

Co nowego na YouTube: zmiany, które dotyczą Twojego podcastu

AUTORKA

Patrycja Szałańska

AKTUALIZACJA

26 września 2026

CZYTANIE

ok. 12 minut

Z TEGO ROZDZIAŁU DOWIESZ SIĘ

- Jak YouTube liczy wyświetlenia od 24 sierpnia 2026 i jak raportować wyniki podcastu
- Jak YouTube poleca filmy w 2026 roku i czego nie trzeba się obawiać
- Jak wystartować z nowym kanałem: ile odcinków przygotować na premierę
- Jak testować tytuły i miniatury oraz łączyć Shorty z pełnym odcinkiem
- Jak zamienić podcast w program z sezonami
- Co się zmienia w zarabianiu na YouTube od 1 lutego 2027

W ciągu ostatniego roku YouTube zmienił sposób liczenia wyświetleń, pozwolił zamieniać serie w programy z sezonami i zapowiedział wyższe progi zarabiania. Dla firmy, która nagrywa podcast, część tych zmian to ułatwienie, a kilka łatwo przeoczyć i potem źle odczytać wyniki. Opisuję stan z września 2026 roku na podstawie oficjalnych materiałów YouTube. Nowe funkcje wchodzą etapami i nie zawsze od razu w Polsce, więc zanim coś zmienisz na kanale, sprawdź, czy masz ją już w swoim YouTube Studio.

Wyświetlenia liczą się od pierwszej klatki

Od 24 sierpnia 2026 publiczny licznik pod filmem liczy wyświetlenie od pierwszej klatki. Dotyczy to wszystkich formatów: długich filmów, podcastów i transmisji (Shorts liczono tak już od roku). Filmy sprzed tej daty zachowują dotychczasową liczbę, a nowe wyświetlenia liczą się po nowemu, dlatego łączne wyniki kanału rosną teraz szybciej niż wcześniej.

Pieniądze i rekomendacje liczą się po staremu. Przychód z Shorts YouTube wylicza z zaangażowanych wyświetleń (Engaged Shorts views), a z długich filmów z zaangażowanych godzin oglądania (Engaged Watch Hours). Na zaangażowanych wyświetleniach, czyli oglądaniu dłuższym niż pierwsze sekundy, opierają się też CTR, średni czas oglądania i decyzja, komu system pokaże film dalej. Ile sekund to już

zaangażowanie, YouTube celowo nie podaje, żeby utrudnić manipulację. Żaden próg 30 sekund nie istnieje.

Jeśli raportujesz wyniki podcastu zarządowi, porównuj zaangażowane wyświetlenia, a przy publicznym liczniku dopisz, że od 24 sierpnia liczy inaczej. Skok liczb po tej dacie wynika ze zmiany sposobu liczenia. Lepiej, żeby ktoś w firmie usłyszał to od Ciebie, zanim ogłosi sukces.

Dwie nowe miary skali

W statystykach zaawansowanych są od tego roku dwie liczby, które przydają się w rozmowie z zarządem albo z marką. Zasięg unikalny (od maja 2026) szacuje, ile różnych osób zobaczyło film albo kanał, i liczy to podobnie jak telewizja. Od 31 sierpnia doszła miara „oglądane wspólnie” (co-viewed). Szacuje ona, ile osób ogląda film razem na telewizorze. YouTube podaje, że na telewizorach ogląda się go ponad miliard godzin dziennie.

Różnicę dobrze pokazuje przykład, którym posługuje się sam YouTube. Trzyosobowa rodzina, która obejrzy film dwa razy, to 6 w oglądaniu wspólnym i 3 w zasięgu unikalnym. Dane o oglądaniu wspólnym ustalają się do 48 godzin, więc do porównań wybieraj okres bez dwóch ostatnich dni.

Jak YouTube poleca filmy w 2026 roku

1 września YouTube opublikował długą rozmowę z osobą, która odpowiada tam za wzrost i odkrywanie treści (Todd Beaupré, senior director of growth and discovery). Najważniejsza wiadomość jest taka, że system nie wysyła filmu do subskrybentów. Za każdym razem, gdy ktoś otwiera aplikację, liczy od nowa, co pokazać tej konkretnej osobie, z uwzględnieniem jej historii, pory dnia i urządzenia. Nie decyduje jeden wskaźnik. Liczą się kliknięcia, czas oglądania, reakcje i komentarze, a YouTube dodatkowo pyta widzów w ankietach, czy byli zadowoleni, bo długie oglądanie nie zawsze znaczy, że film dowiódł obietnicę z tytułu.

Pierwsza godzina po premierze nie przesądza o losie filmu. Już w niej wielu widzów to ludzie, którzy nigdy wcześniej nie oglądali kanału, a filmy ponadczasowe często zbierają większość wyświetleń po miesiącu i później. CTR rzędu 10% wśród własnych subskrybentów YouTube uważa za normę. Ruch z zewnątrz, na przykład z newslettera, reklam czy osadzeń na stronach, słabo przewiduje, co widz robi na stronie głównej, więc system przykładu do niego małą wagę. Link w dniu premiery wysyłasz przede wszystkim po to, żeby odcinek obejrżeli ludzie, dla których powstał.

Kilku rzeczy nie trzeba się obawiać. Wyłączone komentarze albo reklamy nie obniżają zasięgu. Nowy kanał bez historii też dostaje szansę, bo system dopasowuje film po temacie. W zakładce Subskrypcje stoi od maja nad listą chronologiczną półka rekomendacji, ale wyłącznie z kanałów, które widz subskrybuje. Tagi, jak mówi Rene Ritchie (w YouTube osoba od kontaktu z twórcami), mają bardzo małe znaczenie, a nazwa pliku żadnego.

Z tej samej majowej rozmowy warto zapamiętać jeszcze jedną radę. Nowy kanał najlepiej otworzyć kilkoma powiązanymi filmami naraz: przygotować około dziesięciu i na start opublikować trzy albo cztery, żeby nowy widz mógł oglądać ciągiem. Jeden obejrzany film daje systemowi mało sygnału o tym, komu polecać kolejne. Jeśli nagrywasz serię na jednej sesji w studiu, takie odcinki masz gotowe od razu.

Testy tytułów i miniatur

Test & Compare w YouTube Studio działa od 2024 roku dla miniatur, a od września 2025 także dla samych tytułów i dla par tytuł plus miniatura. Wgrywasz do trzech wariantów, a YouTube wybiera zwycięzcę po udziale w czasie oglądania, a nie po samych kliknięciach. To dobra zasada, bo miniatura, która ściąga przypadkowych widzów, wygrałaby kliknięciami, a potem ci ludzie szybko by wyszli.

Warianty muszą się wyraźnie różnić. Zmiana koloru drobnego detalu prawie nigdy nie da wyniku i narzędzie powie wtedy wprost, że zwycięzcy nie ma. To też jest odpowiedź: możesz powtórzyć test po kilku tygodniach albo przygotować śmielsze wersje. Nowa miniatura nie „resetuje” filmu i nie daje mu dodatkowej szansy. Pomaga tylko wtedy, gdy lepiej trafia do widzów, a to widać w statystykach prawie od razu.

Każdy język filmu może mieć od kwietnia 2026 osobną miniaturę, a plik miniatury może ważyć do 50 MB, żeby dobrze wyglądał na telewizorze. W drodze są miniatury dynamiczne: do trzech wersji, które YouTube sam dopasuje do różnych grup widzów, a w 2027 roku testy do trzech wersji samego filmu.

Shorts z linkiem do pełnego odcinka

W Shorcie możesz ustawić link do powiązanego filmu (related video). To klikalny odnośnik do dowolnego filmu, Shorta albo transmisji z Twojego kanału. Ustawia się go w Studio, w edycji Shorta na karcie Treści. YouTube radzi dopasować link do tego, czego szukał widz: Short, który czegoś uczył, niech prowadzi do pełnego poradnika, a fragment rozmowy do całego odcinka. Warto też powiedzieć albo pokazać wprost, że pod linkiem czeka reszta.

Short musi się przy tym bronić bez kontekstu, a pełny odcinek powinien od pierwszych sekund nagradzać kliknięcie. Minuta powitań marnuje jedyną chwilę uwagi, jaką widz był gotów dać. Do jednego odcinka może prowadzić kilka różnych Shortów: zwiastun, fragment, kulisy albo odpowiedź na pytanie.

Uczestnicy programu partnerskiego mogą od lipca dodać na komputerze własną miniaturę Shorta. Ważne elementy trzymaj z dala od krawędzi, bo w wielu miejscach miniatura wyświetla się bliżej proporcji 3:2 niż 9:16. Liczy się w wynikach wyszukiwania i na półkach Shorts, bo w przewijanym kanale jej nie widać. We wrześniu YouTube zaczął też udostępniać serie Shorts: krótkie filmy ułożone w program z własną miniaturą i przyciskiem „Watch series”.

W Storymakers każdą rolkę zaczynamy od haka w pierwszej sekundzie i montujemy jako samodzielne trzydzieści sekund, więc dobrze pasuje do tego modelu. Pakiety 3 albo 5 rolek do odcinka i teaser znajdziesz w cenniku.

Podcast jako program z sezonami

Od lipca 2026 uczestnicy programu partnerskiego mogą zamienić playlistę w program ze stroną, sezonami, odcinkami i układem pod telewizor. Program może trafić do sekcji „Polecane programy” i „Oglądaj dalej” oraz na półki na telewizorach. Warunek jest jeden: treść musi być odcinkowa i mieć wspólny temat. Firmowy podcast spełnia go z definicji.

Funkcję włączasz w Studio na karcie Treści, przy playliście: menu z trzema kropkami i opcja „Add show features”, a potem sezony, opisy i grafika. W polskim Studio nazwa może brzmieć inaczej. YouTube

przyjmuje też podcast z kanału RSS, ale sam go dalej nie rozsyła. Do innych aplikacji podcastowych odcinek trafia przez hosting podcastów.

Gość jako współtwórca filmu

Funkcja Collabs pozwala oznaczyć kilka kanałów jako współautorów jednego filmu albo Shorta. Na starcie, we wrześniu 2025, mogło ich być pięć, a od lipca 2026 może być dziesięć. Film trafia wtedy do widowni każdego z nich, ma jeden zestaw statystyk i osobny przycisk subskrypcji dla każdego kanału. Pierwszym głośnym przykładem była wspólna kampania TeamWater (MrBeast i Mark Rober). Współtwórców da się dodać także do starszych filmów, a listę współprac pokazać na półce na stronie kanału.

Wyświetlenia i przychód z reklam przypisuje się kanałowi, który opublikował film. Jeśli gość ma własny kanał, ustal z nim przed nagraniem, kto publikuje i czy zostaje współtwórcą. Przed umową z gościem albo marką sprawdź aktualne zasady w Centrum pomocy YouTube.

Transmisje na żywo

Jedną transmisję można teraz prowadzić jednocześnie w pionie i w poziomie, z jednym czatem. Wersja pionowa trafia do ludzi, którzy przewijają Shorts. W maju 2026 działało to w samym YouTube, a obsługa zewnętrznych programów, takich jak OBS, vMix czy Ecamm, była w budowie. Od sierpnia na telefonie działa tryb ćwiczeń (Practice Mode): prywatna próba transmisji pionowej z czatem, ankietami i naklejkami. Z próby jednym przyciskiem przechodzi się do prawdziwej transmisji. W maju doszły naklejki z odliczaniem do ważnego momentu.

Po transmisji YouTube sam proponuje najlepsze fragmenty jako Shorts, a Live Redirect przenosi widzów z transmisji na premierę albo na kolejną transmisję w chwili jej startu. Podstawowe zasady się nie zmieniły: funkcję transmisji trzeba włączyć co najmniej 24 godziny przed pierwszym startem, a próbę najlepiej zrobić dzień wcześniej na transmisji niepublicznej. Transmisję możesz poprowadzić z naszego studia, bo streaming jest w cenniku opcji dodatkowych.

Komentarze pod kontrolą

Od marca 2026 możesz ustawić, kto może komentować, na przykład tylko subskrybenci z minimalnym stażem, dla pojedynczych filmów albo zbiorczo. W kwietniu wytyczne kanału dostały wszystkie kanały z funkcjami średniozaawansowanymi: można w nich spisać własne zasady dla komentarzy, czatu i społeczności. Widz zobaczy je przy swoim pierwszym komentarzu i na górze sekcji komentarzy. W czerwcu doszło wyszukiwanie komentarzy po znaczeniu, a po zaznaczeniu jednego komentarza Studio pokazuje podobne, co przyspiesza moderację. Na komentarz można też odpowiedzieć nagraniem głosowym (Creator Voice Replies).

Firmie, która obawia się hejtu, te ustawienia dają więcej niż wyłączenie komentarzy. Wyłączenie nie obniża zasięgu, ale zamyka rozmowę pod odcinkiem.

Karta Treści i Stan konta

W czerwcu karta Treści w Studio dostała kolumnę uwag. Czerwony krzyżyk oznacza pełne ograniczenie, na przykład zablokowany film albo brak możliwości zarabiania. Wykrzyknik to ograniczenie częściowe, na

przykład mniej reklam albo ograniczenie wiekowe, a szare „i” to informacja bez wpływu na zasięg i przychód. Obok widać szacowany przychód każdego filmu, który ustala się przez mniej więcej dwa dni.

W aplikacji YouTube Studio jest od maja strona Stan konta, na której roszczenia praw autorskich, ostrzeżenia i kwalifikacja do zarabiania są w jednym miejscu, razem z krokami naprawy. Te dwa widoki wystarczą, żeby raz w miesiącu sprawdzić, czy coś nie ogranicza Twoich odcinków.

Ask Studio: asystent AI w YouTube Studio

Ask Studio zna dane Twojego kanału, jego statystyki i komentarze. Możesz go poprosić o podsumowanie wyników albo o pomysły na podstawie komentarzy pod filmem. Najlepiej pytać konkretnie, z tytułem filmu i jednym pytaniem, zamiast „opowiedz mi o moim kanale”. Pamięta historię rozmów z ostatnich 30 dni (od maja 2026), a w lipcu nauczyło się proponować miniatury w stylu kanału. YouTube udostępnia go w kolejnych krajach, więc sprawdź, czy masz go już u siebie.

Zakładka Inspiracje podsuwa z kolei tematy dopasowane do widowni Twojego kanału, razem z propozycją serii kilku powiązanych odcinków.

Oznaczenia AI i treści sponsorowanych

Jeśli w odcinku jest realistyczna treść wygenerowana albo mocno zmieniona przez AI, oznaczasz to przy publikacji. Od maja 2026 YouTube sam nakłada etykietę, gdy wykryje nieujawnione realistyczne AI. Twórca może ją poprawić w Studio, chyba że materiał powstał narzędziami AI YouTube albo plik ma metadane potwierdzające, że jest w pełni wygenerowany. Etykieta nie obniża zasięgu ani przychodu, więc lepiej oznaczyć materiał samemu, niż czekać na system.

We wrześniu 2026 zmieniło się oznaczenie treści sponsorowanych. Po zaznaczeniu płatnej promocji w Studio na komputerze możesz ograniczyć minimalny wiek widza i kraje, a widzowie zobaczą nową etykietę. W najbliższych miesiącach YouTube chce sam wykrywać niezgłoszone materiały sponsorowane.

Kiedy kanał traci zarabianie

W lipcu 2026 YouTube doprecyzował zasadę treści nieautentycznych i rozpiął ją na trzy kategorie. Kanał, który ma ich „zbyt dużo”, wypada z programu partnerskiego. Pierwsza kategoria to filmy generyczne i powtarzalne, robione z szablonów, z małą różnicą między kolejnymi. Druga to treści odpychające, które grają na emocjach dla wyświetleń. Trzecia to osoby AI w tematach wrażliwych: w finansach, prawie i zdrowiu.

YouTube mówi wprost, że narzędzie nie ma tu znaczenia. Ocenia efekt, a więc oryginalność i różnorodność, a liczba zgłoszeń od widzów na ocenę nie wpływa. Przydaje się proste pytanie: czy ten film mógłby się ukazać na stu innych kanałach? Odcinek, w którym ekspert naprawdę rozmawia, i rolki z różnych momentów tej rozmowy są od tego problemu bardzo daleko. Po zawieszeniu można się odwołać w ciągu 21 dni, a jeśli decyzja się utrzyma, zgłosić kanał ponownie po 90 dniach.

Automatyczny dubbing

Od końca 2025 roku uczestnicy programu partnerskiego mają automatyczny dubbing z ekspresyjną mową i dopasowaniem ruchu ust do nowego języka. Dla firmy, która chce dotrzeć do widzów za granicą,

to realna szansa. Funkcja zmienia jednak głos i mimikę każdej osoby w kadrze, także gościa, więc włącz ją dopiero po rozmowie z nim.

Zarabianie: nowe progi od 1 lutego 2027

W sierpniu YouTube ogłosił zmiany w programie partnerskim. Każdy kanał, który zarabia, musi zaakceptować nowe warunki w Studio do 31 stycznia 2027, inaczej przestanie zarabiać. Od 1 lutego 2027 nowe kanały wejdą do programu na wyższych progach, a kanały, które już w nim są, zostają.

POZIOM	DZIŚ	OD 1 LUTEGO 2027
Reklamy i Premium	1 000 subskrybentów i 4 000 godzin oglądania w 12 miesięcy albo 10 mln wyświetleń Shorts w 90 dni	dla nowych kanałów: 1 000 subskrybentów i 8 000 godzin albo 20 mln wyświetleń Shorts w 90 dni
Wsparcie fanów, Zakupy, współprace z markami	500 subskrybentów, 3 publiczne filmy w 90 dni i 3 000 godzin w 12 miesięcy albo 3 mln wyświetleń Shorts w 90 dni	bez zmian

Przychód z Shorts będzie wymagał utrzymania 10 mln wyświetleń Shorts w 90 dni, ale spadek poniżej tej granicy wstrzyma tylko przychód z Shorts. Kanał zostanie w programie, a długie filmy dalej będą zarabiać.

Firma rzadko nagrywa podcast po to, żeby zarabiać na reklamach, więc dla większości kanałów firmowych ważniejsze są dwie inne wiadomości. Program afiliacyjny Zakupów jest od marca 2026 dostępny od 500 subskrybentów dla uczestników programu partnerskiego w krajach, w których działa. A twórcy, którzy udostępniają statystyki kanału w programie współpracy z markami, dostają według YouTube ponad dwa razy więcej zapytań.

Co YouTube zapowiada na najbliższe miesiące

Kilka zapowiedzi warto śledzić, ale lepiej nie budować na nich planu, dopóki nie zobaczysz ich w swoim Studio. Do końca 2026 roku YouTube chce wprowadzić szkice z oceną scenariusza, haków i tytułów, własne karty zainteresowań na stronie głównej oraz test odświeżania starszych filmów nowymi miniaturami. Na listopad 2026 zapowiedziano nową usługę wiadomości i udostępniania filmów, między innymi w Unii Europejskiej. Na początek 2027 roku przewidziano posty na telewizorach i społeczności tylko dla płacących członków, a na 2027 rok testy do trzech wersji samego filmu.

Daty do kalendarza 2026-2027

Te daty warto wpisać do kalendarza osoby, która prowadzi kanał firmy.

KIEDY	CO SIĘ ZMIENIA	STATUS
24.08.2026	publiczny licznik liczy wyświetlenie od pierwszej klatki we wszystkich formatach	działa
31.08.2026	miara „oglądane wspólnie” w statystykach zaawansowanych	działa
wrzesień 2026	nowe oznaczenie treści sponsorowanych	działa
wrzesień 2026	serie Shorts z własną miniaturą i przyciskiem „Watch series”	wdrażane
wkrótce	miniatury dynamiczne dopasowane do grup widzów	zapowiedź
do końca 2026	szkice z oceną scenariusza, haków i tytułów, własne karty zainteresowań na stronie głównej, test odświeżania starszych filmów nowymi miniaturami	zapowiedź
listopad 2026	nowa usługa wiadomości i udostępniania filmów, między innymi w Unii Europejskiej	zapowiedź
początek 2027	posty na telewizorach, społeczności tylko dla płacących członków	zapowiedź
31.01.2027	ostatni dzień na akceptację nowych warunków programu partnerskiego w Studio	termin
01.02.2027	wyższe progi wejścia do programu partnerskiego dla nowych kanałów	termin
2027	testy do trzech wersji samego filmu	zapowiedź

Od czego zacząć

Otwórz YouTube Studio i sprawdź kolumnę uwag w karcie Treści, zobacz, czy Twoja seria jest już programem z sezonami, i dodaj do ostatnich rolek link do pełnego odcinka. Jeśli kanału jeszcze nie ma, zacznij od sesji, na której nagrzasz kilka odcinków na premierę.

STUDIO

ul. Willowa 77a, 32-085 Modlniczka
pod Krakowem · drugie piętro
Parking dla gości na miejscu, blisko
zjazdu z obwodnicy A4 i lotniska
Kraków-Balice.

KONTAKT

+48 513 907 432
studio@storymakers.pl
storymakers.studio

CAŁY PORADNIK

Pozostałe rozdziały, od pomysłu na program po mierzenie efektów, czytasz bez zapisów na **storymakers.studio**. Tam też umówisz bezpłatną wizytę w studio.

GIVE YOUR STORY A SPACE.