

Anna Teler

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

ORCID 0000-0002-1424-9478

Ocena potencjału krótkich form filmowych (*music video*) i twórczości niezależnej w kontekście kształtowania świadomości społecznej

Preambuła

Publikacja dotyczy nowych obszarów kształtowania świadomości społecznej. Dotychczasowa dominująca rola przekazu medialnego w społeczeństwie ulega dewaluacji, stąd konieczność poszukiwania innych katalizatorów i inicjatorów zmiany społecznej. Jako nowy obszar kształtowania świadomości społecznej uznano branżę kreatywną i skoncentrowano się na krótkich formach filmowych (*music video*). Analizie poddano krótkie formy filmowe zrealizowane przez Jorika Dozy'ego i Sila van der Woerda. Analiza zawartości (interpretacja) materiałów *Terraform* i *Birthplace* oraz badania ilościowe stały się obszarem poszukiwań odpowiedzi na pytanie badawcze: *Jaki jest potencjał krótkich form filmowych w kontekście kształtowania świadomości społecznej?*. Celem była ocena potencjału w kontekście kształtowania świadomości społecznej.

Przeprowadzone badania pozwalają ocenić potencjał formatu *music video* jako wysoki oraz umożliwiają wskazanie czynników wpływających pozytywnie na kształtowanie świadomości społecznej – są to: wrażliwość estetyczna przekazu, zaangażowanie społeczne twórców oraz umożliwianie podjęcia działań przez odbiorców.

Wnioski badawcze mają wymiar indukcyjny, a więc dokonane zostaje uogólnienie na podstawie wąskiego obszaru poddanego badaniom.

Wprowadzenie

Tradycyjny przekaz medialny¹ dominował w społeczeństwie XX wieku w kontekście kształtowania świadomości społecznej. Mimo znaczących zmian w tym zakresie nadal „większość informacji dotyczących spraw publicznych i społecznych dociera do nas za pośrednictwem mediów” (Bauer, Chudziński [red.] 2008: 29). Powstanie elastycznej, rozwijającej się przestrzeni cyfrowej sprawiło, że „zawartość

¹ Zawartość medialna dostarczana przez tradycyjne branże nadawcze, wydawnicze, filmowe i fonograficzne przy użyciu tradycyjnych kanałów dystrybucji cechowała się swoistą jednostronnością i ograniczeniem wyboru względem odbiorcy (por. Kung 2012: 18).

mediów może być obecnie rozpowszechniana, w skali niemal światowej, z ogromną szybkością i w wielu formatach” (Kowalski 2008: 11). Treści brutalne, sensacyjne – ciesząc się zainteresowaniem odbiorców – są faworyzowane w agendach informacyjnych, zgodnie z powiedzeniem „If it’s bleed it’s leed” (Pooley 1989, za: Randolph 1989). Preferencje odbiorców i motywacja zysku właścicieli medialnych sprawiają, że eksponowane są treści sensacyjne, brutalne, szokujące. Widoczny i postępujący proces instantyzacji kulturowo-społecznej (por. Melosik 2004: 69) wpływa na medialny obraz świata. Zdobywanie uwagi staje się coraz trudniejsze, a obecna w mediach kultura podglądania (por. Godzic 2004: 100–123; Lisowska-Magdziarz 2012: 45–73) zdaje się podważać istnienie jakiegokolwiek wrażliwości, intymności czy świętości². Pojawia się szereg wątpliwości natury etycznej³. Dostęp do informacji i szybkość ich dostarczania sprawiły, że odbiorcy systematycznie zaczęli odzwyczajając się od myślenia, przestali przekształcać informacje w wiedzę (por. Goćkowski, Machowska 2005: 338) – „bezrefleksyjnie przechodzą od jednego wydarzenia do drugiego, w zasadzie nie próbując dokładniej przyglądać się zachodzącym procesom, analizować ani wyciągać wniosków” (Goćkowski, Machowska 2005: 338). Problemy środowiska naturalnego i społeczne zostały w mediach sprowadzone do rozgrywki politycznej, nadano im status ideologiczny. W obliczu powyższego można uznać, że przekaz medialny przestał spełniać właściwą sobie funkcję społeczną. Nie jest już katalizatorem zmiany społecznej.

Wyjaśnienie pojęcia zmiany społecznej wymaga odniesienia się do ustaleń Piotra Sztompki. Autor prezentuje najczęściej spotykane stanowisko, że jest to każda istotna zmiana dotycząca norm, zwyczajów czy struktur społecznych, ale także instytucji społecznych, ról społecznych czy wartości (por. Sztompka 2005: 24). Pewną formą zmiany społecznej jest proces kształtowania świadomości społecznej. To pojęcie pod nazwą świadomości zbiorowej wprowadził do dyskursu naukowego Émile Durkheim, który uznał, że w społeczeństwie istnieje solidarność oparta o stany świadomości jednoczące wszystkich członków danego społeczeństwa (por. Durkheim 1999: 104). Wspólnota stanów świadomości jest podstawą do założenia, że społeczeństwo posiada określone wierzenia i uczucia na poziomie wspólnym (por. Potulski 2020) oraz że można je kształtować w określonych celach i kierunkach. Na potrzeby tych badań i rozważań przyjęte zostało założenie o pozytywnym wymiarze kształtowania świadomości społecznej (z pominięciem zjawisk patologicznych czy manipulacji) do odpowiedzialności i zaangażowania społecznego.

² Istnieją formaty medialne, w których przekaz jest odpowiedzialny społecznie lub sprawia takie wrażenie: gatunki publicystyczne, debaty polityczne, kampanie społeczne – edukują, uświadamiają, podejmują poważne tematy, (współ)kształtują opinię czy nastroje społeczne. Zdaje się, że forma pozostaje nadal sensacyjna i brutalna.

³ Nie każdy widz (młody, starszy, wrażliwy, w trudnej sytuacji życiowej, o słabszej kondycji psychicznej) jest przygotowany na tego typu przekaz. Brakuje ostrzeżenia o treściach pełnych przemocy, brakuje poszanowania godności osoby ludzkiej w jej dramacie, poszanowania ofiar wojennych i kataklizmów, brakuje delikatności w przedstawianiu poważnych kwestii etycznych. Postawa pasywna i zjawisko desensytyzacji (por. Dill 2013) wśród odbiorców są wynikiem przebodźcowania i nadmiaru treści, przy jednoczesnym braku czasu na namysł i refleksję.

Brutalizacja i kształtowanie niskich gustów obecne w tradycyjnym przekazie medialnym prowadzą do wypaczenia lub zaniku wrażliwości – a bez niej nie można mówić o estetyce. Magdalena Szpunar wskazuje na rzadkość podejmowania namyślu nad wrażliwością i zaznacza, że „w pewnym sensie tematyka ta wydaje się być tabuizowana i wykluczana” (Szpunar 2018: 13). Wrażliwość estetyczna to „zdolność do postrzegania oraz przeżywania wartości estetycznych. Uznaje się, że ta wrażliwość dotyczy każdego, niezależnie od jego uczestnictwa w kulturze, wykształcenia czy środowiska, w którym żyje” (Szpunar 2018: 26).

Twórczość pojawia się nie tylko w muzeach, ale także w mediach cyfrowych, na ulicach, w miejscach użyteczności publicznej, gdzie realizowane są ciekawe pokazy, wydarzenia (*performance art*), instalacje czy inne projekty. To przestrzeń łagodnego wpływu, kontemplacji, czasochłonnego podziwiania, sanktuarium obcowania z czymś ważniejszym, odsyłające nieraz do samego *sacrum* (por. Gołaszewska 1989; Dziemidok 2002). Nie powinno zatem dziwić, że w sztuce i kulturze pojawia się tematyka społeczna czy ekologiczna, a wykorzystywane są twórcze środki wyrazu oparte o wrażliwość estetyczną.

Tematy ważne społecznie wymagają wrażliwości estetycznej. Oprócz potrzeb społecznych, kulturalnych, (samo)rozwoju i bycia aktywnym człowiekiem nadal odczuwa potrzeby codzienne, takie jak: jedzenie, ubranie, mieszkanie czy przemieszczanie się – czyli pewien styl życia, który wywiera wpływ na środowisko, zostawiając tak zwany ślad ekologiczny lub węglowy (por. Kagan, Kirchberg [red.] 2008: 11–12). Estetyzacja działań zwracających uwagę na zrównoważenie to również przejaw wrażliwości estetycznej. Pozytywnie przyczynia się do nadania symbolicznego, ideowego znaczenia i „może sprawić, że ludzie będą chcieli angażować się w praktyki, produkty i technologie, które są zrównoważone. Branże kultury są pierwszymi podmiotami, które przychodzą nam do głowy, kiedy myślimy o dodaniu wymiarów estetycznych do jedzenia, odzieży, transportu i wypoczynku” (Kagan, Kirchberg [red.] 2008: 12). Zrównoważenie jest ważnym tematem (por. Betlej 2017) obecnym w czterech wymiarach: środowiskowym, ekonomicznym, społecznym i kulturalnym, od ponad ćwierć wieku, a jego pilność stale rośnie (por. Moldavanova 2013: 109). Wymiar kulturalny pozostaje szczególnie istotny, gdyż „rozumienie, w jaki sposób kultura przyczynia się do długoterminowego zrównoważenia społeczności i społeczeństw, jest kluczem do całościowego zrozumienia samego zrównoważonego rozwoju i jest warte uwagi naukowców” (Moldavanova 2013: 109). Idea patrzenia na kulturę, kreatywność i estetykę jako na filar zrównoważenia i na narzędzia zaangażowania w sprawy społeczne i środowiskowe nie jest pomysłem nowym. Wielu badaczy i filozofów kultury uzasadniało „potężną rolę sztuki w społeczeństwie i twierdzili oni, że wartości przekazywane przez doświadczenia estetyczne przekraczają granice instytucji sztuki” (Adorno, Adorno, Tiedemann, Hullot-Kentor 2004; Adorno, Bernstein 2001; Collingwood 1964; Wittgenstein 1984 za: Moldavanova 2013: 112). Sztuka i twórczość mają tę właściwość, że potrafią w sposób wrażliwy estetycznie trafiać do odbiorców. Tak właśnie działają współcześni niezależni twórcy zaangażowani społecznie: Sil van der Woerd i Jorik Dozy. Obserwując dewaluację społecznej funkcji mediów i poszukując nowych przestrzeni kształtowania

świadomości społecznej, można zauważyć potencjał branży kreatywnej, ze szczególnym akcentem na krótkie formy filmowe, wykorzystywane w kampaniach społecznych lub w tak zwanych *music video* na platformach YouTube i Vimeo. Twórcy branży kreatywnej sięgają po różne narzędzia i formy, udowadniając, że jest możliwe komunikowanie tematów ważnych bez szokującej, przemocowej formy, w oparciu o wrażliwość estetyczną. Analiza zawartości materiałów *music video* pod tytułem *Terraform* i *Birthplace* oraz badania ilościowe stały się obszarem poszukiwania odpowiedzi na pytanie badawcze: *Jaki jest potencjał krótkich form filmowych w kontekście kształtowania świadomości społecznej?* Podjęte badania umożliwiają ocenę ich potencjału.

Sil van der Woerd i Jorik Dozy – twórcy zaangażowani

Nie jest łatwo w języku polskim zdefiniować gatunek, jaki stosują Sil van der Woerd i Jorik Dozy. Nie są to etiudy filmowe (por. Szczęśna [red.] 2002: 73) ani materiały konkursowe czy festiwalowe, nie są to materiały promocyjne ani klasyczne teledyski (por. Kosek 2017: 20). W języku angielskim określa się je jako *music video* i jest to pojęcie bardzo szerokie (por. Aufderheide 1986: 57–78), bez wyraźnego kierunku skojarzeniowego. Na swoich oficjalnych stronach internetowych twórcy używają także pojęć ogólnych: projekty (*projects*) lub dzieła (*works*), i bardziej szczegółowych: opowieść (*Story about the Climate Emergency in Mongolia*), oświadczenie (*A Statement on Plastic Pollution in Our Oceans*) czy kampania (*Campaign for the Sulphur Miners in Indonesia*) – co sugeruje, że nie mamy do czynienia jedynie z teledyskiem do utworu muzycznego.

Urodzeni w Holandii twórcy od wielu lat tworzą udany duet. Pracują w różnych miejscach świata, tworząc krótkie filmy, i zajmują się całą produkcją: od scenariusza, przez reżyserię, po zdjęcia, montaż, postprodukcję, publikowanie i promocję. Kiedy spotkali się w Hollywood, połączyła ich wspólna pasja do przekazu filmowego, uznali bowiem, że jest to wielowymiarowa forma wyrazu artystycznego – opowieść, obraz i dźwięk spotykają się w jednym medium. Początkowo eksperymentowali w poszukiwaniu właściwej formy, ale cel był jeden: stworzyć przestrzeń audiowizualną do komunikowania tego, co ważne (por. Hardin 2018b), w sposób wrażliwy estetycznie. Założyli dwie niezależne firmy filmowe: The Birthplace Studio w 2019 roku oraz New Frontier Pictures w 2018 roku, których portfolio i skład zaangażowanych twórców jest bliźniaczy. Dzięki współpracy filmowców z muzykiem Novo Amor – który również jest twórcą odpowiedzialnym i zaangażowanym⁴ – powstały krótkie formy filmowe, narracyjne teledyski dedykowane do utworów takich jak *Birthplace* czy *Terraform*. Każdy z nich to element większego projektu społecznego i historia zaangażowania twórców, która zostaje opowiedziana w osobnych materiałach filmowych: *The Story of Birthplace* oraz *The Story of Terraform*.

⁴ Ten walijski twórca: piosenkarz, autor tekstów oraz multiinstrumentalista jest ważnym głosem w środowisku muzycznym – jego utwory dotyczą istotnych społecznie i ekologicznie spraw w poetyckiej formie (por. Hardin 2018a), a on sam angażuje się w różnego rodzaju akcje wspierające zrównoważenie i ochronę środowiska.

Metodologia badań

Do przebadania potencjału krótkich form filmowych w kontekście kształtowania świadomości społecznej wybrana została analiza zawartości przekazu – jako jedna z głównych metod badawczych stosowanych przez nauki społeczne od lat trzydziestych XX wieku (por. Pisarek 1983, 2006; za: ENCENC) oraz jedna z najważniejszych metod w badaniach nad komunikacją społeczną i mediami obok analizy zawartości prasy, eksperymentu, wywiadu czy obserwacji (por. Pisarek 1983; Lisowska-Magdziarz 2004). Jest to rodzaj badań empirycznych i choć elementy analiz ilościowych są preferowane, to obecnie widoczna jest tendencja do swobodnego czerpania z analiz jakościowych (por. Wimmer, Dominic 2008). Pytanie badawcze, które dla analizy zawartości przekazu ma kluczowe znaczenie (por. Michalczyk, 2009: 11), w tym wypadku brzmi: *Jaki jest potencjał krótkich form filmowych w kontekście kształtowania świadomości społecznej?*. Aby uzupełnić perspektywę badawczą, dokonano również badań ilościowych. Stworzony klucz kategoryzacyjny ma dualną budowę: formalną i merytoryczną. W warstwie formalnej kodowano oficjalne dane, także liczbowe: czas trwania, ilość wyświetleń na oficjalnych kanałach (jakich?), reakcje i komentarze bezpośrednio pod materiałem, datę publikacji, ilość zaangażowanych w projekt osób (czy spoza ekipy filmowej również?). W części merytorycznej analizowano prezentowany w przekazie obszar podejmowanej tematyki i fabuły (ekologiczna, ludzka czy mieszana) oraz sposób narracji (utwór muzyczny, opowieść czy mieszane), w oparciu o warstwy: wizualną (estetyka obrazu, ujęcia, głębia ostrości, portret / pejzaż), dźwiękową (rodzaj muzyki, adekwatność tekstu do utworu), narracyjną (słowa utworu muzycznego, osobista, wywiad, niemy portret, plansze, mieszane), a także sprawdzono obecność propozycji działania dla odbiorcy (jaka?), zaangażowanie twórców (jakie?). Analizie zostały poddane cztery materiały filmowe: dwa główne (typu *music video*) oraz dwa dodatkowe (typu *story of*). Stworzenie prostego aparatu badawczego miało na celu usystematyzowanie, wzmocnienie obiektywności oceny potencjału krótkich form filmowych oraz uniknięcie oceny emocjonalnej, opartej jedynie na wrażeniu. Badania należy jednak określić jako przyczynkowe.

Birthplace i The Story of Birthplace

Temat zanieczyszczenia oceanów, mórz i wód lądowych w medialnej odświeżeniu najczęściej zmusza odbiorcę do oglądania zwierząt martwych lub w agonii z powodu odpadów, wytworzonych przez człowieka. Są to sceny mocne w swoim przekazie, a ich przesyt sabotuje pożądaną efekt. Jorik Dozy oraz Sil van der Woerd zrezygnowali z takiej konwencji. Postanowili jedną z najważniejszych opowieści naszych czasów (jak sami to określili) opowiedzieć z wrażliwością. Kiedy usłyszeli utwór *Birthplace* autorstwa Novo Amor, zrodził się spójny pomysł na realizację filmową. Zainspirowani tytułem filmowcy zaczęli się zastanawiać, w jaki sposób człowiek traktuje swoje miejsce narodzenia. Materiał w całości został zrealizowany pod wodą i wymagał zaangażowania i współpracy wielu osób. Za produkcję powstałą w 2018 roku odpowiada New Frontier Pictures w składzie pięciu osób: Jorik Dozy i Sil van der Woerd (reżyseria), Bayu Topan (producent liniowy), Nihal Friedel

(zdjęcia), Dalbo Suarimbawa (scenografia – dyrektor artystyczny), w ścisłej współpracy z Michaeliem Boardem (nurek swobodny, aktor). W krótkiej narracji filmowej widz towarzyszy współczesnemu Jonaszowi, który podczas podwodnej wędrówki zostaje połknięty przez wieloryba, zbudowanego z... plastiku. *Birthplace* (z angielskiego: miejsce urodzenia) to *music video* spójne w swoim przekazie – porusza kwestie tożsamości i przynależności do konkretnego miejsca (dla ludzkości: Ziemia). Jest to uniwersalna, archetypiczna historia człowieka, który przybył na dziewiczą planetę, a spotkał Nemesis, boginię zemsty, pod postacią oceanicznych odpadów. Fabuła odnosi się do problematyki ekologicznej, a sposobem narracji jest utwór muzyczny. Warstwa wizualna opiera się o estetyczne, podwodne zdjęcia, obecna jest głębia ostrości, dominuje pejzaż, czasem detal. Dźwiękiem jest spokojny utwór muzyczny w klimacie *indie*, tekst utworu jest poetycki i adekwatny do warstwy wizualnej. Warstwa narracyjna realizuje się poprzez słowa utworu muzycznego.

Poza materiałem głównym powstał także dłuższy materiał dodatkowy typu *the story of...*: *The Story of Birthplace*, w którym udokumentowano powstanie materiału głównego i ujawniono zaangażowanie większej ilości osób. Filmowy humbak jest konstrukcją powstałą w ramach projektu społecznego. Twórcy wyjaśniają: „współpracowaliśmy z lokalną społecznością na Bali”. W budowę konstrukcji zaangażowano 25 lokalnych mężczyzn. Bambusowy szkielet zostały owinięty sieciami rybackimi, do których przymocowano wiele plastikowych odpadów, zebranych na tym obszarze przez miejscowe dzieci w zamian za książki i ołówki. Początkowym minutom *The Story of Birthplace* towarzyszy narracja, w której słyszymy:

Zacznijmy od kilku faktów: Każdego roku do oceanów trafia ponad 8 milionów ton plastiku. Na całym świecie zużywa się 1,3 miliona plastikowych toreb w ciągu minuty, w samych Stanach Zjednoczonych zużywa się ponad 500 milionów słomek każdego dnia, a do 2050 roku w oceanie będzie więcej plastiku niż ryb. Za to wszystko jesteśmy odpowiedzialni. Ty, ja, my wszyscy...

W końcowych minutach materiału narrator dodaje: „Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej, co możesz zrobić, by pomóc, zajrzyj na stronę www.novoamor.co.uk/birthplace”. Wzbudzenie poczucia współodpowiedzialności łagodnie przechodzi w zaproszenie do działania.

Fabuła materiału jest mieszana (ekologiczna i ludzka), sposób narracji również jest mieszany – od osobistej opowieści, przez fragmenty utworu muzycznego i wywiady, pojawiają się także plansze. Warstwa wizualna jest estetyczna, dokumentująca rzeczywistość, a niekiedy artystyczna. W warstwie narracyjnej wykorzystano elementy utworu muzycznego, wywiad, plansze i osobisty przekaz. Materiał na początku i na końcu jest oznaczony (prawy górny róg) logo Plastic Oceans⁵.

Materiały zostały umieszczone na dwóch popularnych internetowych platformach filmowych: YouTube i Vimeo. Zestawienie danych ilościowych i danych formalnych ilustruje tabela:

⁵ Globalna organizacja non profit zajmująca się problemem zanieczyszczenia plastikiem i jego wpływem na wodę, życie morskie i ludzi.

Tabela 1. Zestawienie danych ilościowych i danych formalnych dla *Birthplace* i *The Story of Birthplace*

	<i>Birthplace</i>		<i>The Story of Birthplace</i>	
rodzaj materiału	właściwy: <i>music video</i>		dodatkowy: <i>the story of...</i>	
czas trwania materiału	5 minut 39 sekund		14 minut 28 sekund	
stan na	10.07.2020		10.07.2020	
data publikacji	14.06.2018	12.07.2018	12.07.2018	23.06.2018
kanał dystrybucji	YouTube	Vimeo	YouTube	Vimeo
oficjalny kanał	Novo Amor	Studio Birthplace	Novo Amor	Studio Birthplace
ilość wyświetleń	4 091 881	31 tysięcy	70 268	2367
ilość pozytywnych reakcji	73 tysiące	802	5,3 tysiąca	68
ilość negatywnych reakcji	540	brak opcji	12	brak opcji
ilość komentarzy	1721	19	249	1

Źródło: opracowanie własne

Z oficjalnego kanału Studia Birthplace zastosowano przekierowanie do Novo Amor. New Frontier Pictures nie ma swojego kanału na YouTube, Novo Amor zaś nie ma swojego kanału na Vimeo.

Filmowcy w materiale głównym i dodatkowym przyjęli za cel podnoszenie świadomości społecznej względem zanieczyszczeń oceanów, ponieważ uznali, że jest to problem palący. Towarzyszyła im „nadzieja, że swoim materiałem zainspirują innych, by stali się częścią zmiany”. Zrealizowali projekt społeczny, który w wyraźny sposób podniósł świadomość lokalnej społeczności na temat zanieczyszczeń i zwraca uwagę odbiorców na całym świecie, że lokalne społeczności (i środowisko naturalne) bezpośrednio borykają się z konsekwencjami codziennych wyborów zachodniego stylu życia. Twórcy *Birthplace* zaznaczają, że chcieli, „by widzowie zakochali się w pięknie oceanu, a potem by mieli złamane serce z powodu śmieci przejmujących nad nimi kontrolę”. Ponadto sami zaangażowali się w pomoc i umożliwili to odbiorcom.

Terraform i *The Story of Terraform*

We współpracy z Novo Amorem i Edem Tulletem powstał materiał o problemach, które dotyczą człowieka (ponownie w korelacji do środowiska naturalnego).

Terraform jest produkcją studia filmowego New Frontier Pictures w reżyserii Jorika Dozy’ego i Sila van der Woerda, za produkcję zaś odpowiadał Sean Lin, zdjęcia realizował Nicholas Chin jako kierownik oraz Skaiste Kazragyte jako asystent zdjęciowy, a liniową produkcją zajął się Bayu Topan. Przy materiale w zespole głównym pracowało sześć osób.

Pokazana opowieść nawiązuje do tytułu i motywu terraformacji, który występuje w wątkach *science fiction* i polega na przekształcaniu planety (np. Marsa), w taki sposób, by przypominała Ziemię w kontekście możliwości zaistnienia i rozwoju życia.

Terraform odnosi się jednak do terraformacji Ziemi – co sugeruje, że ludzkość zniszczyła jej możliwości dawania życia i musi na nowo je przywrócić. Jest to warstwa symboliczna. Materiał filmowy wprowadza warstwę bezpośrednią, jaką jest portret filmowy indonezyjskiego górnika Basa i jego rodziny. Praca przy wydobywaniu siarki w regionie Kawah Ijen, zagrażająca zdrowiu i życiu, jest tematem wielu reportaży i fotoreportaży podróżniczych, a także casusem medialnym. W *Terraform* ten temat pokazano poprzez zogniskowanie na konkretnym przypadku. Bas codziennie pokonuje daleką drogę do wnętrza (nadal aktywnego) wulkanu Ijen, który jest kopalnią siarki i miejscem niebezpiecznym dla człowieka. Pracując bez właściwej ochrony, prostymi narzędziami i gołymi rękami wydobywa płyty siarki. Następnie na barkach wynosi ciężkie kosze pełne minerału z krateru. Kadry z wulkanu przerywane są ujęciami zabawy mężczyzny z córką. Kiedy podnosi ją na ręce, widoczna jest analogia do noszenia koszy z siarką – wtedy bez słów jasne stają się motywacje tego człowieka. Historię kończy ujęcie patrzących w obiektyw Basa, jego żony i córki, siedzących na łóżku w skromnej chacie. Następnie pojawia się plansza z napisem:

Prawdziwa historia Basa i jego rodziny toczy się każdego dnia. Razem z setką innych górników wydobywa siarkę z bardzo toksycznego krateru góry Ijen w Indonezji. Dwa razy dziennie przenoszą ładunki o wadze do 95 kilogramów z wnętrza krateru, przez szczyt, aż do podnóża góry, nie używając nowoczesnych narzędzi lub sprzętu. Wszystko to za mniej niż 10 dolarów dziennie. Ze zmniejszoną oczekiwaną długością życia i pogarszającym się zdrowiem Bas poświęca się, aby utrzymać rodzinę i dać swoim dzieciom przyszłość. Novo Amor i Ed Tullett przekażą procent dochodów z tego utworu, aby pomóc górnikom takim jak Bas i ich rodzinom. Jeśli chcesz uzyskać więcej informacji, odwiedź: ijenassistance.com – stronę internetową prowadzoną przez twórców filmu.

Pojawia się informacja o zaangażowaniu finansowym muzyków oraz zaproszenie do działania.

Materiał główny opiera się na fabule w kategorii: ludzka, natomiast narracją jest utwór muzyczny. Warstwa wizualna jest estetyczna, przy użyciu głębi ostrości, łagodnego ruchu kamery, zdjęć z powietrza. Warunki pracy w toksycznej kopalni siarki przedstawiono z dokumentalną szczerą szczegółowością, dla wzmocnienia przekazu zaangażowano do materiału autentycznego górnika. Warstwa dźwiękowa to spokojny utwór muzyczny w klimacie *indie*. Narrację stanowią słowa utworu muzycznego i niemy portret, a także plansza.

W materiale *The Story of Terraform* twórcy wyjaśniają, że „cały dym, krajobraz i warunki pracy ukazane na zdjęciach oddają dokładnie stan rzeczywisty”. Praca przy materiale i poznawanie sytuacji pozostałych górników wywarły na filmowcach tak duże wrażenie, że zespół rozpoczął ruch mający na celu zwiększenie świadomości i zbieranie darowizn na cele charytatywne w regionie (Knight 2017). Mają oni nadzieję, że opowieść poruszy widzów „mających perspektywę normalnego, wygodnego życia i uświadomi im, że w naszych czasach nadal są ludzie, którzy cierpią i zmagają się z codziennością, by zdobyć pożywienie”. *The Story of Terraform* rozpoczyna plansza z napisem: siarka (*sulphur*), i to z niej można się dowiedzieć o codziennym zastosowaniu minerału: zapałki, telefony, pasta do zębów, detergeny do prania, kosmetyki, kremy do twarzy, balsamy do rąk, kosmetyki do włosów,

pestycydy, sztuczne ognie, leki, baterie i nawozy. W kolejnych ujęciach pojawiają się zapierające dech w piersiach kadry z wulkanu oraz sylwetki pracujących wśród toksycznych oparów górników. Towarzyszy temu osobista narracja Sila van der Woerda, który wprowadza w historię powstania materiału *Terraform*: w przeszłości odwiedził to miejsce i jego podziw wzbudziła nie tylko natura, ale także hart ducha indonezyjskich mężczyzn trudniących się wydobywaniem siarki i siła społeczności, jaką tworzą. Na koniec dodaje: „Wiedziałem, że muszę tam wrócić, opowiedzieć historię tych ludzi i pokazać światu to miejsce”. Holenderscy filmowcy, gdy tylko zobaczyli okładkę albumu Novo Amor i Eda Tulletta pod tytułem *Heiress* oraz nazwę jednego z utworów na niej zawartych: *Terraform*, wiedzieli, że wszystko zaczyna się układać w całość. *The Story of Terraform* wyjaśnia, jak wyglądała praca zespołu filmowego, oraz opisuje spotkania z różnymi górnikami, aż do spotkania z Basem. Stał się on centralną postacią, która egzemplifikuje szersze zjawisko i poświęcenie. W dalszej części wywiadu udziela żona Basa: Siti Sulaeha, która ma nadzieję, że jej dzieci nie będą musiały pracować przy wydobyciu siarki. Temat dramatycznych warunków pracy i wykonywania zawodów niebezpiecznych w mediach jest zazwyczaj ukazywany za pośrednictwem narracji głównego bohatera, natomiast filmowcy w *The Story of Terraform* oddali głos żonie. To ona opowiada o pracy męża i o jego motywacjach. W tym regionie jest wiele rodzin, które zmagają się z podobną sytuacją. W miarę jak filmowcy zgłębiali kontekst, zrozumieli, że nie mogą jedynie opowiedzieć historii, ale muszą znaleźć sposób, żeby pomóc tej społeczności. Wtedy poznali Heinza von Holzena, działającego na rzecz lokalnej wspólnoty regiony Ijen. Dzięki niemu ponad setka dzieci pobiera edukację, została odbudowana szkoła, a górnikom rozdawane są ochronne ubrania, pozyskiwane ze zbiórek odzieży. Wraz z zespołem współpracowników von Holzen zaprojektował i konstruuje dwukołowe wózki dla górników, by nie nosili ciężkich koszy na swych barkach. W materiale *The Story of Terraform* pojawia się zaproszenie do wsparcia tego projektu poprzez odwiedzenie strony www.ijenassistance.com. W końcowych scenach materiału pojawia się apel:

[...] wiele osób nie ma świadomości, że siarka jest wokół nas i używamy jej każdego dnia. Można ją znaleźć w paście do zębów, lekach, elektronice – lista jest długa. Historia górników siarki wulkanu Ijen nie jest tylko ich historią... to także nasza historia. Dopóki będziemy używać tego minerału, który oni muszą wydobywać z ziemi, dopóty uczestniczymy w ich cierpieniu. Mamy nadzieję, że możemy zrobić coś razem, wyciągnąć pomocną dłoń dla społeczności wulkanu Ijen i w ten sposób: dokonać małej zmiany w ich życiu.

Podobnie jak w materiale *The Story of Birthplace* pojawia się wątek współodpowiedzialności i zaproszenie do działania. Podsumowując analizę warstwy merytorycznej: fabuła ma charakter mieszany, również narracja jest mieszana. Estetyczna warstwa wizualna składa się z pejzażowych i portretowych kadrów, pojawiają się ujęcia artystyczne i dokumentalne. Warstwa dźwiękowa opiera się na opowieści i elementach utworu muzycznego, a narracyjna składa się z osobistej opowieści, wywiadów i plansz.

Materiały również zostały umieszczone na: YouTube i Vimeo. Poniższa tabela przedstawia zestawienie danych ilościowych i danych formalnych:

Tabela 2. Zestawienie danych ilościowych i danych formalnych dla *Terraform* i *The Story of Terraform*

	<i>Terraform</i>		<i>The Story of Terraform</i>	
rodzaj materiału	właściwy: <i>music video</i>		dodatkowy: <i>the story of...</i>	
czas trwania materiału	5 minut 5 sekund		8 minut 8 sekund	
stan na	10.07.2020		10.07.2020	
data publikacji	26.10.2017	23.11.2017	2.11.2017	15.11.2017
kanał dystrybucji	YouTube	Vimeo	YouTube	Vimeo
oficjalny kanał	Novo Amor	Studio Birthplace	Novo Amor	Studio Birthplace
ilość wyświetleń	1 435 864	38 tysięcy	57 672	1637
ilość pozytywnych reakcji	27 tysięcy	1094	4 tysiące	54
ilość negatywnych reakcji	188	brak opcji	2	brak opcji
ilość komentarzy	1072	40	257	1

Źródło: opracowanie własne

Novo Amor i Ed Tullett nie zamieścili materiału *The Story of Terraform* na swoim kanale. Studio Birthplace ponownie zastosowało przekierowanie. Na Vimeo Novo Amor nie ma swojego kanału.

Woerd i Dozy w tym projekcie (zarówno w materiale głównym, jak i dodatkowym) przyjęli za cel podniesienie świadomości społecznej w kontekście nieludzkich i groźnych dla zdrowia warunków pracy górników z wulkanu Ijen poprzez poruszający estetycznie wrażliwy przekaz, zaprezentowanie życia jednego z górników i jego rodziny oraz poprzez osobiste zaangażowanie i umożliwienie wsparcia dzięki zaangażowaniu się odbiorców w projekt Ijen Assistance. Podając wiele informacji, budują poczucie współodpowiedzialności. Opowieść, którą prezentują, jest estetycznie wrażliwa i pełna ich osobistego zaangażowania.

Misja zawodowa i osobista

Studio Birthplace swoją misję ujmują w słowach:

[...] **wierzemy, że zmiana zaczyna się od świadomości.** Miliony gatunków zwierząt są zagrożone wyginięciem, ocean jest zaśmiecony plastikiem, kryzys klimatyczny jest nieodwracalny, a ludzie są wykorzystywani na całym świecie... Wyzwania naszych czasów są złożone i nie ma dla nich prostych rozwiązań. Co więcej, doniesienia w mediach są często tak przygnębiające, że wiele osób wycisza się i odwraca wzrok. **Naszą misją jest wypełnienie luki między informacją a emocjami oraz znalezienie nowych kreatywnych sposobów mówienia o tych pilnych tematach odbiorcom poprzez sztukę / docierając do ich serc (*through (the he)art*).**

W dalszej części misji pojawiają się także: wskazanie celu działalności („opowiadanie historii, które mogą pomóc w prowadzeniu rozmowy we właściwym kierunku i zachęcać do działania na rzecz planety dla przyszłych pokoleń”) oraz narzędzi jego osiągania („poprzez odważne i szczerze kreatywne treści i kampanie”). Nie

brakuje także zaproszenia do współpracy: „Zapraszamy organizacje pozarządowe, organizacje charytatywne, działaczy, ekologów, filmowców, artystów, muzyków, projektantów, twórców gier, pisarzy, marketingowców, dziennikarzy, marki i organizacje do współpracy z nami”. Wszystkie wymienione w misji czynniki są obecne w realizowanych produkcjach. Sprawiają, że deklaracje i realizacja są spójne.

Filmowcy stawiają na wspólne rozumienie idei, współpracę i wysoką jakość. Udowadniają, że można te wymiary połączyć. W realizowane projekty włączani są specjaliści w swoich dziedzinach, lokalni przewodnicy, społeczności, a do wsparcia i patronatu zapraszani są partnerzy tacy jak WWF, Green Cross, Plastic Oceans i inni. Nieprzypadkowa zdaje się współpraca z Novo Amorem, który również jest twórcą odpowiedzialnym społecznie i świadomym ekologicznie. Filmowcy na stronie Studia Birthplace określają swoją tożsamość, podkreślają rolę partnerstwa i wysokiej jakości tworzonych materiałów:

Studio Birthplace tworzą Jorik, Sil i Sean. Podczas naszych karier filmowych odkryliśmy wspólną nam niszę i **tożsamość świadomych twórców treści**. Widzimy okazję, aby odważnie profilować się jako firma, do której głównych zadań należy **partnerstwo** w celu tworzenia oryginalnych i **wysokiej jakości świadomych treści**, które łączą się z **rzeczywistymi inicjatywami i inspirują do rzeczywistych działań**.

Podejmują dalsze działania na polu zaangażowanych społecznie krótkich form filmowych (*music video*)⁶.

Wnioski badawcze

Przeprowadzone badania pozwalają ocenić potencjał formatu *music video* zaangażowanego społecznie jako wysoki.

Badania ilościowe umożliwiają sformułowanie dodatkowych wniosków. Chociaż platforma YouTube jest popularniejsza, to obecność na Vimeo jest istotna (choćby dlatego, że jest ono uznawane za bardziej profesjonalny i artystyczny odpowiednik YouTube'a). Widoczna jest wysoka dysproporcja między reakcjami pozytywnymi a negatywnymi na korzyść tych pierwszych na YouTube, Vimeo nie stosuje takiej opcji. Na Vimeo jest możliwość zobaczenie profili osób lub firm, które polubiły dany materiał, podczas gdy na YouTube reagujący pozostają anonimowi. Można uznać, że Vimeo, choć bardziej kameralne i osiąga mniejsze zasięgi, to jest bardziej autentyczne. Każdorazowo materiał główny jest krótszy od materiału dodatkowego i ma

⁶ W 2020 roku zaprezentowali oni kolejne zaangażowane społecznie *music video*, zrealizowane we współpracy z Brianem Fennellem (znanym jako SYML), pt. *Flags. Journey of Hope*. Materiał opowiada prawdziwą historię Sapny, 10-letniej dziewczynki mieszkającej poniżej granicy ubóstwa w północno-zachodnich Indiach, która cierpi na białaczkę. Każdego tygodnia Sapna i wielu innych chorych na raka odbywają 8-godzinną nocną podróż pociągiem, aby dotrzeć do szpitala, w którym leczenie jest niedrogię. Twórcy filmu byli tak poruszeni doświadczeniami z Indii, że stworzyli fundusz, który ma pomóc osobom chorym na raka, a żyjącym poniżej granicy ubóstwa w północno-zachodnich Indiach. Zebrane darowizny będą także finansować opłaty edukacyjne i wydatki na Sapnę i jej rodzeństwo przez wiele lat. SYML włączył się w tę akcję, przekazując część dochodu ze sprzedaży i reklam na ten cel, por. Oficjalna strona Studia Birthplace, <https://www.studiobirthplace.com/cancer-assistance>.

więcej wyświetleń. Nie można jednak z całą pewnością założyć, że materiały krótsze są popularniejsze, choćby z tego względu, że materiałem głównym to *music video*, a więc spełnia także funkcję dodatkowego obrazu do utworu – część widzów może być zainteresowana tylko warstwą muzyczną (utworem *Novo Amor*).

Analiza interpretacyjna krótkich form filmowych Woerda i Dozy'ego według klucza kategoryzacyjnego oraz analiza zawartości misji zawodowej i osobistej twórców umożliwiła odpowiedź na pytanie badawcze: *Jaki jest potencjał krótkich form filmowych w kontekście kształtowania świadomości społecznej?*. Można ocenić, że potencjał krótkich form filmowych dla kształtowania świadomości społecznej jest wysoki. Oglądalność na platformach cyfrowych takich jak YouTube czy Vimeo opiera się na samodzielnym wyborze bądź rekomendacji innych odbiorców.

Na postawie analizy misji filmowców oraz materiałów filmowych zidentyfikowano czynniki wpływające pozytywnie i wspierające kształtowanie świadomości społecznej. Są to: **wrażliwość estetyczna przekazu i formy, zaangażowanie społeczne twórców oraz umożliwianie podjęcia konkretnych działań**. Każdy materiał ma walory informacyjne i edukacyjne, co sprzyja podnoszeniu świadomości na podstawie faktów, a nie tylko emocji. Filmowcy są przykładem osobistego zaangażowania i troski o środowisko naturalne, budują świadomość na temat konsekwencji zanieczyszczania oceanów, dbają o odpowiednie warunki pracy czy edukację dzieci w ubogich regionach itd. Ponadto umożliwiają zaangażowanie widzów poprzez wsparcie finansowe, kampanie społeczne, prowadzenie profesjonalnych stron internetowych i transparentę. Warto też zwrócić uwagę na profesjonalizm i otwartość na współpracę, które prezentują Sil van der Woerd i Jorik Dozy.

W obu projektach: *Birthplace* i *Terraform* (zarówno w materiale głównym, jak i dodatkowym), zauważalne są: osobiste zaangażowanie, wiara w możliwość zmian, a podejmowane próby dotyczą tematów i problemów ważnych społecznie. Tworząc materiały dodatkowe, autorzy zarysowują kontekst (z wykorzystaniem osobistej narracji), a materiały główne pozostają formą przekazu wrażliwego estetycznie (są mieszanką warstwy muzycznej *audio* i wizualnej *video*). Sil van der Woerd i Jorik Dozy wierzą w swoje opowieści i polecają inne wartościowe projekty społeczne. Zgodnie z deklaracjami materiały główne (*music video*) oraz dodatkowe (*the story of...*) są przestrzenią, w której autorzy przekazu zabierają głos w wybranej sprawie i nie pozostają obojętni.

Osadzenie podjętego tematu w kontekście brutalnych, sphyconych przekazów medialnych i osłabionej skuteczności w modelowaniu postaw przez media jest celowe, ponieważ zdaje się, że wrażliwość estetyczna przekazu jest coraz bardziej preferowana przez społeczeństwo.

Podsumowanie

Prawdopodobnie celowym zabiegiem jest połączenie materiału filmowego z utworem muzycznym (zwraca uwagę przyjęcie konwencji *music video*), ponieważ zdaniem „wielu teoretyków badających psychologiczne procesy związane z recepcją muzyki kluczowym czynnikiem determinującym jej słuchanie jest niesiona przez nią warstwa emotywna” (Szpunar 2018: 110). Warto zaakcentować także, że

„za właściwe dla niemal wszystkich emocji estetycznych (włącznie z muzycznymi) uznaje się małą intensywność, krótki czas trwania oraz duży udział komponentu przeżyciowego. W literaturze emocje indukowane przez muzykę bywają określane mianem emocji wyrafinowanych (*refined emotions*), gdyż determinującą rolę odgrywa w nich autorefleksja i samoświadomość” (Szpunar 2018: 110). Wykorzystywanie warstwy emotywniej bez szokującej i brutalnej konwencji na bazie muzyki i podejmowanej tematyki społecznej sugeruje wysoką świadomość i zrozumienie swojej roli oraz możliwości oddziaływania przez twórców zaangażowanych społecznie w kontekście kształtowania świadomości społecznej.

Aby zmiana społeczna była możliwa, nie wystarczy naświetlanie ważnych społecznie problemów czy tematów; mówienie o odpowiedzialności społecznej i trosce o środowisko naturalne. Możliwość kształtowania świadomości społecznej i zmiana zachodzą wtedy, gdy pojawia się przykład; gdy twórcy przekazów są zaangażowani i odpowiedzialni społecznie; gdy działania są autentyczne.

Birthplace, The Story of Birthplace, Terraform i *The Story of Terraform* wywołują emocje i poruszają odbiorcę. W przeciwieństwie jednak do przekazów medialnych powodem wywoływania emocji nie jest potrzeba zdobywania i podtrzymania uwagi, ale chęć pobudzenia do działania. Filmowcy, podając wiele informacji i odnośników, zadbali, by odbiorca mógł zdecydować, czy i w co chce się włączyć. W ten sposób powstaje przestrzeń realnej pomocy i wsparcia, którego udzielać mogą odbiorcy, a zachęty nie stanowi przymus, przynęta czy szantaż emocjonalny, lecz przykład samych autorów materiałów filmowych. W jednym z wywiadów Sil van der Woerd i Jorik Dozy podzielili się refleksją na temat działania mediów:

„Czasami wszyscy czujemy się jak obserwatorzy statku schodzącego na dno, nie mogąc nic z tym zrobić. Wiadomości codziennie przedstawiają cierpienie. Nasze filmy to w pewnym sensie nasz głos i sposób na wyrażanie tego, co czujemy; to sposób na podjęcie tematów, na których nam zależy. Nasze projekty są niezwykle łagodne, pokorne [...]. Poznajemy osoby, obserwujemy różne sytuacje i przedstawiamy je szerszej publiczności. [...] Na świecie jest wiele rodzajów ludzi i nie można podchodzić do wszystkich w ten sam sposób. Podobnie jak w przypadku wielu globalnych problemów środowiskowych najważniejszym krokiem jest podnoszenie świadomości. Najczęściej informacje o tych problemach docierają do nas za pośrednictwem serwisów informacyjnych i mogą mieć znieczulający efekt. Dzielenie się tymi historiami poprzez sztukę może dotrzeć do widza na poziomie emocjonalnym. Czasami lepiej jest przekazywać informacje delikatnie i szczerze niż brutalnie i zastraszająco. Nie chcemy wpędzać ludzi w depresję, chcemy inspirować ich do zmiany (Hardin 2018b).

Przekonująca i bardzo osobista motywacja twórców zawiera się również w słowach: „Ponieważ nieraz czujemy się bezradni w obliczu tak wielu globalnych problemów, to chcieliśmy zapewnić więcej kontekstu i zaproponować odbiorcom, w jaki sposób mogą oni dokonać indywidualnej zmiany. **Wszystkie nasze małe wysiłki łącznie mogą doprowadzić do wielkich zmian**” (Hardin 2018b). Ta deklaracja jest przenoszona w obszar działań i ma wysoki potencjał wobec kształtowania świadomości społecznej.

Bibliografia

- Aufderheide Patricia. 1986. „Music Videos: The Look of the Sound”. *Journal of Communication* nr 36/1. 57–78. <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/36/1/57/4282886?redirectedFrom=fulltext>. (dostęp: 15.03.2020).
- Betlej Alina. 2017. „Wyzwania zrównoważonego rozwoju w społeczeństwie sieci”. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej* nr 106. Lublin. 115–124. <https://www.polsl.pl/Wydzialy/ROZ/ZN/Documents/z%20106/10%20Betlej.pdf>. (dostęp: 15.03.2020).
- Brockmyer Jeanne. 2013. *Media Violence, Desensitization, and Psychological Engagement*. W: *The Oxford Handbook of Media Psychology*. Karen E. Dill (red.). New York. 212–222.
- Davenport Thomas, Beck John. 2002. *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Boston.
- Dieleman Hans. 2008. *Sustainability, Art and Reflexivity: Why Artists and Designers May Become Key Change Agents in Sustainability*. W: *Sustainability: A New Frontier for the Arts and Cultures*. Sacha Kagan, Volker Kirchberg (eds.). Frankfurt am Main. 108–146. https://www.researchgate.net/publication/274718840_Introduction_Sustainability_as_a_new_frontier_for_the_arts_and_cultures. (dostęp: 15.03.2020).
- Durkheim Émile. 1999. *O podziale pracy społecznej*. Krzysztof Wakar (przeł.). Warszawa.
- Dziemidok Bohdan. 2002. *Główne kontrowersje estetyki współczesnej*. Warszawa.
- Goban-Klas Tomasz. 2005. *Spółeczeństwo medialne*. Warszawa.
- Goban-Klas Tomasz. 2008. *Komunikowanie i media*. W: *Dziennikarstwo i świat mediów*, Zbigniew Bauer, Edward Chudziński (red.). Kraków.
- Goban-Klas Tomasz. 2009. *Media i terroryści. Czy zastraszą nas na śmierć?*. Kraków.
- Goćkowski Janusz, Machowska Katarzyna. 2005. *Dwie kultury informowania – dwie wersje depersonalizacji przez informowanie*. *Ethos* 1–2 nr 69–70. 321–343.
- Godzic Wiesław. 1999. *Telewizja jako kultura*. Kraków.
- Godzic Wiesław. 2004. *Telewizja i jej gatunki. Po Wielkim Bracie*. Kraków.
- Gołaszewska Maria. 1989. *Kultura estetyczna*. Warszawa.
- Kagan Sacha, Kirchberg Volker (red.). 2008. *Sustainability: A New Frontier for the Arts and Cultures*. Frankfurt am Main.
- Knight David. 2017. „Novo Amor & Ed Tullett ‘Terraform’ by Jorik Dozy & Sil Van Der Woerd”. <https://www.promonews.tv/videos/2017/11/02/novo-amor-ed-tullett-terraform-jorik-dozy-sil-van-der-woerd/50299>. (dostęp: 20.03.2020).
- Komunikat z badań Centrum Badania Opinii Społecznej BS/53/2008: *Poczucie bezpieczeństwa na co dzień (marzec 2008, Warszawa)*. Michał Strzeszewski (oprac.). https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2008/K_053_08.PDF. (dostęp: 20.03.2020).
- Kosek Jakub. 2017. „Narracje (auto)promocyjne w wideoklipach rockowych (na przykładzie twórczości Johna Ozzy’ego Osbourne’a)”. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Cultura* 9(2). 20–31.
- Kowalski Tadeusz. 2008. *Między twórczością a biznesem. Wprowadzenie do zarządzania w mediach i rozrywce*. Warszawa.
- Kung Lucy. 2012. *Strategie zarządzania na rynku mediów*. Warszawa.

- Lisowska-Magdżiarz Małgorzata. 2004. Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów. Kraków.
- Lisowska-Magdżiarz Małgorzata. 2012. Feniksy, łabędzie, motyle. Media i kultura transformacji. Kraków.
- MacRae Katherine. 2016. Does It Lead if It Bleeds? An Analysis of Toronto Newspapers and Their Coverage of Trauma-Related Events. Montreal. 1–62. https://spectrum.library.concordia.ca/981383/1/MacRae_MA_F2016.pdf. (dostęp: 15.03.2020).
- Makowski Mariusz. 2010. Tabloidyżacja mediów. Dlaczego konsumenci mediów godzą się na przedmiotowe traktowanie bohaterów wydarzeń? Próba analizy psychologicznej. W: Wolność w mediach – między poprawnością a odpowiedzialnością. Michał Drożdż (red.). Tarnów.
- Melosik Zbyszko. 2004. Kultura instant: paradoksy pop-tożsamości. Zielona Góra – Poznań. 67–81. <https://zbc.uz.zgora.pl/dlibra/publication/59259/edition/50915/content?ref=desc>. (dostęp: 10.03.2020).
- Michalczyk Stanisław. 2009. „Uwagi o analizie zawartości mediów”. Rocznik Prasoznawczy nr 3. 95–109.
- Moldavanova Alisa. 2013. „Sustainability, Ethics, and Aesthetics”. The International Journal of Sustainability Policy and Practice nr 8/1. 109–120. https://www.academia.edu/2763933/Sustainability_Ethics_Aesthetics. (dostęp: 15.03.2020).
- Orkan-Łęcka Aleksandra. 2002. hasło: etiuda. W: Słownik pojęć i tekstów kultury. Ewa Szczęsna (red.). Warszawa. 73. <http://ozkultura.pl/wpis/1834/3>. (dostęp: 22.03.2020).
- Pisarek Walery. 1983. Analiza zawartości prasy. Kraków.
- Pisarek Walery (red.). 2006. Słownik terminologii medialnej. Kraków.
- Polskie encyklopedie humanistyczne. hasło: analiza zawartości. <https://encenc.pl/analiza-zawartosci/>. (dostęp: 22.03.2020).
- Postman Neil. 2006. Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu. Lech Niedzielski (przeł.). Warszawa.
- Potulski Jakub. 2020. „Emile Durkheim o państwie i polityce – socjologia Emile’a Durkheima i problemy transformacji społecznej”. *Miscellanea Anthropologica et Sociologica* 21(1). 76–95.
- Sułkowski Bogusław. 2006. Przemoc i pornografia śmierci jako przynęty medialne. Łódź.
- Szpunar Magdalena. 2018. (Nie)potrzebna wrażliwość. Kraków.
- Sztompka Piotr. 2005. Socjologia zmian społecznych. Kraków.
- Świątkiewicz-Mośny Maria, Wagner Aleksandra. 2010. Fabryka newsów. Luhmannowska koncepcja mediów a PR. W: Public Relations w komunikowaniu społecznym i marketingu. Jerzy Olędzki (red.). Warszawa.
- Wimmer Roger D., Dominick Joseph R. 2008. Mass media. Metody badań. Tadeusz Karłowicz (przeł.). Kraków.
- Winterhoff-Spurk Peter. 2007. Psychologia mediów. Piotr Włodyga (przeł.). Kraków.
- Zawiła Małgorzata. 2006. Śmierć na szklanym ekranie. Obraz śmierci i umierania w polskiej telewizji na przełomie XX i XXI wieku. W: Środki masowego komunikowania a społeczeństwo. Marian Gierula (red.). Katowice.

Filmografia

- Novo Amor – Birthplace (official video). Novo Amor. 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=MGslEcmVurg>. (dostęp: 10.07.2020).
- Novo Amor – Birthplace (official video). Studio Birthplace. 2018. <https://vimeo.com/279665122>. (dostęp: 10.07.2020).
- Novo Amor & Ed Tullett – Terraform (official video). Novo Amor. 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=AK75VFQQA40>. (dostęp: 10.07.2020).
- The Story Of Birthplace | Novo Amor. Novo Amor. 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=FjtjX6pudhM>. (dostęp: 10.07.2020).
- The Story Of Birthplace – Novo Amor. Studio Birthplace. 2018. <https://vimeo.com/276623191>. (dostęp: 10.07.2020).
- The Story Of Terraform | Novo Amor. Studio Birthplace. 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=REe8KqX-lQU>. (dostęp: 10.07.2020).
- The Story Of Terraform – Novo Amor. Studio Birthplace. 2017. <https://vimeo.com/242927221>. (dostęp: 10.07.2020).
- SYML – Flags [Official Music Video] • The Journey of Hope. SYML. 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=HI7NRdt5iLk&list=PLlr7W18Zzxo2mVBbL9glQ1kmeIVC-COb1V>. (dostęp: 4.07.2020).
- Terraform – Novo Amor & Ed Tullett (official video). Studio Birthplace. 2017. <https://vimeo.com/244176848>. (dostęp: 10.07.2020).

Netografia

- Hardin Tod. 2018. Creativity In Action – The Filmmakers of ‘Birthplace’. <https://plastic-oceans.org/birthplace-filmmakers>. (dostęp: 1.03.2020).
- Hardin Tod. 2018. In Discussion with Novo Amor. <https://plasticoceans.org/in-discussion-with-novo-amor>. (dostęp: 1.03.2020).
- Oficjalna strona The Birthplace Studio. <https://www.studiobirthplace.com/>. (dostęp: 20.03.2020).
- Oficjalna strona New Frontier Pictures. <http://newfrontierpictures.com>. (dostęp: 20.03.2020).
- Oficjalna strona New Frontier Pictures, dział Projects. <http://newfrontierpictures.com/#projects>. (dostęp: 20.03.2020).
- Randolph Eleanor. 1989. Bodybag Journalism. <https://www.chicagotribune.com/news/ct-xpm-1989-11-05-8901280504-story.html>. (dostęp: 10.07.2020).

Streszczenie

Publikacja jest poszukiwaniem nowych możliwości i narzędzi kształtowania świadomości społecznej. Wrażliwość estetyczna w krótkich formach filmowych, zaangażowanie twórców i umożliwianie działania odbiorcy wysoce sprzyjają kształtowaniu świadomości społecznej. Cztery filmy Sila van der Woerda i Jorika Dozy’ego: dwa główne (*music video*) i dwa dodatkowe (*the story of...*), stały się obszarem poszukiwań odpowiedzi na pytanie badawcze: *Jaki jest potencjał krótkich form filmowych w kontekście kształtowania świadomości społecznej?*. Zastosowana analiza zawartości przekazu oraz badania ilościowe umożliwiły uznanie potencjału krótkich form filmowych za wysoki.

Assessing the potential of short film forms (music videos) and independent work in the context of developing social awareness

Abstract

The paper is a search for new options and tools for developing social awareness. Aesthetic sensitivity in short film forms, involvement of directors and giving a viewer the chance to participate, highly facilitates the development of social awareness. Four films by Sil van der Woerd and Jorik Dozy: two main works (music video) and two additional ones (the story of...) became an object of search for the answer to the question: *What is the potential of short film forms in the context of developing social awareness?* The analysis of the content and quantitative research made it possible to assess the potential of short film forms as high.

Słowa kluczowe: krótkie formy filmowe, *music video*, zmiana społeczna, zaangażowanie społeczne, odpowiedzialność społeczna, przestrzeń audio-wizualna

Key words: short film forms, music video, social change, social involvement, social responsibility, audio-visual space

Anna Teler – doktorantka nauk o komunikacji społecznej i mediach na Uniwersytecie Papieskim Jana Pawła II w Krakowie, absolwentka dziennikarstwa i komunikacji społecznej na UPJPII oraz zarządzania mediami i kulturą na Uniwersytecie Jagiellońskim, członek Polskiego Towarzystwa Komunikacji Społecznej (PCA). Jej zainteresowania badawcze to: zarządzanie mediami, etyka zarządzania, przywództwo, wartości i etyka w mediach, media cyfrowe, wpływ społeczny i kulturowy na zarządzanie, zaangażowanie społeczne, zrównoważony rozwój, odpowiedzialność społeczna.