

A portrait of a woman with her hair in a bun, eyes closed, and a slight smile, wearing a black top and hoop earrings. The background is dark.

Rok z Jazzowankami

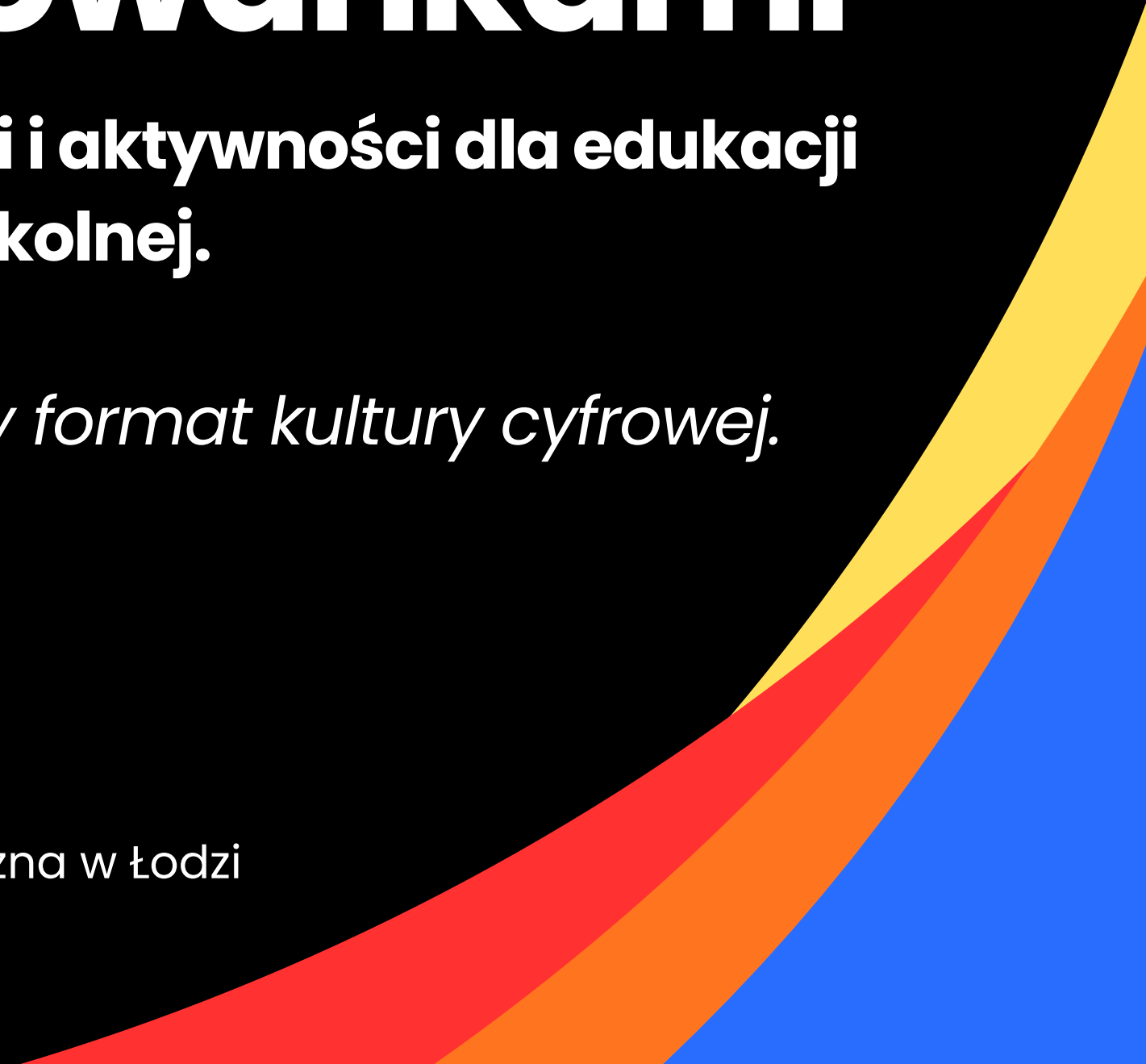
**Muzyczny kalendarz treści i aktywności dla edukacji
przedszkolnej i wczesnoszkolnej.**

Kuratowany, konwergentny format kultury cyfrowej.

Magdalena Maduaka

Nr indeksu: 160821

Akademia Humanistyczno-Ekonomiczna w Łodzi

A colorful abstract graphic in the bottom right corner consisting of overlapping curved shapes in yellow, orange, red, and blue.

Informacje formalne

- **Przedmiot:** Nowe media – Projekt
- **Prowadząca zajęcia:** dr Beata Lisowska
- **Rok studiów:** III, semestr V
- **Rok akademicki:** 2025/2026
- **Kierunek:** kulturoznawstwo
- **Forma projektu:** Projekt kulturowo-edukacyjny realizowany online, skierowany do nauczycieli, edukatorów, rodziców i opiekunów dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym.

Projekt w skrócie

Projekt „Rok z Jazzowankami” oferuje muzykę i aktywności wokół świąt przedszkolnych i szkolnych jako procesualny format kultury cyfrowej. Użytkownicy mogą dołączać do projektu na bieżąco poprzez odwiedzanie strony www.jazzowanki.com, która pełni rolę centralnej platformy projektu, gromadzącej materiały muzyczne, edukacyjne i animacyjne.

Projekt jest rozpisany na dwanaście modułów czasowych, odpowiadających kolejnym miesiącom roku i związanym z nimi świętami, wydarzeniom oraz rytmom życia przedszkolnego i szkolnego.



Muzyka



Filmy



Materiały PDF



Aktywności

Geneza projektu

Celem projektu jest stworzenie uporządkowanej i bezpiecznej przestrzeni cyfrowej dla nauczycieli i rodziców, w której materiały muzyczne przeznaczone dla dzieci są nie tylko łatwo dostępne, lecz także intencjonalnie zaprojektowane oraz poddane selekcji jakościowej.

W ten sposób projekt odpowiada na problem nadmiaru i nieprzejrzystości treści w środowisku platformowym, w którym algorytmy wyszukiwania i rekomendacji nie uwzględniają kryteriów pedagogicznych, kulturowych ani etycznych.



