

Cena numeru
w Warszawie
w kraju:
w sieci:

0 zł

PRINTED
IN POLAND

Wydanie czwarte
Nakład na papierze: 500 egz.

ZAPYTAJ O
prenumeratę

WASZ KURIER ILUSTROWANY

O! ZNAKI PRACY 2018

Wydawca: Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy	Założyciel / Redaktor Naczelny: Radosław Mleczek Agnieszka Szczygierska	Fotografie archiwalne: Narodowe Archiwum Cyfrowe, Partner konkursu O!ZNAKI PRACY 2018
ul. Czerniakowska 16, 00-701 Warszawa Facebook/Oznaki pracy	www.ciop.pl	Projekt graficzny: Elżbieta Kiełczykowska i Radosław Mleczek

Rok 2018/2019

Warszawa / grudzień 2018 - luty 2019



[Nr 04]

! KO!P MA JUŻ ROK

To już czwarte wydanie Kuriera. Rzut okiem na poprzednie numery. Pisaliśmy o przewidywaniach dotyczących przyszłości pracy, o czasie wolnym od pracy i o tym, jak zmieniało się jego rozumienie. Wspominaliśmy prognozy sprzed lat. Sięgaliśmy do zdarzeń i pouczających anegdot z dwudziestolecia międzywojennego. Dziś, przy okazji pierwszych podsumowań drugiej edycji konkursu O!ZNAKI PRACY, spoglądamy na nagrodzone zdjęcia i filmy jako opowiadanie historii i na historie konkursów jako przejaw ludzkich umiejętności, emocji i ambicji. Zapraszamy również na stronę oznakipracy.ciop.pl, na której publikujemy nagrodzone zdjęcia i filmy w pełni ich kolorowego przekazu.



W numerze m.in.:

Wyniki konkursu
O!ZNAKI PRACY 2018

Temat numeru:
OPOWIADANIE HISTORII

Fotoreportaż z uroczystości
wręczenia nagród

Co to był za konkurs!

Nagroda za słowa

OPOWIADANIE

... HISTORII

Narzucić własną narrację – oto jest marzenie. Producenci i autorzy, lobbyści, promotorzy, eksperci PR i publicyści, dziennikarze, specjaliści prześcigają się w poszukiwaniu skutecznych form komunikacji. Jak dotrzeć do celu, sprzedać produkt, zaistnieć? Choćby przez chwilę.

Nad naszymi konsumenckimi decyzjami pracują sztaby ekspertów, algorytmów i aplikacji. Podążają za nami krok za krokiem, klik za klikami. Oficjalnie ich celem jest zrozumienie, czym kierujemy się, podejmując decyzje o zakupie tego lub innego produktu, tej czy innej marki. Powstał wyrafinowany język szyfrujący treści marketingowe. Możemy dowiedzieć się na przykład o „rozumieniu ścieżki zakupowej z perspektywy konsumenta” (nie piękne?), co pozwala tworzyć „rozwiązania łączące różne specjalizacje” takie jak „media, kontent, dane i technologie”. Brzmi fachowo. Mówiąc prościej, chodzi nie tylko o sprzedaż, ale o takie przytulenie się do klienta poprzez przekazywanie mu przydatnych i atrakcyjnych treści, związanie go z określoną marką, żeby w końcu sam z pełnym przekonaniem przystąpił do jej propagowania. Za darmo.

Ludzie wirusy

Marketing treści. Wirale, webinaria, podcasty, infografiki, media społecznościowe, fora i blogi branżowe. Do tego „optymalizacja stron internetowych” pod kątem wyszukiwarek. I co bardzo ważne: wiarygodne recenzje, wywiady, komentarze, książki, a w nich tu produkt, tam produkt i jeszcze jeden produkt. Po cichutku. Po kolei. Schowany za przydatnym przepisem,

rzeczową opinią, obiektywnym stanowiskiem albo poruszającym egzystencjalnym wyznaniem celebryty. Mimochodem. A cel oczywisty. Inwazyjne, choć zawołowane, a najlepiej niedostrzegalne wpływanie na „decyzje zakupowe” i „generowanie wzrostu biznesów”. Marketing wirusowy.

To dziś żadna obelga, złośliwość czy uszczypliwa ironia. To rzeczowa koncepcja współczesnego marketingu. Tak się dumnie nazywa i dobrze jej z tym. Wprost i bez żenady prowadząca do tego, żeby klienci rozpowszechniali samymi sobą – myślą, słowem i uczynkiem – pożądane treści dotyczące marki, produktu, firmy.

