



mgr AGNIESZKA SZCZYGIELSKA (ORCID: 0000-0003-0634-1060)

Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy

Kontakt: agasz@ciop.pl

DOI: 10.54215/BP.2023.04.8.Szczygielska

Środki komunikacji wizualnej wykorzystywane w kształtowaniu postaw wobec bezpieczeństwa pracy

Fot. Alberto Seven/Seven/Bigstockphoto



Związek komunikacji wizualnej z problematyką bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia ma w Polsce długoletnią tradycję. Jej początków upatruje się w okresie międzywojennym, kiedy to artyści reprezentujący sztuki plastyczne zaczęli podejmować w swoich pracach tematy ważne społecznie i tworzyć materiały wizualne o charakterze informacyjnym i edukacyjnym, m.in. w formie plakatów dotyczących bezpieczeństwa pracy. Obecnie materiały takie powstają m.in. w wyniku działań Centralnego Instytutu Ochrony Pracy – Państwowego Instytutu Badawczego oraz współpracujących z nim instytucji i przedsiębiorstw. W artykule podjęto próbę scharakteryzowania środków wizualnych stosowanych obecnie w działaniach z zakresu kształtowania postaw wobec bezpieczeństwa pracy. Tego typu materiały odgrywają bowiem istotną rolę w kształtowaniu kultury bezpieczeństwa pracy – są źródłem informacji z zakresu bhp, odbieranych wzrokowo. W artykule omówiono: plakaty bezpieczeństwa pracy, infografiki, fotografie, filmy oraz animacje.

Słowa kluczowe: bezpieczeństwo pracy, komunikacja wizualna, plakaty, infografiki, zdjęcia, filmy, animacje

Visual communication tools used in shaping attitudes towards safety

The connection between visual communication and occupational safety and health has a long tradition in Poland. The beginnings are seen in the interwar period, when artists representing the visual arts began to take up socially important topics in their works and create visual materials of an informative and educational nature, e.g. in the form of occupational safety posters. Currently, such materials are being developed, e.g. as a result of the activities of the Central Institute for Labor Protection – National Research Institute and institutions and enterprises cooperating with it. The article attempts to characterize visual tools currently used in activities in the field of shaping pro-safe attitudes towards workplace safety. They play an important role in shaping attitudes towards work safety by providing visual information on workplace safety. The article discusses: occupational safety posters, infographics, photographs, videos and animations.

Keywords: occupational safety, visual communication, posters, infographics, photos, videos, animations

Wstęp

Świat, w którym żyjemy obecnie, jest wyjątkowo przepełniony obrazami, będącymi nośnikami treści, a współczesny człowiek zajmuje się głównie ich produkcją i konsumpcją [1]. Niektórzy autorzy twierdzą nawet, że żyjemy w epoce, w której przetwarzanie informacji, komunikacja i przemysł wiedzy¹ zastąpiły ludziom klasyczną produkcję przedmiotów [2]. Nikogo już nie dziwi fakt, że współczesny człowiek jest poddawany ciągłemu wpływowi komunikatów wizualnych w niemal każdym aspekcie życia (a nawet w coraz większym stopniu staje się od nich zależny) [3], o czym świadczy powszechne wykorzystywanie tej formy przekazu w edukacji, marketingu, reklamie czy szeroko rozumianym biznesie.

Obrazy są pierwotną formą komunikacji, jednak nie były tak powszechne w życiu człowieka jak obecnie. Przyczyną tego zjawiska jest w dużej mierze rozwój technologii, dzięki którym pobieranie oraz powielanie obrazów i tekstów stało się banalnie proste. Inną niepozabawioną znaczenia przyczyną jest styl życia społeczeństwa nastawionego na dynamiczny rozwój. W takiej przestrzeni przebiega proces komunikacji, od którego oczekuje się błyskawicznego i sprawnego działania.

Komunikowanie przez obrazy najczęściej określa się jako komunikowanie wizualne. To inaczej: *przekazanie informacji w formie wizualnej między nadawcą a odbiorcą przy pomocy środków przekazu, odbieranych przy pomocy wzroku* [5]. Podstawowe środki przekazu w tego rodzaju komunikacji to: ilustracja, fotografia, typografia, infografika, film oraz animacja. Pojęcia tego raczej nie używa się w stosunku do sztuki – malarstwa czy fotografii artystycznej [3]. Jednym z ważniejszych narzędzi komunikacji wizualnej są także plakaty.

Co więcej, twórcą takich komunikatów może być obecnie każdy: artysta-grafik wykonujący

¹ Przemysł wiedzy oznacza włączenie czynnika wiedzy i informacji do sfery wytwórczej, co z kolei endogenicznie powoduje przyspieszony wzrost gospodarczy w postaci pojawiania się nowych technologii i technik wytwarzania. Powstają nowe produkty w postaci wynalazków i innowacji absolutnych, które są nasyczone wiedzą i stanowią współcześnie czynnik determinujący konkurencyjność gospodarki, a w skali mikro – konkurencyjność przedsiębiorstwa [4].

na zlecenie projekty plakatów reklamowych, autor ulicznych napisów, dziecko rysujące obrazek czy pracownik biurowy ilustrujący ręcznie notatki ze spotkania. Komunikaty takie tworzyć mogą pracownicy służby bhp (ilustrujący prezentacje multimedialne na potrzeby szkoleń), pracownicy działu kadr (przygotowujący komunikaty dotyczące przyczyn absencji chorobowej w przedsiębiorstwie), a nawet dzieci pracowników (uczestniczące w konkursach plastycznych dotyczących pracy rodziców). W niniejszym artykule ograniczono się jednak do omówienia komunikatów wizualnych stworzonych przez profesjonalistów, fotografów, grafików, typografów czy ilustratorów.