Nadmiar treści

rozproszone materiały online



Potrzeba porządku

selekcja jakościowa



Doświadczenie twórcze

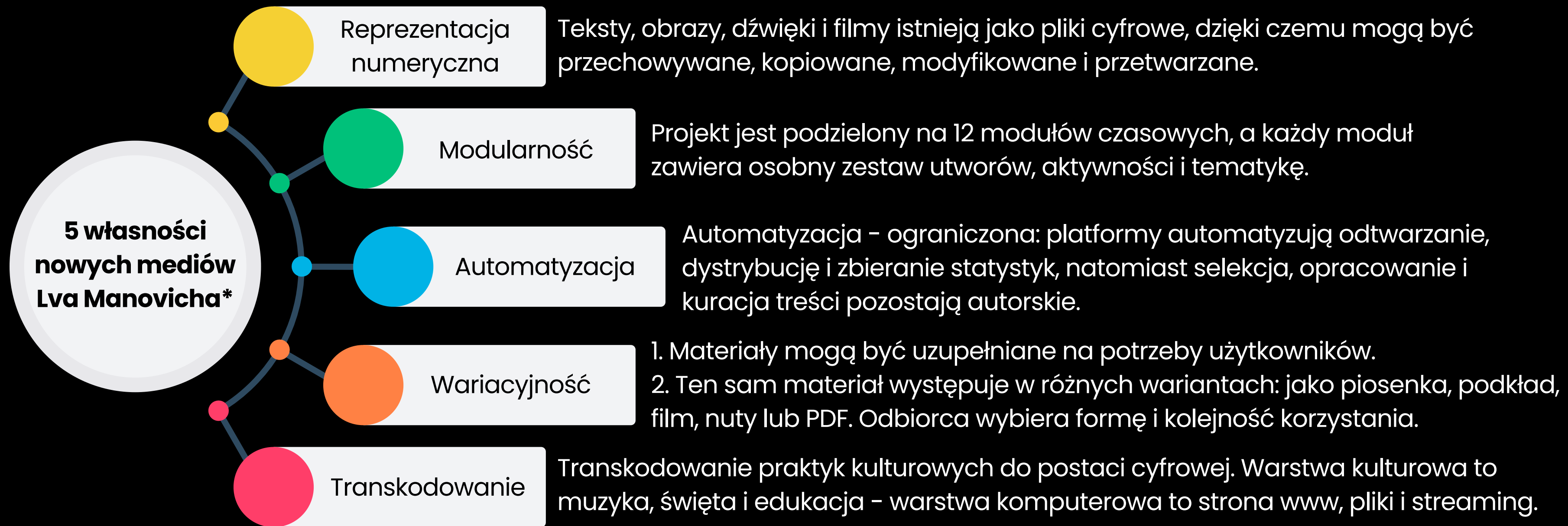
muzyka • edukacja • publikacja



Rok z Jazzowankami

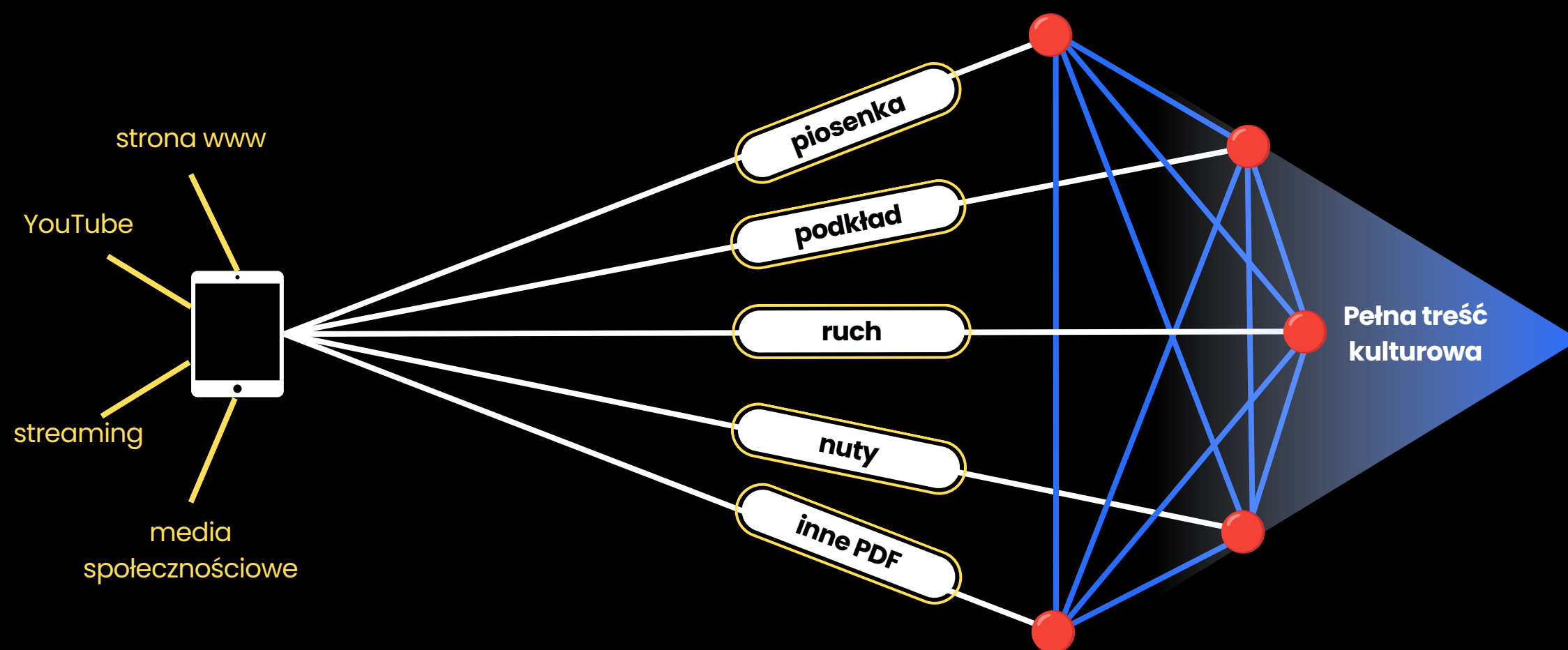
jeden spójny format

Nowe media



**Podstawa teoretyczna: Lev Manovich, „The Language of New Media”.*

Konwergencja (Henry Jenkins)



Według Henry'ego Jenkinsa konwergencja oznacza przepływ treści między różnymi platformami oraz przemieszczanie się odbiorców między nimi.

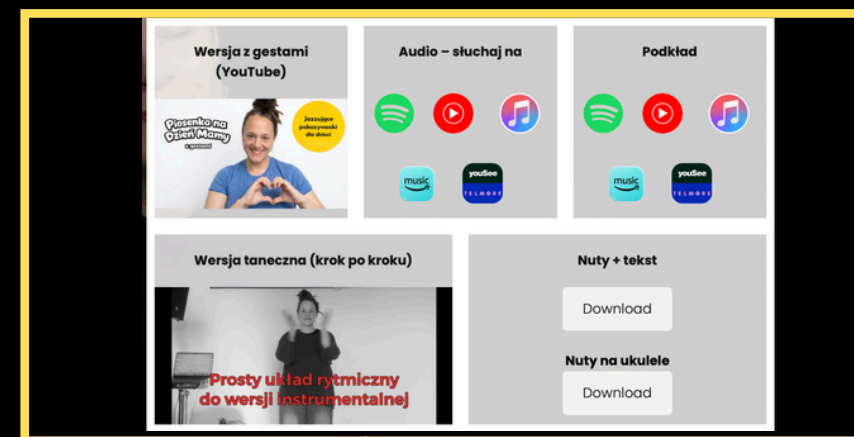
W projekcie „Rok z Jazzowankami” elementy jednej treści kulturowej są rozłożone między stronę internetową, streaming, YouTube, materiały PDF i media społecznościowe. Każdy kanał pełni inną funkcję, a treści wzajemnie się uzupełniają.

Odbiorca może na przykład posłuchać piosenki na Spotify, następnie przejść na stronę po materiały PDF i korzystać z nich już offline w przedszkolu lub w domu. Na materiałach PDF znajdują się linki i kody QR zachęcające do migracji pomiędzy kanałami przekazu (np. komunikat: „pokoloruj tęczę według kolejności kolorów w piosence Tęcza”).

Projekt wdrożony w praktyce

Projekt działa od stycznia 2026 roku i jest rozwijany etapowo. Analiza przedstawiona w dalszej części obejmuje okres od stycznia do maja 2026 roku, czyli pierwszych pięć miesięcy działania projektu.

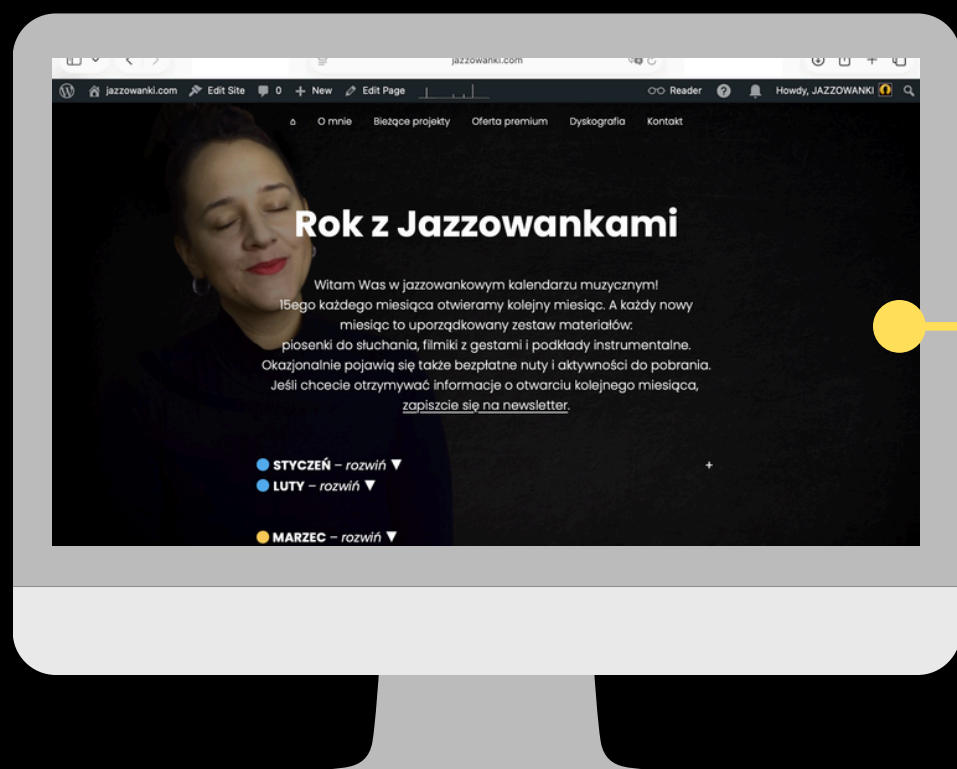
RÓŻNE FORMATY MATERIAŁÓW



MODUŁ MIESIĘCZNY



CENTRALNA PLATFORMA



Centralna strona łączy kolejne moduły z piosenkami, podkładami, filmami, nutami i materiałami PDF.