Fakt, że stajemy się rynkowymi wirusami do rozsiewania reklamowych treści, niewielu już dziwi, szczególnie że samo pojęcie wirusa wraz z jego niezliczonymi komputerowymi odmianami nabrało nowych znaczeń. Człowiek wirus? Do usług. Z przyjemnością.

Libretto marketingu

Mirosław Bujko (jury konkursu O!P) i Sebastian Hejnowski napisali książkę „Siła narracji marketingowej. Jak właściwe słowa pozwalają sprzedać produkt, zmienić wizerunek firmy czy pozyskać wyborców.” Bujko jest pisarzem, muzykologiem, autorem librett operowych i baletowych, nauczycielem tradycyjnej sztuki japońskiego miecza. Hejnowski, to ekspert zarządzania reklamowymi gigantami. Dzięki temu spotkaniu ich książka skrzy się od błyskotliwie dobranych przykładów z historii literatury i reklamy. To książka o sprawczej mocy narracji, słowach jako zaklęciach, mitach, bez

których nie istniejemy. Ale też o mechanizmach działania narracji instrumentalnej, perswazyjnej, kłamliwej, która potrafi przekształcić firmę wyzyskującą nieletnich pracowników w obrońcę praw człowieka i lidera na froncie walki o ochronę klimatu. Książka napisana ze świadomością faktu, że manipulowania przy pomocy narracji nie sposób uniknąć. Można jednak nie dawać na nią przyzwolenia. Choćby samemu sobie. Nie występować w złej sprawie. Tylko jak to ocenić?

Nie jestem przekonany, czy akurat to przesłanie autorów książki będzie towarzyszyło jej czytelnikom. Spodziewałbym się raczej instrumentalnego wykorzystania wyrafinowanych analiz i pomysłowych podpowiedzi.

Prawda narracji

Czytając „Siłę narracji marketingowej”, myślałem o „Erystyce, czyli sztuce prowadzenia sporów” Arthura Schopenhauera i opisanych przez niego kilkudziesięciu sposobach nieuczciwej dyskusji. Od instrumentalnego uogólnienia wypowiedzi przeciwnika po atak *ad personam*. Zawsze trzeba mieć rację, wiedzieć, jak skutecznie argumentować, przekonać. Narzucić swoją narrację. Prawda niewiele ma tu do powiedzenia.

Myślałem też o retoryce i umiejętności argumentowania, które wydają się dziś nudne i mało atrakcyjne. Komunikacja zastąpiła rozmowę. Najczęściej mówi się o niej z naciskiem na słowo skuteczność. Skuteczna komunikacja to niemal synonim narzucenia swojej narracji. Kto by się rozczułał nad tym, czemu skutek ten służy.

Nie ma się jednak co obrażać na marketing i jego współczesne techniki. Na budżety reklamowe gigantów, zarozumiałstwo producentów reklam. Na to, że na potrzeby naszych „decyzji zakupowych” są gotowi wykorzystać wszystkie dostępne źródła, technologie, dane. Sprowadzić historię literatury, sztuki, cywilizacji do przykładów narracji. Dużo ciekawsze jest obserwowanie, zrozumienie i wykorzystanie tego, co się wokół nas dzieje, również w świecie marketingu.

Narracja prawdy

Kiedy chcemy opowiedzieć o wartościach, zjawiskach, emocjach, o czymś innym niż faktyczne lub wydumane zalety produktu, kończy się droga na skróty. Najszybsza, najkrótsza, oby do celu, nawet jeśli po trupach. Trzeba kombinować inaczej, szukać dalej i głębiej. Czasem pod prąd. Warto korzystać z różnych źródeł. Również trików, podstępów i analiz współczesnego marketingu. Nic tak dobrze nie robi szlachetnym intencjom jak odrobina sprytu.

Prof. Jerzy Bralczyk przekonuje, że najważniejsza jest wiarygodność opowiadania, a tę oceniają odbiorcy, a nie nasze intencje. Kompetencja bez wiarygodności jest mało wiarygodna. Dobrze, kiedy szukamy tego, co nas łączy z adresatem przekazu. Wszystko może nam pomagać i przeszkadzać w procesie przekonywania do naszych racji. Mamy do dyspozycji cały arsenał środków.

Powiedz mi, a zapomnę, pokaż mi, a zapamiętam, pozwól mi zrobić, a zrozumiem. To sentencja wiązana z Konfucjuszem, obecna w podręcznikach dla pedagogów, psychologów i marketerów. Czy na co dzień potrafimy robić z niej użytek? Opowiadać obrazem, gestem, słowem, dźwiękiem, doświadczeniem? Spontanicznie. Wykorzystując pauzy, nowe słowa, wyjątkowość głosu, gestu. Czy potrafimy wyrwać się z rutyny, strefy komfortu i spojrzeć na drugą stronę? Ta sama droga widziana z innej strony wygląda zupełnie inaczej.

Zakończyliśmy drugą edycję konkursu fotograficznego i filmowego O!ZNAKI PRACY. Mamy nadzieję, że wręczenie nagród, wystawa, przegląd filmów to początek nowej opowieści o zdjęciach i filmach z tego konkursu. Że zespołowo ruszą w dalszą drogę. Na wystawy, blogi, do mediów. W świat. Bo to, co mają do opowiedzenia o człowieku i jego pracy, nie polega na narzucaniu narracji, a na dialogu, szacunku, obserwacji, wrażliwości i umiejętności opowiadania historii.

Radosław Mleczek

Fragmenty felietonu, który ukazał się w cyklu Zapiski Latte w miesięczniku „Bezpieczeństwo Pracy”



O!ZNAKI PRACY 2018

PRACA Z PUNKTU WIDZENIA

Nagrodzeni i wyróżnieni W KONKURSIE



Maciej Gadzinowski, *Ocynkownia 2*



Lech Iwiński, *Owies*



Tadeusz Koniarz, zdjęcie z cyklu *Ludzie dymu*



Rafał Donica, *Przerwa*



Krzysztof Gołuch, *W pracy 03, W pracy 01*



Tomasz Okoniewski, *Śmiech zawsze pomaga*

To zdjęcie jest przepiękne, pozytywne, takie „zblizające” do człowieka. Bardzo mnie ciekawi, jak doszło do takiej sytuacji, czy to fotograf panów rozśmieszył, czy panowie sobie dowcipkowiali; w jakim kraju się to wydarzyło...

Karolina Długosz – jury konkursu



To zdjęcia, które czegoś uczą, zwracają uwagę na coś, co łatwo przegapić.

Radosław Mleczo



Robert Wierzbicki, zdjęcie z cyklu *Alpiniści*



Filip Kurkowski, *Bankowiec*

FOTOGRAFIA

- GRAND PRIX**
- Maciej Gadzinowski „Ocykownia2” i „Ocykownia”
- WYRÓŻNIENIA:**
- Lech Iwiński „Owies”
 - Filip Kurkowski „Bankowiec”
 - Rafał Donica „Przerwa”
- WYRÓŻNIENIE UCZESTNIKÓW KONKURSU**
- Robert Wierzbicki „Kanał”
- NAJLEPSZY CYKL ZDJĘĆ**
- Robert Wierzbicki „Alpiniści”
- NAGDORA IM. PIOTRUSIA PANA:**
- Krzysztof Gołuch „W pracy01”, „W pracy03” i „W pracy05,
 - Tomasz Okoniewski „Wyjdzie w praniu”, „W królestwie dymu”, „Śmiech zawsze pomaga”
- WYRÓŻNIENIA SPECJALNE:**
- Tomasza Tandka i Ogólnopolskiego Stowarzyszenia Pracowników Służby BHP**
- Tomasz Gałązka „Oznaki pracy b”
- Prezesa Wyższego Urzędu Górniczego**
- Tadeusz Koniarz cykl „Ludzie dymu”
- Ogólnopolskiego Porozumienia Związków Zawodowych**
- Filip Kurkowski „Bankowiec”
- Rektora Akademii Sztuk Pięknych w Katowicach**
- Krzysztof Gołuch „W pracy03”
- Karoliny Długosz /Capgemini Polska/**
- Tomasz Okoniewski „Śmiech zawsze pomaga”

FILM I MULTIMEDIA

- GRAND PRIX**
- Magdalena Krawczyńska „W innym świetle”
- WYRÓŻNIENIA:**
- Mariusz Jasek „Czarne złoto”
 - Jakub Kulas „Short story about GM”
 - Mateusz Iskra „Customcafe”
- WYRÓŻNIENIE UCZESTNIKÓW KONKURSU**
- Magdalena Krawczyńska „W innym świetle”
- NAGDORA IM. PIOTRUSIA PANA:**
- Sylwia Watracz „Idealni”
 - Maciej W. Sławuski „Polska kronika firmowa - pracuj spacerując”
 - Andrzej Rułka „Czy warto być nauczycielem?”
- WYRÓŻNIENIA SPECJALNE:**
- Pracodawców RP**
- Jakub Kulas „Short story about GM”
- Karoliny Długosz /Capgemini Polska/**
- Mariusz Jasek „Czarne złoto”
- Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce oraz PKN ORLEN S.A.**
- Miła Kreft-Sietnicka „Sztuki”
- Karoliny Zarębskiej oraz AMA FILM AKADEMII**
- Jarosław Piskozub i Mikołaj Bielawski „Między brzegami”



Mariusz Jasek, film pt. *Czarne złoto*

Chciałabym przyznać wyróżnienie filmowi „Czarne złoto”, ponieważ dzięki niemu dowiedziałam się, że są ludzie, którzy zawodowo robią to, co ja kochałam robić w dzieciństwie. Chodzenie na borówki (w filmie: jagody) to piękna sprawa. Podobało mi się bardzo wiele elementów tego filmu: przekaz, obraz i treść oraz dyscyplina tej treści. Nie wspominając o gigantycznych grabkach do borówek/jagód. I taka zwięzłość przekazu”.

Karolina Długosz – jury konkursu

Przegląd Filmów O!P – „Nagroda za słowa”

Zanim ogłosiliśmy wyniki konkursu i wręczyliśmy nagrody, spotkaliśmy się na Pierwszym Ogólnopolskim Przeglądzie Filmów krótkometrażowych i dokumentalnych o pracy - O!ZNAKI PRACY 2018.

Widzowie Przeglądu dokonali wyboru najlepszych ich zdaniem filmów. Nie oceniali ich w skali ani nie przydzielali punktów. Na „karcie do głosowania” mieli zapisać słowa, które ich zdaniem najlepiej opisują te filmy. Każdy z widzów miał do przyznania nie więcej niż pięć słów dla każdego filmu. Nie musieli przyznawać żadnemu z filmów ani jednego słowa. Mogli je przyznać tylko tym filmom, które ich zdaniem na te słowa zasługują. Nie tylko na komplementy.

Przyjęliśmy zasadę, że wygra film, który otrzyma najwięcej słów. Skrupulatnie policzyliśmy wszystkie słowa. Skorzystaliśmy ze zdobytych technologii. Przecieraliśmy oczy, kiedy okazało się, że dwa filmy uzyskały dokładnie tę samą liczbę słów. To Grand Prix w pierwszej edycji konkursu O!P film „Mistrz” i Grand Prix w drugiej edycji film „W innym świetle”.

Najczęściej używanym słowem w odniesieniu do obu filmów było słowo *pasja*.

Poniżej wybór z bogatej kolekcji słów, którymi uczestnicy Przeglądu Filmów obdarzyli oba filmy.



„Mistrz” (6’17) Realizacja: Maciej Kotasiński i Karolina Zarębska

Prawdziwy, życiowy, wzruszający, plastyczny, smutny, piękny, poruszający, smutno-gorzki; wyjątkowość, niepowtarzalność, inspiracja; sztuka, talent, 5+, ginący zawód, artyzm, precyzja, doświadczenie, świetne kadry, o niezwykłym człowieku, magiczny, czarujący – skromny artysta.



„W innym świetle” (5’22) Scenariusz/reżyseria/zdjęcia: Magda Krawczyńska, montaż: Przemek Krawczyński, muzyka: Ju Ghan – Form Poland

Ładne tytkwy, ogrom pracy, świetna realizacja, podążanie za sobą, sztuka przez duże S, to jest sztuka prawdziwa, cierpliwość, sposób na życie, do przemyśleń o swoim miejscu, świetne zdjęcia, motywujący, intrygujący, wow!, niezwykły talent – cudowna praca.



„Happiness” (4’16) Autor: Steve Cutts, Wielka Brytania 2017

Niezbędnik karierowicza, w samo sedno i z kogo się śmiejecie?