Grafiki użytkowe dotyczące tematyki bezpieczeństwa pracy zaczęły powstawać w Polsce już w okresie dwudziestolecia międzywojennego. Inicjatorem tego procesu był Instytut Spraw Społecznych, którego działalność w zakresie propagandy plakatowej należała do czołowych – nie tylko w Polsce. Niestandardowe podejście tego wydawcy do współczesnych mu problemów bezpieczeństwa pracy zaowocowało aktywnością w dziedzinie propagandy wizualnej nie tylko w formie plakatu, lecz to właśnie ta działalność instytutu została nagrodzona na Światowej Wystawie w Paryżu w 1937 r. [6]. W okresie tym realizacji doczekały się również krótkometrażowe filmy instruktażowe dotyczące tematyki bezpieczeństwa pracy, autorstwa m.in. Edwarda Cękałskiego („Uwaga”, 1933; „W kopalni węgla”, 1937) i wybitnych twórców kina eksperymentalnego – Franciszki i Stanisława Themersonów („Zwarcie”, 1935).

Obecnie mimo wzrostu popularności i dostępności mediów elektronicznych klasyczne materiały – np. plakaty, infografiki czy znaki bezpieczeństwa – wciąż towarzyszą pracownikom w codziennej pracy, przypominając, inspirując i motywując do bezpiecznych zachowań. Jednak komunikaty wizualne to nie tylko statyczne plakaty czy pojedyncze znaki, lecz także obrazy ruchome w postaci filmów i animacji.

Na uwagę zasługuje fakt, że komunikaty wizualne dotyczące bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia są ważnym narzędziem budowania wiedzy, a przez to – kształtowania postawy wobec bezpieczeństwa pracy w przypadku najmłodszych pracowników. Co warte podkreślenia, wypadkom przy pracy najczęściej ulegają właśnie osoby młode, z krótkim stażem pracy na danym stanowisku. Aż 1/3 osób poszkodowanych w wypadkach ma co najwyżej rok stażu pracy, a ponad połowa – nie więcej niż pięć lat. Jednocześnie niemal co czwartą ofiarę wszystkich wypadków przy pracy stanowią młodzi pracownicy, czyli osoby do 30. roku życia [7].

Dla przedstawicieli generacji Y, wychowanych w kulturze obrazkowej na szybkich przekazach medialnych, obrazy (zarówno statyczne, jak i dynamiczne) są nierzadko jedynym akceptowalnym komunikatem, jedyną rozumianą formą przekazania takich treści. Grupa ta, z uwagi na brak wiedzy i doświadczenia zawodowego, jest szczególnie narażona na urazy i wypadki przy pracy.

Wyniki realizowanych w Centralnym Instytucie Ochrony Pracy – Państwowym Instytucie Badawczym (CIOP-PIB) projektów dotyczących wykorzystania artystycznych form przekazu w upowszechnianiu problematyki bezpieczeństwa i ochrony zdrowia wskazują ponadto, że takie działania są najskuteczniejsze wtedy, gdy są prowadzone wielopłaszczyznowo i gdy forma przekazu jest prosta w odbiorze. Tylko wtedy informacja ma szansę dotarcia do jak największej liczby odbiorców i – co nawet ważniejsze – skutecznego oddziaływania na postawy odbiorców wobec bezpieczeństwa pracy. Wymagania te spełniają profesjonalnie przygotowane materiały wizualne w formie plakatów, fotografii, filmów, animacji czy infografik.

Celem artykułu jest omówienie wybranych środków komunikacji wizualnej wykorzystywanych obecnie w działaniach z zakresu kształtowania postaw wobec bezpieczeństwa pracy.

Plakaty bezpieczeństwa pracy

Plakaty od dawna cieszą się szczególnym zainteresowaniem osób zajmujących się bezpieczeństwem pracy i ochroną zdrowia. Pierwsze prace dotyczące tej tematyki powstawały w okresie międzywojennym i były plonem dwóch konkursów na plakat z lat 1936 i 1937, organizowanych przez Instytut Spraw Społecznych (rys. 1).



Rys. 1. Przykładowy plakat zgłoszony do konkursu organizowanego przez Instytut Spraw Społecznych [4]

Fig. 1. Sample poster submitted to the competition organized by the Institute of Social Affairs [4]

Popularność tego środka komunikacji wizualnej wynikała z faktu, że jest stosunkowo tani, a przy tym wygodny i skuteczny. Dowodząc jego efektywności, Maria Widerszal-Bazyl przytoczyła przykład badań Instytutu Ruchu Drogowego w stanie Illinois, które wskazywały, że plakaty wpływały w sposób niewielki, a jednak zauważalny, na zachowania kierowców opuszczających parking miejski [8].

Decydując się na wykorzystanie plakatów w działaniach z zakresu kształtowania postaw pracowników wobec bezpieczeństwa pracy, należy zwracać uwagę zarówno na formę, jak i na treść przekazu. Tematyka plakatów powinna

być merytorycznie skorelowana ze szkoleniami, których oczywiście nie da się zastąpić jedynie oddziaływaniem plakatów. Podobnie bowiem jak – zdaniem ks. Tischnera – nikt nie jest dobry w samotności [9] (bo potrzeba do tego odbiorcy, drugiego człowieka), tak plakaty same z siebie rzadko zmieniają zachowania pracowników, ale mogą być znaczącym uzupełnieniem działań edukacyjnych i informacyjnych prowadzonych w przedsiębiorstwie.

Jak pokazują wyniki współczesnych badań, plakaty – jeśli mają przynieść założony efekt edukacyjny – powinny spełniać trzy warunki [8]:

- atrakcyjności (rozumianej jako zdolność przyciągnięcia uwagi),
- sugestywności (rozumianej jako zdolność przekonywania, wywierania wpływu na odbiorcę),
- zrozumiałości (przesłanie plakatu musi dotrzeć do odbiorcy zgodnie z intencją autora).

Plakaty bezpieczeństwa pracy pomagają uzmysłowić występujące w miejscu pracy zagrożenia i przez to przeciwdziałać im w sposób świadomy lub podświadomy. Powieszona w odpowiednim miejscu mogą nawet oddziaływać na pracownika bez absorbowania jego uwagi. Należy jednak pamiętać, że komunikaty takie będą tym bardziej skuteczne, im silniej odbiorcy będą odczuwali, że treści zawarte w plakacie odnoszą się do konkretnej sytuacji występującej w ich pracy. Na rys. 2 pokazano przykłady plakatów odnoszących się do pracy w budownictwie i pracy w biurze.

Obecnie źródłem plakatów o tematyce bezpieczeństwa pracy jest m.in. konkurs dla profesjonalistów, organizowany od 1997 r. przez CIOP-PIB. Współorganizatorami konkursu są Akademia Sztuk Pięknych w Krakowie, Łodzi i Warszawie. Wzorem konkursów przedwojennych w konkursie na plakat mogą uczestniczyć artyści plastycy oraz studenci wyższych uczelni plastycznych w kraju i za granicą. Prace nadsyłane na konkurs ocenia jury złożone z przedstawicieli środowisk twórczych, nauki, resortów zdrowia i pracy oraz związków zawodowych, ale także z przedstawicieli przedsiębiorstw, których działalność jest bezpośrednio związana z tematyką danej edycji.

Celem konkursu jest uzyskanie projektów plakatów promujących tematykę bezpieczeństwa i ochrony zdrowia człowieka w środowisku pracy, zwracających uwagę na zagrożenia, które występują w różnych dziedzinach gospodarki i w różnych grupach zawodowych. W latach 1997-2022 zorganizowano 31 edycji konkursu: „Stres”, „Komputer”, „Ryzyko”, „Hałas”, „Chemia”, „Ergonomia”, „Rolnictwo”, „Budownictwo”, „Szkola”, „Transport”, „Elektryczność”, „Niepełnosprawni”, „Biozagrożenia”, „Stop hałasowi”, „Młodzi pracownicy – bezpieczny start” (dwie edycje), „Kultura pracy”, „Ryzyko”, „Oświecenie”, „Eksploracja”, „Aktywni 50+”, „Stres XXI wieku”, „Komputerowy świat”, „Praca a czas wolny”, „Bezpieczeństwo przede wszystkim”, „Bezpiecznie od początku”, „Biuro”, „Depresja”, „Biozagrożenia dzisiaj”, „Przemysł 4.0” oraz „Komunikacja”.



Rys. 2. Przykłady prac nadesłanych do konkursu na plakat bezpieczeństwa, organizowanego przez CIOP-PIB, które odnoszą się do konkretnych sytuacji zawodowych

Fig. 2. Examples of works sent to the competition for a safety poster, organized by CIOP-PIB, which refer to specific professional situations



Rys. 3. Prace nagrodzone w konkursie plastycznym zorganizowanym przez Katowicki Holding Węglowy dla pracowników i członków ich rodzin

Fig. 3. Works awarded in the art competition organized by Katowicki Holding Węglowy for employees and members of their families

Plakaty dotyczące tematyki bezpieczeństwa pracy powstają także w ramach konkursów organizowanych przez przedsiębiorstwa. Przykładem może być konkurs plastyczny dla pracowników oraz członków ich rodzin zorganizowany w 2011 r. przez Katowicki Holding Węglowy². Założeniem organizatorów było zgromadzenie prac plastycznych, przygotowanych przez pracowników kopalni, a więc osoby najlepiej zorientowane w tematyce bezpieczeństwa pracy pod ziemią. Nagrodzone prace przedstawiają tę problematykę w sposób zrozumiały i przemawiający do pracowników górnictwa (rys. 3) – dzięki temu spełniły cel postawiony przez organizatora. Co jednak warto podkreślić, prace zostały stworzone przez pracowników we współpracy z profesjonalnymi grafikami, dlatego cechowały się wysokim poziomem artystycznym.

² Konkurs był współorganizowany przez CIOP-PIB w ramach realizacji II etapu programu wieloletniego pn. „Poprawa bezpieczeństwa i warunków pracy”, dofinansowanego w latach 2011-2013 w zakresie służb państwowych przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (zadanie nr 05.A.07). Koordynatorem programu był CIOP-PIB.

Infografiki

Infografika (inaczej: grafika informacyjna) to graficzna forma wizualizacji informacji, danych i wiedzy [10], zaprojektowana tak, by przekazywać odbiorcom złożone dane w przystępny i jasny sposób. Proces tworzenia infografik bywa określany jako wizualizacja danych, projektowanie informacji lub architektura informacji, a przejrzystość przekazu jest w niej priorytetowa. Infografika ma za zadanie przykuć uwagę adresata i umożliwić mu szybkie zapoznanie się z zawartością [11].

Wnioski z cytowanych w literaturze badań dotyczących percepcji tekstów i obrazów wskazują, że podczas czytania dłuższego tekstu każde słowo jest traktowane jako osobny symbol graficzny. Mózg musi go przeanalizować osobno, a dopiero potem połączyć w logiczne obiekty tak, aby człowiek wiedział, co czyta [12]. Natomiast infografika jest od razu odbierana jako konkretne kształty i kolory, i od razu interpretowana jako całość [13]. Bardzo poprawia to zrozumiałość danych, ale też szybkość ich przyswajania. Ponadto z racji tego, że obiekty na infografice mocno się od siebie różnią – kształtem, kolorem, wielkością – człowiek

zapamiętuje znacznie większą część jej zawartości niż w przypadku samego tekstu [14].

W działaniach z zakresu kształtowania postaw wobec bezpieczeństwa pracy infografiki są wykorzystywane jako wsparcie działań informacyjnych realizowanych w przedsiębiorstwach. Zazwyczaj uzupełniają materiały tekstowe lub są traktowane jako podsumowanie najważniejszych informacji na dany temat.



Rys. 4. Przykład infografiki opracowanej w CIOP-PIB, dotyczącej bezpiecznego drukowania 3D³

Fig. 4. An example of an infographic on safe 3D printing, developed at CIOP-PIB

Infografiki opracowywane w CIOP-PIB (przykładową pokazano na rys. 4) zazwyczaj dotyczą bezpiecznych i zdrowych zachowań. Najczęściej stanowią uzupełnienie treści materiałów

³ Na rysunku przedstawiono infografikę opracowaną na podstawie wyników V etapu programu wieloletniego pn. „Poprawa bezpieczeństwa i warunków pracy”, finansowanego w zakresie badań naukowych i prac rozwojowych ze środków Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (projekt nr II.PB.06 pt. „Analiza zagrożeń związanych z emisją substancji chemicznych podczas drukowania przestrzennego 3D”). Koordynator programu: Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy.

szkoleniowych i jako takie są wśród przedstawicieli przedsiębiorstw upowszechniane zarówno w wersji drukowanej, jak i elektronicznej. Ponadto występują jako samodzielne komunikaty wizualno-tekstowe o charakterze informacyjnym i są upowszechniane poprzez stronę internetową CIOP-PIB i jego media społecznościowe oraz jako elementy prezentacji multimedialnych wspomagających działania edukacyjne.

Fotografia

Wśród obrazów zapośredniczających nasz dostęp do realnego świata ogromną rolę odgrywa fotografia. Jak mówił niemiecki fotografik Albert Renger-Patzsch, ma ona *swoją własną technikę i swoje własne środki*. Twierdził też, że jej tajemnica tkwi w realizmie. Według Charles'a Baudelaire'a fotografia miała pełnić jedynie funkcje pomocnicze wobec malarstwa, jednak w ciągu zaledwie kilku dekad stała się *pełnoprawną formą uprawiania sztuki, wchodząc w skomplikowane relacje z otaczającym ją światem* [15].

Wielokrotnie ogłaszano już śmierć fotografii, jednak w społeczeństwie sieci stała się ona ogromnie lubianym i popularnym środkiem komunikacji. W 2010 r. aż 8,5 mln Niemców kupiło sobie aparat cyfrowy, a 36% z nich podało, że w ciągu roku pstryka więcej niż 1000 obrazków [16].

W przypadku działań ukierunkowanych na kształtowanie postaw wobec bezpieczeństwa pracy fotografia pojawia się zazwyczaj jako materiał wizualny, ilustrujący sytuacje zastane w środowisku pracy (np. bezpieczne bądź niebezpieczne zachowania pracowników), a przez to wspiera treść materiałów informacyjnych lub edukacyjnych. Zdjęcia takie powstają pod wpływem impulsu, jako reakcja na określoną sytuację, lub jako przemyślane komunikaty wizualne tworzone w odpowiedzi na zaproszenie organizatorów konkursów. Celem takich konkursów jest zazwyczaj uzyskanie oryginalnych zdjęć dokumentujących problematykę bezpieczeństwa i ochrony zdrowia człowieka w środowisku pracy, popularyzacja problematyki bezpiecznych zachowań oraz skierowanie uwagi uczestników konkursu na potencjalne zagrożenia występujące w otoczeniu.

Konkursy dla osób dorosłych na ogół są organizowane przez przedsiębiorstwa (dla własnych pracowników) lub przez instytucje zajmują-



Rys. 5. Praca nagrodzona w konkursie fotograficznym pt. „Bezpieczeństwo pracy w obiektywie” w 2015 r. (Paweł Piątek)

Fig. 5. The work awarded in the photo competition entitled “Work safety through the lens” in 2015 (Paweł Piątek)



Rys. 6. Cykl zdjęć „Niewidzialni” (Stepan Rudik), wyróżniony w konkursie fotograficznym „O!ZNAKI PRACY” w 2019 r.

Fig. 6. A series of photos “Invisibles” (Stepan Rudik), awarded in the photo competition entitled „O!ZNAKI PRACY” in 2019

Więcej o konkursie „O!ZNAKI PRACY”:



ce się problematyką bezpieczeństwa pracy. Takie konkursy CIOP-PIB organizuje od 2008 r.⁴, a ich efekty są prezentowane na stronie internetowej CIOP-PIB [17], w mediach społecznościowych oraz w mediach branżowych. Fotografie zgłaszane na konkursy pokazują sposób rozumienia zarówno problemu bezpieczeństwa pracy, jak i współczesnej pracy (rys. 5).

W 2017 r. konkursy fotograficzne organizowane przez CIOP-PIB otrzymały tytuł „O!ZNAKI PRACY”⁵, a ich celem jest m.in. zachęcanie do dyskusji nad wyzwaniem związanym z pracą i jej bezpieczeństwem [18].

⁴ Konkursy były organizowane w ramach realizacji etapów I-IV programu wieloletniego pn. „Poprawa bezpieczeństwa i warunków pracy”, finansowanych w latach 2008-2019 w zakresie służb państwowych przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Koordynator programu: Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy.

⁵ Konkurs rozpoczął się w ramach realizacji IV etapu programu wieloletniego pn. „Poprawa bezpieczeństwa i warunków pracy”, finansowanego w latach 2017-2019 w zakresie służb państwowych przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (zadanie nr 4.G.26) i był kontynuowany w ramach realizacji V etapu programu wieloletniego pn. „Poprawa bezpieczeństwa i warunków pracy”, finansowanego w latach 2020-2022 w zakresie służb państwowych przez ministerstwo właściwe ds. pracy (zadanie nr 4.SP.05). Koordynator programu: Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy.

W pierwszej edycji (2017 r.) na konkurs przyjmowano zdjęcia opisujące jeden z zaproponowanych tematów szczegółowych, m.in.: warsztat pracy; czas wolny – czas pracy; praca w sieci; roboty, automaty, sztuczna inteligencja; życie codzienne i praca cyfrowych tubylców; łańcuch produkcji. W drugiej (2018 r.) i trzeciej (2019 r.) edycji konkursu tematem szczegółowym były po prostu praca i człowiek, praca z punktu widzenia autorów zdjęć, więc przyjmowano zdjęcia prezentujące pracę i człowieka ją wykonującego. W edycji czwartej (2020 r.) tematem i motywem przewodnim konkursu było połączenie pracy, natury i technologii, a w piątej edycji (2021 r.) skoncentrowano się na innowacji w profesjach z tradycjami – uczestników konkursu zachęcano do poddania analizie pozornie antytecznego zestawienia: stary zawód – nowa rzeczywistość. Zrealizowana w 2022 r. szósta edycja konkursu „O!ZNAKI PRACY. Szczęśliwi pracy nie liczą” dotyczyła szczęścia w pracy. Uczestnicy zostali zaproszeni do zgłaszania na konkurs obrazów pracy, która daje szczęście. Pracy z punktu widzenia szczęśliwych jej wykonawców. Pracy bezpiecznej, pracy ciekawej, pracy cieszącej i rozwijającej.

Zdjęcia nagradzane w konkursach fotograficznych „O!ZNAKI PRACY” nie tylko pokazują osoby (czasem zwierzęta) wykonujące pracę czy osoby pracujące w konkretnych zawodach

(czasem zanikających), lecz także dostarczają wiedzy na temat współczesnego człowieka w pracy. Przykładem dzieła o takiej tematyce jest cykl zdjęć „Niewidzialni”, wyróżniony w drugiej edycji konkursu w 2018 r. [17] (rys. 6). Autor fotografii pochylił się nad problemem zatrudnionych w Polsce pracowników z Ukrainy: *Według niektórych obliczeń obecnie w Polsce mieszka ok. dwóch milionów Ukraińców. Napływ zwiększył się po Rewolucji Godności w 2014 r. i znacznie przyspieszył w związku ze zniesieniem obowiązku wizowego przez Unię Europejską w 2017 r. Zazwyczaj imigranci przyjeżdżają do sezonowych prac i zostają na dłużej. Nie widzą swojej przyszłości na Ukrainie, czują się bardziej komfortowo i bezpiecznie w Polsce. Ukraińcy i Polacy są wizualnie podobni, imigranci dobrze wtapiają się w tłum na ulicach miast. Pomimo znacznej liczebności zdaje się, że dla Polaków są niewidoczni, a co za tym idzie – nieznanymi. Celem projektu było przedstawienie oblicza imigrantów oraz obalenie mitu „Ukraińska-sprzątaczką” i „Ukraińiec-budowlaniec”. Owszem, te prace są wykonywane przez bohaterów projektu. Jednak czasem nie mamy świadomości, że baletmistrz, skrzypek czy dyrygent w orkiestrze to także Ukraińiec-imigrant⁶.*

Fotografie są wykorzystywane jako ilustracje materiałów informacyjnych (tekstowych) dotyczących tematyki bezpieczeństwa pracy, artykułów prasowych czy publikowanych w mediach elektronicznych, postów dotyczących bezpieczeństwa pracy w mediach społecznościowych (takich jak Facebook czy Instagram). Występują ponadto jako samodzielne komunikaty wizualne wykorzystywane w prezentacjach multimedialnych dotyczących tematyki bezpieczeństwa pracy.

Filmy i animacje

Film ma swoje znaczące miejsce w kulturze. Jest zarazem jednym z jej wielu wytworów i składników, a często również nośnikiem treści zdolnych do kształtowania upodobań i wpływania na decyzje odbiorców, zwłaszcza młodzieży. Opiera się nie tyle na słowach, co na konkretnych faktach, ukazywanych za pośrednictwem obrazów o wielkiej sile oddziaływania na widzów i ich podświadomość [18]. Podobnie jak w okresie międzywojennym również we współczesnych czasach filmy cieszą się dużą popularnością wśród osób prowadzących działania prewencyjne i edukacyjne na rzecz bezpieczeństwa pracy. Co ważne, przekaz filmowy jest nie tylko popularny, lecz także skuteczny i pozytywnie odbierany przez pracowników. Jak wskazują wyniki badań kompetencji komunikacyjnych, zdaniem większości pracowników (ponad 85% badanych osób) filmy edukacyjne o tematyce bezpieczeństwa pracy wpływają na podniesienie poziomu wiedzy z tego zakresu oraz na ograniczenie ryzykownych zachowań wśród pracowników [19].

⁶ Komentarz Stepana Rudika – autora cyklu zdjęć „Niewidzialni”.



Rys. 7. Scena z filmu animowanego „Krystian” (Paulina Kozieł) – III nagroda w konkursie na film animowany pn. „Zrównoważeni – animacja czasu”

Fig. 7. A scene from the animated film “Krystian” (Paulina Kozieł) – 3rd prize in the competition for an animated film entitled “Balanced – time animation”

Co więcej, wyniki badania postaw wobec bezpieczeństwa pracy oraz opinii na temat ryzyka zawodowego wskazują, że filmy i animacje dotyczące tematyki bezpieczeństwa pracy są zdaniem pracowników najsukuteczniejszym narzędziem przekazywania informacji dotyczącej ryzyka zawodowego. Na uwagę zasługuje także fakt, że stosowanie tego narzędzia w działaniach na rzecz ograniczenia ryzykownych zachowań pracowników wpływa pozytywnie na komponent emocjonalny, poznawczy i behawioralny postawy pracowników wobec bezpieczeństwa pracy [20].

Filmy dotyczące problematyki bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia są najczęściej efektem twórczości osób zaangażowanych społecznie, powstają na zamówienia przedsiębiorstw, a także jako efekt projektów realizowanych przez instytucje zajmujące się tą tematyką. Dzieła te trafiają do mediów, ilustrują kampanie społeczne oraz są prezentowane na krajowych i międzynarodowych festiwalach i konkursach filmowych. Przykład może stanowić Międzynarodowy Festiwal Filmów Dokumentalnych i Animowanych w Lipsku [21] (organizowany od ponad 60 lat największy w Niemczech festiwal artystycznych filmów dokumentalnych i animowanych), podczas którego jest przyznawana nagroda filmowa „Zdrowe miejsca pracy” (dla najlepszego filmu dokumentalnego dotyczącego tematyki pracy). Do konkursu są zgłaszane filmy podnoszące świadomość bhp i skupione na temacie człowieka w zmieniającym się świecie pracy. Laureatem ubiegłorocznej nagrody był amerykański film dokumentalny pt. “Before the bridge” Lewisa Wilcoxa, opowiadający w krótkiej formie, jak proces automatyzacji może wpłynąć na przyszłość ludzkości.

Link do filmu:



W 2017 r. CIOP-PIB rozpoczął organizowanie konkursu filmowego pn. „O!ZNAKI PRACY”, którego celem (podobnie jak w przypadku konkursu fotograficznego pod tym samym tytułem) jest m.in. zachęcanie do dyskusji nad wyzwaniem związanym z pracą i jej bezpieczeństwem⁷. Na konkurs zgłaszane są zarówno filmy dokumentalne czy parodokumentalne, jak i animowane o długości nieprzekraczającej pięciu minut. Wszystkie filmy nagrodzone i wyróżnione w konkursie (od pierwszej edycji) są udostępniane na stronie internetowej konkursu [17].

W 2017 r. CIOP-PIB ogłosił także konkurs na film animowany pn. „Zrównoważeni – animacja czasu”, dotyczący zmniejszenia narażenia na stres wśród pracowników i metod zachowywania równowagi między życiem prywatnym a zawodowym⁸. Nagrodzone i wyróżnione filmy animowane są wykorzystywane przez CIOP-PIB w działaniach z zakresu prewencji stresu i promowania metod zachowania równowagi między życiem prywatnym a zawodowym [22] (rys. 7). Do przedstawicieli przedsiębiorstw trafiają m.in. poprzez media społecznościowe CIOP-PIB (YouTube, Facebook, Twitter i Instagram).

⁷ Konkurs rozpoczął się w ramach realizacji IV etapu programu wieloletniego pn. „Poprawa bezpieczeństwa i warunków pracy”, finansowanego w latach 2017-2019 w zakresie służb państwowych przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (zadanie nr 4.G.26) i był kontynuowany w ramach realizacji V etapu programu wieloletniego pn. „Poprawa bezpieczeństwa i warunków pracy”, finansowanego w latach 2020-2022 w zakresie służb państwowych przez ministerstwo właściwe ds. pracy (zadanie nr 4.SP.05). Koordynator programu: Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy.

⁸ Konkurs został zorganizowany przez CIOP-PIB w ramach projektu pt. „Zrównoważeni”, realizowanego w ramach Narodowego Programu Zdrowia. Okres realizacji: 1 września 2017 r. – 31 grudnia 2020 r.



Rys. 8. Scena z filmu animowanego pt. „Napo... i roboty w pracy”

Fig. 8. A scene from the animated film entitled “Napo in ...robots at work”

Omawiając związek elementów komunikacji wizualnej z problematyką bezpieczeństwa pracy, nie sposób pominąć filmów animowanych z serii „Napo”. Konsorcjum Filmowe Napo powstało w wyniku obchodów Europejskiego Roku Bezpieczeństwa i Zdrowia 1992-1993 oraz europejskich festiwali filmowych organizowanych przez Komisję Europejską. Obecnie konsorcjum Napo ma ośmiu członków: AUVA (Austria), CIOP-PIB (Polska), DGUV (Niemcy), EU-OSHA (Bilbao, Hiszpania), INAIL (Włochy), INRS (Francja), SUVA (Szwajcaria) oraz TNO (Holandia).

Wszystkie filmy z serii „Napo” ukazują postaci w świecie pracy, które muszą się zmierzyć z kwestiami bezpieczeństwa. Główna postać, tj. Napo, oraz jej towarzysze wyrażają się bez użycia słów. Historyjki o nich mają wartość edukacyjną. Prowołują pytania i zachęcają do rozmowy na temat konkretnych zagadnień związanych z bezpieczeństwem i higieną pracy. Czasami dają praktyczne rozwiązania albo do nich prowadzą. Przykładowo film „Napo... i roboty w pracy” (rys. 8) przedstawia podstawowe informacje nt. bezpieczeństwa stosowania robotów w miejscu pracy i opisuje niektóre z nowych rozwiązań robotycznych, wypadki związane z wykorzystaniem tych technologii oraz główne zagrożenia i sposoby ich kontroli [23].

W kształtowaniu postaw wobec bezpieczeństwa pracy znaczenie mają także krótkie filmy promujące tematykę bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia pracujących, towarzyszące kampaniom społecznym dotyczącym tej tematyki. Filmy z serii „Napo” towarzyszą kampaniom ogłaszanym przez Europejską Agencję Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy. Nie jest to jednak jedyny organizator takich działań. Podobne kampanie są bowiem ogłaszane na całym świecie przez wiele instytucji publicznych i przez przedsiębiorstwa.

W 2014 r. brazylijskie Ministerstwo Pracy przygotowało kampanię pt. „Anioł stróż”, której

towarzyszył m.in. film animowany pod tym samym tytułem [24]. Kampanię społeczną CIOP-PIB pt. „Moda na bezpieczeństwo” (2019 r.) [25]⁹ firmowała krótka animacja edukacyjno-reklamowa, opowiadająca o przygodach Matyska, który nie zachowywał zasad bezpieczeństwa podczas wykonywania prac domowych (rys. 9). Tematyka filmu wpisująca się w cele kampanii, która skupiała się na podnoszeniu społecznej świadomości i wiedzy z zakresu bezpieczeństwa pracy oraz jakości życia, a także na promowaniu kultury bezpieczeństwa w pracy i życiu pozazawodowym człowieka. Kampanii społecznej CIOP-PIB pt. „Aktywni w pracy” (2020 r.) [26] towarzyszyła z kolei krótka animacja prezentująca zalety i dobre praktyki z zakresu aktywności fizycznej w miejscu pracy.

Filmy animowane i animacje dotyczące tematyki bezpieczeństwa pracy bywają też „produktem” dodatkowym prac badawczych realizowanych w CIOP-PIB. Zamiast mnożyć materiały edukacyjne zawierające wskazówki czy wytyczne dotyczące bezpiecznych i prozdrowotnych zachowań, czasem lepiej przygotować krótki film instruktażowy, który dzięki atrakcyjności graficznej zainteresuje większą liczbę odbiorców. Przykłady takich filmów są prezentowane na stronie CIOP-PIB w portalu społecznościowym YouTube (np. film animowany: „Jak poprawnie usunąć kleszcza z powierzchni skóry”) [27].

Podsumowanie

Bezpieczeństwo jest nie tylko jedną z fundamentalnych potrzeb ludzi, lecz także ich prawem.

⁹ Kampania została zorganizowana w ramach realizacji IV etapu programu wieloletniego pn. „Poprawa bezpieczeństwa i warunków pracy”, finansowanego w latach 2017-2019 w zakresie służb państwowych przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (zadanie nr 4.G.26). Koordynator programu: Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy.

Link do filmu:



Z jednej strony człowiek potrzebuje poczucia bezpieczeństwa, by mógł się rozwijać, realizować życiowe cele i tworzyć, a z drugiej – tworzy, aby wspierać kreowanie bezpieczeństwa w sposób zorganizowany, także w miejscu pracy. Jak pokazuje przedstawiona w artykule przekrojowa analiza materiałów wizualnych, ich twórcami są przede wszystkim artyści zaangażowani społecznie, a efektem ich działalności są liczne prace wykorzystywane w inicjatywach z zakresu kształtowania postaw wobec bezpieczeństwa pracy.

W dobie tak dużej popularności i dostępności fotografii cyfrowej twórcami stają się również nieprofesjonaliści, którzy na swój sposób starają się komunikować, jak rozumieją i postrzegają bezpieczeństwo i zdrowie. A bogactwo i różnorodność powstających materiałów wizualnych pozwalają na skuteczne docieranie z treściami edukacyjnymi do różnych grup (w tym wiekowych) odbiorców.

Prezentowany w artykule materiał pokazuje, że w działaniach z zakresu kształtowania probezpiecznych postaw pracowników można wykorzystywać różne materiały wizualne, np. plakaty, infografiki, fotografie, filmy lub animacje. Wyniki badań potwierdzają, że każde z tych narzędzi ma inny odbiór. Każda z tych form przekazu ma swoich zwolenników i przeciwników. Jednak właśnie to bogactwo i ta różnorodność pozwalają na budowanie przekazu celowanego, prawie indywidualizowanego, dostosowanego do potrzeb i możliwości percepcyjnych konkretnych odbiorców. Artyści i inni twórcy udowadniają natomiast, że tematyka jest nie tylko ważna społecznie, lecz także atrakcyjna. I o tę atrakcyjność należy dbać, tworząc materiały wizualne, ponieważ podobnie jak ocena jakości szkoleń jest skorelowana z poziomem ich skuteczności [28], tak skuteczność materiałów wizualnych jest skorelowana z ich poziomem artystycznym [9].



Rys. 9. Scena z filmu animowanego pt. „Matysek” (Joanna Jóźwicka)

Fig. 9. A scene from the animated film entitled “Matysek” (Joanna Jóźwicka)

W dalszych pracach konieczne wydaje się zatem podjęcie pogłębionych badań dotyczących oceny skuteczności wybranych środków komunikacji wizualnej w działaniach z zakresu kształtowania probezpiecznych postaw wobec bezpieczeństwa pracy.

BIBLIOGRAFIA

- [1] SONTAG S. O fotografii. Kraków: Wydawnictwo Karakter, 2017.
- [2] SZTOMPKA P. Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005.
- [3] KAWKA M. Komunikowanie wizualne a nauka o mediach – współczesność i perspektywy. Media i Społeczeństwo. 2015, 15: 18.
- [4] SADOWSKI A. Przemysł wiedzy jako sektor gospodarki. Acta Universitatis Lodzianis Filia Oeconomica. 2007, 210: 53-61.
- [5] WOLNY-ZMORZYŃSKI K. i in. Komunikacja wizualna w reklamie, public relations i w prawie. Warszawa: Wydawnictwo Poltext, 2013, s. 90-91.
- [6] DERLICKA M. (red.). Plakaty. Praca zbiorowa. Warszawa: Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy, 2008.
- [7] Wypadki przy pracy w 2017 r. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny, 2017.
- [8] WIDERSZAL-BAZYL M. Jak propagować zasady bhp. Warszawa: Instytut Wydawniczy Związków Zawodowych, 1987.
- [9] TISCHNER J. Krótki przewodnik po życiu. Kraków: Wydawnictwo Znak, 2017.
- [10] The Differences Between Data, Information and Knowledge: Infogineering – Master Your Information, www.infogineering.net [dostęp: 5.12.2022].
- [11] NEWSOM D., HAYNES J. Public Relations Writing: Form and Style. 2004, s. 236.
- [12] HIRSHORN E.A. i in. Decoding and disrupting left midfusiform gyrus activity during word reading. Proceedings of the National Academy of Sciences. 2016, 113 (29): 8162-8167, doi: 10.1073/pnas.1604126113.
- [13] SMICIKLAS M. The Power of Infographics Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audiences. QUE Publishing, 2012.
- [14] MCDANIEL M.A., BUGG J.M. Instability in memory phenomena: A common puzzle and a unifying explanation. Psychonomic Bulletin & Review. 2008, 15: 237-255, doi: 10.3758/PBR.15.2.237.
- [15] KEMP W. Historia fotografii. Od Daguerre'a do Gursky'ego. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS, 2014.
- [16] Konkursy fotograficzne i filmowe, https://www.ciop.pl/CIOPPortalWAR/appmanager/ciop/pl?_nfpb=true&_pageLabel=P6800286261340447109849&html_tresc_root_id=11221&html_tresc_id=300002654&html_klucz=11221&html_klucz_spis= [dostęp: 5.12.2022].
- [17] Strona konkursu „O!ZNAKI PRACY”, www.oznakipracy.ciop.pl [dostęp: 5.12.2022].
- [18] KOPCIŃSKI E.E. Film jako nośnik kultury, <https://www.salon24.pl/u/biopal/269180,film-jako-nosnik-kultury> [dostęp: 5.12.2022].
- [19] SZCZYGIELSKA A., ORDYSIŃSKI S. Badanie skuteczności oddziaływania na pracowników różnych metod i narzędzi upowszechniania wiedzy z zakresu bhp oraz komunikowania zasad bezpieczeństwa pracy. Niepublikowany raport z pracy badawczej ZUS. 2015.
- [20] SZCZYGIELSKA A. Bezpieczeństwo behawioralne a postawy pracowników wobec bezpieczeństwa pracy. Humanizacja Pracy. 2015, 1(279).
- [21] Strona Międzynarodowego Festiwalu Filmów Dokumentalnych i Animowanych w Lipsku, www.dok-leipzig.de/en [dostęp: 5.12.2022].
- [22] Strona konkursu na film animowany „Zrównoważeni – animacja czasu”, www.ciop.pl/zrownowazeni [dostęp: 5.12.2022].
- [23] Strona internetowa dotycząca filmu „Napo i roboty w pracy”, <https://www.napofilm.net/pl/napos-films/napo-in-robots-at-work> [dostęp: 5.12.2022].
- [24] Strona internetowa kampanii społecznej „Anioł stróż”, <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/guardian-angel> [dostęp: 5.12.2022].
- [25] Strona kampanii społecznej „Moda na bezpieczeństwo”, https://www.ciop.pl/CIOPPortalWAR/appmanager/ciop/pl?_nfpb=true&_pageLabel=P640129441340352936100&html_tresc_root_id=13914&html_tresc_id=300010152&html_klucz=13914&html_klucz_spis= [dostęp: 5.12.2022].
- [26] Strona kampanii społecznej „Aktywni w pracy”, https://www.ciop.pl/CIOPPortalWAR/appmanager/ciop/pl?_nfpb=true&_pageLabel=P53000129351587643522293 [dostęp: 5.12.2022].
- [27] Strona CIOP-PIB w portalu społecznościowym YouTube, <https://www.youtube.com/cioppiib> [dostęp: 5.12.2022].
- [28] TAM V.W.Y., FUNG I.W.H. Behavior, Attitude, and Perception toward Safety Culture from Mandatory Safety Training Course. Journal of Professional Issues in Engineering Education & Practice. 2012, 7.

Link do filmu:



Opracowano na podstawie wyników V etapu programu wieloletniego pn. „Poprawa bezpieczeństwa i warunków pracy”, finansowanego w zakresie zadań służb państwowych ze środków Ministerstwa Rodziny i Polityki Społecznej (zadanie nr 4.SP.05 pt. „Metody i narzędzia wspierające proces edukacji w zakresie kształtowania postaw probezpiecznych, szczególnie wśród dzieci i młodzieży”). Koordynator programu: Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy.