aby technologia wspomagała młodych ludzi w zdobywaniu umiejętności stanowiących życiowy kapitał. To między innymi: uczenie się umiejętności społecznych, interpersonalne uczenie się, dostarczanie doświadczeń korektywnych, naśladowanie, poczucie podobieństwa, spójność grupy, poszerzanie świadomości (wzgląd poznawczy), dostarczenie wiedzy i informacji, odreagowanie emocjonalne, wzbudzanie nadziei⁷. Z drugiej zaś strony świat nowych mediów pozwala młodym ludziom na refleksję wobec siebie. Sylwia Seul-Michałowska pisze: *Adolescent wybiera sobie kontekst rozwoju, jakim jest internet, co jest przejawem jego twórczej postawy i gotowości do innowacji swojego doświadczenia psychicznego. Kreuje w rzeczywistości medialnej swój wizerunek, modyfikuje go, uruchamia refleksyjność wobec siebie, modyfikuje swoje przekonania o normach, wartościach, tworzy własną wizję świata społecznego. Uczy się rozpoznawać swoje emocje i kierować ich ekspresją*⁸.

² Batorski D. *Polacy wobec technologii cyfrowych – uwarunkowania dostępności i sposobów korzystania* [w:] Czapiński J., Panek T. [red.] *Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków*. Raport, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2013, s. 332.

³ Op. cit., s. 333.

⁴ Op. cit., s. 334.

⁵ Adolescent – dorastający chłopiec lub dziewczyna, według słownika PWN [przypis redakcji].

⁶ Lenhart A., Madden M., Macgill A. *Teens and Social Media, Pew Internet & American Life Project*, <http://www.pewinternet.org>, 15.10.2009; Pyżalski J. *Gimnazjaliści online: dobre i złe wiadomości z polskiej części wyników European Cyberbullying Intervention Project* [w:] Pyżalski J. [red.] *Cyberbullying. Zjawisko, konteksty, przeciwdziałanie*, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Łodzi, Łódź 2012, s. 30-31.

⁷ Słysz A., Arcimowicz B. *Przyjaciele w internecie*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2009, s. 60-67.

⁸ Seul-Michałowska S. *Blog jako nisza rozwoju młodzieży*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej TWP w Warszawie, Warszawa 2010, s. 58-59.

W związku z powyższym zasadne stają się pytania: Na ile szkoła wspomaga młodych ludzi w rozwijaniu wymienionych kompetencji? Czy nowe media są obecne w szkole? Czy szkoła stara się uczyć świata nowych mediów poprzez włączenie ich do procesów kształcenia? Czy kształcenie w dobie nowych mediów może generować wartość dodaną dla placówki szkolnej, na przykład wspomagając promowanie działań szkoły poprzez informowanie o swojej aktywności uczniów i kadry? Tak postawione pytania powinny być rozważane w dwóch ujęciach, a mianowicie (1) z punktu widzenia działań zorientowanych na dydaktykę i wychowanie oraz (2) w perspektywie tworzenia synergii działań zorientowanych na promocję placówki.

Edukacyjne, wychowawcze i promocyjne walory realizacji lipduba

Jednym z instrumentów internetowych w obszarze nowych mediów mogących wspomagać działania edukacyjne i wychowawcze jest *lipdub*. *Lipdub* jest plikiem wideo, w którym występujące osoby poruszają wargami, imitując śpiew do piosenki z playbacku. Po raz pierwszy nazwa ta została użyta w grudniu 2006 roku⁹ w odniesieniu do nagrania prywatnego. Forma *lipduba* jako formy kreacji spodobała się na tyle, że szybko trafiła do firm, instytucji, organizacji. Również placówki szkolne zaczęły realizować *lipduby*.

Cechą odróżniającą *lipdub* od nagrań wideo, które już wcześniej były realizowane w placówkach szkolnych, jest sposób prowadzenia kamery. W *lipdubie* całość nagrania powinna być realizowana w jednym ujęciu, bez cięć. Zadanie to nie jest proste, ponieważ wymaga idealnego współgrania osób występujących w nagraniu. Dlatego realizacja *lipduba* wymagać będzie opracowania planu działań, począwszy od wyboru muzyki i koncepcji (stylu, aranżacji) nagrania, aż po zespołowe i jednostkowe czynności wykonywane przez uczestników zadania. Związana także będzie z licznymi próbami i powtórkami, czego warto mieć świadomość. W rozmowach z przedstawicielami placówek szkolnych, które podejmowały się realizacji zadania,

często pojawiają się wypowiedzi o niepowodzeniu. Jednak pozytywne aspekty *lipduba* – spontaniczność, autentyczność, współuczestnictwo i zabawa¹⁰ – niejednokrotnie przesłaniają aspekty wymagające nakładów pracy i zachowania odpowiedniej dyscypliny.

Realizując szkolny *lipdub*, warto opracować strategię, która pozwoli wykorzystać pracę nad nim w trzech obszarach: jako (1) elementu edukacji, (2) wychowania oraz (3) promocji.

Jednym z pomysłów na realizację szkolnego *lipduba* jest metoda projektów¹¹, która z jednej strony będzie skutecznie aktywizować uczniów i nauczycieli zaangażowanych w projekt, z drugiej zaś umożliwi nabywanie kompetencji, takich jak umiejętność pracy grupowej. Mając na uwadze perspektywę promocji placówki szkolnej, należy uwzględnić, że *lipdub* daje szansę na pokazanie szkoły w warunkach naturalnych, poprzez działania uczniów i nauczycieli, i zwraca uwagę na jej bogactwo – wartości, historię, tradycję, nowoczesność, prowadzone projekty czy zdobyte nagrody. Niebagatelne jest również to, że *lipdub* w całości będzie stanowić przekaz szkoły – w odróżnieniu od materiałów dziennikarskich – przez co istnieje możliwość zawarcia w nim przesłania najistotniejszego w opinii placówki.

Realizując *lipdub*, warto zwrócić uwagę na kolejne kroki charakterystyczne dla zarządzania projektem¹²:

1. określenie produktu końcowego,
2. zaplanowanie prac,
3. podział kompetencji,
4. ustanowienie sprawnych kanałów komunikacyjnych,
5. wsparcie istotnych grup otoczenia.

1. Określenie produktu końcowego

W praktyce określenie efektów *lipduba* związane będzie z przypisanymi mu zadaniami. Czy *lipdub* ma pełnić jedynie funkcję promocyjną szkoły? Czy zostaną również założone cele związane z edukacją i wychowaniem?

⁹ Wideo utworzone przez J. Lodwicka pochodzi z 14.12.2006: Lodwick J. *Lip Dubbing: Endless Dream*, <http://vimeo.com/123498>, 10.11.2012.

¹⁰ Johnson T. *Lip Dub Video Clip Captures Essence of the Web – Spontaneity, Authenticity, Participation, Fun*, <http://idratherebwriting.com/2007/06/05/lip-dub-video-analysis/>, 5.06.2007.

¹¹ Kaczmarek-Słowińska M. *Możliwości edukacyjne instrumentów nowych mediów na przykładzie lipduba* [w:] Studia Edukacyjne nr 23/2012, Wydawnictwo Naukowe UAM.

¹² Milewski J. *Projekty w szkole* [w:] Nowak A., Winkowska-Nowak K., Rycielska L. [red.] *Szkoła w dobie internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 112-116.

Decyzja o zadaniach przypisanych *lipdubowi* przekłada się na wybór tematyki *lipduba*. Obserwacja szkolnych *lipdubów* zamieszczonych w Internecie pokazuje, że częstym motywem jest prezentacja szkoły, jej obecnego stanu, bieżących projektów. Znacznie rzadziej pojawiają się *lipduby* z odniesieniami do tradycji szkoły czy też podejmujące tematykę społeczną. W zależności od założonych celów projektu – edukacyjny, wychowawczy, promocyjny – najistotniejszym zadaniem na tym etapie projektu jest wybór tematyki oraz opracowanie koncepcji¹³:

- Czy projekt realizowany będzie jako klasowy czy szkolny?
- Określenie tematyki projektu – np. życie bieżące szkoły, społeczności, *lipdub* związany z wydarzeniem (jubileusz szkoły, organizowany konkurs), odniesienie do historii, nawiązanie do tematyki istotnej z punktu widzenia społeczności szkolnej lub lokalnej.
- Wybór tematyki projektu będzie wpływać na muzykę stanowiącą osnowę *lipduba*. Również na tym etapie możliwe jest zaangażowanie uczniów – podczas lekcji umuzykalniających, realizując program przedmiotu, można omawiać kolejne utwory proponowane przez uczniów. Jeżeli tekst utworu napisany jest w języku obcym, podczas zajęć językowych można tłumaczyć go lub realizować ćwiczenia gramatyczne i inne odnoszące się do niego. Jedną z form wyboru piosenki może być rozpisanie konkursu wśród uczniów na najlepszą piosenkę, a następnie określenie zasad wyboru utworu. Z kolei te działania pozwalają uczniom nabyć kompetencje społeczne polegające na współdziałaniu w grupie, prowadzeniu negocjacji, ustalaniu warunków wyboru.
- Związek z programem nauczania – czy projekt ma charakter interdyscyplinarny, co w praktyce oznacza współpracę i edukację w zakresie kilku przedmiotów, czy też prowadzony będzie w ramach jednego przedmiotu. Interesująca wydaje się możliwość definiowania tematyki projektu w sposób maksymalnie interdyscyplinarny, co pozwoli na poznawanie problemu/tematu z różnych perspektyw. Można wyobrazić sobie wybór tematu *lipduba* jako związanego z patronem szkoły (np. Bolesław Chrobry), a następnie realizowanie związanych z nim treści dydaktycznych w ramach różnych przedmiotów, np. muzyki, literatury, sztuki, historii, geografii, wiedzy o społeczeństwie, religioznawstwa i innych. Interdyscyplinarne podejście do tematu *lipduba* niewątpliwie

ułatwi uczniom połączenie faktów pochodzących z różnych dziedzin. Niestety problemem może okazać się współpraca pomiędzy uczniami, a także pomiędzy nauczycielami. W podejściu interdyscyplinarnym bardzo istotnym elementem jest również otwartość na zmiany, szczególnie ze strony nauczycieli, na których spoczną zadania związane z dostosowaniem wymagań przedmiotów do tematyki związanej z *lipdubem*.

- Jeżeli zadaniem *lipduba* będzie wspomaganie promocji placówki szkolnej, należy zadbać, aby jego treść i forma były spójne z ogólną strategią promocji szkoły.

2. Zaplanowanie prac

Pracując nad *lipdubem*, zespół realizujący staje przed zadaniami: pozyskanie informacji związanych z tematyką *lipduba*, przygotowanie scenariusza, wybór utworu, nauka ról odgrywanych w *lipdubie*, przygotowanie scenografii i akcesoriów, charakterystyka aktorów i oczywiście samo nagranie oraz montaż i opublikowanie *lipduba* w Internecie.

Na tym etapie projektu konieczne jest przede wszystkim sporządzenie harmonogramu prac w odniesieniu do:

1. czasu,
2. zaplecza rzeczowo-informacyjnego,
3. budżetu.

1. Czas

Warto w odniesieniu do zadań wyznaczyć zarówno terminy końcowe, jak i cząstkowe. Pozwoli to na kontrolowanie realizacji poszczególnych etapów. Z pewnością w każdym projekcie *lipduba* zdarzą się zadania, których etapy realizacji muszą odbywać się jednocześnie lub też rozpoczęcie kolejnego etapu uwarunkowane jest zakończeniem poprzedniego. Kontrola cząstkowa pozwoli na wykrycie ewentualnych niedociągnięć i zmiany w harmonogramie zadań.

2. Zaplecze rzeczowo-informacyjne

Należy sporządzić wykaz informacji oraz materiałów, które będą wykorzystane w realizacji *lipduba*. W zależności od tego, czy projekt dotyczy jednej klasy, rocznika, czy całej szkoły, można poszczególne zespoły wyznaczyć jako odpowiedzialne za pozy-

¹³ Kaczmarek-Śliwińska M. *Możliwości edukacyjne instrumentów nowych mediów na przykładzie lipduba*, ibidem.

skanie odpowiednich zasobów. Ta część projektu wymaga także umiejętności oszacowania, które z rzeczy muszą być zakupione, które mogą być wykonane przez uczniów (w ramach zajęć lub po zajęciach szkolnych), a które można pozyskać od podmiotów trzecich. Pozwoli to na przejście do kolejnej części zadania, polegającej na opracowaniu budżetu.

3. Budżet

Budżet w projekcie szkolnego *lipduba* powinien być przedstawiony w sposób maksymalnie uproszczony i dostosowany do wieku dzieci, jednakże należy zwracać uwagę, aby „wyceniony” został każdy element projektu, zarówno ten materialny (za który należy zapłacić, być może związany ze zbiórką środków finansowych), jak i ten, który związany jest z pracą własną uczniów (np. stroje z epoki można użyczyć od miejscowego teatru lub domu kultury w zamian za sprzątanie przez uczniów jego terenu – tę pracę także warto wycenić). Przy okazji budżetowania projektu warto pokazywać uczniom możliwości i sposoby pozyskiwania partnerów projektu.

3. Podział kompetencji

Podstawowym celem na tym etapie pracy nad projektem jest rozdzielenie zadań pomiędzy członków zespołu (klasa, szkoła lub inne) oraz wyznaczenie osób odpowiedzialnych za realizację poszczególnych etapów projektu. Skutecznym rozwiązaniem jest wyodrębnienie zespołu zarządzającego projektem (na wzór dyrekcji firmy) w sposób określony przez samych uczniów i nauczycieli. Ważną rolę na tym etapie powinni odegrać nauczyciele, którzy znając swoich uczniów i rozpoznając osoby o cechach przywódczych, powinni umiejętnie proponować przyjęcie odpowiednich ról w procesie realizacji projektu.

Warto także zwrócić uwagę na cechy osobowości uczniów – realizacja *lipduba* wymaga zarówno umiejętności pracy zespołowej (np. przygotowywanie konstrukcji scenografii), jak również indywidualnej (np. wykonanie makijażu, fryzur). Pozwala to dobrać zadania ze względu na potrzeby i możliwości poszczególnych uczniów. Pozwala również na kształtowanie kompetencji społecznych.

Jeżeli *lipdub* ma służyć także celom promocyjnym, należy wyodrębnić grupę skoncentrowaną na promocji, złożoną zarówno z uczniów, jak i nauczyciela/nauczycieli. Zadaniem grupy będzie dopilnowanie,

aby koncepcja *lipduba* współgrała ze strategią promocji placówki szkolnej, opracowanie strategii promocji *lipduba* (np. zaplanowanie, w jakich przestrzeniach *online* zostanie umieszczony *lipdub* – YouTube, Vimeo, witryna internetowa szkoły, *fanpage* szkoły i zaprzyjaźnionych instytucji i in.) oraz monitoring treści pojawiających się na temat *lipduba*.

4. Ustanowienie sprawnych kanałów komunikacyjnych

Etap ten jest niezwykle istotny, ponieważ skuteczna lub nieskuteczna wymiana informacji będzie bezpośrednio wpływać na sukces lub klęskę projektu. Wymianę informacji umożliwiają i ułatwiają kanały, które dla większości uczniów są naturalne – nowe media – Internet i telefonia komórkowa. Ale ten etap to także okazja, aby pokazać uczniom zalety kontaktów *offline* podczas spotkań, wymiany informacji poprzez listy/komunikaty zostawiane we wcześniej umówionych miejscach. Warto zauważyć, iż to nie tylko wymiana informacji, ale także pokazanie członkom zespołu różnych form komunikowania się – nieformalnego i formalnego. Pierwsza z nich dominuje w kontaktach międzyuczniowskich, a czasami bywa także nadużywana w kontaktach formalnych, np. w komunikacji mailowej z nauczycielem, czy wręcz przenoszona na grunt *offline*. Realizacja projektu może stać się naturalną okazją do pokazania skutecznych form komunikowania się z poszanowaniem rozmówcy i z zachowaniem zasad kultury. To także znakomita sposobność, aby uczyć się sposobów komunikowania w sytuacjach trudnych, gdy realizacja projektu napotyka na przeszkody lub gdy wystąpił konflikt. W związku z tym, że prawdopodobnie znaczna część komunikacji prowadzona będzie *online* (maile, SMS-y, media społecznościowe), może to być przyczynkiem do rozmów (np. w ramach godzin wychowawczych) na temat pożądanых i wykluczonych zachowań *online*. Może też stanowić zaczątek prac nad regulaminami *Social Media Policy*, czyli zbiorami zasad odnoszących się do działań *online* społeczności szkolnej – uczniów, nauczycieli i pracowników niepedagogicznych.

Komunikowanie się osób zaangażowanych w pracę nad *lipdubem* zachodzić będzie na kilku płaszczyznach, m.in. pomiędzy:

- uczniami (najczęstsze kontakty, szczególnie w fazie finalizacji projektu),
- zespołami odpowiedzialnymi za poszczególne zadania,
- uczniami a nauczycielami,

- osobami odpowiedzialnymi za relacje z mediami, co będzie szczególnie istotne, gdy jednym z celów *lipduba* będzie promocja placówki szkolnej.

5. Wsparcie istotnych grup otoczenia

Ostatnim krokiem zarządzania projektem jest uzyskanie wsparcia istotnych grup otoczenia szkoły. Podczas realizacji *lipduba* wsparcie otoczenia może być potrzebne już na etapie pozyskiwania sponsorów rzeczowych i merytorycznych czy uzyskiwania pomocy niezbędnej do realizacji celów założonych w projekcie. Wsparcie partnerów projektu może mieć wymiar informacyjny (pracownicy miejscowego muzeum pomagający odtworzyć klimat epoki), rzeczowy (pomoc w przygotowaniu scenografii, pomoc w realizacji nagrania) czy też finansowy (pokrycie kosztów zakupu materiałów na przygotowanie scenografii).

Jeśli *lipdub* ma pełnić funkcję promocyjną szkoły, warto zadbać, aby partnerzy projektu oraz zaprzyjaźnione instytucje wspomagały jego promocję.

Kwestie prawne

Przystępując do realizacji *lipduba*, należy uwzględnić kwestie praw do utworu stanowiącego podkład muzyczny. Należy mieć na względzie, że *lipdub* realizowany jest z zamiarem rozpowszechniania, w związku z czym konieczne jest uzyskanie licencji na korzystanie z praw autorskich i praw pokrewnych do wykorzystanego utworu lub utworów. Nie ma znaczenia, w jaki sposób nastąpi rozpowszechnianie i publiczne udostępnianie – czy za pośrednictwem mediów instytucjonalnych, czy społecznościowych. Twórca *lipduba* – w tym przypadku placówka szkolna – zobowiązany jest do respektowania praw autora utworu, a konieczność uzyskania licencji nie zależy od tego, czy utwór będzie służył celom komercyjnym, czy nie. Natomiast przeznaczenie utworu i jego komercyjny lub nie charakter może mieć wpływ na wysokość opłaty licencyjnej.

W przypadku *lipduba* licencję na wykorzystanie utworu można uzyskać od Stowarzyszenia SAWP¹⁴. Inną opcją jest pozyskanie licencji bezpośrednio od twórców, których utwory zostaną wykorzystane w realizowanym projekcie. Bez względu na to należy zadbać o licencję do wykorzystywanych utworów,

gdyż w przypadku jej braku należy liczyć się z konsekwencjami w postaci zakazu rozpowszechniania *lipduba*. Wówczas praca zespołu pójdzie na marne, a oczekiwane efekty promocyjne mogą przynieść efekt odwrotny do zamierzonego.

Podsumowanie

Reasumując rozważania dotyczące wartości *lipduba* w działaniach placówki szkolnej, należy podkreślić wskazane w artykule aspekty związane z edukacją, wychowaniem i promocją. *Lipdub* wydaje się być naturalną formą dla wyrażenia ekspresji młodych ludzi, a miejsce publikacji i rozpowszechniania – Internet – naturalnym środowiskiem medialnym. Przemysłane i strategiczne realizowanie *lipduba* pozwala z jednej strony kształtować wiele kompetencji społecznych oraz umiejętności praktycznych: uczyć pracy grupowej, poszanowania dla indywidualności, edukować medialnie poprzez nabywanie praktycznych doświadczeń z zakresu prawa autorskiego i praw pokrewnych czy uświadamiać znaczenie wizerunku i dbałości o niego. To także nauka w obszarze nowych mediów – tworzenia wartościowych treści, kreacji pozytywnego przekazu, pokazywania pozytywnych aspektów nowych mediów, wartościowych i zachęcających do kolejnych aktywności. Wreszcie realizacja projektu opartego o *lipdub* może spełniać funkcje integrujące szkolną społeczność – wspólna praca nad projektem, opracowywanie koncepcji i realizacja poszczególnych zadań, a także wspólne dążenie do celu mogą sprawić, że szkoła i obowiązki z nią związane będą postrzegane przez pryzmat zadań, w których każdy może ujawnić swoje atuty.

Bibliografia

1. Batorski D. *Polacy wobec technologii cyfrowych – uwarunkowania dostępności i sposobów korzystania* [w:] Czapiński J., Panek T. [red.] *Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2013.
2. Chmielewska E. *Lipdub a prawa autorskie do podkładu*, <http://legalnakultura.pl/pl/prawo-w-kulturze/zapytaj-prawnika/blog/293,lipdub-a-prawa-autorskie-w-lipdubie>, 10.06.2014.

¹⁴ Chmielewska E. *Lipdub a prawa autorskie do podkładu*, <http://legalnakultura.pl/pl/prawo-w-kulturze/zapytaj-prawnika/blog/293,lipdub-a-prawa-autorskie-w-lipdubie>, 10.06.2014.

3. Johnson T. *Lip Dub Video Clip Captures Essence of the Web – Spontaneity, Authenticity, Participation, Fun*, <http://idratherbewriting.com/2007/06/05/lip-dub-video-analysis/>, 5.06.2007.
4. Kaczmarek-Śliwińska M. *Możliwości edukacyjne instrumentów nowych mediów na przykładzie lipduba* [w:] *Studia Edukacyjne* nr 23/2012, Wydawnictwo Naukowe UAM.
5. Lenhart A., Madden M., Macgill A. *Teens and Social Media, Pew Internet & American Life Project*, <http://www.pewinternet.org>, 15.10.2009.
6. Levinson P. *Nowe nowe media*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010.
7. Lodwick J. *Lip Dubbing: Endless Dream*, <http://vimeo.com/123498>, 10.11.2012.
8. Milewski J. *Projekty w szkole* [w:] Nowak A., Winkowska-Nowak K., Rycielska L. [red.] *Szkola w dobie internetu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
9. Pyżalski J. *Gimnazjaliści online: dobre i złe wiadomości z polskiej części wyników European Cyberbullying Intervention Project* [w:] Pyżalski J. [red.] *Cyberbullying. Zjawisko, konteksty, przeciwdziałanie*, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Łodzi, Łódź 2012.
10. Seul-Michałowska S. *Blog jako nisza rozwoju młodzieży*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Pedagogicznej TWP w Warszawie, Warszawa 2010.
11. Słysz A., Arcimowicz B. *Przyjaciele w internecie*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2009.

Dr Monika Kaczmarek-Śliwińska jest pracownikiem naukowym w Instytucie Neofilologii i Komunikacji Społecznej Politechniki Koszalińskiej.

Publikując w sieci filmy z udziałem osób trzecich, warto zastanowić się, czy takie działanie jest zgodne z prawem, by nie narazić się na zarzut naruszenia dóbr osobistych

Wojciech Rafał Wiewiórowski, Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych (GIODO), przestrzega: *Z żadnym filmem, który nagramy, czy to kamerą umieszczoną w samochodzie, czy na plaży, czy podczas wycieczek, nie możemy zrobić wszystkiego, na co mamy ochotę. Na takich filmach występujemy bowiem nie tylko my i osoby, które ewentualnie się na to zgodziły, ale również osoby postronne. Trzeba zdawać sobie sprawę z tego, że niektórzy z nich mogą nie życzyć sobie, żebyśmy te nagrania upowszechniali.*

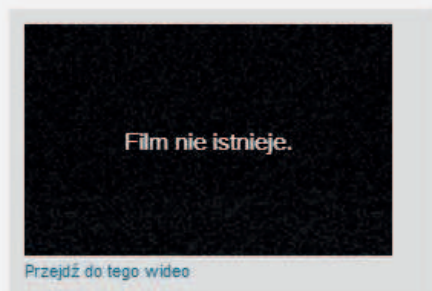
Ostatnio bardzo popularne są tzw. *lipduby* – teledyski publikowane w Internecie, w których aktorzy udają (poruszając wargami), że śpiewają znany utwór, ale ścieżka dźwiękowa pochodzi z oryginału.

Utwór muzyczny wykorzystany w teledysku nie może naruszać praw autorskich oraz prawa do prywatności osób trzecich, w przeciwnym wypadku może to się skończyć tak, jak z *lipdubem* Uniwersytetu Wrocławskiego.

LipDub UW: premiera w internecie zablokowana

Kategorie: Wiadomości **Tagi:** lipdub uniwersytetu wrocławskiego, lipdub wroclaw, lipdub uwr, lipdub wroclawscy studenci, premiera lipduba studentów uniwersytetu wrocławskiego, zobacz lipdub uniwersytetu wrocławskiego, Jan Miodek Lipdub, rektor bojarski lip dub, jan miodek, marek bojarski, Katy Perry Hot'n'cold, lipdub uniwersytetu wrocławskiego zablokowany,

Beatles, "Słoneczny patrol" i śpiewający Jan Miodek - tak wygląda LipDub Uniwersytetu Wrocławskiego. Klip został zablokowany na YouTube.



Filmik zniknął też z **oficjalnej strony projektu**. Problem stanowi muzyka, o którą upomniała się wytwórnia.

- Wrzucając film do sieci, byliśmy przekonani, że wszelkie formalności zostały pomyślnie zakończone - tłumaczy Marcin Chlewicki, współorganizator przedsięwzięcia. - Aktualnie sprawa jest wyjaśniana, ale do odwołania film został wstrzymany na YouTube. Miejmy nadzieję, że już niebawem będzie go można zobaczyć w sieci.