

Temat: ***Wideoklip – reklama utworu muzycznego czy dzieło sztuki? Historia teledysku.***

Cele lekcji:

cele ogólne:

- Ukazanie równoległych intencji i sposobów funkcjonowania dziedzin twórczości artystycznej (muzyka, film) w dobie współczesnej
- Wskazanie na pozytywne i negatywne skutki związków twórczości artystycznej z ideologią z jednej strony, a z komercyjnym przemysłem kulturowo - artystycznym z drugiej strony
- Uwydatnienie szczególnej roli ambitnej twórczości niezależnej
- Zapoznanie uczniów z podstawowymi elementami języka poszczególnych sztuk, środkami wyrazu artystycznego
- Uświadomienie uczniom roli, jaką w kulturze obecnej pełnić będą nowoczesne media komunikacyjne, zwłaszcza telewizja i Internet
- Wyrabianie umiejętności krytycznego podejścia do twórczości popularnej, masowej, komercyjnej

cele szczegółowe:

Po przeprowadzeniu lekcji uczeń potrafi:

- przedstawić historię wideoklipu
- charakteryzować poszczególne gatunki filmowe na podstawie wideoklipów
- przedstawić pokrótce zmiany w estetyce muzycznej oraz w modzie na przestrzeni drugiej połowy XX wieku
- wskazać różnice pomiędzy dziełem sztuki, a jedynie komercyjną reklamą utworu muzycznego
- potrafi zinterpretować teledysk jako dzieło sztuki (połączenie obrazu i muzyki)

Podstawa programowa (cele, treści – cytaty):

cele:

- *Przygotowanie do aktywnego i pełnego uczestnictwa w życiu kulturalnym oraz bezpośredniego obcowania z dziełami sztuki przez rozwijanie: (...) umiejętności refleksyjnej i krytycznej oceny zjawisk w kulturze i sztuce.*
- *Nabycie, niezbędnej świadomemu uczestnikowi życia kulturalnego, wiedzy z zakresu różnych dziedzin sztuki: (...), muzyki, filmu.*

treści:

- *Związki i zależności pomiędzy różnymi dziedzinami sztuki (...).*
- *Różne funkcje sztuki.*
- *Ocena i interpretacja dzieł różnych dziedzin sztuki.*

Wybrany program:

OPERON – Wiedza o kulturze – „Kultura i przyszłość”

Metody:

- „pytanie-odpowiedź”
- swobodne wypowiedzi uczniów
- wykład
- dyskusja
- prezentacja wybranych przykładów (projekcja teledysków)
- burza mózgów

Formy:

- praca indywidualna
- praca w parach

Środki dydaktyczne:

- projektor multimedialny
- Internet – głównie serwis YouTube (lub płyta DVD z nagrałymi teledyskami)
- podręcznik „Kultura i przyszłość” str. 178-180
- załącznik 1 – tekst A. Pitrusa „Dlaczego lubimy teledyski”
- załącznik 2 – tekst R.E.M. „Everybody Hurts”

Część lekcji	Przebieg lekcji	Umiejętności ponadprzedmiotowe
A. Część organizacyjna:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Powitanie uczniów, czynności porządkowe. 2. Podanie tematu lekcji. 3. Uświadomienie uczniom celów zajęć. 4. Uczniowie dzielą się spostrzeżeniami na temat wideoklipów – czym jest teledysk, czy jeszcze jest to forma, która cieszy się powodzeniem u młodzieży; uczniowie mieli w domu przeczytać tekst A. Pitrusa „Dlaczego lubimy teledyski” (załącznik 1) oraz podrozdział z podręcznika „Kultura i przyszłość” („Telewizja dla młodych” – str. 178-180) – definiujemy teledysk, jego początki, najważniejsze dzieła, uczniowie przedstawiają swoje ulubione wideoklipy. 	Prezentacja własnego punktu widzenia.
B. Realizacja treści zajęć:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uczniowie dobierają się w pary (jeżeli jest to sala komputerowa, przed jednym komputerem siedzą po dwie osoby; jeżeli nie ma takiej możliwości, można wykorzystać rzutnik multimedialny). 2. Prezentacja poszczególnych teledysków, a następnie ich analiza (zwracamy uwagę na rodzaj muzyki, ubiór osób występujących w poszczególnych dziełach, a także to, czy można dany filmie zaliczyć do wybranego gatunku filmowego): <ul style="list-style-type: none"> • Elvis Presley „Jailhouse Rock” 1957 r. The Beatles „Hey Jude” 1968 r. <ul style="list-style-type: none"> - uświadomienie uczniom, że narodziny współczesnej muzyki rozrywkowej są związane z Presley’em oraz zespołem The Beatles - teledysk jako prosty film z muzyką grającego zespołu lub śpiewającym solistą - wrażenia uczniów – czy taka muzyki może być dla nich interesująca? • Queen „Bohemian Rhapsody” 1975 r. (fragm.) <ul style="list-style-type: none"> - uświadomienie uczniom, że za pomocą triku z ujęciem samych głów artystów, po raz pierwszy przełamano konwencję krótkiego filmiku, gdzie zespół wykonywał piosenkę - dyskusja: czy w dobie technik komputerowych taki zabieg nie wywołuje uśmiechu? - jak komponuje się muzyka z obrazem, który oglądamy? - wrażenia uczniów • Michael Jackson „Thriller” 1982 r. (fragm.) <ul style="list-style-type: none"> - uświadomienie uczniom, że jest to jeden z pierwszych wideoklipów - dyskusja: czy obecnie można taki filmik traktować poważnie? - odnajdujemy elementy różnych gatunków filmowych - wrażenia uczniów i refleksje uczniów • A-HA „Take on me” 1985 r. (fragm.) 	<p>Efektywne współdziałanie w zespole, budowanie więzi międzyludzkich.</p> <p>Prezentacja własnego punktu widzenia.</p> <p>Prezentacja własnego punktu widzenia.</p>

	<p>Peter Gabriel „Sledgehammer” 1986 r. (fragm.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - niejednołitość gatunkowa (najpierw połączenie rzeczywistości ze światem komiksu – piosenka zdobyła popularność dzięki klipowi; <i>Sledgehammer</i> – jako przykład wykorzystania animacji komputerowej połączonej z rzeczywistością bohatera – gra barwami) - dzięki powstałej w 1981 r. telewizyjnej stacji muzycznej MTV wzrasta zapotrzebowanie na teledyski <p>• NIRVANA „Smells like teen spirit” 1991 r.</p> <ul style="list-style-type: none"> - wrażenia uczniów i refleksje – porównanie z klipem Jacksona - zwrócenie uwagi uczniów na minimalistyczną formę - uświadomienie również, że Kurt Cobain stworzył modę na granie garażowe, surowe (grunge) - jak uczniowie dzisiaj odbierają taki prosty film, bez żadnych zbędnych efektów specjalnych, co o tym sądzą, czy taka muzyka ma jeszcze rację bytu? <p>• Michael Jackson „Black or white” 1991 r.</p> <ul style="list-style-type: none"> - teledysk a ingerencja technik komputerowych - ciągła pogoń za czymś nowych - muzyka schodząca na dalszy plan - rozdzwięk pomiędzy muzyką popularną a rodzącym się wtedy kultem K. Cobaina (grunge) <p>• R. E. M. „Everybody hurts” 1992 r.</p> <ul style="list-style-type: none"> - najpierw rozdajemy uczniom kartki z tekstem napisanym w języku angielskim i przetłumaczonym na język polski (można to wykonać na lekcji języka angielskiego – załącznik 2) - odtwarzamy tylko samą piosenkę (bez teledysku) - następnie uczniowie tworzą własny scenariusz, jaki sobie wyobrażają - po odczytaniu kilku przykładów – odtwarzamy teledysk - wrażenia i refleksje uczniów, czy jest to wizja zgodna z tekstem czy raczej wariacja na jakiś temat – uświadomiamy słuchaczom, że teledyski też są tworzone przez reżyserów i same w sobie mogą być dziełami sztuki <p>• Paul Simon „You Can Call Me Al” 1986 r.</p> <p>MYSLOVITZ „Dla Ciebie” 2000 r.</p> <p>TRAVIS „Sing” 2001 r.</p> <ul style="list-style-type: none"> - przykład wideoklipów jako żartów (najpierw groteska – warto zwrócić uwagę na modę lat 80.; później stylistyka horroru gotyckiego – wykorzystanie technik komputerowych; na koniec Travis stylizowany na dzieło historyczne (prześmieszna scena finałowa) - wrażenia uczniów <p>• GORILLAZ „Clint Eastwood” 1998 r.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ciekawostka – zespół wirtualny, odniósł sukces dzięki rysunkowym teledyskom, gdzie występuje czworo dziwnych bohaterów, którzy są członkami zespołu <p>• SIGUR ROS „Vidrar vel tilloftarasa” 1999 r.</p>	<p>Rozwiązywanie problemów w sposób twórczy.</p> <p>Rozwijanie sprawności umysłowych.</p> <p>Prezentacja własnego punktu widzenia.</p>
--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> - na zakończenie pokazujemy wideo islandzkiej grupy do piosenki zaśpiewanej w języku ojczystym, ale z bardzo sugestywnym obrazem (relacje między ojcem i synem) - refleksje i dyskusja uczniów - uświadomienie roli teledysku – dzieło samo w sobie, nie trzeba rozumieć słów, aby odczytać wymowę pieśni, która nie miałaby takiej „siły rażenia” bez obrazka <ol style="list-style-type: none"> 3. Uczniowie wyodrębniają z poszczególnych videoklipów elementy różnych gatunków filmowych (z jakich motywów, schematów fabularnych, rekwizytów najczęściej korzystają twórcy teledysków – odwołujemy się również do wiedzy uczniów). 4. Następnie można prześledzić zmiany w modzie – począwszy od wczesnych lat 50. aż do końca XX wieku (jeśli pozostanie czas). 5. Na koniec uczniowie zastanawiają się nad tym: jak zmieniła się muzyka popularna na przestrzeni drugiej połowy XX wieku – Elvis Presley, The Beatles (beztroska, krótkie piosenki o miłości), aż po zespoły takie jak GORILLAZ (hip-hop), SIGUR ROS (alternatywna muzyka świata). 	Prezentacja własnego punktu widzenia.
C. Podsumowanie lekcji:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zastanawiamy się nad pytaniem postawionym w temacie: czy teledysk to reklama utworu muzycznego czy dzieło sztuki? Staramy się wspólnie dojść do ostatecznych wniosków (kierując uczniów raczej w stronę tego, że videoklipy to dzieła sztuki – oczywiście nie wszystkie). 2. Na zakończenie możemy jeszcze raz odtworzyć teledysk, który najbardziej spodobał się uczniom, albo pokazać inny videoklip tego artysty. 	<p>Prezentacja własnego punktu widzenia.</p> <p>Rozwijanie sprawności umysłowych oraz osobistych zainteresowań.</p>

Praca domowa:

Spróbuj napisać scenariusz teledysku, do wybranej przez siebie piosenki, swojego ulubionego wykonawcy muzycznego.

Załącznik 1

Fragment artykułu Andrzeja Pitrusa pt. *Dlaczego lubimy teledyski?*, Tygodnik Powszechny 4 czerwca 2003 r.

[...]

Sztuka i sprzedaż

Współczesna telewizja zawsze usiłuje coś sprzedać. Nie tylko ta z definicji komercyjna. Telewizja publiczna, jeśli nie chce zostać zepchnięta na margines, musi z komercyjną konkurować. A konkurencja oznacza uczestnictwo w rynku. Ten zaś nie może istnieć bez sprzedaży. Co sprzedaje telewizja? Oglądając Polsat, TVN czy Music Television widz wierzy, że filmy czy programy rozrywkowe nic go nie kosztują. Nie płaci przecież abonamentu, musi jedynie poświęcić chwilę uwagi reklamom, od których zresztą może uciec, korzystając z nadajnika zdalnego sterowania. Ale widz nie jest tu stroną transakcji - on sam jest towarem, "kupowanym" przez reklamodawców, kierujących się wynikami oglądalności. Audycje nie są w telewizji celem, lecz środkiem do osiągnięcia ekonomicznego sukcesu.

Na pierwszy rzut oka teledysk nie różni się w znaczący sposób od innych audycji. Jest jedynie krótszy od większości z nich. Gdy jednak zastanowimy się nad jego rolą, zauważymy, że jest ona podwójnie komercyjna. Do przeszłości należą czasy, kiedy teledysk był jedynie "wypełniaczem". Dziś już nie tylko stacje muzyczne zdają sobie sprawę z jego marketingowego potencjału. Rolą teledysku jest bowiem przede wszystkim promowanie produktu, jakim jest płyta danego wykonawcy. Teledysk jest więc reklamą. Inną w formie niż tradycyjne spoty, ale jednak reklamą. Problem w tym, że stacje muzyczne nie rezygnują ze struktury charakterystycznej dla innych telewizji komercyjnych: także tu elementy programu (w tym przypadku głównie teledyski) przedzielone są blokami reklamowymi, niejednokrotnie zresztą promującymi płyty wykonawców, których piosenki nadano ledwie kilka minut wcześniej. To dodatkowo pogłębia wrażenie, że teledysk jest formą "beźinteresowną". Czy więc klipy są perfidnie zamaskowaną kryptoreklamą? I tak, i nie. Tak - bo promują produkt, udając, że tego nie czynią. Nie - ponieważ korzyść, jaką dają odbiorcy, jest daleko większa niż ta, która płynie z klasycznej reklamy. Teledyski, niezależnie od swoich komercyjnych intencji, bawią i dostarczają rozrywki. Bywa zaś, że wkraczają na obszar prawdziwej sztuki.

Przemysł i awangarda

Formuła teledysku jest niezwykle pojemna. Zwykle jest to kilkuminutowy film ilustrowany muzyką, ale nawet czas trwania nie jest jego cechą definiującą; do dziś pamiętamy na przykład rozbudowany klip do piosenki "Thriller". Ograniczenia nie obowiązują także na innych obszarach: znane są przykłady teledysków koncertowych, w których oglądamy fragment występu wykonawcy; równie częste są jednak takie, w których wykonawca się nie pojawia. Teledyski mogą opowiadać skomplikowane historie, albo po prostu czarować obrazami bliskimi abstrakcji. Także rozwiązania warsztatowe są zróżnicowane - teledysk korzysta nawet z form eksperymentalnych.

Uwikłanie teledysku w rynek muzyczny paradoksalnie bowiem nie oznacza konieczności rezygnacji z tego, co oryginalne i niepowtarzalne. Popularne kino wytworzyło szereg estetycznych rozwiązań, które rzadko ulegają złamaniu. Teledysk natomiast wydaje się obszarem artystycznej wolności. Jego twórcy niekiedy czerpią garściami z tradycji awangardowego kina.

[...] *Teledysk jest więc z definicji formą pasożytniczą. Co więcej, strategię w nim stosowane pozwalają mówić o pasożytnictwie wielopoziomowym. Muzyczne klipy są nie tylko "adaptacjami" utworów muzycznych, często odnoszą się do innych inspiracji. Wspomniany "Thriller" Michaela Jacksona był próbą wykorzystania konwencji gatunkowej, są także teledyski odwołujące się do konkretnego filmu, najczęściej wtedy, gdy piosenka pochodzi z jego ścieżki dźwiękowej.[...]*