Odwiedź stronę:



Warstwa artystyczna projektu

AUTORSKA MUZYKA

- piosenki, teksty, aranżacje i podkłady instrumentalne;
- muzyka stanowi samodzielną treść artystyczną, a nie wyłącznie pomoc dydaktyczną.

AKTYWNA INTERPRETACJA

- utwory otwierają możliwość śpiewania, ruchu, gestu i wspólnego muzykowania;
- odbiorca nie tylko odtwarza treść, lecz interpretuje ją poprzez działanie.

SPÓJNOŚĆ FORM

- muzyka, obraz, film, ruch i materiały graficzne tworzą wspólną oprawę projektu;
- różne media rozwijają tę samą treść artystyczną, zamiast jedynie ją powielać.

Warstwa edukacyjna nie zastępuje wartości artystycznej, lecz tworzy warunki do aktywnego spotkania dziecka z muzyką.

Obejrzyj film z opisem projektu:



Grupa odbiorców

NAUCZYCIELE I EDUKATORZY

GŁÓWNI UŻYTKOWNICY PROJEKTU

- pracujący w przedszkolach i w klasach 1–3 szkoły podstawowej
- odpowiedzialni za muzykę, rytuały, uroczystości i zajęcia tematyczne
- potrzebują sprawdzonych, gotowych materiałów dopasowanych do rytmu roku szkolnego



RODZICE I OPIEKUNOWIE

UŻYTKOWNICY WSPIERAJĄCY

- chcą świadomie korzystać z muzyki i aktywności edukacyjnych w domu
- szukają wartościowych i bezpiecznych treści dla swoich dzieci
- potrzebują inspiracji i pomysłów dostosowanych do wieku i możliwości



DZIECI

ODBIORCY

- w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym
- uczestniczą w śpiewaniu, słuchaniu, ruchu, zabawach muzycznych i działaniach plastycznych
- rozwijają wrażliwość muzyczną, wyobraźnię i kompetencje



Budowanie relacji z odbiorcą

Projekt jest długotrwałym procesem, który buduje doświadczenie poprzez powracające rytuały, aktywne korzystanie z materiałów i możliwość własnej interpretacji. Komunikacja ma podtrzymywać uczestnictwo, a nie ograniczać się do promocji.

1

Założenie

Relacja z odbiorcą budowana jest przez wspólne doświadczenie, a nie przez przekaz reklamowy.

2

Wyzwanie

W mediach społecznościowych łatwo zredukować komunikację do promocji.

Cel: utrzymanie poczucia współuczestnictwa w projekcie na przestrzeni roku.

3

Rozwiązanie

Potrzebna jest stała, rytmiczna obecność zamiast intensywnej promocji.

- social media
- newsletter
- rytmiczna aktualizacja
- ciągłość narracyjna
- zaproszenie nie CTA
- dostęp bez obowiązkowej rejestracji

4

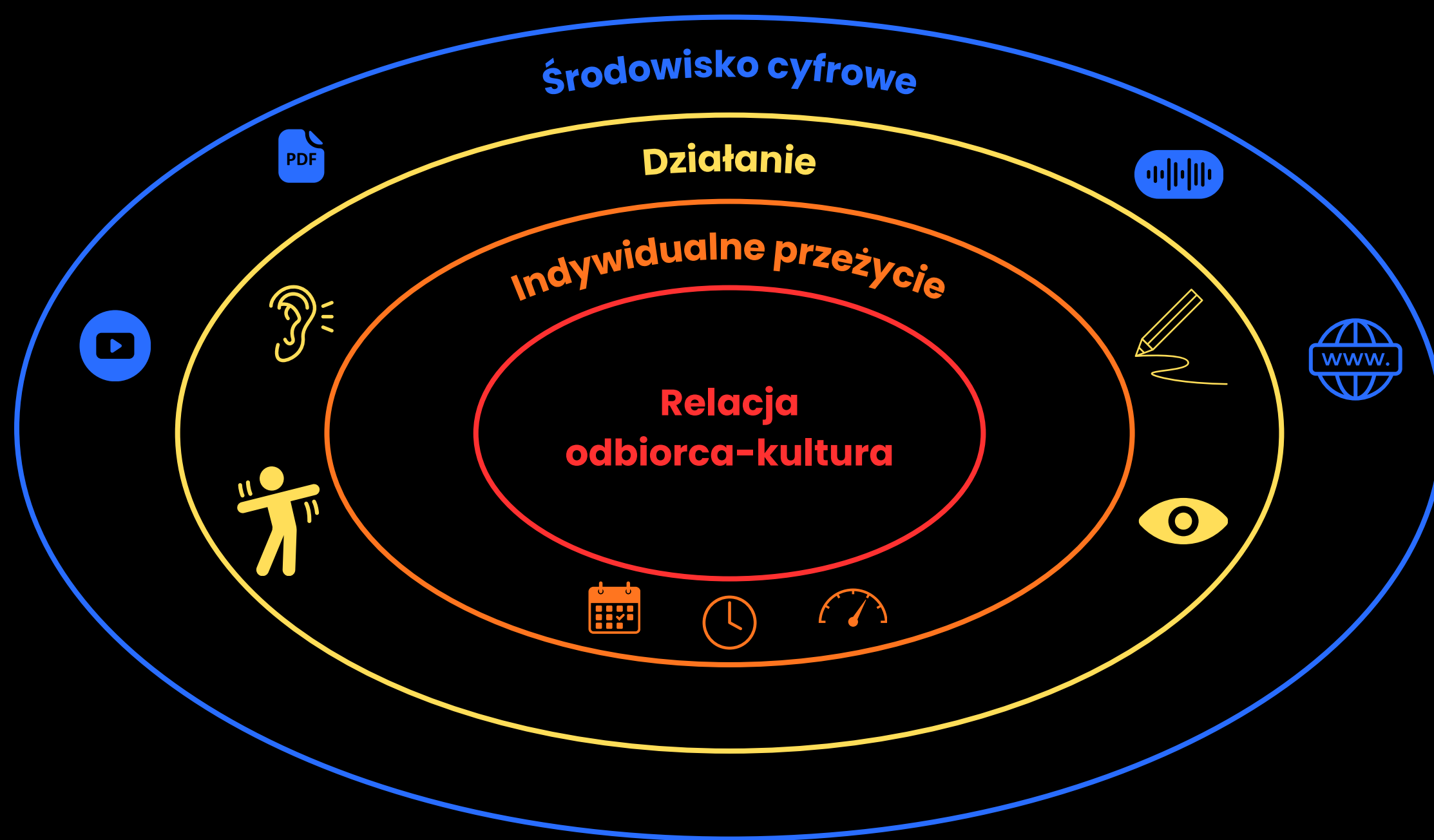
Efekt

Cyfrowa obecność pozostaje spójna z kulturowym charakterem projektu.

Marketing przeżyć nie jest dodatkiem, lecz warunkiem spójnej realizacji projektu.

Od treści do uczestnictwa

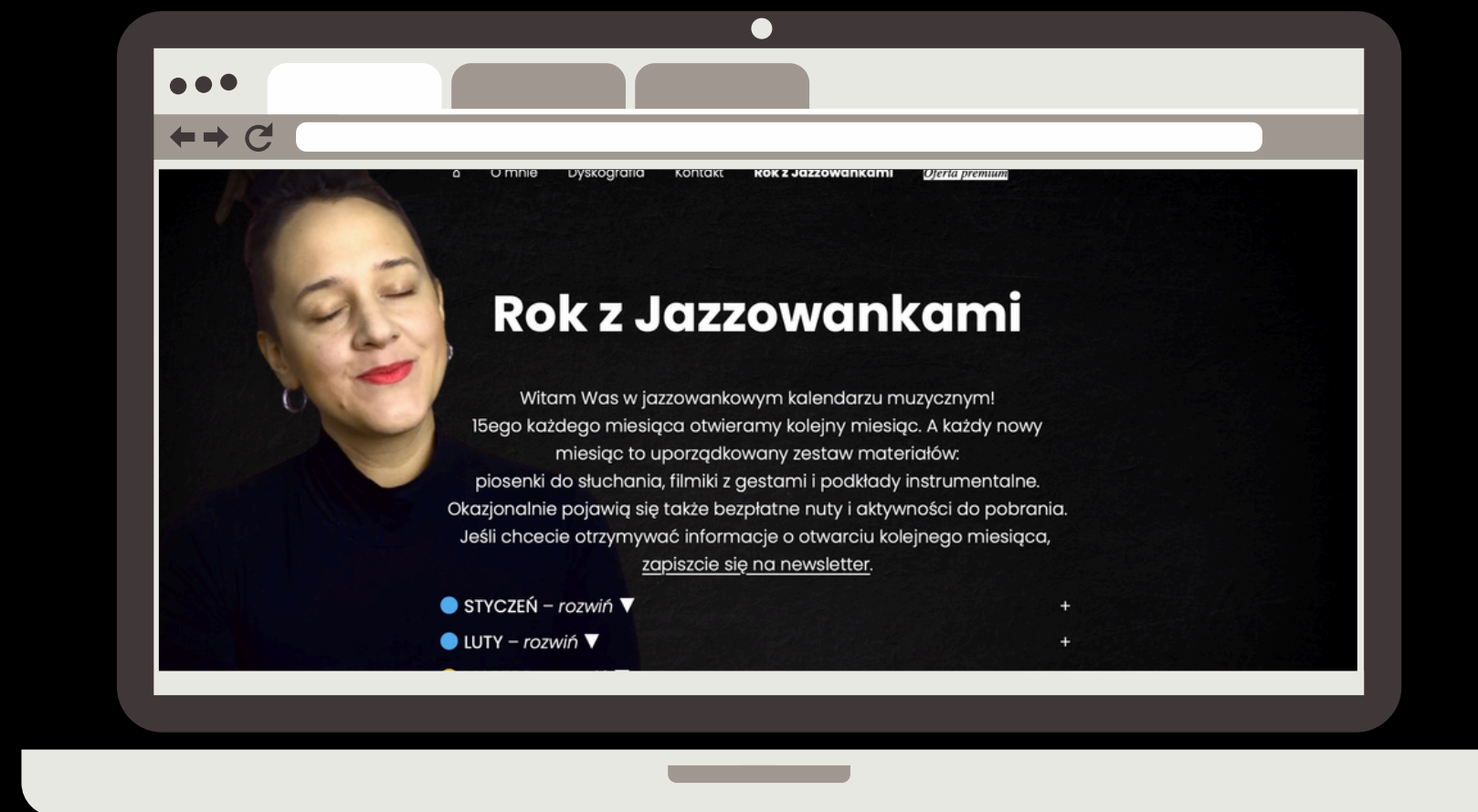
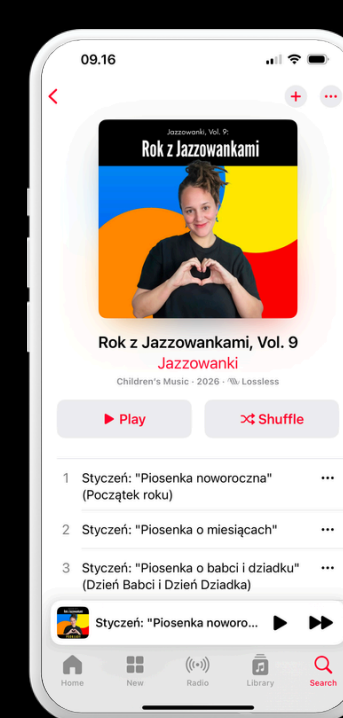
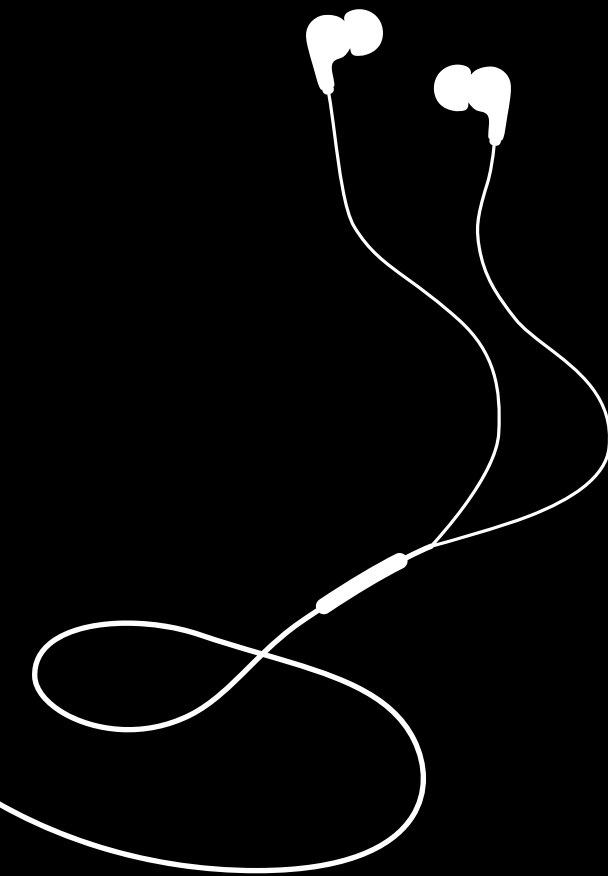
Projekt organizuje uczestnictwo poprzez warstwy doświadczenia, które zawierają się jedna w drugiej.



1. Środowisko cyfrowe udostępnia odbiorcy treści.
2. Treści te inicjują słuchanie, śpiewanie i inne aktywności.
3. W trakcie działania odbiorca nadaje materiałom własne znaczenia i korzysta z nich we własnym tempie.
4. W ten sposób tworzy indywidualne doświadczenie, które może pogłębiać jego relację z kulturą.

RAPORT: 5 MIESIĘCY

„ROKU Z JAZZOWANKAMI”



Założenie metodologiczne analizy

Analizując pierwsze dane z projektu, należy zachować ostrożność, ponieważ Jazzowanki oraz część piosenek okazjonalnych były popularne już przed rozpoczęciem projektu „Rok z Jazzowankami”. Oznacza to, że nie można automatycznie przypisać całej widoczności kanału bezpośrednio temu projektowi.

W TYM RAPORCIE INTERESUJE NAS:



w jakim stopniu projekt uporządkował i uwidoczniał istniejące już sezonowe sposoby korzystania z piosenek



jaką rolę odgrywały nowe ścieżki dostępu do materiałów



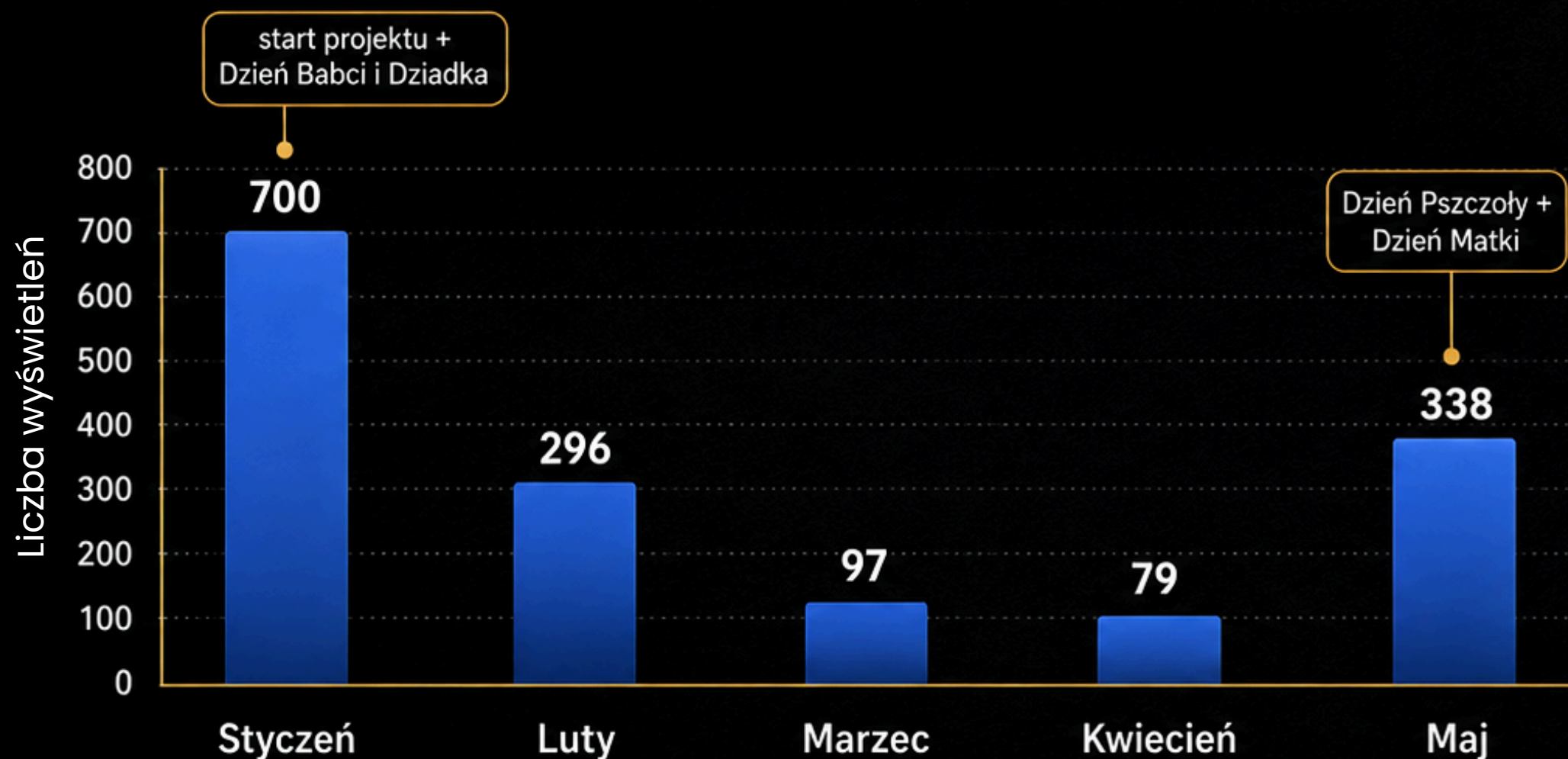
jakie mechanizmy powrotu udało się uruchomić



jak odbiorcy rzeczywiście korzystają, wracają i wchodzą w interakcję z treścią

Ruch na stronie internetowej

Wykres przedstawia miesięczną liczbę wyświetleń strony „Rok z Jazzowankami” od stycznia do maja 2026 roku.



Najwięcej wyświetleń odnotowano w styczniu, kiedy rozpoczął się projekt i udostępniono materiały związane z Dniem Babci i Dziadka. Po niższych wynikach w marcu i kwietniu zainteresowanie ponownie wzrosło w maju, wraz z publikacją treści na Dzień Pszczoły i Dzień Matki. Taki przebieg jest zgodny z kalendarzowym charakterem projektu: zainteresowanie wzrasta wokół konkretnych okazji, na które przygotowano materiały.

Wniosek: strona pełni nie tylko funkcję archiwum materiałów, lecz także kalendarza użycia, uruchamiającego zainteresowanie wokół kolejnych świąt i wydarzeń.

Źródło: Jetpack, raport ruchu dla strony projektu, okres: 1.01–31.05.2026; jednostka: wyświetlenia strony.

Kalendarzowe momenty

Dane dzienne pokazują, że największe wzrosty zainteresowania pojawiały się wokół konkretnych dat. Najwyższe wartości zbiegały się w czasie z okazjami, dla których przygotowano i udostępniono materiały.

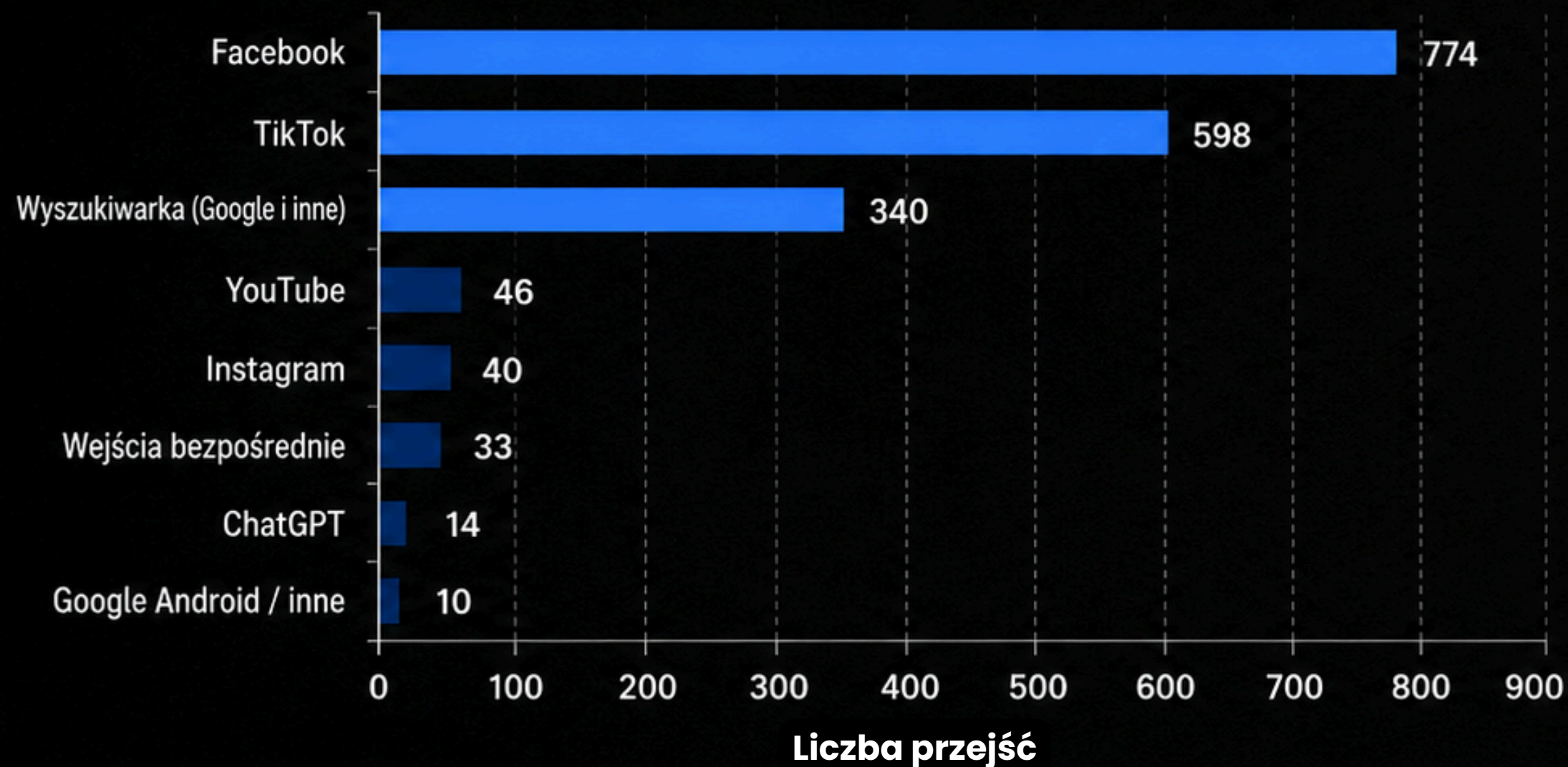


Źródło: Jetpack, okres: 1.01–31.05.2026; jednostka: wyświetlenia strony

Wniosek: maj pokazuje, że zainteresowanie projektem może ponownie wzrastać także kilka miesięcy po jego rozpoczęciu.

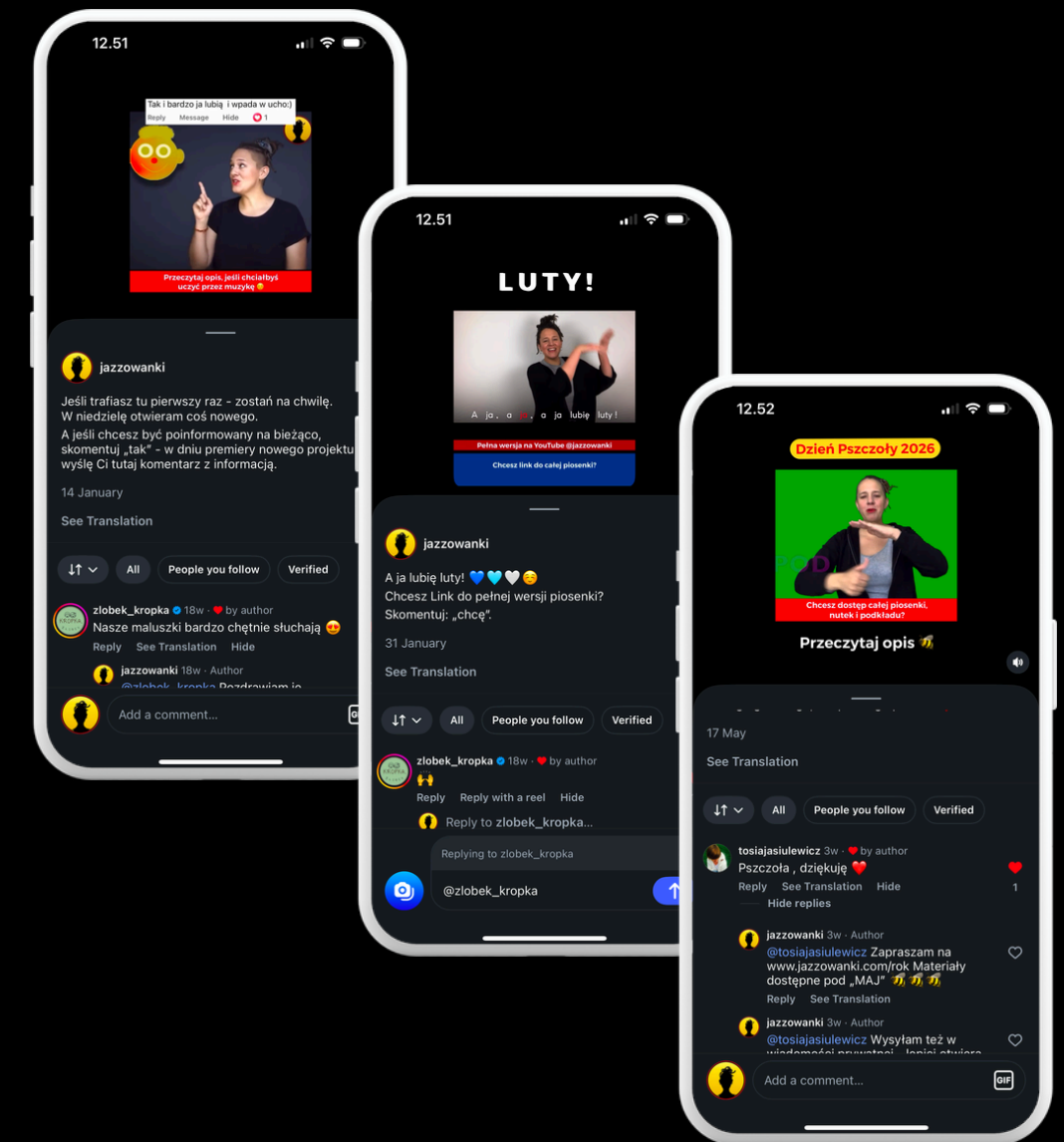
Skąd odbiorcy trafiali do projektu?

Źródła przejść do strony „Rok z Jazzowankami” w 2026 roku



Źródło: Jetpack, raport źródeł odsyłających, okres: 1.01–31.05.2026; jednostka: przejścia przypisane do źródeł ruchu.
Dane nie są bezpośrednio porównywalne z miesięczną liczbą wyświetleń strony.

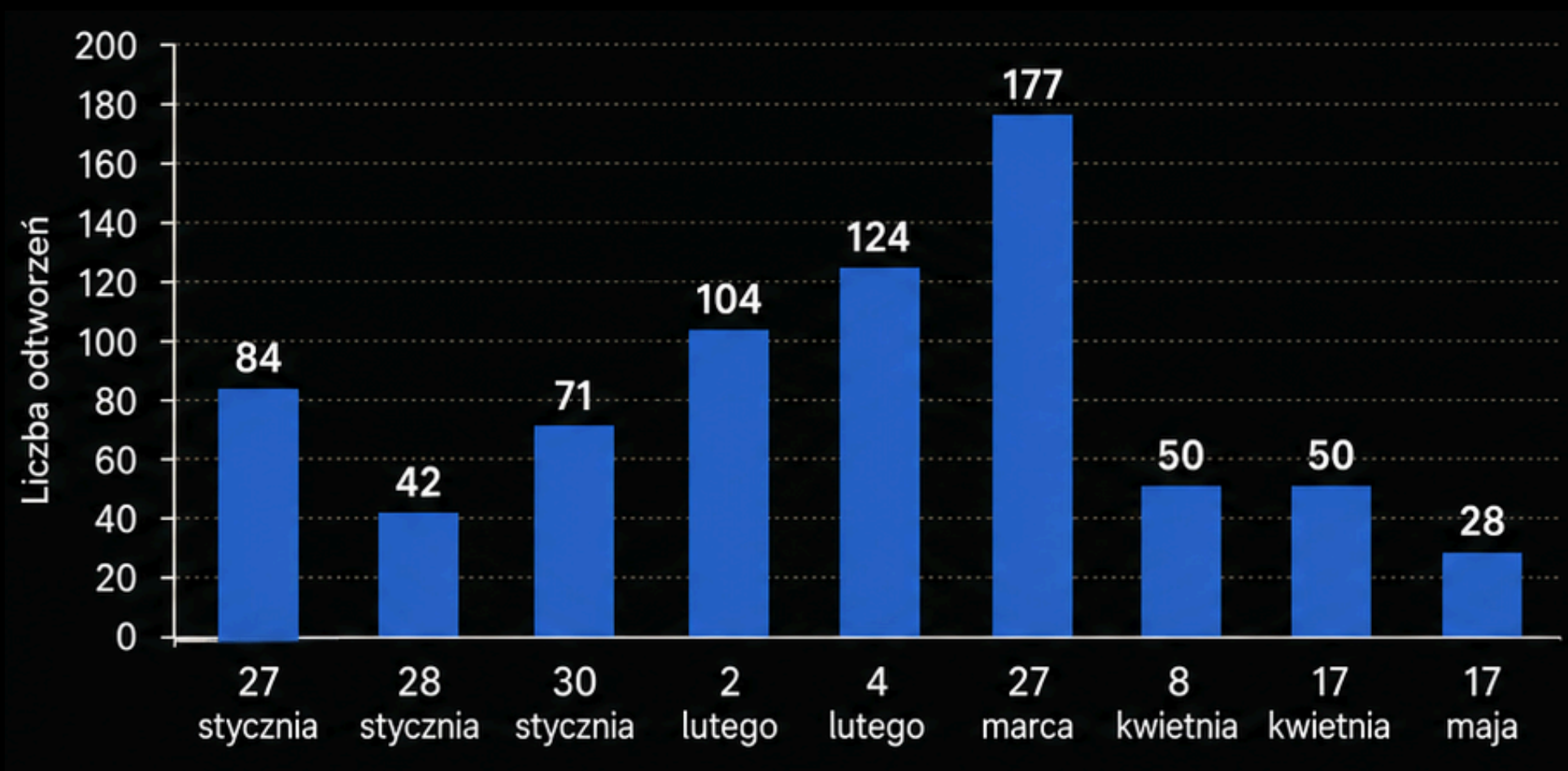
Wniosek: Facebook i TikTok były głównymi kanałami odkrywania treści, natomiast wyszukiwarki stanowiły ważną, niezależną ścieżkę dostępu do projektu.



Podkłady instrumentalne

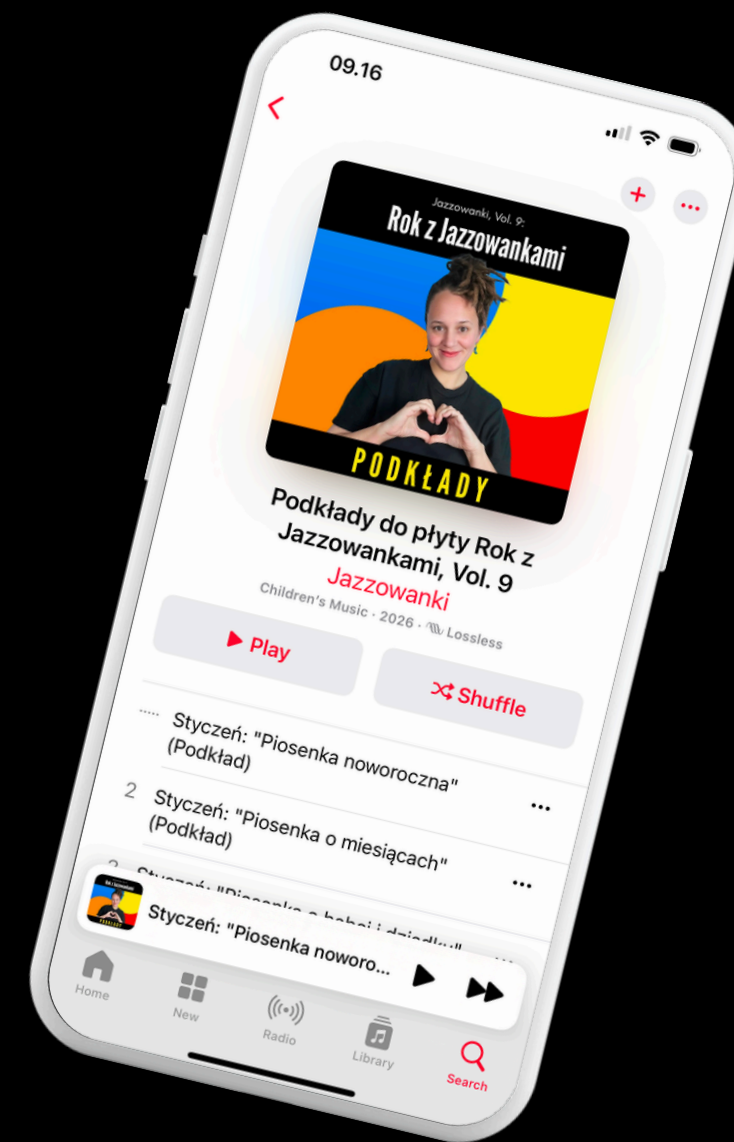
Zwykła piosenka może być słuchana biernie. Podkład instrumentalny jest częściej używany po to, aby śpiewać, przygotować występ, prowadzić zajęcia lub pracować z grupą dzieci.

Wykres pokazuje wybrane wysokie dni odtworzeń, czyli momenty, w których podkłady były używane intensywniej.



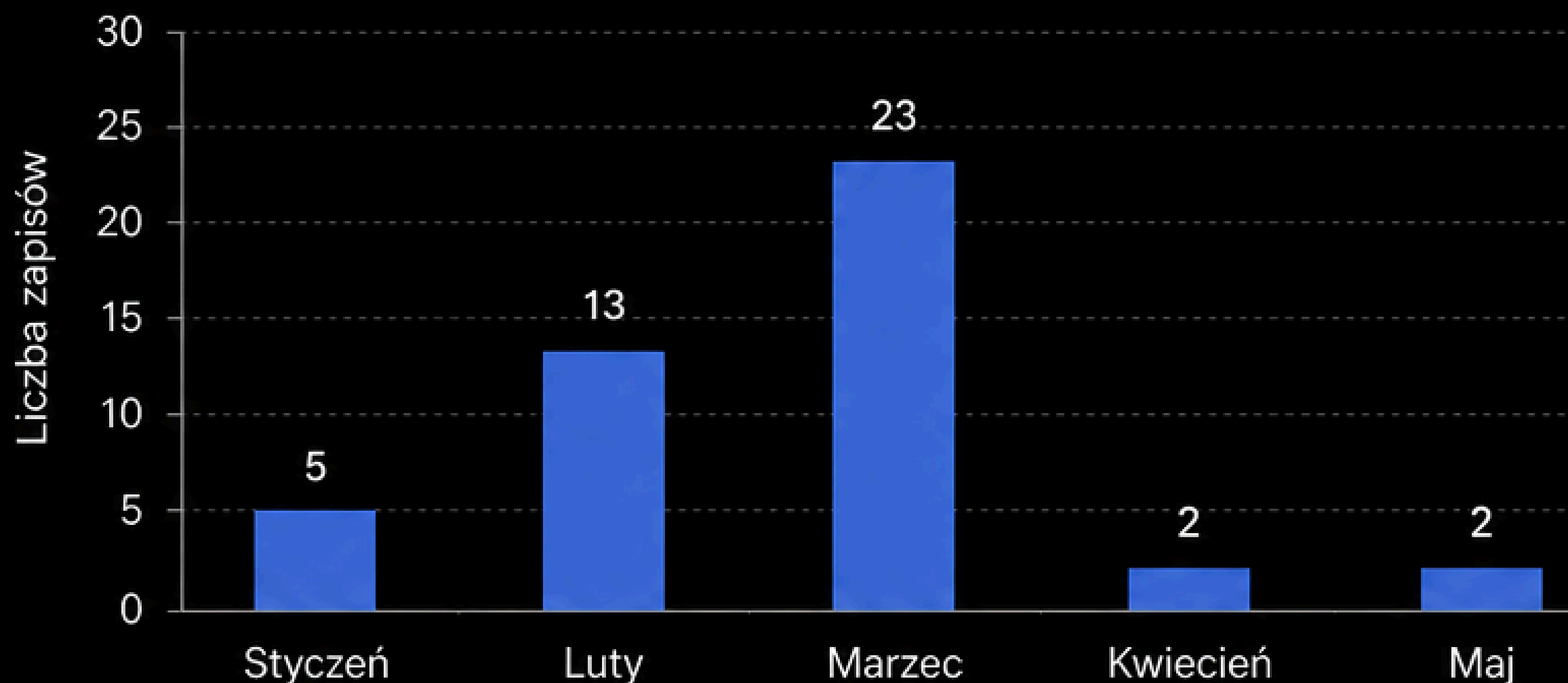
Źródło: Frontstage / Danmark Media, okres: 1.01–31.05.2026; jednostka: odtworzenia podkładów instrumentalnych.

Wniosek: Odtworzenia w dni robocze sugerowały wykorzystanie materiałów w kontekście edukacyjnym. Ankieta wzmacnia tę interpretację: 9 z 12 respondentów korzystało z materiałów podczas zajęć, pracy indywidualnej lub przygotowania uroczystości i występów.



Newsletter

Newsletter tworzy mechanizm powrotu, informując o otwarciu kolejnych modułów i utrzymując relację bez agresywnej promocji.



Źródło: Jetpack – wyświetlenia strony i nowe subskrypcje newslettera; okres: 1.01–31.05.2026.

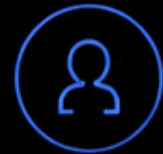
Od stycznia do maja newsletter zyskał 45 nowych zapisów. W zestawieniu z około 1510 wyświetleniami strony odpowiada to około 3 zapisom na każde 100 wyświetleń. Nie jest to jednak bezpośrednio zmierzona konwersja użytkowników.

Wniosek: newsletter jest jednym z mechanizmów powrotu do projektu i warto dalej rozwijać jego rolę.

YouTube

Ponad 900 tys. wyświetleń i ponad 300 tys. unikalnych widzów jednego filmu potwierdzają, że jeszcze przed rozpoczęciem projektu istniała duża publiczność zainteresowana treściami Jazzowanek. „Rok z Jazzowanekami” nie tworzy więc potrzeby od podstaw, lecz porządkuje dostęp do treści, które miały już wcześniej potencjał odbiorczy.

DANE DEMOGRAFICZNE (ostatnie 28 dni)



Większość
kobiety



Wiek główny:
25–54 lata

URZĄDZENIA (ostatnie 28 dni)



Telefony

54%



Telewizory

20,2%



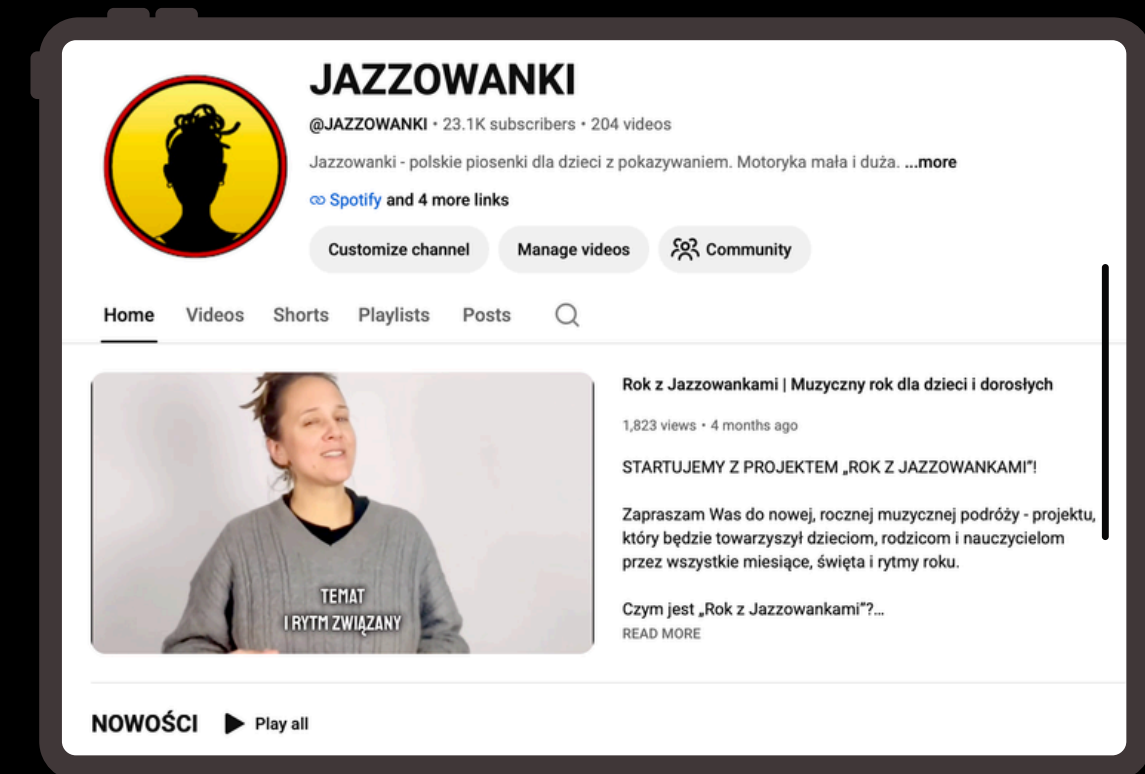
Komputery

15,2%



Tablety

10,3%



Źródło: YouTube Studio. Dane filmu – stan na 13.06.2026; dane demograficzne i urządzenia – ostatnie 28 dni.

Wniosek: dane z YouTube potwierdzają istnienie dużego potencjału odbiorczego dla treści Jazzowanek. Profil demograficzny publiczności jest zgodny z założeniem, że głównymi użytkownikami projektu będą osoby dorosłe, ale nie pozwala ustalić ich roli zawodowej ani rodzicielskiej.

Wnioski z ewaluacji projektu

Na podstawie danych cyfrowych oraz 12 odpowiedzi ankietowych można wyróżnić cztery główne efekty projektu.

1

EFEKT PORZĄDKUJĄCY

Projekt zebrał rozproszone materiały w miesięczną strukturę i ułatwił ich odnajdywanie. W ankiecie miesięczny układ projektu pomógł wszystkim 12 respondentom, a łatwość znalezienia materiałów oceniono średnio na 4,6/5.

2

EFEKT KALENDARZOWY

Ruch na stronie wzrastał wokół konkretnych okazji, m.in. Dnia Babci i Dziadka, Dnia Pszczoły oraz Dnia Matki. Dane wskazują, że zainteresowanie projektem uruchamia się zgodnie z rytmem roku szkolnego, przedszkolnego i rodzinnego.

3

EFEKT PRAKTYCZNEGO UŻYCIA

9 z 12 respondentów korzystało z materiałów podczas zajęć, pracy indywidualnej lub przygotowania uroczystości i występów. W 11 przypadkach dzieci śpiewały, a w 10 wykonywały gest lub ruch.

4

EFEKT POWROTU

Projekt stworzył mechanizmy powrotu: kolejne moduły kalendarzowe, centralną stronę oraz newsletter. Od stycznia do maja newsletter zyskał 45 nowych zapisów, a zainteresowanie stroną ponownie wzrastało przy kolejnych okazjach.

Efekty dla odbiorców

Samooocena realizacji celów społecznych, pedagogicznych i artystycznych.

Nauczyciele i edukatorzy

- uporządkowane materiały zgodne z rytmem roku szkolnego i przedszkolnego;
- krótsza droga od znalezienia treści do przeprowadzenia zajęć lub przygotowania występu;
- łatwiejszy dostęp do jakościowych, gotowych narzędzi edukacyjnych.

Rodzice i opiekunowie

- muzyka i aktywności poddane autorskiej selekcji jakościowej;
- inspiracja do wspólnego słuchania, śpiewu, ruchu i zabawy z dzieckiem;
- możliwość przeniesienia kontaktu z treścią cyfrową do działania poza ekranem.

Dzieci

- aktywny kontakt z muzyką poprzez słuchanie, śpiew, gest i ruch;
- tworzenie warunków do rozwijania wyobraźni oraz wrażliwości muzycznej i artystycznej;
- kontakt ze sztuką wpisany w codzienne wydarzenia i rytuały grupy lub rodziny.

Wniosek: projekt realizuje założenie udostępniania uporządkowanych, praktycznych treści wspierających aktywny kontakt dzieci z kulturą.

Ankieta odbiorców

Ankieta internetowa, czerwiec 2026: 12 odpowiedzi – 9 osób pracujących z dziećmi oraz 3 rodziców lub opiekunów.



Rzeczywiste wykorzystanie



korzystanie z piosenek – 12/12



dzieci śpiewały – 11/12



wykonywano gest lub ruch – 10/12



dzieci słuchały piosenek – 8/12



Dostępność i reakcje



łatwość znalezienia materiału – 4,6/5



miesięczny układ pomagał – 12/12



opisy uznano za jasne – 12/12



reakcje dzieci były pozytywne – 11/12



w tym 8 odpowiedzi „bardzo zaangażowane” i 3 „raczej zainteresowane”.



Najczęściej wskazywane wartości: jakość muzyczna 11/12 • gotowe materiały w jednym miejscu 8/12 • bezpłatny dostęp 7/12

Wyniki opisują wyłącznie tę grupę respondentów i nie są reprezentatywne dla całej publiczności.

• Źródło: ankieta własna online, czerwiec 2026.

Najważniejszy wniosek

„Rok z Jazzowankami” wykorzystał istniejący potencjał odbiorczy i przekształcił rozproszone treści w nowy, uporządkowany system praktycznego użycia, dopasowany do rytmu roku szkolnego, przedszkolnego i rodzinnego.

✓ PORZĄDKUJE

Materiały są łatwiejsze do znalezienia i dopasowane do rytmu roku.

✓ AKTYWIZUJE

Treści cyfrowe prowadzą do śpiewu, ruchu, zajęć i wspólnego działania poza ekranem.

✓ TWORZY MECHANIZMY POWROTU

Odbiorcy mogą wracać do projektu poprzez kolejne moduły i newsletter.

Projekt łączy więc wartość edukacyjną, społeczną i artystyczną: pomaga dorosłym organizować pracę z dziećmi, a dzieciom uczestniczyć w kulturze poprzez aktywny kontakt z muzyką.



*Dziękuję
za uwagę!*