„Idealni” (6’20) Animacja lalkowa: Sylwia Watracz, muzyka: Paweł Uszyński

Ten film zasługuje na słowa. Mega!!! Kto rozdaje nam te twarze?



„Before the Bridge” (19’) (pol. „Przed mostem”) Reżyseria” Lewis Wilcox, USA 2017

TAK!, niepokojący, polifoniczny, zło, dobro, konieczność, piękne i przerażające.



„Czarne złoto” (5’) Reżyseria/zdjęcia/montaż: Mariusz Jasek, muzyka: Szymon Pytel

Ciekawe spojrzenie na jagodzianki; ciepły, piękny, prawdziwe życie, zmieniam zawód.



„Sztuki” (5’) Autorka: Miła Kreft-Sietnicka

Też lubię plusy; spokój i radość, w poszukiwaniu siebie, wzruszający.



„Customcafe” (2’52) zdjęcia: Mateusz Iskra, montaż: Aleksandra Żaczek, bohater filmu: Wojciech Spyra

Życie, pasja, montaż, muzyka, rock&roll.

Co to był za KONKURS!

Konkursy to historia ludzkich pasji i emocji. Kunsztu, pomysłów, czasem ekstrawagancji. Dla jednych preludium do kariery, dla innych przykre rozczarowanie, choć często okazuje się, że to przegrani, a nie zwycięzcy zapisują się w historii. Czasem to po prostu niezła zabawa, w której warto brać udział. Zaryzykować. Zawalczyć, poddać się ocenie. Z bogatego katalogu konkursów dwudziestolecia międzywojennego wybraliśmy kilkanaście przykładów. Czas pokaże jak O!ZNAKI PRACY zapiszą się w historii i jakie będą miały znaczenie dla ich uczestników.



I Międzynarodowy Konkurs Artystycznego Tańca Solowego w Warszawie. Grupa uczestniczek konkursu na przyjęciu w IPS-ie. Widoczne od lewej: Lycette Darsonval, Jadwiga Hryniewiecka, Alina Konopka, Stanisława Welska, Vera Pataky, Paula Nireńska, Stanisława Welska. Warszawa 1933



III Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina w Warszawie. Uroczystość ogłoszenia wyników. Widoczny minister Wojciech Świątosławski, który wręcza I nagrodę Jakowowi Zakowi. Warszawa 1937



Konkurs piękności samochodów w parku im. Ignacego Jana Paderewskiego w Warszawie. Samochody biorące udział w konkursie. Warszawa 1937



III Krajowy Konkurs Awionetek zorganizowany przez Zarząd Główny Ligi Obrony Powietrznej i Przeciwgazowej. Pilot Franciszek Żwirko (z prawej) i konstruktor lotniczy Stanisław Wigura przed samolotem RWD-4. Kraków 1930



II Międzynarodowy Konkurs Tańca w Wiedniu. Zespół baletowy Janiny Mieczysłskiej w „Suicie odwiecznej”; laureatki V nagrody. Wiedeń 1934



Rajd konny Warszawa - Dęblin. Uczestniczka konkursu pani Słobosiewicz. Warszawa – Dęblin 1933



Konkurs fryzjerski z okazji Ogólnopolskiego Kongresu Fryzjerskiego w Warszawie. Wykonywanie wodnej ondulacji. Warszawa 1932



Konkurs na najoryginalniejsze nakrycie głowy z papieru zorganizowany dla pań pracujących w magazynach w Paryżu. Zdobywczyni I miejsca Nelly Schibinst. Paryż 1925



Konkurs elegancji w Paryżu Kobiety w elegancjskich sukniach z aplikacjami i marszczeniami, kapeluszach oraz chartem na smyczy podczas konkursu mody. Paryż 1933



Miss Karnawału w Manili 1927 Carmen Bastida, zwyciężczyni konkursu na Miss Karnawału. Manila 1927

Zdjęcia ze zbiorów Narodowego Archiwum Cyfrowego, partnera konkursu O!ZNAKI PRACY

Wspierają nas:

Organizator

Patronat honorowy

Partner strategiczny

Sponsor

Partnerzy

Publikacja opracowana z wykorzystaniem wyników IV etapu programu wieloletniego pn. „Poprawa bezpieczeństwa i warunków pracy”, finansowanego w latach 2017-2019 w zakresie zadań służb państwowych przez Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (zadanie służb państwowych nr 4.G.26). Koordynator programu: Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy.