

SLEZSKÁ UNIVERZITA V OPAVĚ  
Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě

## **TEORETICKÁ DIPLOMOVÁ PRÁCE**

SITUACE POLSKÉ FOTOGRAFIE  
AKTUALIT PO ROCE 2005

Paweł Olejniczak  
Opava 2014

# **SITUACE POLSKÉ FOTOGRAFIE AKTUALIT PO ROCE 2005**

## **POLISH NEWS PHOTOGRAPHY AFTER 2005**

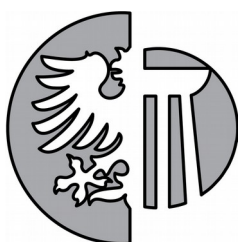
Paweł Olejniczak

### **TEORETICKÁ DIPLOMOVÁ PRÁCE**

Obor: Tvůrčí fotografie

Vedoucí práce: prof. PhDr. Vladimír Birgus

Oponent: doc. Mgr. Václav Podestát



Slezská univerzita v Opavě

Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě

Institut tvůrčí fotografie

Opava 2014

**Abstrakt:**

Ve své práci jsem se snažil přiblížit situaci v polské fotografii aktuálních událostí. Jaký vliv na ilustraci deníků a týdeníků má současný stav na trhu s tiskovinami. Tuto analýzu jsem srovnal s celkovým rozvojem médií. Chtěl jsem se rovněž pozastavit nad budoucností fotografií zachycujících aktuální události, tak zvané news.

**Klíčová slova:**

novinářská fotografie, stav médií, noviny, deník, týdeník, fotoreportáž, aktualita, fotoeditor, reportér, redakce

**Abstract:**

In my work I had the intention to bring on situations in Polish news photography. What kind of impact has the condition of Polish press market on the daily and weekly newspapers. Conclusions have combined with the development of media in general. I wanted to also consider the future of photographs depicting current events, so-called news.

**Key words:**

Press photography, condition of media, newspaper, newspapers, magazines, photo reportage, news, photo editor, reporter, editorial

## **ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Paweł OLEJNICZAK**  
Osobní číslo: **F101143**  
Studijní program: **N8204 Filmové, televizní a fotografické umění a nová média**  
Studijní obory: **Tvůrčí fotografie**  
**Tvůrčí fotografie**  
Název tématu: **T: Situace polské fotografie aktualit po roce 2005**  
Téma anglicky: **T: Polish news photography after 2005**  
Zadávací ústav: **Institut tvůrčí fotografie**

### **Z á s a d y   p r o   v y p r a c o v á n í :**

Popis roli jakou hraje fotografie ve sdělovacích prostředcích v Polsku po roce 2005.

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

**Poulet, Bernard. Śmierć gazet i przyszzość informacji.**

**Morris, John. Zdobyć zdjęcie. Moja historia fotografii prasowej.**

Vedoucí diplomové práce:

**Prof. PhDr. Vladimír BIRGUS**

Institut tvůrčí fotografie

Datum zadání diplomové práce: **4. ledna 2013**

Termín odevzdání diplomové práce: **27. června 2014**

Prof. PhDr. Vladimír BIRGUS  
vedoucí ústavu

V Opavě 8. prosince 2013

## **PROHLÁŠENÍ**

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracoval samostatně a uvedl v ní veškerou literaturu a zdroje, které jsem použil.

Souhlasím se zveřejněním v Univerzitní knihovně Slezské university v Opavě, v knihovně Uměleckoprůmyslového muzea v Praze a na webových stránkách Institutu tvůrčí fotografie FPF SU v Opavě.

Podpis:

## **PODĚKOVÁNÍ**

Chtěl bych poděkovat vedoucímu moji diplomové práce prof. PhDr. Vladimíru Birgusovi a oponentovi doc. Mgr. Václavu Podestátovi za pomoc a trpělivost během jejího vzniku. Jsem také velmi vděčný celému pedagogickému sboru i všem ostatním pracovníkům ITF za pomoc při získávání vědomostí během celého průběhu vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě. Dále chci poděkovat všem kamarádům a známým, kteří ovlivnili nejen můj pohled představený v této práci, ale i mě jako fotografa.

## **OBSAH:**

|                                                                                |           |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. ÚVOD.....</b>                                                            | <b>11</b> |
| <b>2. NASTÍNĚNÍ HISTORICKÉHO VÝVOJE.....</b>                                   | <b>18</b> |
| <b>2.1. TECHNOLOGIE FOTOGRAFIE.....</b>                                        | <b>18</b> |
| <b>2.2. KONDICE TISKU – NEJVĚTŠÍHO ODBĚRATELE FOTOGRAFIÍ<br/>AKTUALIT.....</b> | <b>25</b> |
| <b>3. AKTUÁLNÍ SITUACE POLSKÉHO DENNÍHO TISKU.....</b>                         | <b>28</b> |
| <b>4. CHARAKTERISTICKÉ JEVY.....</b>                                           | <b>33</b> |
| <b>4.1. AGENTURY GAZETA A FOTORZEPA.....</b>                                   | <b>33</b> |
| <b>4.2. MANIPULACE. ČERNOBÍLÁ OBŽALOBA.....</b>                                | <b>39</b> |
| <b>4.3. KONTEXT SNÍMKU A LAYOUTU.....</b>                                      | <b>42</b> |
| <b>4.4. NOVÍ FOTOGRAFOVÉ NOVINEK – STĚNA A ŘÍZEK.....</b>                      | <b>54</b> |
| <b>4.5. VNÍMÁNÍ A POCHOPENÍ FOTOGRAFIE.....</b>                                | <b>58</b> |
| <b>5. CO SI MYSLÍ PROFESIONÁLOVÉ.....</b>                                      | <b>61</b> |
| <b>5.1. ANDRZEJ ZYGMUNTOWICZ.....</b>                                          | <b>61</b> |
| <b>5.2. ROZHOVOR S PAWŁEM SUPERNAKEM.....</b>                                  | <b>67</b> |
| <b>5.3. WOJCIECH GRZĘDZIŃSKI.....</b>                                          | <b>71</b> |
| <b>6. SHRNUÍ, ZÁVĚRY, SOUČASNOST A BUDOUCNOST.....</b>                         | <b>76</b> |
| <b>POUŽITÁ LITERATURA.....</b>                                                 | <b>86</b> |
| <b>INTERNETOVÉ STRÁNKY.....</b>                                                | <b>87</b> |
| <b>JMENNÝ SEZNAM.....</b>                                                      | <b>89</b> |



## PŘEDMLUVA

V úvodu této práce bych chtěl čtenáři nabídnout několik informací, které pomohou moji práci využít tak, aby z ní měl co možná nejvíc. Budu se věnovat konkrétnímu tématu a mnoho závěrů, k nimž jsem dospěl, může vyznít dogmatically. Nechtěl bych, aby se práce stala nudnou analýzou statistických údajů a faktů, které si každý z nás, pokud má trochu času, může najít v knihovně nebo v nekonečné studnici dat – na internetu. Mým cílem je vzbudit zájem a vyvolat zamyšlení nad jevem, který se budu snažit přiblížit. Některá fakta mají charakter zjevných skutečností a některá jsou čistě matematickou interpretací skutečnosti. Jako autorovi práce mi nejvíce záleží na tom, aby to, co v dalších kapitolách popíšu, pobídlo čtenáře k vlastním úvahám. Chtěl bych, aby si čtenář uvědomil, že se v jistém smyslu jedná o rozhovor s mým vlastním já. Nemám zájem nikoho nudit suchými fakty, tuto práci by bylo možné pojmout dvěma větami: Jak se daří fotografii aktualit v Polsku? Odpověď: Z pohledu klasické novinářské fotografie se jí vede stále hůř. Cíl analýzy se opírá o předpoklad, že fotografie novinek je poddruhem novinářské fotografie, fungujícím jako popis událostí odehrávajících se ze dne na den. Podstatným se stává finanční faktor a rentabilita pozice fotografa, schopného dodávat obrazový materiál z probíhajících událostí pro ilustraci aktuálních témat. Chtěl bych čtenářovu pozornost soustředit na neoddělitelný vztah mezi penězi a možností někoho zaměstnat. V této práci půjde o analýzu v několika rovinách: ekonomické, tržní, společenské a sociologické. Žijeme v době, která je charakteristická snadno dostupnými znalostmi, stále levnějšími fotoaparáty, nejrůznějšími programy a internetovými stránkami, umožňujícími každému fotografii jak vytvářet, tak je i upravovat, nabízet a sdílet. V době, kdy specialisté musí spektrum svého působení neustále rozšiřovat. Proto tento text nebude pouze analýzou kvality obrazu dodávaného fotografy. Bude to reflexe a

seznámení s mechanismy, které přinášejí požadovanou kvalitu snímků. Přeji příjemný zážitek.

## 1. ÚVOD

Kde se vůbec vzala myšlenka psát o fotografii aktualit dokumentující probíhající události? Sám jsem se osobně nikdy vědomě ani komerčně o tento typ fotografie nezajímal. Jako fotograf jsem se v podstatě od počátku svého dospělého života pohyboval mezi lidmi, pro které byl tento druh fotografie jejich povoláním, a někdy dokonce i jejich životním stylem. Sám však raději preferuji jasně oddělit vydělávání od pocitu poslání při snaze poukazovat na určité problémy. Vyplývá to z mnou vyzorovaného narůstání povrchnosti ve významové vrstvě fotografií ilustrujících každodenní tisk. A přesně o tom bude moje práce. No, ale po pořádku. Zajímám se o probíhající události a současné problémy. Nezáleží na tom, jestli jde o fotografii, technologii zpracování dřeva nebo gurmánské drůbeží výrobky. Zajímá mě všechno, co se děje tady a teď. Z tohoto důvodu mě napadlo věnovat se tématu, který jsem od začátku mohl vědomě pozorovat. Velká část mých známých, kolegů, blízkých i vzdálených přátel pracují jako fotografové deníku. Mohl jsem díky tomu využít i mnoho rozhovorů a diskusí, kterých jsem se zúčastnil. Proč nevyužít informace, které ke mně průběžně přicházejí a zároveň popisují současnost a změny, k nimž při využívání fotografie dochází?

Podobně jako v mé bakalářské práci „Proč nový polský dokument“ z roku 2010 půjde o sbírku mých reflexí a úvah, někdy o otázky bez odpovědi, odpovědi bez otázek, samotný myšlenkový proces nebo okamžik pozastavení se nad tématem.

Jak vypadá zpracování informací v každodenním tisku? Kdysi šlo o klasickou cestou tištěné papírové noviny. Sám jsem na začátku svých varšavských studií v roce 2001 začínal den návštěvou pekárny a cestou jsem si kupoval noviny. Někdy šlo o deník Gazeta Wyborcza, jindy Rzeczpospolita nebo Życie Warszawy, podle toho, o který den v týdnu šlo a jaké zrovna obsahovaly tematické přílohy. Přípravoval

jsem si snídani, prohlížel tu hromadu papírů, četl o tom, co se minulý den ve světě i doma stalo. Sledoval jsem politiku, novinky z regionu, sportovní výsledky. Později jsem si noviny sbalil do tašky nebo batohu a jel do školy v centru města. Mezitím jsem si dočítal noviny. Nejraději jednoduché a krátké informace, aby mě příliš nerozptyloval dav lidí snažících se mě v dopravních prostředcích rozdrtit. Ve čtení jsem pak pokračoval během přestávek ve výuce nebo na přednáškách. Fejetony a delší formy reportáže jsem si nechával na večerní polehávání ve vaně. Tyto informace z předchozího dne nebo týdne představovaly výplň mého volného času. V dnešní době jsou informace dostupné on-line. Většina z nás používá mobilní telefon s velmi levným nebo bezplatným internetem a kdykoli tak může mít přístup k tomu, co se ve světě, doma, v našem městě nebo na našem sídlišti děje. Starají se o to stále rozvinutější informační portály, které jsou častokrát součástí, rozvinutím nebo zvláštním druhem reinkarnace známých deníků. Informace tak k nám pronikají o dost rychleji. Kdysi jsem si koupil papírové noviny a přečetl si o něčem, co se událo předchozího dne. Bylo to tak nastavené technologickým procesem. K události došlo v úterý, někdo o tom napsal článek, někdo jiný vybral snímek a další osoba zalomila stránky deníku. Pak přišel na řadu tisk, distribuce a už ve středu ráno jsem si o tom mohl v novinách přečíst, často i s promyšleným komentářem redaktora. Ta událost byla novinkou celý den. V dnešní době je zpráva horkou novinkou značně kratší dobu, protože velmi brzy přechází do archivu. To, co se netýká samotné události, je nutné nějakým způsobem ilustrovat, např. pomocí obrázků. Žijeme ve společnosti přesycené obrazem. Taková je současná doba. Pokud se čas, po který je zpráva čerstvá, zkracuje, je kratší i čas na její kvalitní zpracování. Vyhlazení textu, ověření konkrétních encyklopedických informací nebo doplnění vhodnou grafickou ilustrací, ať už se jedná o informativní grafiku, fotografii nebo videosnímek. Během posledních let se kultura osvojování informací velmi proměnila. Současná generace náctiletých a jen o málo starších vyrůstala při pozorování stále rychleji se měnících obrazů. Nejsou zvyklí vnímat hlubší analýzy nebo čekat na časově náročnou dostupnost doplňujících informací. Pokud něco chci zjistit, zmáčknu tlačítko na telefonu nebo ovladači televize a najdu to. Informace jsou vždy a všude. Tady vyvstává velmi důležitý problém objevující se neustále i v dějinách médií. Rostoucí tempo dodávání informací. Kdysi existovaly jen noviny, později se objevilo rádio. Po určité době se začala rozšiřovat televize. Každé nové médium okrádalo ta starší, pouze někdy je jen doplňovalo. Jedno je jisté, způsobovalo urychlování informačního toku. Již několik desítek let máme co do činění s novými médii šířenými prostřednictvím globální sítě. Jde o koláž všech známých forem šíření informací využívající tento nový nosič.

Infrastruktura a zařízení umožňující přístup k internetu již nejsou ničím výjimečným, prestižním nebo módním. Skoro každý z nás má telefon, televizi, nebo dokonce mikrovlnku s přístupem k informačním zdrojům na síti. Vydavatelům to umožňuje omezení nákladů souvisejících s přípravou, produkcí a distribucí tisku. Vraťme se však k tématu ilustrace. Kdysi musel fotograf disponovat znalostmi technologií a přidanou hodnotou jeho díla pak byla schopnost poradit si se zpracovávaným tématem esteticky. Většina dnes používaných mobilních telefonů umožňuje vytvoření snímku v přijatelné kvalitě, která je vhodná k publikaci v denících, nevyžadujících velké polygrafické nároky. Je však velmi důležité, že v rámci našeho předplaceného internetu můžeme do světa během několika vteřin odeslat snímek přímo telefonem, kterým jsme jej vytvořili. Nemusíme se obtěžovat s přenášením souborů z jednoho zařízení na druhé, odesíláním na FTP server nebo e-mail. Vhodné aplikace to udělají za nás a samotný malý předmět schovaný v kapse pro nás představuje spojení telefonu, fotoaparátu, rádia, kamery, internetového modemu a mnoha dalších. Proč by měla redakce deníku zaměstnávat fotografy nebo terénní spolupracovníky, když někdo, kdo je náhodou na místě události, může snímek dodat ihned a zdarma? Jako odměna mu postačí satisfakce, že právě fotografie podepsaná jeho jménem nebo pseudonymem ilustruje na síti zprávu na dané téma. Snímek může bezprostředně poslat na jednu ze služeb sociální sítě, např. Twitter, který se v současné době při komunikaci s odběrateli stává rovnocenným prostředkem. Nejde již o doménu vyhrazenou výlučně jen mládeži nebo internetovým nadšencům. Je využívána seriózními firmami, sportovními kluby, politiky apod. Průběžně ji začali využívat i novináři. Dobrým příkladem vystihujícím tuto situaci je současná krize na Ukrajině. Většina významnějších informačních portálů nabízí z těchto událostí živé přenosy. Vypadá to tak, že osoba pracující stacionárně v domácí redakci připojuje odkazy nebo spojuje fragmenty z jiných materiálů. Částí obsahu jsou zdroje již existující jako samostatné novinky, velkou část z nich však představují krátké poznámky ke snímkům zasílaným novináři na Twitter. Druhou skupinu představují informace z televize, snímky ze živých přenosů a stručná shrnutí celých událostí v několika větách. První i druhá forma získávání materiálů je velmi jednoduchá, protože stačí zkopírovat již dodaný obsah, často bezplatně, protože autor originálu souhlasil s jeho zveřejněním podle pravidel služby. Jednotlivé snímky z mezinárodních fotografických agentur se objevují už jen zřídka.

Takové zpravodajství se odehrává živě, aktualizováno je velmi rychle a nemá příliš velké zpoždění. Odběrateli se dostává část psaná, fotografická, filmová i

zvuková. V čem je tedy problém? V kvalitě. Ve stejném okamžiku, kdy vzniká tato práce, napsal internetový deník „Deníky internautů<sup>1</sup> – technologie“, že automatické generování zpráv přešlo do nové fáze. Dne 1. července 2014 informovala agentura Associated Press, že většinu zpráv na téma finančních výsledků podniků budou generovat robotické programy opírající se o speciální algoritmy. Agentura AP až doposud v každém kvartále publikovala okolo tří set sdělení obsahujících finanční výsledky. Díky automatizaci bude možné takových zpráv dodat více než čtyři tisíce. Zajistí to technologie firmy Automated Insights, která je napojena na data společnosti Zacks Investment Research. Je zřejmé, že tento typ matematických zpráv lze generovat automaticky. Na konci roku 2013 vygeneroval automat pro deník Los Angeles Times první plně automatickou zprávu o zemětřesení. Byla to krátká zpráva, ale něčím je třeba začít. Její obsah zněl takto:

„A shallow magnitude 4.7 earthquake was reported Monday morning five miles from Westwood, California, according to the U.S. Geological Survey. The temblor occurred at 6:25 a.m. Pacific time at a depth of 5.0 miles.

According to the USGS, the epicenter was six miles from Beverly Hills, California, seven miles from Universal City, California, seven miles from Santa Monica, California and 348 miles from Sacramento, California. In the past ten days, there have been no earthquakes magnitude 3.0 and greater centered nearby.

This information comes from the USGS Earthquake Notification Service and this post was created by an algorithm written by the author.

Read more about Southern California earthquakes.“<sup>2</sup>

Co z toho vyplývá? Pokud mohou být jednoduché texty generovány počítačem, pak významově jednoduché snímky může také vybírat počítač. Možná zanedlouho budou takové suché, emocí zbavené informace generovány a ilustrovány automaticky. Když k tomu přidáme ještě senzacechtivé drby ilustrované snímky zaslané internauty a sportovní výsledky, máme hotový deník budoucnosti.

S fotograficky zajímavou, ale zároveň i zářející situací jsme se v Polsku setkali na začátku července roku 2014. Bulvární deník Fakt zastoupil fotografa

---

<sup>1</sup> Internaut – člověk pracující s internetem.

<sup>2</sup> <http://articles.latimes.com/2013/dec/23/news/earthquake-47-quake-strikes-near-lone-pine-california-s6emrv>

paparazzi dronem (dálkově řízený létající objekt), který fotografoval okolí domu polského ministra zahraničních věcí Radka Sikorského (který je zároveň držitelem ceny World Press Photo – WPP z roku 1987). Drony nejsou vynálezem nijak novým, ale díky rychlému rozvoji technologií jsou právě nyní se stále větší oblibou používány. Ze začátku se v souvislosti s těmito objekty uvažovalo o spíše vojenském využití a jejich smrtelné funkci, kdy s jejich pomocí může operátor z úkrytu v bezpečné vzdálenosti shazovat bomby na nepřitele. Jak to však běžně s technologiemi vyvíjenými pro armádu stává, tak stejně jako v případě navigace GPS, míří i bezpilotní létající objekty (Unmanned Aerial Vehicle – UAV) do rukou běžného uživatele. Podobné snímky mohly být dříve vytvořeny pouze z paluby vrtulníku. Velký a hlučný stroj by jistě upoutal pozornost fotografované nebo v podstatě spíše sledované osoby. Dnes je možné takové snímky získat bezhlučně, nepozorovaně a především bez přítomnosti lidského faktoru na místě.

## Zobacz majątek Sikorskiego! FILM

[Lubię to!](#) 56
 [G+](#) 9

06.07.2014 11:59  
aktualizacja: 07.07.2014 07:06

**Słowa kluczowe:** Chobielin, Minister Radosław Sikorski, Radosław Sikorski, Radosław Sikorski jest sknerą, dom Sikorskiego, dwór Sikorskiego, dwór w Chobielinio, jaki majątek ma Sikorski, majątek Sikorskiego, organy Sikorskiego, pieniądze Sikorskiego, posiadłość Radosława Sikorskiego

**ZOBACZ ZDJĘCIA**



**Fakt.pl**

Tylko w Faktce zobaczycie posiadłość Ministra Radosława Sikorskiego w pełnej krasie. Zobaczcie jak urządziła się największa sknera z rządu Donalda Tuska. Posiadłość Sikorskiego w Chobielinie robi wrażenie!

[Przeczytaj w Onecie](#)

**Dziewczyny "Playboya" w bikini - widoki są oszałamiające**  
 facet.onet.pl  
 Onet Link

**GWIAZDY - NAJCZĘŚCIEJ CZYTANE**  
**RANKING METAMORFOR**

**FILM Z NALOTU NA ...**  
Tak mieszka król węgla od afery taśmowej

**ZOBACZ, W CO SIĘ ...**  
Wylaszczony Nowak na lotnisku

**POGAŁAŁ Z KELNEREM ...**  
Milioner od taśm znów był w restauracji ...

**AFERA TAŚMOWA**  
Oto gang kelnerów. To oni nagrywali bluzgi ...

**KIM JEST JANINA ...**  
To od niej Kaczyński pożyczał pieniądze na ...

Fot.1, screenshot, www.fakt.pl

Vedoucí redakčního oddělení deníku Fakt Robert Feluś informoval Polskou tiskovou agenturu, že deník chtěl tímto způsobem Sikorského přimět, aby zaplatil

vlastními prostředky za večeri, při níž byl obsah rozhovoru čistě soukromý a jež se stal součástí „aféry s odposlechy“.

„Jako důkaz toho, že si může tento výdaj dovolit, jsme se rozhodli naším čtenářům ukázat jeho honosné sídlo. Protože čtrnáct hektarů parku není možné fotograficky ze země zachytit, vybrali jsme si jinou metodu, která je vzhledem k rozsáhlosti území mnohem vhodnější, a umožnila ministrův pozemek ukázat v celé jeho okázalosti.“<sup>3</sup> Napsal Robert Feluś v komentáři k obvinění. Žádným způsobem jsme nenarušili ministrovo soukromí, jelikož jsme na záběrech z velké výšky ukázali pouze budovy a park – zdůraznil vedoucí redakce. Poznamenal ještě, že ze vzduchu vytvořené snímky zahrady a okolního terénu je možné najít na internetu.



Fot.2, screenshot, [www.fakt.pl](http://www.fakt.pl)

„Jde o zajímavou právní otázku, jestli například vloupání musí dojít osobně, nebo k němu může dojít pomocí technických prostředků. Kde leží hranice soukromí, jak blízko k něčí koupelně můžeme přiletět s kamerami? – ptal se Sikorski a zároveň dodal – „Doufám, že si polská spravedlnost s úkolem vyznačení těchto hranic poradí.“<sup>4</sup>

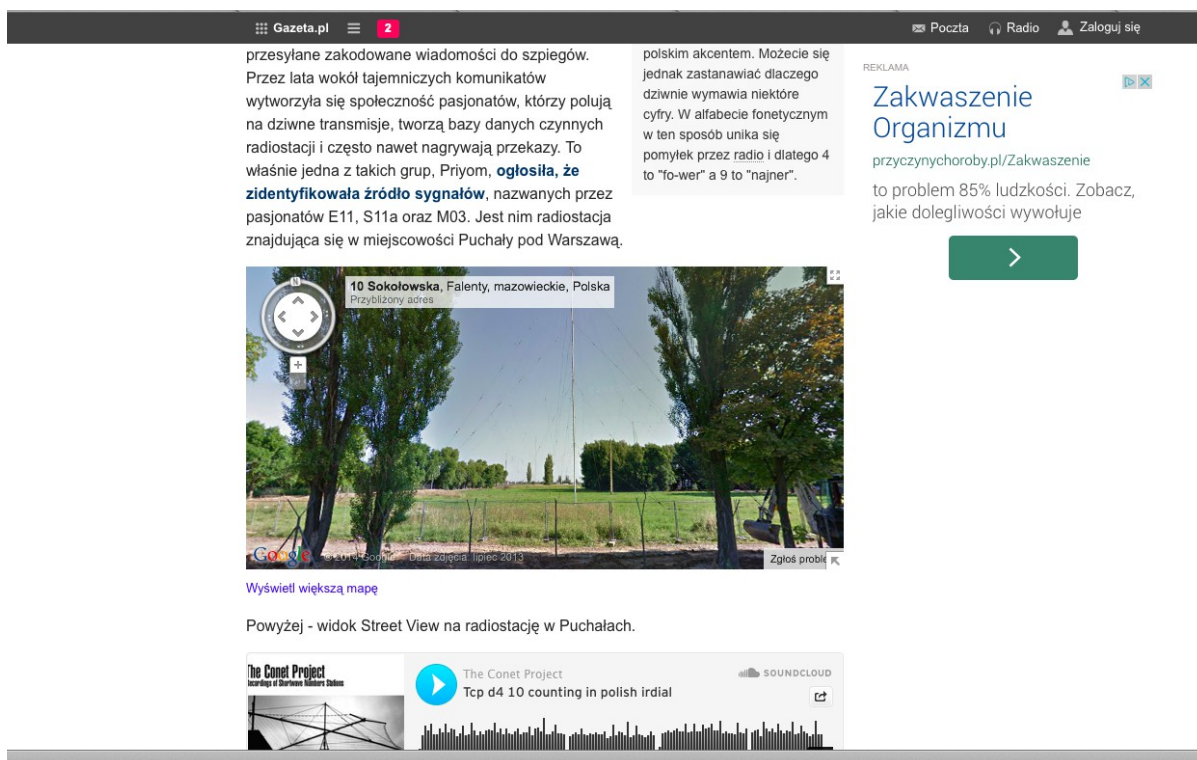
<sup>3</sup> Robert Feluś

<sup>4</sup> „Radosław Sikorski podał trestni oznámení na deník „Fakt“, článek v deníku Wirtualna Polska, 15. 7. 2014, <http://wiadomosci.wp.pl/kat,1348,title,Radoslaw-Sikorski-zlozyl-doniesienie-na->



V případě snímků sídla ministra Sikorského je kromě využití bezpilotního létajícího zařízení zajímavý také názor vedoucího redakce deníku Fakt, který tvrdí, že žádný problém přece neexistuje, protože snímky těchto objektů se již na internetu nacházejí na satelitních mapách. Toto zjištění je klíčové. V dnešní době existuje ve veřejném prostoru mnoho zařízení, která automaticky a bez lidského faktoru své okolí zaznamenávají. Co brání tomu, aby bylo například propojeno zařízení na dálkové zjišťování autonehod nahrávané městským monitoringem s informačními zprávami, jako v případě článku o zemětřesení. Pro praktický příklad nemusíme tolik čekat na budoucnost, můžeme zmínit příklad využití Google Street View, čili doplněk

aplikace světových map firmy Google, který umožňuje panoramaticky si prohlížet ulice velké části světa. Jelikož je tedy statický objekt vyfotografován, je známa jeho poloha a geografické souřadnice, nic nebrání tomu, abychom takovýto snímek využili pro ilustraci. Nejde o striktně fotografii aktualit. Jde o obraz získaný z určité databáze, který je však použit k ilustrování aktuální události. Proces zapadá do mechanismu současného ilustrování zpráv – je rychlý, levný a dostupný. Z pohledu čisté fotografie aktualit, je tento způsob ilustrace velmi zásadní, protože vytlačuje současnou „čistou“ fotografii.



Fot.3, screenshot, www.gazeta.pl

Jako příklad můžeme uvést ilustraci článku s titulem „Jedna z tajemných radiostanic, vysílající již několik let pouze řadu jedniček a nul, byla objevena...v Polsku. Pravděpodobně vysílá instrukce pro naše špióny v zahraničí“<sup>5</sup>, který se objevil v červenci roku 2014 na portálu Technologie.Gazeta.pl (doplněk internetového vydání deníku Gazeta Wyborcza). Proč by kvůli získání záběru rádiové antény měl být vyslán fotograf, když se tento objekt nachází v databázích veřejně dostupných služeb? Po dvou dnech byl ilustrační snímek ze stránek stažen, pravděpodobně z důvodu narušení autorských práv nebo licencí.

Zdá se být jen otázkou času, kdy dojde ke spojení zařízení průmyslově zaznamenávajících okolní obraz, uchovávaný v korporátních globálních databázích a různých algoritmů generujících doprovodné texty. Snahou bude díky stále se zvyšující úrovni automatizace vytlačit ze zpravodajství lidský faktor. Může také dojít k tomu, že zprávy s hlubším významem, které vyžadují zamyšlení, se stanou doménou pouze nadšenců, fanoušků nebo úzké specializované zájmové skupiny. Možným důsledkům tohoto směřování bude věnována další část této práce.

---

<sup>5</sup> „Jedna z tajemných radiostanic, vysílající již několik let pouze řadu jedniček a nul, byla objevena...v Polsku. Pravděpodobně vysílá instrukce pro naše špióny v zahraničí“, červenec roku 2014, portál Technologie.Gazeta.pl.

## **2. NASTÍNĚNÍ HISTORICKÉHO VÝVOJE**

### **2.1. TECHNOLOGIE FOTOGRAFIE**

Fotografie aktualit je druhem novinářské fotografie, který je přibližně stejně starý jako sám vynález fotografie. Již ve 40. letech 19. století začala fotografie nahrazovat grafické ilustrace v denících jako Illustrated London News, Illustrierte z Lipska nebo pařížský L'Illustration. Na začátku sloužil fotografický obraz pouze jako skica k dřevorytu. Od roku 1857 se proces zjednodušil, protože George Barnard vynalezl metodu přenosu mokrého kolodia přímo na dřevěnou desku. Další zásadní technologické změny přinesl až konec 19. století. Ve stejné době se vyvíjela i technologie samotné fotografie. Spolu s rostoucí citlivostí fotografických materiálů se zkracoval i čas expozice. Zpracování samotného fotografického materiálu se také sjednocovalo a bylo i méně časově náročné. Musíme si uvědomit, že první novinářské fotografie byly statické, inscenované a nezachycovaly pohyb právě z důvodu příliš dlouhé expoziční doby. V roce 1853 vytvořil George Barnard daguerrotypy dokumentující požár Ames Mills v Oswegu. Tyto snímky jsou považovány za první reportážní fotografie.



Fot. 4, George Barnard, Požár Amesova mlýna v Oswego, 1851

Krymská válka v letech 1853–1856 byla první válkou zachycenou na fotografiích, které vznikly na oficiální objednávku za účelem jejich otištění v novinách. Nesmíme však zapomenout, že prvními snímky z války jsou daguerrotypy vytvořené neznámým autorem během mexicko-americké války v roce 1847. Roger Fenton v roce 1855 celé čtyři měsíce dokumentoval prostřednictvím oficiálních portrétů a skupinových snímků každodenní činnost armády. Prvnímu válečnému fotoreportérovi však technika neumožňovala zachycení akce, přítomnost na bitevním poli. Čas osvitů jednoho snímku trval třicet vteřin. Desky negativu pokrývala tekutina – roztok kolodiové bavlny, jodidu stříbrného, alkoholu a éteru. Celý snímek bylo nutné vyvolat ještě před zaschnutím všech složek. Z tohoto důvodu se fotograf spolu s asistentem pohybovali ve voze taženém koňmi, ve kterém se nacházela laboratoř i temná komora. Statické snímky, které tento fotograf dodával, zvláště záběry opuštěných bitevních polí, jako slavný snímek Údolí stínů smrti, vyvolaly u diváků vášnivé emoce. Již v tehdejší době se objevovaly první morální pochybnosti týkající se zachycení války a otázky, zda takové snímky mohou vůbec být publikovány a ukazovány čtenářům.



Fot. 5, Roger Fenton, Údolí stínů smrti, 1855

Krátce před vypuknutím 2. světové války se již válečná fotoreportáž stala základním prvkem zpravodajství. Pokud jde o techniku, přelomovým se stal rok 1925, kdy se začala vyrábět první Leica, fotoaparát na 35 mm široký kinofilm (Oscar Barnack začal pracovat na prototypu tohoto fotoaparátu již v roce 1913). Fotoreportér se stal výrazně mobilnější, mohl se událostí účastnit zblízka. Na snímcích se tak široká veřejnost mohla přesvědčit, jak válečné aktivity vypadají doopravdy. Robert Capa, jeden z nejslavnějších válečných fotografů, zachytil jako přímo jeden z účastníků vylodění spojenců v Normandii.

„D-Day, úterý, byl pro Life dobrým dnem“ – napsal John Morris v knize „Získat snímek. Moje historie novinářské fotografie“<sup>6</sup>, který byl zodpovědný za spolupráci s Capou a dodávky jeho obrazového materiálu. V tehdejší době trval celý proces od vytvoření snímku přes odeslání z první frontové linie až k publikaci v tisku 13 dní.

---

<sup>6</sup> John Morris.



Fot. 6, Robert Capa, Vylodění v Normandii, 1944

Největší popularitu si fotoreportáž získala v 50. letech 20. století. V Evropě i Americe vznikaly ilustrované magazíny nabízející pohled do různých částí světa. Podobné magazíny sice již vycházely dříve a velká část jejich obsahu se opírala o fotografie aktuálních událostí ve 20. a 30. letech 20. století, například časopisy Life, Look, Picture Post, Berliner Illustrierte Zeitung. Uvolnění napětí po druhé světové válce však způsobilo, že si čtenáři začali více všímat i obyčejných příběhů z jejich okolí. Povolání fotoreportéra se dočkalo svého uznání, dokonce se svým způsobem stalo mýtem. Nemalé zásluhy na tom má i film „Zvětšenina“<sup>7</sup> Michelangela Antonioniho z roku 1966. Poptávku po fotografiích pro tisk podporovaly i sféry svázané s politikou. Vládnoucí osobnosti chtěly mít své fotografy, kteří budou dodávat tisku vhodné snímky. Nešlo přitom jen o zachycování spektakulárních úspěchů, ale také „obyčejného“ života. Tyto snímky pak byly velmi žádaným zbožím, o které měli čtenáři zájem. Jedním z významnějších obrazových materiálů zachycujících změnu preferencí médií se stala práce Cornella Capy zachycující prezidentskou kampaň a sto prvních dní Johna F. Kennedyho v úřadě prezidenta, kterou v roce 1961 vydal ve formě knihy „JFK prezidentem“<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> „Blow up“, Michelangelo Antonioni, 1966.

<sup>8</sup> „JFK for president“, Cornell Capa, 1960.



Ve stejné době byly v Polsku nejvýznamnějšími ilustrovanými časopisy Panorama, Świat, Stolica a Polska. Deník Życie Warszawy přidával jednou týdně barevnou přílohu s fotoreportážemi. Musíme si však uvědomit, že stejně jako ve většině socialistických zemí tak se i reportéři v Polsku potýkali na každém kroku s mnoha problémy, jako malou dostupností techniky, nedostatkem materiálu, nutností půjčování si vybavení apod.



Fot. 7, Princezna Diana a Dodi Al Fayed vycházející z hotelu Ritz v Paříži, průmyslová kamera, 1997

Z pohledu sdělování informací byla průlomová válka v Perském zálivu, kterou novináři mohli živě přenášet přímo z místa událostí. Zprávy z první linie fronty vysílala přímo televize. Další změny ve způsobu přenosu přinesl technologický rozvoj (od zmenšení veškerého nezbytného vybavení pro satelitní přenos až po zmenšení samotných kamer).

Pokud se vrátíme k tématu rozvoje technologií, dojdeme do bodu, kdy dokumentaci událostí poskytují neprofesionálové, nebo dokonce jen samotné zařízení pracující bez zásahu člověka. Stále častěji se v novinách objevují snímky, které vytvořili amatéři svými mobilními telefony, snímky z průmyslových nebo televizních kamer. Teroristé s batohy na londýnském nádraží před atentátem,

princezna Diana a Dodi Al-Fayed vycházející z hotelu Ritz jen několik minut před tragickou autonehodou zachycení bezpečnostní kamerou, mučení vězňů ve věznici Abu Ghraib, které si americký voják vyfotografoval „na památku“. To je jen jeden z mnoha reprezentativních příkladů dokonale známých záběrů fungujících v lidském povědomí, které vznikly nikoli díky profesionálnímu fotografovi, ale díky náhodě a technologii.

Nežřídka dojde k situacím, které i přes obrovské množství dokumentujících profesionálů nejsou fotograficky zachyceny. Například situace ve finále mistrovství světa ve fotbale v roce 2006, kdy Zinedine Zidane vyprovokován Marcem Materazzim jej udeří hlavou do hrudníku. Tento záběr známý z tisku, z internetu, z her nebo z kreslených vtipů je snímkem z přenosu televizní kamery. Souhrou náhod se všichni profesionálové nechali vývojem událostí na hřišti zaskočit a žádný z nich tento zlomek vteřiny fotograficky nezachytil.<sup>9</sup>

Snímky z kamer bývají technicky nedokonalé, ale jsou jedinou dokumentací popisující šokující okamžiky. Důležitější než ta obrazová je jejich informační vrstva. Podrobněji bude tato problematika rozebrána při pozastavení se nad tím, co je to aktualita.



Fot. 8, 9, Zinedine Zidane udeřil hlavou do hrudi Marc Materzziho během finále mistrovství světa ve fotbale, 2006

<sup>9</sup>Kinga Kenig, [www.wyborcza.pl](http://www.wyborcza.pl)



## 2.2. KONDICE TISKU – NEJVĚTŠÍHO ODBĚRATELE FOTOGRAFIÍ AKTUALIT

„Poskytovatelé reklamy tisk postupně a pomalu opouštějí. Všichni se obávají o další osud tradičních tištěných novin. To však není to nejhorší. Kromě krize tisku je otázkou i budoucnost informací. Vymizení novin by nebylo katastrofou, kdyby je mohly zastoupit jiné formy šíření informací, obzvláště internet. Dnešní situace však vypadá takto: vedle obrovského množství informací na internetových stránkách a všeobecného tlaku nejružnějších komentářů si nemůžeme nevšimnout, že se obsah zpráv stal neobvykle ubohý. Připomíná bludné kolo. Čím více se stává banální, tím méně čtenáře a obzvláště mladé zajímá, s čímž souvisí i slábnoucí zájem o reklamu.“<sup>10</sup>

Fotoreportérská činnost je součástí žurnalistiky. Velká část tištěných materiálů vznikala na základě úzké spolupráce píšícího novináře a fotografa. Protože v mých úvahách analyzujeme novinky, a nikoli dlouho zpracovávané materiály na speciální objednávku, budeme se věnovat popisu aktuálních, často „živě“ se odehrávajících událostí. Jisté obecné jevy týkající se médií budeme v této práci posuzovat podobně jako zpravodajství psané, protože do určitého historického okamžiku spolu úzce souvisely.

Vydavatelství je firma jako každá jiná. S tím souvisí i to, že z ekonomického hlediska je jejím hlavním úkolem vytváření zisku svému majiteli. Hlavním zdrojem příjmu tisku je reklama. Zisk z prodeje novin v tištěné podobě je často nevýznamný, nebo je dokonce ztrátový. Velkou část nákladů na sebe váže příprava tisku, samotný tisk, distribuce, logistika apod. Vydavatel tyto náklady musí nést, aby zajistil určité množství zaručených odběratelů reklamních materiálů. Čím více peněz se podaří

---

<sup>10</sup> Bernard Poulet, „Śmierć gazet i przyszłość informacji“, s. 77.

vydělat, tím více jich budeme moci vynaložit na produkci zpráv zajímavých svým obsahem i formou. Přímo úměrně s tím souvisí i zájem o vydávaný titul a nárůst počtu čtenářů, a tedy nákladu. Nakonec pak i poskytovatel reklamy bude ochoten zaplatit více za možnost přístupu k širšímu okruhu odběratelů. Tímto způsobem celá desetiletí fungoval tisk. Konkurencí pro něj byl rozhlas a televize. Každé médium však mělo svou určitou reklamní oblast působení a fungovalo v trochu odlišných podmínkách. Těžko budeme sledovat televizi při řízení auta, ale na cestách a v ranní zácpe se výborně poslouchá rádio. Rádio se nedá poslouchat při jízdě metrem, ale chybějící rádiové vlny nevadí při čtení novin apod. Proporce popularity těchto sdělovacích prostředků se časem měnily, zvyšoval se podíl a rozsah televize. Docházelo k tomu však víceméně plynulým a pozvolným způsobem. Až do příchodu digitální revoluce v 90. letech 20. století.

Z pohledu analyzovaných jevů patří mezi tři nejzajímavější všeobecný přístup k internetu, rozvoj mobilní telefonní sítě GSM a rozšíření digitálních fotoaparátů. Je přirozené, že než se tyto technologie staly populárními, byly svou cenou nepřístupné. Až později, spolu s rozvojem infrastruktury a nárůstem počtu uživatelů, se kterým souvisí i zvyšování produkce přístrojů a jejich prodej, se nákladnost přístupu k technologickým novinkám významně snížila. V současné době (duben 2014) stojí v Polsku přístup k neomezenému mobilnímu připojení s přenosem dat od 40 do 100 PLN měsíčně (8–22 €) v závislosti na doplňkových službách. Existují také služby bezplatného přístupu k mobilnímu internetu pro všechny, např. Aero2, které ve zkratce funguje tak, že firma, která vyhrála tendr na užívání určitého frekvenčního pásma GSM, musí za možnost vybudování vlastní infrastruktury na oplátku umožnit společný přístup k mobilnímu internetu, a to na období let 2009–2016.

Proč to zmiňuji? Z jednoduchého důvodu, všechno nasvědčuje tomu, že se mobilní internet stane nejdostupnějším nosičem informací. Jak již bylo dříve naznačeno, hlavním prostředkem přístupu (a také produkce) aktuálních informací budou tzv. mobilní zařízení, čili smartphony, tablety a podobně. Podle údajů hlavního telekomunikačního úřadu bylo v Polsku v dubnu roku 2014 aktivních 57 mil. SIM karet (tedy karet identifikujících zákazníky mobilních operátorů). Služba „Nauka w Polsce“ (Věda v Polsku) Polské tiskové agentury udává, že podle průzkumu se počet uživatelů mobilního internetu vyrovná uživatelům stacionárního připojení a dosáhne 1,6 mil. osob. V roce 2015 tato skupina dosáhne počtu 2 mil., přičemž počet uživatelů stacionárního internetu dosáhne 1,7 mil. Podle výsledků analýz, výzkumů i jednoduchých faktů můžeme předpokládat, že bude docházet k stále znatelnějšímu

odlivu potenciálních čtenářů tisku v papírové podobě směrem k médiím souvisejícím s internetem.

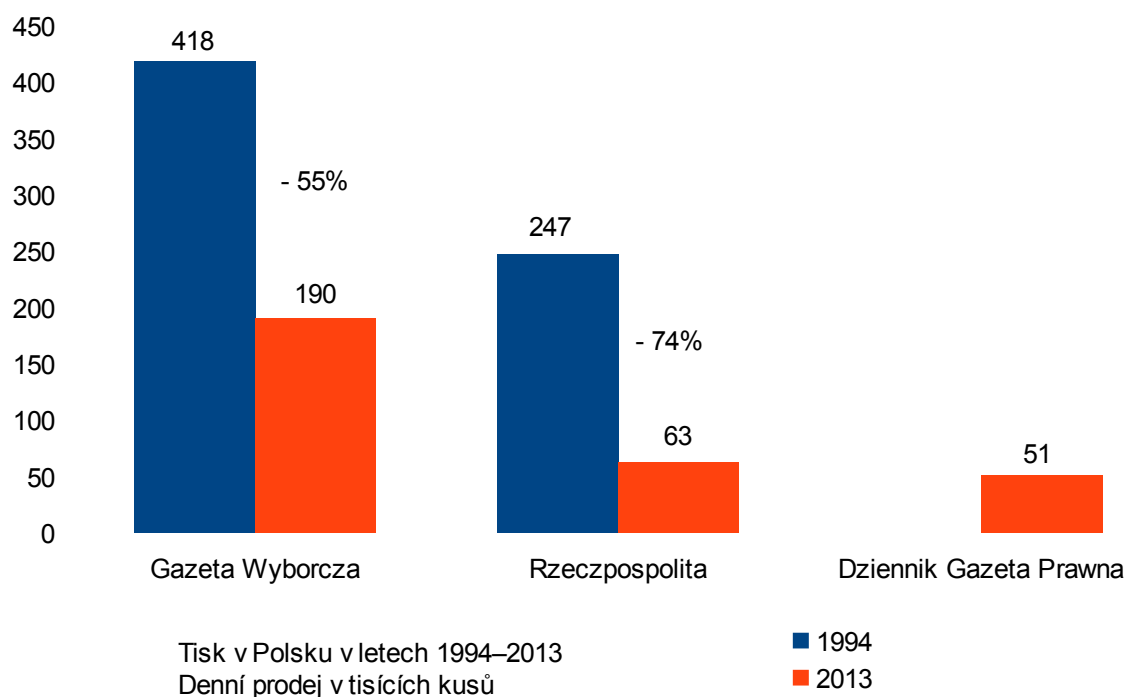
„V souvislosti s rozsáhlou digitalizací a zásadními změnami, které ji doprovázejí, můžeme nabýt dojmu, že mnoho vydavatelů novin a vedoucích tiskových společností propadlo panice. Nejdříve byli dezorientováni téměř celkovým vymizením zlaté žíly, kterou pro ně byla placená inzerce v tisku – od nabídek zaměstnání přes prodeje a nákupy vozidel až po nemovitosti. Ony typické inzeráty, které v polovině 90. let 20. století přinášely novinám 76 % příjmu z reklamy, se rozpustily jako sníh na slunci. Od roku 2004 se ve Francii schodek příjmů z reklamy pohybuje okolo 20 % ročně. Noviny již nikdo nekupuje pro to, aby našel práci, a ještě méně pro to, aby našel byt nebo koupil auto.“<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Bernard Poulet, „Smierć gazet i przyszłość informacji“, s. 71.

### 3. AKTUÁLNÍ SITUACE POLSKÉHO DENNÍHO TISKU

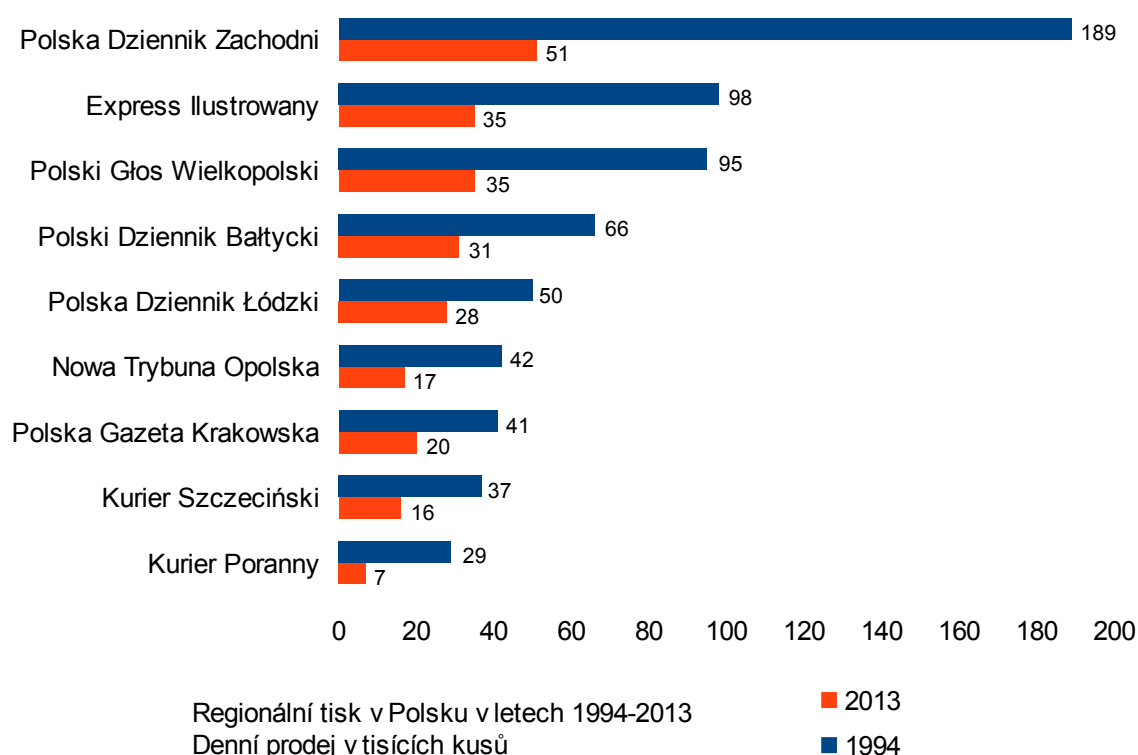
V předchozí kapitole, opírající se mimo jiné o knihu Bernarda Pouleta, jsme popsali souvislost příjmů denního tisku s kvalitou a prostředky určenými na získávání materiálů určených k publikaci. Srovnali jsme je v globálních podmínkách. Nadešel proto čas podívat se blíže na aktuální stav vydavatelství v Polsku. Předpoklady týkající se mechanismů a způsobů získávání odběratelů a s tím souvisejících finančních prostředků na kvalitní fotografie jsou stejné ve všech západních zemích. Přejdeme tedy k číslům, statistickým údajům, průzkumům a názorům.



Celkový náklad v Polsku (názor utvářející média) – změny v letech 1994–2013

Věnujme se nyní polskému celostátnímu dennímu tisku, který nejvíce ovlivňuje většinové mínění společnosti v období posledních dvaceti let, od vyslyšení volání po systémových změnách v Polsku v roce 1989. Data pro analýzu pocházejí ze Svazu kontroly a distribuce tisku. Situace nevypadá příliš optimisticky. Deník Gazeta Wyborcza, dlouholetý lídr na trhu, ztratila za toto období 55 % svých čtenářů a v případě deníku Rzeczpospolita je situace ještě horší. Ze čtvrt milionu čtenářů zůstalo jen 63 tisíc. Schodek činí 74 %.

Pokud se podíváme na regionální tisk, je situace ještě horší. Některé noviny, jako např. Dziennik Zachodni, si udržely jen každého čtvrtého odběratele. Při hlubší analýze jsou výsledky ještě smutnější. V roce 1994 vycházely ve Vratislavi tři tituly: Gazeta Wyborcza (bez údajů), Słowo Polskie (48 tisíc, činnost ukončena roku 2004) a večerník Wieczór Wrocławia (46 tisíc, činnost ukončena roku 2004). Nyní vychází jen jeden deník – Gazeta Wroclawska (dříve pod názvem Robotnicza) – 20 tisíc. Část regionálního tisku byla pohlcena většími tituly a vychází již jen jako regionální přílohy např. deníku Gazeta Wyborcza.



#### Celkový náklad v Polsku (Regionální tisk) – změny v letech 1994–2013

V dřívějších úvahách jsme se věnovali kvalitě aktuálních reportáží. Tedy tomu, že se lidé stále zajímají o to, co se děje v jejich okolí. Témata těchto novinek se však

mění. Stále méně podstatné je to, co se děje v politice, kultuře nebo široce vnímané situaci ve světě. Zájem zůstává pouze o informace povrchního významu. Pro odběratele se stává zásadní to, jak strávil prázdniny nějaký herec nebo jakým autem dnes jezdí nějaká celebrita. Odráží se to v nákladech deníků přinášejících jiný druh zpráv – drby, s čímž souvisí i nutná „rekvalifikace“ fotografů. Na trhu fungují klasičtí paparazzi, vyhledávající za každou cenu senzace. Vedle nich existují fotografové a agentury pohybující se svým zaměřením někde mezi senzacemi a klasickými reportážemi. Jde o tak zvané „řízkaře“ („řízek“ – hovorové a pohrdlivé označení fotografické zakázky spočívající v dokumentaci nějaké události, jejíž součástí je i občerstvení nebo catering, jako například oslava desetiletí vysílání telenovely). Čtenáři chtějí znát podrobnosti ze života svých hrdinů. Jak se někdo vystrojil na ples a jestli to někomu slušelo s ohledem na jeho roli v reality show nebo jestli se známý politik při pojídání sushi nepoil omáčkou.

| I čtvrtletí     |                                   |                                 |                   |                                   |                                 |                   |
|-----------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| ZKDP            | 2014                              |                                 |                   | 2013                              |                                 |                   |
| Název           | Průměrný<br>jednorázový<br>náklad | Distribuce<br>placená<br>celkem | Celkový<br>prodej | Průměrný<br>jednorázový<br>náklad | Distribuce<br>placená<br>celkem | Celkový<br>prodej |
| Życie na Gorąco | 781357                            | 605286                          | 605286            | 795995                            | 595572                          | 595572            |
| Twoje Imperium  | 446681                            | 335728                          | 335728            | 430695                            | 315268                          | 315268            |
| Rewia           | 339031                            | 237355                          | 237355            | 351321                            | 232575                          | 232575            |
| Świat & Ludzie  | 296103                            | 198091                          | 198091            | 303381                            | 189503                          | 189503            |
| Na Żywo         | 275323                            | 175495                          | 175495            | 267633                            | 166061                          | 166061            |

Zájem o tuto formu novinek se odráží v nákladech časopisů, především bulvárních a společenských týdeníků. V těchto tiskovinách můžeme nalézt informace o politicích (nebo hlavně o tom, kolik zaplatili za nové auto, ale nic co by souviselo se stranickým programem), několik příběhů ze života obyčejných lidí (například o rybáři, který chytil sumce „krávožrouta“), nakonec nesmí chybět recept na rychlý koláč vyrobený z oblíbených krekrů. Podívejme se nyní blíže, jak si tato periodika vedou na trhu. Lídrem v tomto segmentu je týdeník „Życie na gorąco“, jehož průměrný prodej za první čtvrtletí roku 2014 vzhledem k analogickému období v minulém roce narostl o 1,63 %, což celkem představuje 605 286 výtisků. Druhé místo patří magazínu

„Twoje Imperium“, jehož průměrný prodej se ve stejném období zvýšil o 6,49 % na 335 728 výtisků, to představuje i největší nárůst prodeje ze všech sledovaných. Na třetím místě se díky prodeji 237 355 kusů umístil týdeník „Rewia“, což představuje nárůst o 2,06 % (vydavatelem všech tří periodik je Bauer).

Když už jsme u tématu společenských nebo bulvárních časopisů, můžeme si srovnat jejich prodej s tak zvanými názor formujícími médii. V roce 2013 byl lídrem prodeje magazín „Fakt“ (bulvární magazín, vydavatel Ringier Axel Springer Polska), který se prodával v průměrném nákladu 338 833 kusů, čili o 9,3 % méně než minulý rok. Na druhém místě se umístil deník „Gazeta Wyborcza“ (názorový deník, který vydává Agora), jehož průměrný prodej v minulém roce dosáhl 197 882 výtisků, s celkovou ztrátou 16,1 % – podle údajů Svazu kontroly distribuce tisku (Związek Konroli Dystrybucji Prasy – ZKDP) vypracovaný portálem Wirtualnemedia.pl. Na třetím místě se ocitl další bulvární titul „Super Expres“ (vydavatel Murator) s výsledkem 154 210 výtisků, ale s nejmenší ztrátou v prodeji ze všech srovnávaných, která činí jen 4,2 %. Největší ztrátu prodejnosti zaznamenal deník „Rzeczpospolita“ (vydavatel Gremi Business Communications), jehož prodej spadl o celých 20 %.

„Údaje ZKDP ukazují, že prodej deníků utvářejících veřejné mínění se v roce 2013 snížil daleko více než v případě bulvárních titulů. Internet ubírá tisku mladé čtenáře, kteří v něm dosud hledali informační obsah“ – míní Monika Rychlica, tisková mluvčí pro press, outdoor, cinema & new media společnosti Initiative Media ve Varšavě, která uvádí, že se podle současného trendu budou vydavatelé muset ubírat směrem k placené nabídce zpráv na síti. Stejně jako „Rzeczpospolita“ i „Gazeta Wyborcza“ tak již delší dobu na internetu nabízejí placený obsah a stále svoji nabídku rozšiřují.<sup>12</sup>

Závěr se nabízí jen jeden. Čím více povrchní, plytkou a bezobsažnou náplň titul přináší, tím méně klesá jeho prodej.

---

<sup>12</sup> Wirtualnemedia.pl 2014-02-06.

| Leta                     | 2013                              |                                 |                   | 2012                              |                                 |                   |
|--------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Název                    | Průměrný<br>jednorázový<br>náklad | Distribuce<br>placená<br>celkem | Celkový<br>prodej | Průměrný<br>jednorázový<br>náklad | Distribuce<br>placená<br>celkem | Celkový<br>prodej |
| Fakt Gazeta Codzienna    | 469033                            | 338835                          | 338833            | 506439                            | 373721                          | 373721            |
| Gazeta Wyborcza          | 292910                            | 220258                          | 197882            | 347077                            | 256497                          | 235991            |
| Super Express            | 263316                            | 154930                          | 154210            | 280711                            | 161617                          | 160895            |
| Rzeczpospolita           | 87378                             | 96504                           | 63894             | 133210                            | 107814                          | 79851             |
| Dziennik Gazeta Prawna   | 74285                             | 67227                           | 51204             | 100301                            | 82062                           | 56478             |
| Przegląd Sportowy        | 77368                             | 38272                           | 38272             | 82963                             | 43223                           | 43216             |
| Gazeta Polska Codziennie | 88691                             | 25621                           | 25600             | 102204                            | 28073                           | 28073             |
| Puls Biznesu             | 17651                             | 16099                           | 11657             | 19473                             | 17376                           | 12478             |
| Parkiet Gazeta Giełdy    | 10679                             | 6106                            | 4004              | 11809                             | 7393                            | 4260              |



## **4. CHARAKTERISTICKÉ JEVY**

V této kapitole se budeme věnovat problematice několika jevů vyvolaných celosvětovými trendy ve spojitosti se současnou realitou v Polsku. Část z nich možná není žádným překvapením a může se zdát zřejmá, poskytuje však dobrý základ pro pochopení jistých jevů, které souvisejí s vytvářením a vnímáním informativní fotografie na polském trhu.

### **4.1. AGENTURY GAZETA A FOTORZEPA**

Agentura Gazeta (deník „Gazeta Wyborcza“ a vydavatelství Agora) a Fotorzepa (deník „Rzeczpospolita“ a nakladatelství Presspublica) jsou dvě, kdysi největší a nejvíce uznávané fotografické agentury v Polsku svázané s konkrétními novinovými tituly. Jako zajímavost a podklad k dalšímu popisu musíme zmínit i to, že v roce 2005 byla „Rzeczpospolita“ spolu s deníkem „The Guardian“ v rámci 27. ročníku soutěže organizované Society for News design oceněna za nejlepší grafickou úpravu deníku na světě.<sup>13</sup>

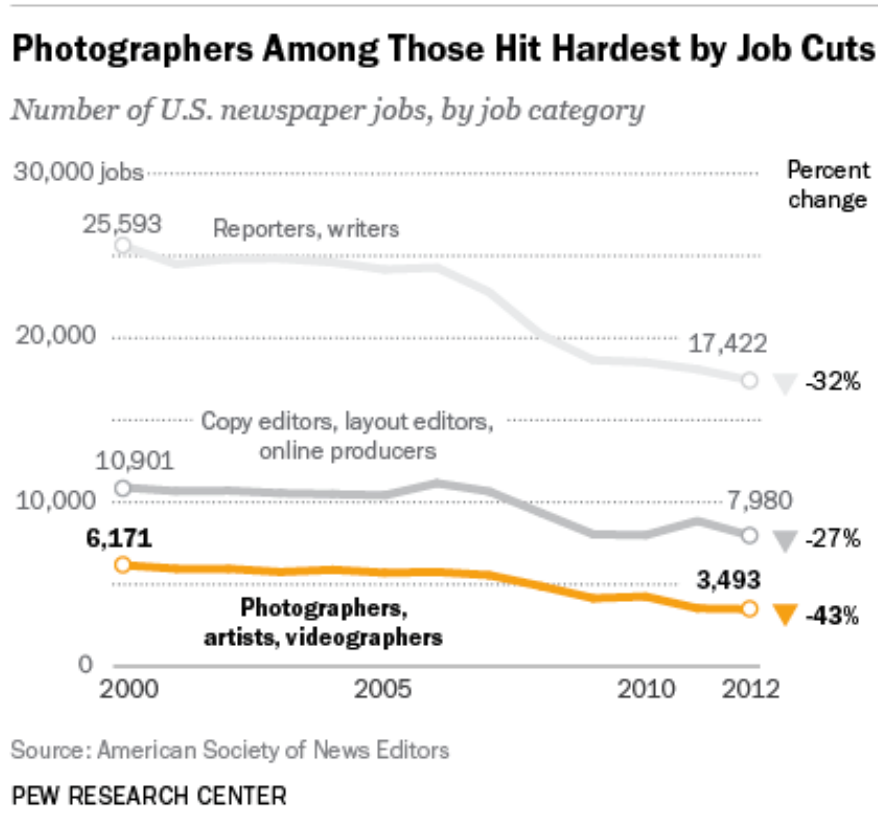
Na konci roku 2011 se začaly stále více objevovat zprávy o tom, že oba tituly budou snižovat počet svých zaměstnanců, především ve svých fotografických odděleních. Na začátku prosince Presspublica propustila kolem 120 osob, tedy cca 20 % z dosud zaměstnávaných lidí. Dalším dvěma stovkám stálých zaměstnanců byla nabídnuta možnost další spolupráce, ale ve zkráceném pracovním poměru. Neoficiální zdroje uvádějí, že deník má v plánu dál zaměstnávat pouze dva fotoreportéry věnující se aktuálním tématům ve Varšavě.

Velká hospodářská krize a s ní související krize mediální se dotkla i zaměstnanců agentury Gazeta. Na vývoji dění okolo zaměstnanců vydavatelství

---

<sup>13</sup> <http://www.theguardian.com/media/2006/feb/21/theguardian.pressandpublishing>, 21. 2. 2006.

Agora není nic divného, protože omezování fotografických oddělení je světovým trendem. Tuto situaci dobře ilustruje výzkum vedený agenturou American Society of News Editors.<sup>14</sup>



Tato data vzbuzují dojem, že k redukci pracovních míst dochází hlavně u tištěných deníků. Z údajů je zřejmé, že nejvíce propuštěných je ve fotografických odděleních.

Pokud budeme citovat portály působící v tomto oboru, získáme doklad nepříliš dobré formy reportážní fotografie vnímané jako celek:

„Situace v Polsku stále nevypadá nijak dobře. V tisku a dokonce i v televizi můžeme nalézt stále více materiálů vytvořených ‚reportéry‘, kteří fotografují a natáčejí filmy pomocí smartphonů, které pak dále poskytují redakcím zdarma. Nejde o příznivý trend, ale trh se vyvíjí právě tímto směrem. Skoro každý z nás má v kapse smartphon s fotoaparátem a kamerou, potenciálně tedy každý může nahrávat materiál přímo ze samého centra dění. Nedivím se, že televizní a internetové portály

<sup>14</sup> <http://asne.org/content.asp?pl=121&sl=284&contentid=284>  
spolu s <http://www.spidersweb.pl/2013/11/kurczy-sie-rynek-fotografii-prasowej.html>.

tuto možnost využívají. Kdo vysílá ‚do akce‘ profesionálního reportéra, prohrává už před bojem, protože jejich reportér přijíždí až po všem a konkurence již má natočený materiál od kolemjdoucího se smartphonem. Čas jsou peníze.“<sup>15</sup>

Smiřme se tedy se situací, že propouštění v agentuře Gazeta nebo Fotorzepa je odezvou globálních tendencí. Agentury po celém světě propouštějí fotoreportéry. Co je však na této situaci zvláštní a proč má smysl se tom bavit? Zaprvé, nikdy dříve jsme na polském trhu novinářské fotografie neměli co do činění s tak velkými a restriktivními změnami. Znenadání, ze dne na den, se trh zbavil několika stovek stálých fotografických spolupracovníků, kteří spolehlivě dodávali jasné a zřetelné informace. Pokud nám rozsah tohoto procesu připadá zarážející, pak ještě zásadnější je forma, jakou k těmto rozchodům mezi redakcí deníku a fotografy došlo. Do značné míry to popisuje princip fungování současných médií a jejich vztah k spolupracovníkům, kteří se snaží za každou cenu získat co nejlepší materiál. Velká světová finanční krize se dotkla zaměstnanců vydavatelství Agora pracujících pro fotografickou agenturu Gazeta. Během propouštění a pseudovyjednávání nových pracovních smluv byla situace velice napjatá. Současným zaměstnancům byly nabídnuty nové dohody, které částečně vyznívaly jako vydírání. Smlouvy byly postaveny tak, že i nepřiliš zběhlé osobě bylo zřejmé, že nové podmínky jsou koncipovány výrazně v neprospěch fotografů. Níže je uveden nejvíce kontroverzní úryvek smlouvy:

„Zaměstnanec potvrzuje, že se obě strany dohodly, že není uznán jakýkoli závazek zaměstnavatele k výplatě odměny z titulu zisku z prodeje díla (snímku) třetím osobám. Zaměstnanec také souhlasí s tím, že zaměstnavatel nebude z tohoto titulu vyplácet autorovi žádnou odměnu ani v případě prodeje díla (snímku) po datu uzavření tohoto dodatku a autor se zavazuje i do budoucna nehlásit z tohoto titulu k jakýmkoli nárokům.“<sup>16</sup>

V praxi to pak znamená, že se fotograf zříká všech vlastnických práv ke svým snímkům v archivu agentury Gazeta a vydavatelství Agora. Z toho vyplývá, že by se autor měl zříci všech práv a nedostávat žádný honorář za všechny snímky, které vytvořil před rokem 2011, a to nezávisle na tom, jestli se jeho snímek objeví jako malý obrázek v regionálním digitálním vydání, na první stránce tištěného deníku nebo bude dále odprodán pro reklamu na billboard. Ještě horší však je fakt, že každý

<sup>15</sup> <http://www.spidersweb.pl/2013/11/kurczy-sie-rynek-fotografii-prasowej.html>, 18. 11. 2013.

<sup>16</sup> <http://fotoblogia.pl/2011/12/21/rzeczpospolita-i-agora-likwiduja-dzialy-fotograficzne>, Krzysztof Basel, 21. 12. 2011.

fotograf, který tuto nevýhodnou smlouvu nepodepsal, nemohl počítat s další spoluprací s vydavatelem. Šlo tedy o jasné vydírání – buď se fotograf zřekne všech majetkových práv ke všem snímkům vytvořeným v rámci spolupráce s agenturou, nebo může jít.

Máme volný trh, kapitalismus, o jedno i druhé my, naši rodiče a dědové bojovali mnoho let. Volný trh, jeho krása i se všemi jeho vážnými důsledky, se teď odrazil na fotografech agentury Gazeta. Forma, ve které agentura nabízela další spolupráci svým zaměstnancům, je poznamenána vydíráním a nedostatkem uznání. Důkazem toho může být i soutěžní konkurz vyhlášený agenturou Agora. Deník Gazeta Wyborcza se obrátil na fakultu reklamy Státní vyšší filmové, televizní a divadelní školy Leona Schillera v Lodži s návrhem, aby svým studentům rozeslala tuto informaci:

„Mělo by se jednat o autorský soubor Krzysztofa Millera pro ‚GW‘. Odměnou bude publikace a možnost uzavření smlouvy o stálé spolupráci s deníkem Gazeta Wyborcza. Termín odevzdání: 20. prosince. Žádné kategorie nejsou stanoveny. Přijímány jsou fotografie jak kreativní, ateliérové, experimentální, tak i dokumentární a reportážní. Snímky je možné zasílat na e-mail: (...).“

Soutěž vyvolala velmi bouřlivé reakce, mezi jinými i na profilu Facebooku nezávislého odborového hnutí „Solidarita“ zaměstnanců společnosti Agora, kde svůj názor vyjádřilo mnoho fotografů, dokonce i organizátor celé soutěže. Na sociálních sítích a ve společenských médiích se objevily zprávy komentující celou situaci. Problém jasně popsal Tomasz Klimaszewski na fóru [www.fotoreporterzy.net](http://www.fotoreporterzy.net) (níže je celý jeho text, který byl v prostředí fotoreportérů dlouhou dobu tématem horlivých diskusí):

„Drahé fotografky, drazí fotografové!

Jako absolvent této školy a fotograf deníku Gazeta Wyborcza musím na vyhlášení castingu do tohoto deníku reagovat. Nemohu nikomu účast v něm zakázat, nemohu ani nikoho žádat o stažení této soutěže. Mohu udělat jediné to, že se pokusím situaci ‚fotooddělení‘ deníku Gazeta Wyborcza, fotografů a samotné fotografie v tomto deníku vyjasnit. Mohu vás varovat. Všichni fotografové deníku Gazeta Wyborcza byli propuštěni. Jak zaměstnanci, tak i spolupracovníci obdrželi nabídku další spolupráce, která však souvisí s podepsáním této dohody<sup>17</sup>, jejíž nejkontroverznější částí je zřeknutí se všech vlastnických práv ke snímkům nacházejícím se v archivu (tedy, že již nikdy nedostanou žádné peníze za jakoukoli svou publikaci. Ať už jako ‚hlavička‘, reklama na billboardu, ať už v rámci vydavatelství Agora nebo pod jiným nakladatelstvím). Nepodepsání dohody pak prakticky znamená konec spolupráce s deníkem Gazeta Wyborcza.

Vydírání? Střelba do vlastních řad?

Potkalo to všechny – od těch, kteří jsou v deníku již dlouho, po ty, kteří pro něj fotografují jen krátce. Casting má nalákat nové zaměstnance, kteří budou mít hned ze startu horší pracovní podmínky.

Nyní musíme popsat, jak v současnosti vypadá práce s fotografií v deníku Gazeta Wyborcza. Snímky pro publikaci nevybírám fotoeditor (jeho role byla marginalizována na pouhé popisování obsahu snímků). Snímek pro publikaci vybírá redaktor, který nemá pro výběr správné fotografie ani čas ani kompetence.

Nakonec se zmíním o bodu ‚Oceněním je publikace snímků a možnost být osloven k další trvalé spolupráci s deníkem Gazeta Wyborcza‘. Dobrý materiál nepotřebuje vyhrát casting, aby mohl být publikován v deníku Duży Format nebo Wysokie Obcasy. Fotografické oddělení deníku Gazeta Wyborcza nemá ŽÁDNÝ vliv na publikování v denících Duży Format a Wysokie Obcasy. Tyto tituly samy rozhodují o tom, co budou publikovat a co ne. Pokud máte něco hodnotného, oslovte je přímo. Tedy pokud nechcete fotografovat například díry ve vozovce a pracovat podle smlouvy, která opravdu žádnou trvalou spolupráci nezaručuje.

Zamyslete si nad touto situací. Zamyslete se, jestli účastnit se na likvidaci tohoto trhu za to stojí. Všichni sledují to, co se s fotografy deníku Gazeta Wyborcza

---

<sup>17</sup> <http://www.klubfotografiiprasowej.pl/aktualnosci/1/538>

děje. Pokud se situace bude ubírat tímto směrem dál, čeká to všechny. Zamyslete se, jestli to za to stojí.“<sup>18</sup>

Agentura Agora evidentně hledala úspory. Je to pochopitelné, podnikání by mělo přinášet zisk. Nedostatečné uznání stávajících zaměstnanců a hledání místo nich naivní mladé adepty, kteří budou ochotni pracovat už jen pro možnost publikovat, vyvolává nelibost. Bohužel, redakce si v souvislosti se získáváním materiálů vybrala tento přístup. Jsme svědky zásadních změn, ke kterým v novinářské fotografii dochází, a pokud se nic nezmění, pak fotografie v současné podobě přestane existovat. Jedině snad kdyby se fotografové rozhodli pracovat zadarmo nebo kdyby dokonce za možnost publikovat začali platit, aby zůstali konkurencí pro amatéry nabízející své snímky zdarma.

---

<sup>18</sup> Originální znění textu <http://fotoreporterzy.net/niusy/2011/12/19/konkurs-z-nagrada/>, 19. 12. 2011.

## 4.2. MANIPULACE. ČERNOBÍLÁ OBŽALOBA.

Digitální zpracování, koláž a montáž nepředstavuje ve fotografii nic nového, v tomto směru se ani Polsko nijak neodlišuje. Existuje však jedna velmi podstatná věc, která pokud jde o manipulaci s obrazem v polských médiích, by neměla ujít naší pozornosti. Netýká se přímo fotografa, ale zpracování jeho snímků. Jedná se hlavně o černobílý portrét. Zlomovým okamžikem byl 10. duben roku 2010. Ve Smolensku na území Ruska došlo k letecké katastrofě, při které zahynul polský prezident Lech Kaczyński, jeho žena, většina vedení polských ozbrojených sil a mnoho známých a významných politiků. Spolu s posádkou letadla zahynulo celkem 96 osob. Najednou byly veškeré zprávy týkající se obětí této katastrofy ilustrovány pouze černobílými fotografiemi. Snímky v odstínech šedi tak získaly novou funkci, která se ve společném podvědomí velmi rychle ujala. Nově začalo platit pravidlo, že černobílý snímek – tragédie, smrt.

„Odstraňování barevnosti ze snímku v různých magazínech a denících a to jak tištěných, tak i internetových bylo během poslední národní tragédie praktikováno přímo masově. Za tímto rozhodnutím však stojí editoři a redaktoři, nikoli samotní fotografové. Již po otištění několika úvah o využívání fotografie a fotoaparátu v období národního smutku jsem narazila na velmi extrémní příklad manipulace s barvou, a to pouze na části snímku. Fotografie k článku o prezidentu Kaczorowském v magazínu Focus Historia byly odbarveny pouze částečně. Zajímavé však je i to, že stejný text na internetu je ilustrován pouze jedním snímkem, a to barevným“.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Czarnobiel: wolny wybór?, <http://miejscefotografii.blogspot.com/2010/05/czarnobiel-wolny-wybor.html>, 11. 5. 2010



Fot. 10,11, ilustracje k článku o uctění památky prezidenta Kaczorowského v magazínu Focus (reprodukce Joanna Kinowska), 2010.



Wojtek Wilczyk říká: „To odbarvování celých novinových sloupců nebo internetových portálů je jednoduše projevem žalu a vyjádřením účasti smuteční černou barvou. Ještě před patnácti až dvaceti léty byly všechny deníky černobílé a při podobných příležitostech bylo na úvodních stránkách použito hrubší písmo a rámeček.

Samotná smuteční barva je jen věcí dohody, protože například kněží sloužící smuteční mši oblékají fialová roucha a podle jiných tradic může být smuteční i modrá barva a například ruští námořníci čestné strážce asistující při nakládání rakví do letadla měli na levé ruce červenočerné pásy.

Převádění barevných snímků na černobílé? Černobílé bromostříbrné materiály mají nenapodobitelnou charakteristiku, což je v případě těchto monochromatických imitací z barevných snímků vždy dobře viditelné. Především obsahují zrno (různých tvarů a velikostí, podle druhu materiálu – což se odvíjí i od způsobu vyvolání filmu a nastavení jeho expozice), takže všechny tyto oblasti, které na snímku zůstanou, kromě hloubky ostroty objektivu, jsou zrnité a díky tomu „výraznější“ a „neplavou“, jako v případě digitálních fotografií (vide „Rzut beretem“ Tomasza Tomaszewskiego). Barevná škála je ve fotoreportáži potlačována v případě, pokud chceme navázat na tak zvanou „humanistickou fotografii“, čili snímky ze 40., 50. a 60. let 20. století. „Humanistický pohled“ však nespočívá v monochromatickém vnímání skutečnosti, ale ve vztahu k tématu, jeho hrdinům a podobně. Jedním slovem jde o povrchní zákrok, který je však používán velmi často. V souvislosti s polskou fotoreportáží se nám může vybavit jedna z prvních akcí tohoto druhu v podobě série snímků Piotra Janowského z Palestinské první intifády, vytvořené ještě analogově na barevných negativech, ale s potlačenou barevností během následného zpracování pozitivních fotografií (V deníku Gazeta Wyborcza však tyto snímky byly reprodukovány v plných barvách). Můžeme si tedy položit otázku: Pomohl těmto fotografiím nějak zmiňovaný zákrok?<sup>20</sup>

Pozornost si zaslouží především druh reinterpretace vzniklých fotografií ve vztahu k polským médiím. Samotné montáže, retuše a klonování objektů na snímcích nejsou v polském prostředí ničím výjimečným. Takové věci se dějí na celém světě. Avšak „zbavení snímků barev“ jako forma posmrtného holdu během jediného dne poznamenalo vnímání aktualit v celém Polsku. Když jsem po několika dnech uviděl zprávu oznamující boj polského mistra v boxu, které byly ilustrovány černobílými fotografiemi, jsem byl přesvědčen, že tento sportovec právě zemřel.

<sup>20</sup> Czarnobiel: wolny wybór?, <http://miejscefotografii.blogspot.com/2010/05/czarnobiel-wolny-wybor.html>, 11. 5. 2010

### 4.3. KONTEXT SNÍMKU A LAYOUTU

V této kapitole si krátce přiblížíme postřehy a možnosti týkající se fotoeditace, čili zpracování fotografií. Tak, jako v celé práci budeme předpokládat, že většina informativně-novinkového materiálu se objevuje nejdříve v digitálních médiích. Tam má čtenář co do činění se zprávou, která je pro něj nová. Kým je, nebo byl její fotoeditor? Nejobecněji věc vzato jde o osobu zodpovědnou za ilustraci daného tisku. „Nejdříve je téma. Snímek je třeba nalézt nebo objednat jeho vytvoření – nezdá se, že právě na fotoeditorovi záleží výběr fotografa, kterému jsou následně předány všechny informace týkající se tématu – kontakty, termíny a podrobnější pokyny ohledně toho, jaký snímek redakce očekává. Z dodaného obrazového materiálu je pak nutné vybrat nejvhodnější snímek a dohlédnout na jeho přípravu pro tisk (kontrola retuše, příprava popisku pod snímek a podobně). K práci editora také často patří uzavírání smluv a oceňování snímků. V celém tomto procesu je možná snazší vyjmenovat, čím se fotoeditor nezabývá – zpravidla nefotografuje ani snímky neretušuje, ale i tady samozřejmě existují výjimky“<sup>21</sup>. Takto situaci popisuje Agata Bilka v článku „Fotoedytor prasowy, czyli jak wybierać cudze zdjęcia“, která šest let pracovala jako fotoeditorka v vydavatelství Agora.

Autorka dále vyjmenovává úkoly a povinnosti související s fotoeditorskou profesí:

- spolupráce s redakcí (příjem témat, vymýšlení témat);
- účast na redakčních zasedáních;
- čtení textů, které budou doplněny fotografiemi;

---

<sup>21</sup> Agata Bilka, Fotoedytor prasowy, czyli jak wybierać cudze zdjęcia, Szeroki Kadr, <http://www.szerokikadr.pl/poradnik/fotoedytor-prasowy-czyli-jak-wybierac-cudze-zdjecia>, 10. 1. 2012

- konzultace ilustračních návrhů (stává se, že téma není možné ilustrovat snímkem – pak fotoeditor ve spolupráci s uměleckým vedoucím rozhoduje o tom, jestli bude článek publikován bez snímku, nebo bude ilustrován kresbou);
- výběr fotografa (nejčastěji se souhlasem redakce);
- Objednávání snímků (poskytnutí všech nezbytných informací fotografovi: termín, místo, počet osob, druh snímku, jestli se jedná o snímek na obálku, na dvojstranu, nebo snímek na pozadí a podobně);
- dohled nad fotografem, aby vytvořil a dodal snímky v termínu;
- prohledávání agenturních obrazových databází (pokud agentury nenabízí požadovaný snímek, je nutné jej najít na internetu, určit zdroj a pokusit se snímek získat);
- vyjednávání o ceně;
- prohledávání vlastních archivů;
- zajišťování rezervací studia;
- zajišťování akreditace pro fotografa;
- výběr snímků (konzultace výběru probíhá nejčastěji s uměleckým vedoucím nebo s vedoucím redakce);
- rozhodování o vzhledu vybraného snímku (nejčastěji po dohodě s fotografem; určení velikosti, výřezu, maskování pozadí, eventuálně převod barevného snímku na černobílý);
- verifikace shody snímků s objednaným tématem a obsahem článku;
- verifikace kvality snímků;
- dodání snímků grafikům;
- hlídání závěrečného výběru snímků pro článek;
- dodání vybraných snímků ve velkém rozlišení;
- dohled nad retušováním snímků;
- kontrola zkušebních nátisků;

- doplnění snímků podpisy autorů a příprava popisků vysvětlujících co fotografie zachycuje;
- autorizace;
- zasílání snímků do tisku;
- uzavírání smluv s fotografy, nezřídka i dohod týkajících se práv ke snímkům;
- oceňování snímků/celého vydání;
- hlídání rozpočtu, vydávů a faktur;
- nahrávání snímků na internet, vytváření internetových galerií;
- archivace publikovaných snímků;
- sledování a reakce na události (informace o kulturních událostech, výročích a podobně);
- prohlížení nabídek přicházejících a agentur;
- sledování trendů ve fotografii, umění a módě;
- sledování a analýza konkurence;
- prohlížení portfolií fotografů.

Někdy je pozice fotoeditora spojena přímo s produkcí fotografických souborů, pak k těmto úkolům přibude ještě mnoho nepředvídatelných věcí, odvíjejících se od tematiky plánovaných snímků. Ke stálým úkolům pak patří:

- hlídání rozpočtu celé akce;
- rezervace termínů fotografa a celého štábu (modelů, stylistů, kadeřníků, vizážistů);
- rezervace studia a vybavení;
- zajišťování povolení pro fotografování v plenéru a jiných místech;
- organizace transportu, a pokud je to nutné i ubytování;
- organizace cateringu.

Proč je tento dlouhý seznam povinností zmiňován? Abychom si uvědomili, co začíná chybět během každodenní práci v současné redakci. V předchozím bodě této kapitoly bylo rozebíráno snížení počtu zaměstnanců souvisejících s fotografií. Dobře, ale noviny ať už papírové nebo internetové jsou i nadále ilustrované. Příval obrázků, které k našim očím směřují je navíc stále větší. Otázkou zůstává, kdo se stará o jejich výběr, kvalitu, smysl, sladění a podobně? Většina z těchto povinností byla přenesena na píšícího redaktora, který musí sám vybrat ilustrace ke svému textu. V tomto úkolu mu nejčastěji pomáhá do určité míry automatizovaný systém skládání stránek. Řádky a sloupce s textem spolu s okny nabídek proporcí ilustrací a základní tematický vyhledávač v obrazové databázi. Píšící osoba by najednou měla disponovat znalostmi a zkušenostmi z oboru fotoedice. To je nemožné, ale jak říká heslo z jedné staré reklamy na levné prací prášky – „Pokud není vidět rozdíl, tak proč platit více“? Není vidět především finanční rozdíl. Udržení fotoeditačních standardů nezměnilo tempo odtékání peněz z tištěných novin směrem k elektronickým. Kolegové pracující v regionálních redakcích deníku Gazeta Wyborcza se již na konci minulého desetiletí zmiňovali o testování nových systémů výběru snímků projektovaných pro píšící redaktory. Výsledek byl takový, že kromě některých chyb (typu portréty bez hlavy) se od čtenářů významnější negativní zpětné informace neobjevují.

Pokusme se nyní několik faktorů spojit:

- finanční úspora související se snížením zaměstnanců;
- zkrácení času potřebného na publikaci novinky;
- odpadají diskuse a spory mezi novinářem, fotografem a redakcí;
- zjednodušení obrazové databáze – využití předplaceného přístupu k archivu vnějších agentur a tzv. stockům<sup>22</sup>.

Z finančního hlediska získáváme pro produkci novin ideální nástroj. Proč je tohle všechno zmiňováno? Protože kromě samotného vytvoření dobrého snímku, se tento snímek musí dostat do oběhu, musí se k odběrateli dostat v odpovídající formě. Z tohoto důvodů musí osoba hledající snímek mít povědomí o existenci daného obrazu, o fotografově tvorbě, estetice, spojitosti obrazu s textem a podobně. Krátce řečeno musí být fotoeditorem. Není ve fyzických silách novináře píšícího aktuality,

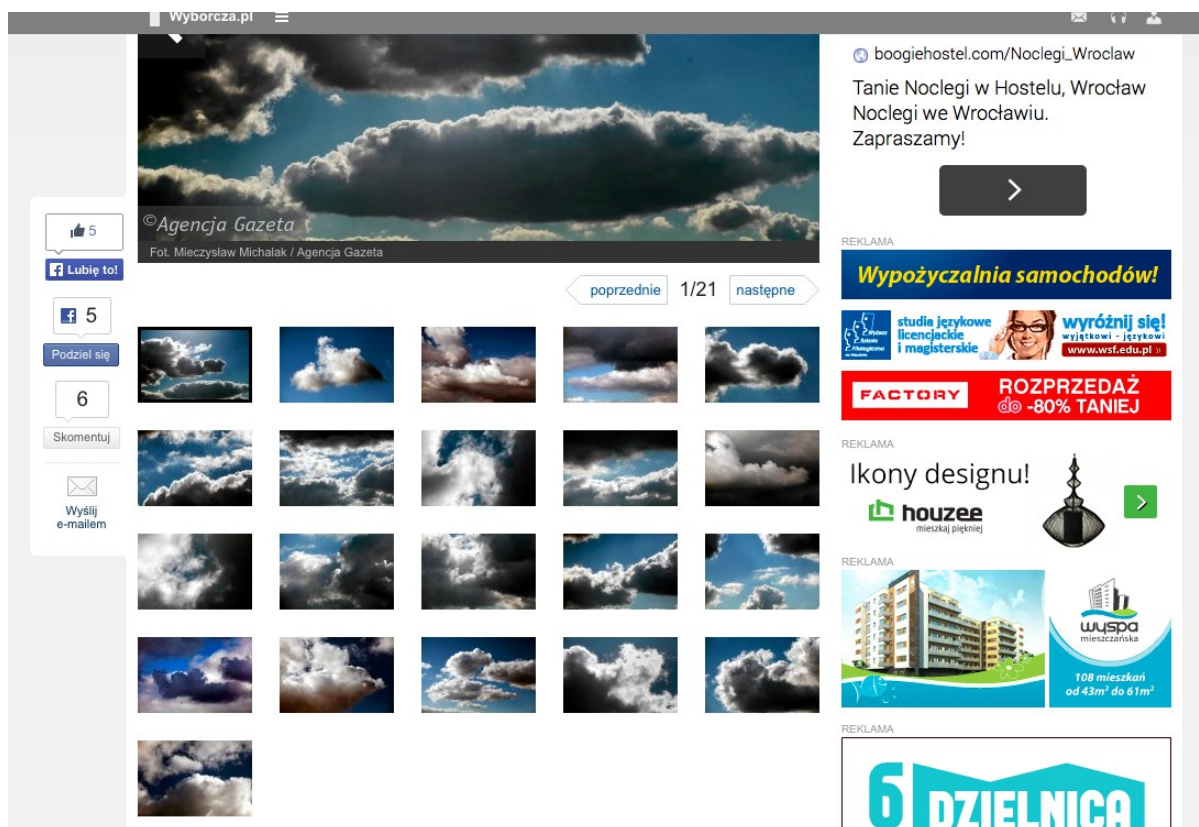
---

<sup>22</sup> Stock – fotografie vytvářené fotografy všech úrovní, zejména však profesionálními za účelem předvídaného použití, o distribuci a práva se starají stockové agentury a servery.

aby se vyznal v tak širokém spektru témat. Existuje také velká pravděpodobnost, že nebude ilustrovat text novým snímkem, ale použije již dříve použitou fotografii z minulosti (protože ji zná), i když přímo nesouvisí s tématem, ale odpovídá layoutu (protože mu tento snímek nabídne vyhledávač). Je možné, že tyto chyby neudělá, anebo udělá všechny najednou. Klíčovým slovem je „možná“, čili ponechání výsledku náhodě.

Problematika rozebírána v tomto bodě je podle mého názoru klíčová pro diskuzi o kondici fotografie novinek v Polsku. Protože se objevuje tolerance nebo dokonce souhlas s ledajakostí. Proč by se měl fotograf snažit dělat práci navíc, aby dosáhl lepších záběrů, když je i tak placen podle rychlosti, s jakou je schopen snímky doručit. Neznamená to však, že by dobré nebo dokonce skvělé snímky přestaly najednou v Polsku vznikat. Jednoduše se k nim laik dostává stále obtížněji. Pomalu a postupně podléhá návyku na ledajakost v zájmu kratší doby potřebné pro vznik novinek. Mnoho dobrých samostatných snímků zůstává v redakčních a agenturních archivech nevyužito, protože kromě fotografa neměl nikdo čas ani potřebu se s nimi seznámit. Občas se objevují jako autorský výběr na fotografických soutěžích (tomuto tématu se budeme věnovat v další kapitole). Pokud se tak velký problém objevuje již při výběru jednotlivých snímků, pak skladba a editace smysluplné novinkové reportáže se může jevit jako úkol přímo nesplnitelný. Přitom nemluvíme o důležitých materiálech, mnoha hodinách diskuzí, ukládání fotografií vedle sebe i samostatně, jejich následném kombinování společně s textem, a nakonec o sladění s layoutem. Řeč je o krátkém, několika snímkovém souboru například z rockového koncertu, zpracovaném podle klasického vzorce, s úvodem, rozvinutím téma, zakončením, detailem a celkovým záběrem. Možná jsou naše požadavky přehnané. Cílem jsou rozsáhlejší galerie, protože každý snímek znamená samostatné kliknutí, čili další zobrazení reklamy. To, že galerie vypadá, jako obsah stažené karty fotoaparátu nikomu nevádí. Hodně snímků, hodně obnovení, hodně zábavy, hodně reklam.

Nyní jeden konkrétní příklad, jakmile má počasí přinést bouřku, můžeme na toto téma očekávat velkou reportáž.



Fot. 12, Celkem jednadvacet záběrů dubnových mraků. K souboru se můžeme postavit s humorem. Osoba vybírající snímky byla buď příliš horlivá, anebo nerozhodná. Možná šlo také o stážistu, vykonávající v redakci zadarmo svoji praxi.

Uvedeme si ještě několik příkladů bezmyšlenkovitého používání schematického layoutu ve sportovní rubrice internetové stránky deníku Gazeta Wyborcza.

Sport.pl > Koszykówka > NBA

## NBA. Klub Michaela Jordana najgorszy w lidze. Będzie najgorszy w historii?

+1 0 Lubię to! 2 Wyślij

mo, AP 17.02.2012, aktualizacja: 17.02.2012 17:11 AAA



Michael Jordan i Yvette Prieto Fot. Phelan M. Ebenhack AP

**Sześciokrotny mistrz NBA w dniu swoich 49 urodzin nie ma szczęśliwej miny. Charlotte Bobcats, których jest właścicielem, z bilansem 3-26 są najsłabszą drużyną ligi i wiele wskazuje na to, że pod względem procentu wygranych spotkań będą najgorszą drużyną w historii NBA.**

Fot. 13, screenshot, [www.gazeta.pl](http://www.gazeta.pl)

Panoramatický snímek je poznávacím znamením rozložení této internetové stránky. Můžeme si položit otázku, kdo je na tomto snímku nejdůležitější. Kdo je ten Michael Jordan? Z tohoto snímku vyplývá, že jím s největší pravděpodobností bude ustaraný mladík vpravo.



# T-Mobile Ekstraklasa. Legia żegna się z Borysiukiem

+1 0

Lubię to! 6

Wyślij

Kuba Dybalski, Antalya | 26.01.2012 , aktualizacja: 26.01.2012 22:18

AAA



Ariel Borysiuk

Fot. Kuba Atys / Agencja Gazeta

**- Co mogę zrobić? Krzyczeć, tupać? Jesteśmy w takiej sytuacji, że trzeba z takiej oferty skorzystać, choć to oczywiste, że wolałbym mieć piłkarza, niż nie mieć - tak komentował w czwartek prawdopodobne odejście Ariela Borysiuka trener Legii Maciej Skorża.**

Fot. 14, screenshot [www.gazeta.pl](http://www.gazeta.pl)

Tady máme co do činění se snímkem od jednoho z nejznámějších polských sportovních fotografů – Kuby Atyse. Snímek původně zachycoval hráče varšavského fotbalového klubu. Po umístění v novinách pak znázorňuje fotbalový dres s jednou rukou a kolenem.



Fot. 15, screenshot www.gazeta.pl

Polsko se po mnoha letech konečně dočkalo hráče, který pravidelně hraje v nejlepší basketbalové lize světa – americké NBA. Věrný fanoušek se jistě domyslí, že polská hvězda rozehrála skvělý míč a právě jí patří trenýrky a dres s číslem „4“ uprostřed „záběru“.

Příklady tohoto typu můžeme uvádět donekonečna. Vzniklo by tak gigantické tragikomické album chyb zaviněných chybějící fotoeditací.

Dalším jevem hodným pozornosti je umisťování reklam s ohledem k obsahu textu a ilustraci článku. Tyto případy bývají ještě více groteskní.



Sport.pl > Londyn 2012

## Londyn 2012. Polski sztangista przyłapany dwukrotnie na dopingu

Lubię to! Wyślij +1 0

wyb. mariw | 19.06.2012, aktualizacja: 19.06.2012 09:19



Krzysztof Szramiak

Fot. Michał Grochowski / AG

U Krzysztofa Szramiaka, wicemistrza Europy z 2010 roku w kategorii do 77 kg, niedozwoloną substancję wykryli najpierw kontrolerzy polskiej Komisji do Zwalczania Dopingu w Sporcie - donosi wtorkowy "Przegląd Sportowy". Drugi raz złapała go na dopingu 24 maja Międzynarodowa Federacja Podnoszenia Ciężarów.



Za pierwszym razem w próbce A pobranej 12 maja odkryto obecność clomifenu - substancji blokującej rozwój estrogenów (żeńskich hormonów) i pobudzającej wytwarzanie naturalnego testosteronu.

- Stosuje się ją do zniwelowania skutków zażywania steroidów. Raczej nie ma możliwości, by znalazła się w organizmie sztangisty przypadkowo - **wyjaśnia we wtorkowym "Przeglądzie Sportowym" Michał Rynkowski**, dyrektor biura polskiej Komisji.

### Najczęściej czytane

1. Londyn 2012. Polski sztangista przyłapany dwukrotnie na dopingu
2. 100 dni do igrzysk - wszystkie olimpijskie areny
3. Wioślarstwo. Historia Mikołaja Burdy - ze szpitala na podium PŚ
4. Tenis. Urszula Radwańska wygrała turniej w Nottingham. Pojedzie na
5. Ze szpitala na podium w Londynie
6. Dramat Sylwestra Bednarka. Koniec marzeń o igrzyskach w

reklama



Fot. 16, screenshot www.gazeta.pl

Snímek v záhlaví článku má ve srovnání s předchozími případy výřez správný. Výsledkem spojení článku s významem a obsahem automaticky doplňovaných reklam v layoutu však vyznívá přímo legračně. Článek se týká polského vzpěrače Krzysztofa Szramiaka, který byl přistižen při nelegálním užívání hormonálního dopingu. Nahoře, nad článkem je vidět reklama sponzora polského vzpěračského družstva a heslo „Podporujeme polské mistry“. V pravém dolním rohu pak jako přídavek a pomyslnou třešničku na dortu vidíme reklamu s portrétem smutného fanouška oblečeného v národních barvách.



## Wielki dramat wicemistrzyni olimpijskiej. W Londynie bez Włoszczowskiej?

Lubię to! 18 +1 0

Jakub Cłastoń | 22.07.2012 | aktualizacja: 23.07.2012 08:14

AAA



Maja Włoszczowska (Fot. Marek Podmokły/ Agencja Gazeta)



Zobacz zdjęcia (5)

Maja Włoszczowska, zeskakując z roweru na treningu we Włoszech, poważnie zwichnęła prawą kostkę, ma też złamaną kość śródstopia i być może naderwane więzadło. W poniedziałek rozstrzygnie się, czy pojedzie na igrzyska, ale szanse są minimalne.

Włoszczowska była uznawana za kandydatkę do medalu. Cztery lata temu w Pekinie zdobyła srebro, w 2010 r. wywalczyła tytuł mistrzyni świata, rok temu z MŚ przywiozła srebrny medal, od lat utrzymywała się w ścisłej czołówce.

Do fatalnej kontuzji doszło w Livigno, gdzie 28-letnia kolarka przebywała na ostatnim zgrupowaniu przed śródownym wylotem do Londynu. - Maję wyniosło na jednym z zakrętów i żeby się nie przewrócić, zeskoczyła z roweru, ale tak nieszczęśliwie podparła się nogą, że doznała kontuzji. Poza tą kostką nawet się nie podrapała - opowiadał PAP zasmucony Marek Galiński, trener Włoszczowskiej.

Dalšie trafie do włoskeho kapitálu, gdje postaviše jej zwichnute noge, a potom

1. Londyn 2012. Restrykcyjne prawo vs. uliczna satyra z symbolami IO
2. Czternaście medalowych szans Polaków w Londynie wg "USA"
3. Londyn 2012. Australijczycy lecą na igrzyska. Mężczyźni w biznes
4. Londyn 2012. Wszystkie olimpijskie areny
5. 58. Memoriał Kusocińskiego - Wojciechowski bez minimum na
6. Londyn 2012. Skład polskiej reprezentacji olimpijskiej

reklama



Fot. 17, screenshot www.gazeta.pl

Další případ se týká zranění polské medailistky, horské cyklistky Maji Włoszczowské. Jezdkyně patřila k medailovým favoritkám na olympijských hrách v Londýně, avšak několik dní před začátkem olympiády si při tréninku poranila nohu. Vedle zařazená reklama – usmívající se žena si může bez potíží užívat jízdu na kole, protože si poradila s problémy se zažíváním a už ji nic netrápí.



Fot. 18, screenshot www.wp.pl

Tento článek se týkal herečky Agnieszky Kaczorowské, která několik let ztvárňuje roli Boženky v polské telenovele s názvem „Klan“. Titulek článku říká: „Bożenka z „Klanu“: ta je sexy!“. Titulek však ve spojení se snímkem sedmi nebo osmileté herečky vypadá divně a možná i nechutně. V tomto případě chybu s největší pravděpodobností způsobilo chronologické nastavení vyhledávače, který pak jako ilustraci nabízí portrét ze začátku seriálové kariéry herečky. V žádném z komentářů k výše uvedeným článkům (i když jich byly stovky) nikdo neupozornil na chybnou nebo nešťastnou ilustraci.

Tak jak již bylo uvedeno, je bolavým místem a problémem současné novinkové a věcné fotografie chybějící kontrola editace snímků. Spojením prodeje reklamní plochy s ne vždy úplně vhodným kontextem a informací v článku se pak může stát, že výsledkem se stane obraz naprostého vizuálního a významového zmatku. V takových podmínkách je pak pro z čistě fotografického hlediska kvalitní ilustrace

velmi těžké se prosadit, nezřídka se neobjeví vůbec nebo jsou zatlačeny z důvodu estetické nevyváženosti a chaosu.

#### 4.4. NOVÍ FOTOGRAFOVÉ NOVINEK – STĚNA A ŘÍZEK

V předchozí kapitole týkající se nákladů tištěného denního tisku v Polsku jsme zjistili, že v nejlepší formě se nacházejí bulvární deníky a barevné týdeníky popisující hlavně život známých osob. Jedny i druhé se ve většině svého obsahu opírají o drobné senzace, drby, pomluvy a lži. K ilustraci těchto zpráv jsou potřebné fotografie. Nezřídka tvoří základ celé zprávy už samotné fotografie, například komentování stylizace nějakého večírku nebo módní omyly hostů slavnostního rautu na filmové premiéře. Poptávka po ilustracích tohoto typu umožnila, aby se na trhu vyprofiloval nový druh fotografa, tak zvaný večírkový, pro které se v Polsku vžilo hanlivé označení „kotleciarz“ (česky „řízkař“). Velmi často se na večírcích hvězd po oficiální části nabízí catering, kterému se lidově říká řízek, odtud vzniklo i označení řízkař a řízková fotografie. Vznikly dokonce i speciální agentury zabývající se pořizováním záznamů z tohoto typu módních přehlídek, filmových premiér, otevření butiků, předávání výročních cen a podobně. Čím se tato fotografie liší od reportážní? Tím, že fotograf „řízkař“ stojí někde mezi fotografem a paparazzim. To, že fotografuje na módní přehlídce, totiž neznamená, že fotografuje modelky předvádějící novou kolekci oblečení. Takový fotograf přichází na tyto události dokumentovat vzhled a chování známých osob. Většinu z těchto snímků pak představují portréty celebrit před tak zvanou stěnou sponzorů, čili velkou reklamní plochou s názvy a firemními logy sponzorů dané události. Celebrity o této stěně mluví nerady, je to určité tabu. V rozhovorech pak „stěna“ jednoduše neexistuje, a pokud ano, pak pouze jako objekt posměchu nebo hmatatelný důkaz hvězdného, ostentativního exhibicionismu. I přesto se všichni tlačí, aby mohli před „výplatní listinou“ sponzorů zapózoovat. Vhodné pak je udělat nějaký nechápavý obličej, ukázat nějakou sledovanou část těla nebo položit ruku na zadek nové přítelkyně. Společenské portály po tom přímo prahnou a napíší o „šokujícím opomenutí“ nebo „dramatickém skandálu“. K čemu to však vlastně je?





Fot. 19, Tomek Żukowski, Herec Borys Szyc pózuje s prstem v nose.

Slavné „stěny“ se v Polsku objevily na přelomu 20. a 21. století – první kartonové desky s logy nejružnějších firemních značek se v prostorách banketů začaly objevovat na konci 90. let.

„Tento zvyk přišel ze zahraničí, polští sponzoři jej převzali a tak to celé vzniklo“ – vysvětluje novinářka Karolina Korwin-Piotrowska a ironicky dodává: „Jsou to skutečné „zdi nářků“, ke kterým se celebrity modlí. Lidé musí mít velkou motivaci, nebo jsou spíše i zoufalí, když před ní stojí a předvádějí se. Častokrát je to důsledkem pokusu o upoutání na sebe pozornosti, že mají nová ústa, prsa, róbu nebo snoubence – i když to poslední je spíše pomíjivé.“

Lidé slavní jen ze své slávy často v dlouhých řadách čekají, aby se mohli u takové „stěny“ postavit, někteří jsou dokonce ochotní za to i zaplatit. – „Stejně jako se za socialismu stálo ve frontě na maso, se nyní stojí ve frontě před plachtou s logy sponzorů, jen s tím rozdílem, že nyní nemají těhotné ženy přednost, každý si musí vystát svoji frontu sám“ – říká Korwin-Piotrowska<sup>23</sup>

<sup>23</sup> „Kartonowy obiekt pożądania. Krótka historia bankietowej "ścianki", Zofia Rojek, <http://natemat.pl/81139,kartonowy-obiekt-pozadania-krotka-historia-bankietowej-scianki>



Tento druh fotografie je zde zmiňován hlavně proto, že bulvár a plytké informace ve snaze přitáhnout více čtenářů vyplňují stále větší plochu tisku a zasahují dokonce i do části vyhrazené zprávám formujícím veřejné mínění. Týká se to i toho, jak profesionální fotograf vnímá samotný fotografický obraz. Před několika lety mi jeden z fotografů pracujících denně v této branži prozradil, že snímek by měl být, pokud jde o jeho velikost v pixelech, co největší a ostrý v celé své ploše. Není důležité, jestli vznikl ve dne nebo v noci, má být osvětlen bleskem aby byly potlačeny stíny. Pokud jde o výřez, pak je nejlepší záběr na celou postavu. Takto vytvořený snímek pak bude možné ořezat tak, jak bude potřeba, do článku o botách hvězd, o hodinkách, o tom jak se kdo oblékl na premiéru, a podobně. Nakonec často ani není předem jasné, k jakému účelu bude tento snímek využit, s jistotou však víme, že své uplatnění najde.



Fot. 20, Herec Cezary Pazura před stěnou s reklamními logy sponzorů pózuje skupině fotografů, [www.sztukakotleta.files.wordpress.com](http://www.sztukakotleta.files.wordpress.com)

Setkáváme se zde se situací, kdy se snímek stává fotografickou reprodukcí dané postavy. Lidský faktor, fotograf nebo fotografovaná osoba je zde jedině proto, aby speciálně vytvořila nebo vyprovokovala situaci, která takovýto snímek „nažhaví“, například „pane Borysi, mohl byste si prosím strčit prst do nosu?“

#### 4.5. VNÍMÁNÍ A POCHOPENÍ FOTOGRAFIE

Práce fotoreportéra byla kdysi prestižním a váženým povoláním, které otvíralo mnoho dveří. Nynější situace se však hodně změnila. Novinář (a tím i fotoreportér) je velmi často vnímán jako lovec laciných senzací. Někdo, kdo se přizívuje na cizím neštěstí a neurvale hledá senzaci. Ve společném povědomí se hranice mezi fotografem a paparazzim stírá. Samotné médium fotografie ztratilo ve svém smyslu velkou část uznání, kterému se těšilo dříve. Lidé jsou stále častěji ovlivněni představou o možnostech zpracování a upravování fotografií v grafických programech. Na jednu stranu odběratel vyžaduje, aby hvězdy a celebrity, které obdivuje v reklamách a periodikách, byly dokonalé a bezchybné. Na druhou stranu však ví, že raketové baterie v Sýrii nebo egyptské pyramidy v magazínu National Geographic se mohou jako zázrakem rozmnožit. V lidském vědomí začíná o fotografovi fungovat velmi falešná představa. Proč se trápit s fotografováním, když skoro všechno je možné vylepšit v postprodukci. Často dochází k situacím, kdy zákazník, který si objednává nákladné fotografování, vyžadující pronájem ateliéru, osvětlení, práci několika osob, chce rezignovat na přizvání vizážisty nebo maskérky a tvrdí: „Vy si to už opravíte v počítači.“ Společnost si myslí, že když jim jako fotografickým laikům připadá všechno jednoduché, pak pro profesionály to bude snazší dvojnásob a snímky se na paměťových kartách objevují samy, a co se nepodaří, to se v počítači během několika vteřin jako zázrakem vykouzlí. Tady se objevuje první problém související s důvěrou ve fotografii. Všechno je možné opravit, dobarvit, a to nejen po estetické a umělecké stránce, ale i významové. Obraz sám o sobě ztrácí důvěru společnosti, jelikož odběratel si není jistý, jestli ilustrace je skutečná, nebo je výsledkem manipulace.

Dalším problémem je to, o čem byla řeč na začátku, tedy o úctě a důvěře společnosti k práci fotografa. Jde o uzavřený kruh vzniklý popletením několika pojmů.

Průměrný odběratel nerozlišuje u fotografií žádné specializace. Není pro něj důležité, jestli fotografuje ptáky v národním parku, nebo sedí na stromě a špehuje filmovou hvězdu na pláži. Fotograf, nebo spíše to, jak je vnímán, podlelo požadavkům odběratele prahnoucího po senzaci. Lidé jsou zvědaví, jak vypadá zpěvačka opalující se na břehu bazénu, zároveň se však mračí na každého, kdo tyto scény pozoruje a dokumentuje. Je pobouřen, protože někdo někoho šmíruje. Je to dvojí morálka. Velmi nechutným způsobem je to vidět na příkladu Marcina Sudera, polského fotografa uneseného v Sýrii. Je obecně známo, že na komentáře objevující se na internetových fórech je třeba se dívat skrz prsty a s přimhouřenýma očima. V tomto případě se však tyto výpovědi opakují velmi často a utvrzují nás v dojmu, jakým je povolání novinového fotografa vnímáno velkou částí společnosti. Níže je část vybraných názorů z fóra na portálu gazeta.pl:

kat-kk:

- Proč by mě měl zajímat nějaký pisálek, co strká nos do náboženských konfliktů? Asi jako Hoser sekající hlavy Tutsiů.

wiceherszt:

- (...) A co se bude dít teď? Budeme se rvát se satanem, který tam zrovna teď vládne, a prosit ho o pomoc při osvobození pisálka...

minipolak:

- Proč tam jel? Vždyť oni i tak své zločiny nahrávají na YouTube.

45rtg:

- Jel si tam vydělávat na lidské tragédii, a nakonec se sám dostal do problémů.

asxc:

- Promiňte, že se ptám, ale proč tam vůbec jel? Fotografovat popálené děti a pak je se ziskem prodávat? Každé povolání s sebou nese riziko... Když se to někomu nelíbí, tak ať jde za pokladnu do sámošky.

cracovpl:

- Nějak mi není líto fotoreportérů, kteří těží z lidských tragédií. Vždyť všichni víme, co se tam děje, i bez jejich snímků.

To je jen několik vybraných názorů. Lidé si sami odporují, prahnou po senzacích a scénách, při kterých tuhne krev v žilách, ale jakmile tam někdo jede, aby mohl srozumitelně a věrohodně vyprávět o všem, co se během konfliktu na druhé straně světa děje, tak se ukáže, že je to zvrhlík zneužívající cizí neštěstí.

## **5. CO SI MYSLÍ PROFESIONÁLOVÉ**

### **5.1. ANDRZEJ ZYGMUNTOWICZ**

Fotograf, člen Svazu polských uměleckých fotografů, přednáší o fotografii na katedře žurnalistické, reklamní a agenturní Vratislavské univerzity a na Collegium Civitas, ve Studiu fotografie ZPAF a Studiu Sztuki, ale i na mnoha dílnách a jiných, krátkých výukových formách. Je popularizátorem fotografie a organizátorem fotografických aktivit. Zastává funkci ředitele umělecké rady ZPAF, dříve byl předsedou Varšavského fotografického sdružení, Svazu polských uměleckých fotografů a nadace Soutěž polské novinářské fotografie.

Andrzej Zygmuntowicz v publikaci o „Varšavských setkáních s dokumentární fotografií“ předesťává své reflexe o stavu polské fotoreportáže a tendencích ve fotografii v souvislosti se situací, ve které se nyní polský tisk nachází. Zygmuntowicz v úvodu k popisu současných podmínek uvádí u řady osob jasnou souvislost mezi vydavateli tištěných médií a penězi určenými na fotografickou ilustraci materiálu. Redakce zaměstnávající fotografy na plný úvazek musí svým zaměstnancům zajistit fotografické, počítačové a programové vybavení, platit jim sociální a důchodové pojištění a odvádět daně. Tohle všechno generuje obrovské náklady. Navíc se může stát, že zkušený fotograf začne pro redakci svým způsobem představovat problematickou osobu, protože bude bojovat za výběr dobrých snímků a jejich co nejlepší využití při ilustraci článku. Takové obtíže prodlužují proces publikace, což v okamžiku stále ztlačnějšího přechodu tisku směrem k elektronickým médiím není žádoucí. V době, kdy je náklad tisku systematicky snižován, jsou hledány úspory a písící novináři jsou ti, kteří v redakcích rozhodují. Je pak přirozené, že je raději propuštěn fotograf než osoba blízká okruhu redaktorů.

Zygmuntowicz v dalších úvahách poznamenává, že se v současné době tisk stal obyčejným tržním zbožím, čehož důsledkem pak je, že si tituly nekonkurují jen mezi sebou, ale konkurují i jiným konzumním vymoženostem. Ocitly se ve stejných regálech s bonbony, punčochami nebo pracími prášky. Aby měly stejnou šanci a mohly vzdorovat konkurenci, musely se časopisy změnit. Musely se stát stejně atraktivní jako jiné zboží, jen tak mohly bojovat o masového klienta. Musely začít připomínat obaly od tyčinek nebo instantních polévek, být působivé, křiklavé a zároveň jednoduše srozumitelné.

„Skutečná fotoreportáž je velmi rafinovanou formou fotožurnalistiky, s obsahem jasně viditelným v záběru, ale i s možností si ho představit za jeho hranicemi, s rozvinutou, mnohohrstevnatou skladbou akcentů doplňujících výchozí informaci. Dnešní kultura je nastavena na rychlé a nekomplikované sdělování. Fotoreportáž, stejně jako psaná reportáž vyžaduje reflexi a citlivost pisatele, jako přídavek pak vyžaduje určitý prostor na novinové stránce, kde po patřičné grafické úpravě a naaranžování, umožňující zdůraznit hlavní motivy, má podpořit celkový dojem doplňujícími obrázky. Dnes už žádný vydavatel neposkytne fotoreportáži tak velký prostor, jaký mívala před deseti lety v týdenících Świat nebo Itd. Tato forma je dnes příliš komplikovaná, a proto i neprodejná. Pro reportáž v novém, daleko více tržním tisku již jednoduše není místo.“<sup>24</sup>

Autor mnohokrát zdůrazňuje migraci informací do elektronických médií – televize a internetu. S tím souvisí i změna kvality a doby, po kterou je informace ještě čerstvá. Na televizních obrazovkách a monitorech se průběžně objevují nejčerstvější informace. Tituly tištěného denního tisku nemají z pohledu aktuálnosti informací z technologických důvodů šanci konkurovat. Nemluvě o týdenících nebo měsícnících. Vystává zde problém smysluplnosti věnování času a práce (jednoduše řečeno především peněz) na zpracování informací, které k odběratelům dorazily již dříve.

Objevují se však i výjimky. Zygmuntowicz v tomto bodě spojuje informaci s její fotografickou ilustrací. Popisuje, jakým způsobem dnešní novinková fotografie funguje, jak se změnily objekty jejího zájmu a jakým směrem se její vývoj bude pravděpodobně ubírat. Výsledkem je situace, kterou si již před časem samotná média vytvořila sama, tedy směřováním zájmu k lidským tragédiím a skandálům.

---

<sup>24</sup> „Jak miewa sie fotoreportaż?“ Andrzej Zygmuntowicz, Warszawskie spotkania z fotografią 2012.

„Války, nehody, povodně, zemětřesení, války gangů, scény ze života politiků a hvězd, to jsou aktuální fotografická témata pro tisk. Redakce využívají situaci, že fotografie je ‚horkým‘ médiem, nemizejícím z našich očí, na rozdíl od filmových sestřihů z televizních zpráv. Snímek v novinách nalezneme vždy na stejném místě, vždy se k němu můžeme vrátit a podívat se, jak prezident Spojených států zakopl a upadl.“<sup>25</sup>

Autor si dále klade otázku, jestli v té záplavě skandálů a senzací je ještě místo pro příběhy obyčejných lidí a jejich „nudnou“ každodennost. Jestli jsou média vůbec schopna se o to zajímat, když v nich není nic skandálního. Podle Zygmontowicze mají obyčejní lidé se svou šedou každodenností mizivou šanci vyvolat u médií jakoukoli pozornost, tedy pokud se neprojeví nějakým podivným chováním, ze kterého je možné senzaci vytvořit. Toho je dobrým příkladem příběh traktoristy, který sám o sobě není nijak zajímavý, pokud občas sám sebe nepřejede vlastním traktorem. Tento příklad nám může připadat jako velice kuriózní, ale ukazuje schéma, podle kterého obyčejnost života průměrných lidí média nezajímá až do okamžiku, než udělají něco skandálního, nebo hloupého. Všednost z denního tisku vymizela, přenesla se do pohádkového světa seriálů a sitkomů. Její místo zaujalo drama a skandál.



Fot. 21, Andrzej Zygmuntowicz, Proměnlivý vítr (Jak žít lépe), 1975

<sup>25</sup> Ibidem.

Až do tohoto místa jsme měli co do činění s hodnocením současné fotografie aktualit. Zygmuntowicz opakovaně upozorňuje na změnu zájmů a požadavků stavěných před fotografy ilustrující aktuální události a zvláštní důraz klade na ty žijící v daném okamžiku a ztrácející svůj význam z hodiny na hodinu. Objevuje se tak obraz situace, ve které rozhodují dva činitelé: čas a senzace. Kvalita nebo věcný význam ustupují do pozadí. Ve fotografické ilustraci se počítá jeho obsah a to, jak rychle dorazí do médií, což do značné míry omezuje možnosti udržet kvalitu ilustrací na dobré, čistě snímkové úrovni. V krátkém sledu za dramaty a skandály se objevuje situace, kdy pro média jsou nejvíce žádanými fotografy obyčejní lidé, kteří se na místě tragédie objevili náhodou, a skandály vyhledávající fotografové – paparazzi. V jednom i v druhém případě estetická hodnota obrazu ustupuje do pozadí, podstatou obrazu zůstává pouze a jedině obsah.

Ve svých dalších úvahách si autor klade otázku, kde se fotoreportáž nachází nyní a jaké místo bude mít v budoucnosti. Já osobně jsem již v úvodu zdůrazňoval rozdělení fotografie aktualit, které jsem připisoval úlohu ilustrovat události setrvávající ve vědomí diváků jen krátkodobě a ztrácející aktuálnost své informační vrstvy ze dne na den, a všeobecně známé dokumentární fotografie. Pokud však vezmeme v úvahu dějiny fotografie a spojení, které kdysi slučovalo tyto formy, musíme se nad nimi pozastavit. Denní fotograf měl kdysi výrazně více času na svou práci, mohl lépe připravit spojitou formu zpracovávaného souboru skládajícího se z několika, nebo několika desítek fotografií. Dnes musí fotografie k výběru dodávat velmi rychle, plnit požadavky zákazníka okamžitě a fungovat ve světě aktuálních informací, anebo se může věnovat delším formám, které s velkou pravděpodobností otištěny nebudou. Může však fungovat i jiným způsobem. Zygmuntowicz uvádí, že je paradoxní, že čím je situace fotoreportáže v tisku horší, tím je lepší na fotografických soutěžích.





Fot. 22, Andrzej Zygmuntowicz, Proměnlivý vítr (Městečko) 1978-83

„Při prohlížení každoročních výstav a publikací prezentujících oceněná díla světových soutěží World Press Photo, Pictures Of The Year International nebo v polské verzi World Press Photo je vidět, že fotoreportáž žije. Neustále se objevují nová témata a někdy i nové výrazové prostředky. Estetika současnosti má jiný rozměr a nepokračuje v trendech z minulých let. Změny nemají revoluční charakter, ale jsou patrné.“<sup>26</sup>

Tady si dovolím s Andrzejem Zygmuntowiczem částečně nesouhlasit. Během několika posledních let při sledování polských fotografických soutěží (což je samo o sobě už poněkud mylné, protože velká část z oceňovaných materiálů nebyla před

<sup>26</sup> „Jak miewa sie fotoreportaż?“ Andrzej Zygmuntowicz, Warszawskie spotkania z fotografią 2012.

získáním ocenění otištěna) je patrné značné opakování témat. Pravidelně se tak obměňují útrpná témata, velmi klasická jak svým obsahem, tak uměleckou formou: svatý kopec Garbarka, kalvárie v Zebrzydowicích, život v amatérském sportovním klubu, typologické portréty určité společenské skupiny apod.

Autor si všímá, že pokud fotoreportáž opustila tištěnou formu fotografie, tak na internetu si vede celkem dobře. Upozorňuje také, že technologický rozvoj umožňuje vznik nových forem silně souvisejících s fotografií, např. fotocasty<sup>27</sup>. Novinkou jsou rovněž fotografické soubory s rozsahem několika desítek snímků, nebo dokonce tak zvané fotografické knihy. Jde však o formy poněkud rozsáhlé a časově náročné, odbíhající od čisté fotografie aktualit a její hlavní role, jakou je rychlé sdělení. Ve shrnutí této práce si dovoluji vrátit se k několika připomínkám prezentovaným Zygmuntowiczem, jelikož se mezi nimi objevují zajímavé a nadějně pohledy na fotografie zachycující všednost.

---

<sup>27</sup> fotocast – moderní forma multimediální prezentace obsahující velmi odborně vybrané, zpracované a seřazené fotografie, animace a filmové sekvence podbarvené hudbou, rozhovory a doprovodnými zvuky.

## 5.2. ROZHOVOR S PAWŁEM SUPERNAKEM

Pochází z Bialystoku, žije a pracuje ve Varšavě. Je absolventem Institutu tvůrčí fotografie Slezské univerzity v Opavě. Věnuje se dokumentární fotografii. Více než dvanáct let pracuje jako fotoreportér deníků a od roku 2005 pracuje pro Polskou tiskovou agenturu PAP. Zúčastnil se mnoha skupinových výstav a fotografických projektů, mezi jinými „Ex Oriente Lux“ – který byl vystaven v Moskvě a na Měsíci fotografie v Paříži. Získal mnoho ocenění na soutěžích novinářské fotografie: BZWBK Press Foto (2011 a 2007), Grand Press Photo (2008) a Newsweek Newsreportaż (2007).

P. S.: Pracuji jako fotoreportér od své maturity, celkem již 16 let. Je to špatné, je to velmi špatné, já však v sobě přece jen chovám určitou naději. To, že deníky snižují náklad, nebo to, co se stalo v deníku Rzeczpospolita a Gazeta Wyborcza, možná v menší míře, ale pravdivě ukazuje, že jsou zavírána celá fotografická oddělení. Redakce začaly preferovat snímky z externích agentur nebo od nás (*Supernak pracuje pro Polskou tiskovou agenturu – PAP*). Mají předplacený trvalý přístup ke zdrojům agentury a snímky využívají jen v rámci existující nabídky, už žádná jiná témata neobjednávají. Já si myslím, že za úpadek deníků do značné míry mohou hlavně úspory. Do tisku nastupují manažeři, kteří vůbec neznají specifika tohoto odvětví. Jsou to prostě ekonomové, kteří počítají sloupky tabulek a grafů. Měli dobré výsledky v jiných firmách, které se jim povedlo vyvést z ekonomické krize, proto se sáhlo právě po nich. Je pro mě těžké se přímo vžít do vnitřního fungování redakčních deníků, ale u nás v PAP paradoxně žádné změny k horšímu nevnímám, vše je prostě při starém. Poptávka po snímcích je stále velmi velká, pokud není dokonce větší, ale hlavním odběratelem se stává internet. Kdysi se pro ilustraci článku prodával jeden ilustrační snímek za relativně vyšší sumu, dneska se jedna fotografie prodává za pár zlotých, ale nakupuje a publikuje se jich nakonec několik desítek v rámci jedné

galerie a na jedno téma. Finančně to vychází víceméně stejně. Kvůli prohlédnutí všech fotografií je pak nutné stránky několikrát obnovit, což na nich vytváří dodatečný pohyb a počet kliků, za který poskytovatelé reklamy platí.

Z mého pozorování vyplývá, že během posledních deseti let, pokud pomineme základní význam deníků a jejich informace, se úroveň fotografie a především její vnímání a váženost v tištěných denících naprosto propadla. Je to asi takto, dnes stačí přijít do trafiky, prohlédnout si dva nebo tři největší polské deníky, a hned máme nějaké fotografické drama. Snímky jsou jen proto, aby byly, tak nějak ze zvyku. Ty fotografie tam prostě jen jsou. Dovolím si zmínit jedno zjištění, před deseti, možná o něco více lety se snímky na hlavních fotografických soutěžích, ty, které vítězily, přece jen víceméně kryly s těmi, které se publikovaly. Dnes je v novinách odpad, ale úroveň na soutěžích se pořád drží. Oceňovaná témata, zvláště pokud jde o celé soubory, jsou často individuálním dílem profesionálních fotografů. Je známo, že událost, na kterou byli vysláni, nabízí možnost vytvořit rozsáhlejší obrazovou výpověď, ale ta je jen velmi vzácně publikována jako celek.

Všechna ocenění, která jsem získal, jsou za snímky, které předtím nebyly publikovány. Teprve později, až byly oceněny na soutěžích, se objevily i v tisku, ale jako součást reportáže o soutěži. Můžeme tak trochu usuzovat, že vydavatelům na kvalitě fotografií zas až tak nezáleží.

P. O.: *Nemáš dojem, že to, o čem mluvíš, je především problém dobrého zpracování fotografií? Jak už bylo řečeno o redukování nákladů v redakcích, ujali se toho ekonomové, tak byl zredukován počet zaměstnanců ve fotoodděleních a v některých redakcích byla editace fotografií zrušena úplně. Místo toho byly zavedeny jednoduše obsluhovatelné systémy, ve kterých si novinář napsaný článek sám ilustruje, sám zalomí text apod. On se přece nemusí ve zpracování obrazu vyznat, může přece snímek vnímat čistě informativně. Nezná přínos a charakter práce konkrétních fotografů, vybírá si snímky podle prvního, který se zevrubně hodí. Placený je přece za text.*



Fot. 23, Paweł Supernak, snímek ministra školství Romana Giertycha během tiskové konference týkající se programu „Nulová tolerance násilí ve školách“, v sále Sdružení katolických škol v Białymstoku.

P. S.: V podstatě už neexistuje žádná taková osoba, která by měla vybírat snímky a s níž se o tom nediskutuje. K danému materiálu patří daný snímek, tak nebo onak ořezaný a hotovo. Skutečný fotoeditor už v podstatě neexistuje. Na jejich místě jsou teď hledači snímků, kteří i tak nemají konečné slovo o vzhledu ilustrace. Vytvářejí nabídku několika snímků a ten, kdo stránku novin skládá, si z nich vybere to, co se mu hodí.



Fot. 24, Paweł Supernak, z cyklu Live Event, 2012

### **5.3. WOJCIECH GRZĘDZIŃSKI**

Absolvoval Varšavskou univerzitu, kde studoval užité společenské vědy, rehabilitační pedagogiku a antropologii. Spolupracoval s redakcemi deníků Rzeczpospolita a Dziennik Zachodni. Jako válečný fotoreportér pracoval mimo jiné v Libanonu, Gruzii, Jižním Súdánu a Afghánistánu. V roce 2009 získal 3. místo v soutěži World Press Photo za své snímky vytvořené během války v Jižní Osetii. Od února roku 2011 pracuje pro kancelář prezidenta Polské republiky, kde řídí tým fotografů, zároveň je také hlavním osobním fotografem polského prezidenta.

Názory Wojciecha Grzędzińskiego na téma situace tisku, vnímání snímků vydavateli a rozvoje fotografie znám ze dvou zdrojů, jedním jsou osobní rozhovory u kávy nebo piva a druhým velké množství rozhovorů pro tisk, rozhlas nebo televizi. Grzędziński je již několik let velmi mediálně známý, pokud je takto možné o fotografovi hovořit nejen vzhledem k jeho fotografické tvorbě, ale především jeho osobě. Abychom se vyhnuli opakování faktů kolem provázanosti trhu s tiskem a rozpočtu předurčeného na obrazovou ilustraci, uvedeme několik vybraných Grzędzińskiego názorů na téma každodenní práce fotoreportéra, včetně takové, která dokumentuje krvavé, tedy teoreticky nejžádanější události.





Fot. 25, Wojciech Grzędziński, Gruzie, 2008

„ – *Myslíš si, že média se nezajímají o to, co se děje v Afghánistánu?*

– Na to, co se děje za našimi hranicemi, redaktoři absolutně kašlou. Kašlou na polské vojáky. Jejich příběhy jsou jim ukradené. Podívej se, konflikt v Sýrii trvá už dva roky, a kolik o tom bylo materiálu? Teprve v okamžiku, kdy unesli Marcina Sudera, se lidé začali chytat za hlavu: „Bože, tam je válka! Tam umírají lidé!“ Tak je to. Redaktory víc vzrušuje to, že nějaký politik povýšil na šéfa nějaké strany, jezdí si po zemi a organizuje konference, na které přijdou tři lidé. Ale to není to, o čem se chtějí lidé něco dozvědět. Tedy mám takový pocit. Před nějakým časem jsem si zajel s batohem do Běščad, lezl jsem po horách, mimo sezonu. Zastavil jsem se ve Wetlině, v malé hospůdce, kde v rohu visel televizor, zrovna běžely zprávy TVN. Z této pozice – malé hospůdky v Běščadách, kde jeden chlápek spí na stole a druhý ho plácá po zádech a říká: „Helmut, nespí!“ – vypadají tlačenice na chodbách Sejmu opravdu absurdně.“<sup>28</sup>

Z tohoto rozhovoru vyplývá, že některé příjemce by tyto situace a události ze světa možná zaujaly, ale média bohužel vybírají za ně, která témata jsou zajímavá. Objevuje se tady problém existující v tisku už dlouhou dobu, jmenovitě tematické

<sup>28</sup> Wojciech Grzędziński: Na moich oczach ginęli ludzie, a ja robiłem zdjęcia, <http://www.polskatimes.pl/> Anita Czapryn 5. 8. 2013.



zaměření a politické objednávky, kterým se daný titul zodpovídá. Často máme co do činění s manipulací spočívající ve změně významu určitých informací tak, aby se odvrátila pozornost od jiných, nežádoucích faktů.



Fot. 26, Wojciech Grzędziński, Návštěva prezidenta Polské republiky v Neapoli, 2014

V další části rozhovoru Grzedziński vypráví přímo o situaci fotografa, který bezprostředně riskuje svůj život, aby dodal snímky, a o účtě, respektive o jejím nedostatku, se kterým se k nim chovají redakce.

*„– Chceš říci, že jsi do války pokaždé jel na vlastní náklady a že redakce, pro kterou jsi fotografoval, ti finančně nepomohla?“*

– Nebyl jsem zaměstnancem. Redakce proplácely náklady. Ale při té příležitosti řeknu něco jiného: většina polských redakcí vysílá reportéry, nebo alespoň externí spolupracovníky nepojištěné. Dlouho jsem bojoval o to, abych měl pojištění, abych v případě, že mě střelí do ruky nebo nohy, měl šanci si koupit protézu, ale pravda je taková, že jsme často jezdili bez pojistky. Když jedu sám, snažím si pojistku sehnat a to stojí asi 1 500–2 000 PLN. To nejsou malé peníze. K tomu ještě očkování, o které se také musíš starat sám, protože redakce se o to nestará. A cena očkování je dalších 1 000–1 500 PLN. To jsou jednoduché věci, které vypadají složitě. Opravdu

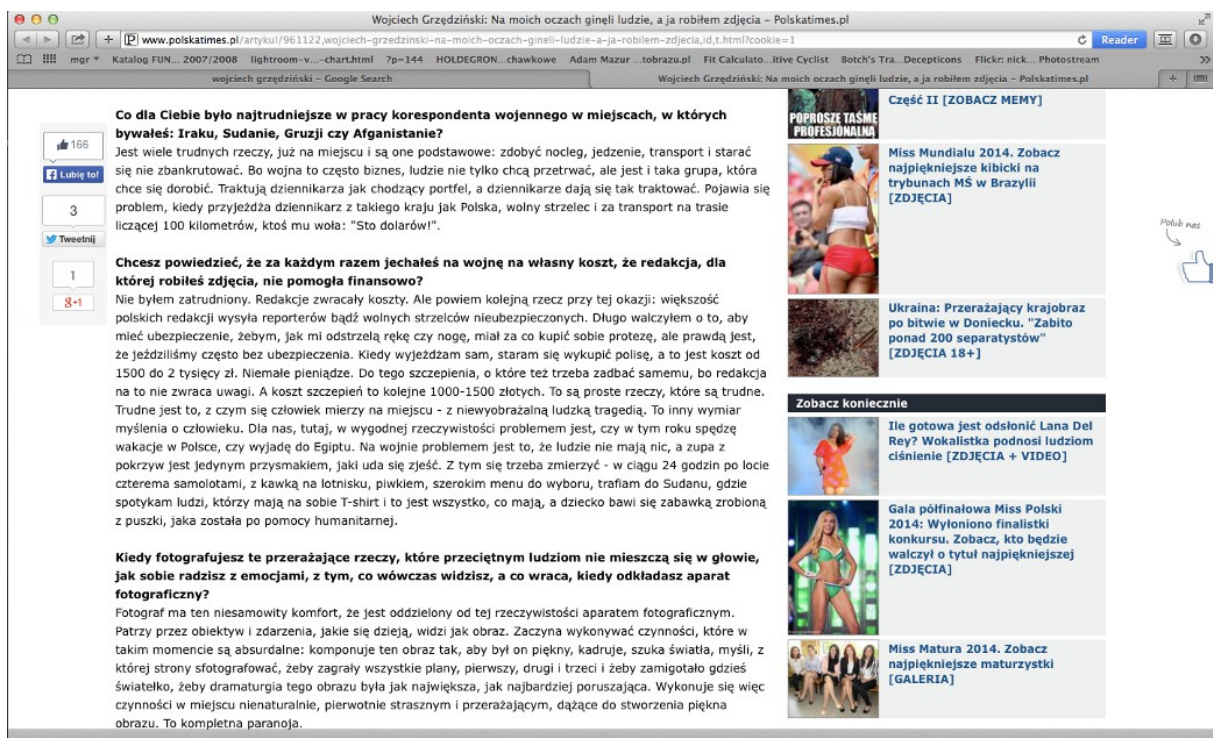
složitě je to, s čím si člověk musí poradit na místě – s nepředstavitelnou lidskou tragédií. Je to jiný rozměr myšlení o člověku. Pro nás tady, v této pohodlné realitě, představuje problém to, jestli letos strávím dovolenou v Polsku, nebo pojedu do Egypta. Ve válce je problém to, že lidé nemají nic a polévka z kopřiv je jediná pochoutka, kterou se jim podaří sníst. S tím se musíme vyrovnat – během 24 hodin po příletu čtyřmi letadly, s kávičkou na letišti, s pivkem a širokým menu na výběr, se ocitnu v Súdánu, kde potkávám lidi, kteří mají na sobě tričko a to je všechno, co mají, a dítě opodál si hraje s hračkou vyrobenou z konzervy, která zbyla po humanitární pomoci.“<sup>29</sup>

Na počátku roku 2014 byl kolem Grzedzińského v médiích rozruch. Příčinou všeho byla jeho snaha vydat knihu, fotografické album o Afghánistánu. On sám o tom píše na stránkách [www.wspieramkulture.pl](http://www.wspieramkulture.pl):

„Proč je pro mě vydání knihy tak důležité? Asi proto, že kromě vyprávění plného hrdinství nebo utrpení jsou vojáci, denně hlídkující v Afghánistánu, úplně zapomenutí. To, co prožili, je jen a jen jejich. Tisk tyto příběhy nechce vyprávět. Protože jak by vypadala usmívající se dívka v reklamě na pleťový krém vedle snímku bídy, strachu nebo smutku? Chtěl bych, aby tato kniha alespoň částečně ukázala jejich každodennost a pomohla pochopit jejich prožitky a alespoň trochu přiblížila krásný, složitý Afghánistán.“

Proč v této práci píšu právě o Grzedzińském? Protože bych chtěl, aby se tato práce neskládala jen ze suché analýzy médií a názorů odborníků, ale aby přiměla k zamyšlení a hledání vlastních závěrů. Mně osobně nejde do hlavy, proč tak dobrý fotograf, s materiálem splňujícím všechna čtenářská kritéria zájmu, nedokáže najít vydavatele. Co se stalo, že Grzedziński musí celé dva měsíce na portálech internetových služeb shánět patnáct tisíc zlotých, aby mohl bez vlastního zisku vydat knihu, která je výsledkem čtyř let práce v nepředstavitelných podmínkách. Mladý, zkušený, charismatický člověk, skvělý fotograf, který je citován v médiích, musí přímo žebrať, aby nasbíral částku, která je rovna ceně reklamy na polovině obálky barevného měsíčníku. Možná se odpověď na tuto otázku skrývá v autorově vysvětlení přiloženém k popisu projektu, který doprovází vydání knihy, že strach se vedle obrázků krému prodává špatně. Smutnou ilustrací celé situace je snímek monitoru obrazovky se stránkou deníku, na které se nachází citovaný rozhovor. Text je na levé stránce, témata a vybrané snímky jsou napravo. Taková je naše realita.

<sup>29</sup> „Wojciech Grzedziński: Na moich oczach ginęli ludzie, a ja robiłem zdjęcia“  
<http://www.polskatimes.pl/> Anita Czapryn 5. 8. 2013.



Fot. 27, screenshot, www.polskatimes.pl

Dalším důvodem, proč je Grzedziński zmiňován, je to, že se mu povedlo nastavit novou úroveň prezentace snímků a fotografické dokumentace hlavy polského státu. Osobnost Bronisława Komorowského opírající se o snímky z oficiálních událostí, ale i ze soukromí, je na světové úrovni. Grzedziński si vytvořil tým, s jeho pomocí zvládá poskytování obrazového materiálu o polském prezidentovi velmi dobře.

## **6. SHRNUÍ, ZÁVĚRY, SOUČASNOST A BUDOUCNOST.**

Z analýzy provedené v této práci vyplývá pro fotografii aktualit v Polsku poněkud smutný a málo optimistický obraz. Polsko není výjimkou, podobnému vývoji podléhají v menší či větší míře média na celém světě. Ve svém shrnutí a závěrech se budu důsledně držet neoddělitelného spojení úrovně médií a fotografie aktualit. Velmi důležité je si upřesnit, o jakém druhu fotografie mluvíme, o aktualitách, o něčem co by mělo neustále, z hodiny na hodinu, z minuty na minutu, obrazově korespondovat s obsahem zpráv píšících redaktorů. A proč je to tak důležité? Protože existují určité okolnosti, díky nimž se můžeme dívat na budoucnost fotografie s větším optimismem. Souvisí to však s širším pohledem na vyprávění o světě pomocí obrazů – hlavně co se týče fotoreportáže jako součásti dokumentární nebo sociální fotografie. Problémem však zůstává existence kvalitní fotografie v médiích.

Myslím, že by celá tato situace mohla být analyzována podle několika aspektů. Prvním je vznik snímků popisujících každodennost, druhým je samotný přístup profesionálních fotografů k práci, kterou vykonávají. Pokud bychom se měli podívat na samotnou fotografii, aniž bychom vnímali média, objevil by se paradoxní obraz, který bychom mohli popsat zjištěním, že čím hůře se fotografii daří tisku, tím lépe se jí v Polsku vede obecně. Takový dojem můžeme získat při pohledu na výsledky významných světových soutěží novinářské fotografie. Od roku 2005 získali polští fotografové šestnáct ocenění World Press Photo:

2005:

Tomasz Gudzowaty – Nada kusti, indické zápasy;

2007:

Tomasz Gudzowaty – Varanasi, cvičení jógy;

Rafał Milach – Mizející cirkus;

2008:

Justyna Mielnikiewicz – Gruzie, Gori. Rodina utíkající před ruskou armádou;

Kacper Kowalski – série snímků zachycujících pohled ze vzduchu na stále stejnou část náměstí ve Vladislavově;

Wojciech Grzędziński – Gruzie, Gori. Boj o jižní Osetii;

Tomasz Gudzowaty - Mongolsko, Banganuur. Turnaj Naadam;

Tomasz Wiech – zaměstnanec krakovské kanceláře připravující snídani;

2011:

Filip Ówik – národní smutek po pádu letadla prezidenta Polska u Smolenska;

Tomasz Gudzowaty – automobilové závody v Mexiku;

2012:

Tomasz Lazar – newyorské demonstrace Occupy Wall Street;

Tomasz Gudzowaty – Lucha Libre, mexická verze wrestlingu;

2013:

Anna Bedyńska – Zuzia, portrét albínské dívky;

2014:

Maciej Nabrdalik – Nicolette – portrét dívky v sirotčinci;

Kacper Kowalski – série snímků zachycujících pohled na následky po těžbě mědi v dole v Polkowicích;

Andrzej Grygiel – lyžař během mistrovství Polska v alpském lyžování.

Pouze fotografie Justyny Mielnikiewiczové (pro New York Times), Wojciecha Grzędzińskiego (pro Dziennik Zachodni), Filipa Ćwika (pro Newsweek Polska), Andrzeje Grygiela (pro Polskou tiskovou agenturu) a Tomasze Lazara měly povahu fotografie aktualit a mohly být využity jako ilustrace událostí odehrávajících se ze dne na den. Ostatní snímky jsou „pomalejším“ sledováním skutečnosti, výsledkem „dlouhodobější“ práce. Výjimečným souborem v tohoto výběru je cyklus Tomasze Gudzowatého, který již několik let pomocí velkoformátových černobílých polaroidů dokumentuje různé druhy zvláštních forem lidských fyzických aktivit, různé druhy amatérských i profesionálních sportů. Jde o fotografie absolutně „neaktuální“.

Jak je vidět na příkladu nejznámější soutěže novinářské fotografie, nevede si fotografie v Polsku nijak špatně a ve světě je dokonce ceněna. Odráží se to však nějak na kvalitě ilustrací aktuálních událostí v médiích? Jak již bylo v této práci zmíněno, tyto souvislosti se vyvíjejí nezávisle. Paweł Supernak, se kterým jsem o této analýze několikrát mluvil, říká, že většina jeho snímků, které získaly ocenění na polských soutěžích, nebyly před jejich oceněním publikovány ani v tisku, ani na internetu. Začaly se prosazovat teprve až po soutěži, a to nikoli jako dokumentace samotné události, ale jako snímek, který získal nějaké ocenění. Autor si sám od sebe tuto fotografii vybral a přihlásil ji k posouzení porotou. Podobně je to i s jinými soubory, které na polských soutěžích zvítězily. Často jde o díla fotografů bez pracovního úvazku, nebo dokonce jen schopnějších amatérů, pro něž je fotografie srdeční záležitostí. „Novinářství“ těchto fotografií pak spočívá v okolnosti jejich přihlášení do soutěže novinářské fotografie, v tom, že by teoreticky mohly být v tisku publikovány.

Mění se rovněž forma, ve které se snímky dostanou k odběrateli. Jak co se týče médií, tak i samotných fotografů. Elektronické verze tiskovin nám stále častěji nabízí ilustrace v podobě videosnímků. Někdy jde o soubory snímků v podobě komentovaných slideshow, někdy jde o čistý filmový záznam. S tím souvisí i to, že psané slovo je nejednou omezeno na pouhý název filmu nebo na několik stručných vět. Píšíci novinář se tak v jistém smyslu stává novinářem „televizním“ a fotograf je zastoupen kameramanem. Popis událostí se tak stává multimediálnější. Od zaměstnanců redakce je vyžadováno rozšíření jejich specializace, což ne vždy přináší dobré výsledky. Je jasné, že osoba ovládající dobře psaní textů, nemusí být dobrým řečníkem, může mít problémy s dikcí a podobně. Stejně tak i fotograf může ve světě pohyblivého obrazu tápat. Vinou zaměstnavatelů pak k těmto situacím dochází stále častěji. Multimediálnost však má nepochybně i své nové, dobré

stránky. Technologický vývoj nabízí snadný přístup k novým, kombinovaným výrazovým prostředkům. Je to patrné i na samotných soutěžích novinářské fotografie. Objevují se nové kategorie, jako podcast, fotocast, nebo rozšířené fotoreportáže. Soutěž World Press Photo obsahuje přímo samostatnou kategorii, která je v podstatě přímo oddělenou soutěží určenou pouze multimediálním prezentacím s pohyblivým obrazem a mluveným komentářem. Jasně patrné jsou tendence k vypracovávání nových forem vyprávění o světě a jeho lidech. Z technologického ohledu je však potřeba mnoho času, koncentrace a práce mnoha osob, aby takové zachycení skutečnosti bylo zřetelné a technicky dobře provedené. Fotograf může být jen součástí týmu zpracovávajícího událost. Začíná se to podobat filmové produkci. Hranice mezi vyprávěním fotografickým a filmovým obrazem se tak pomalu smazává. Jde o nový, krásný výrazový prostředek nabízející mnoho možností. Z pohledu zpracovávaného téma však tento prostředek má jeden obrovský nedostatek. Vyžaduje čas. Při tomto zpracování představují čas a peníze dvě klíčové kritéria určující použitelnost daného materiálu pro ilustraci aktuality. Zmiňované nové multimediální formy tato kritéria nesplňují. Aby mohly vzniknout, je bezpodmínečně nutný čas (i kdyby jen z ohledu na náročnější technologické zpracování) a finanční náklady na spolupracovníky podílející se na výrobě takového snímku (ozvučení, střih, úprava a podobně). Jako nový způsob možnost vyprávění příběhu musíme tuto formu přijmout, ale pokud jde použití pohyblivého obrazu pro ilustraci aktualit, je v konfrontaci s „klasickým televizním“ videomateriálem odsouzena k prohře.

Andrzej Zygmuntowicz v již dříve citovaném článku říká:

„Vedle klasických forem můžeme nalézt i nové nabídky, které najdeme i mezi soutěžními kategoriemi na World Press Photo a Picture of the Year International. Jde o fotocast a vyprávění rozvinuté na několik desítek snímků, tedy v podobě, která se v klasické reportáži příliš neobjevovala. Fotocast je stále na počátku své cesty. Někteří tvrdí, že je to slepá ulička, která nikam nevede. Pro jiné jde o skutečnou budoucnost reportážní fotografie. Při prohlížení nejrozličnějších výtvarů je vidět, jak si materiál fotocastu mezi sebou přetahují pracovníci rádií, filmaři, fotografové. Není to však ani film ani rádio. Fotocast je do značné míry založen na žhavém médiu fotografie, udržující po delší dobu oči diváka na jednom obraze. Navíc, může využívat podobnou techniku jako ve filmu a přiblížit jednotlivé detaily záběru, umocní se tím jejich působení. Již jsme si odvykli sledovat fotoreportáž v tisku, proto máme vážné problémy při vnímání víceúrovňového snímku obsahujícího mnoho prvků. Nové nástroje tento problém naštěstí překonávají. Zvuk oživuje proud obrazů, ale

nemůže se jednat o obyčejné povídání podobné mluvenému komentáři v televizi. Zvuk by měl stejně jako obraz udělat dojem, umocnit působení a ve zvláštních případech je nutné sáhnout přímo po zvukové naraci, odehrávající se paralelně s obrazovou, aby se informace dostala k odběrateli kompletní. Filmové záběry dávají vyprávění dynamiku a umožňují rychleji přejít z jednoho silného záběru na další. Fotocast má před sebou budoucnost, alespoň pokud zůstane v rukou fotografů, pokud tomu bude jinak, pak zapadne mezi krátkými dokumentárními filmy. Vedle fotocastu jsou nepřehlédnutelnou novinou rozsáhlé fotografické cykly. Na soutěži Picture of the Year International jim bylo věnováno několik kategorií. Tyto mnoha snímkové příběhy se velmi snadno mění na autorské publikace v podobě alb (tato kategorie se na soutěži Picture of the Year International také objevila) a na výstavní a internetové prezentace<sup>30</sup>.

Popsáno již bylo vznikání snímků popisujících aktuální události, nové formy, omezení a cesty rozvoje. Pojdme se nyní podívat, jak se samotní fotografové staví ke své profesi, k práci kterou denně vykonávají. Nepůjde o nijak podrobné pozorování, stejný typ přístupu k vykonávané práci je identický s jinými profesemi. Myslím si však, že stojí za to zmínit několik veřejných prohlášení a názorů z tisku, protože již několik let, někdy přímo komicky, fungují v prostředí osob spojených s fotografií.

„– Vzali mi práci. Dělán něco málo originálního, něco, čím se zabývají miliony lidí. Kdysi bylo třeba makat, odhalit nějaké tajemství. Dnes stačí vložit baterii do fotoaparátu a první lepší snímek je technicky bezchybný – říká v rozhovoru pro Gazeta.pl Tomasz Tomaszewski, jeden z nejlepších polských fotografů.

– *V dnešní době fotografují všichni, stále častěji k tomu používají mobilní telefony. Instagram má v Polsku již přes milion uživatelů. Jsou fotografové ještě vůbec potřební?*

– Jsou potřební. Svět se mění a ty změny je třeba dokumentovat. Je důležité, aby to dělali lidé, kteří kromě oka používají i mozek. Aby jejich snímky reprezentovaly originální formu myšlení, ukazovaly nám jinou tvář pravdy.

---

<sup>30</sup> („Jak miewa sie fotoreportaż?” Andrzej Zygmuntowicz, Warszawskie spotkania z fotografią 2012)



Mám dojem, že profese fotografa přestává existovat. Fotografie je dnes prací pro každého, takže vlastně pro kohokoli. Ne všichni jsou přece dostatečně připravení se ve veřejném prostoru pomocí vizuálního jazyka vyjádřovat.

Dobří fotografové mají navíc problém se prosadit v moři všednosti, přes fotografie, které ukazují obyčejná fakta. Přičemž jde o zprostředkování vzrušujících, zajímavých a originálních myšlenek. Aby to bylo možné dělat, je třeba mít co říci, je třeba být vzdělaným a reprezentovat určité hodnoty. Ony chybí, proto jsme pod lavinou fotografií nevedoucích k žádné reflexi ani souvislostem. Ukazující nejčastěji věci náhlé, tendenční, uspěchané a pomíjivé. Mnohem těžší je prosadit snímky, které představují něco vznešeného, ušlechtilého, hlubokého nebo propracovaného“.<sup>31</sup>



Fot. 28, Tomasz Tomaszewski, Sugar Town, 2013

Dovolil jsem si zmínit rozsáhlejší úryvek rozhovoru s Tomaszem Tomaszewským, známým a uznávaným polským fotografem, abych mohl prezentovat první z postojů vůči fotografické novinářské skutečnosti, jmenovitě -

<sup>31</sup> Tomaszewski o fotografii: Odebrano mi zawód. Dziś każdy może robić zdjęcia, 10.08.2013, Łukasz Głombicki, [http://www.tokfm.pl/Tokfm/1,103085,14398600,Tomaszewski\\_o\\_fotografii\\_\\_Odebrano\\_mi\\_zawod\\_\\_Dzis.html](http://www.tokfm.pl/Tokfm/1,103085,14398600,Tomaszewski_o_fotografii__Odebrano_mi_zawod__Dzis.html)

přestal jsem být někým neobyčejným. Technologický postup a snadnost výuka nového média zbavil tajemnosti a výjimečnosti to co jsem dělal a dělám. Z jedné strany s tímto postojem přímo dogmaticky souhlasím, a z druhé jde zase o vnímání současné situace podle zásady „okradli mě chudáčka o mou výjimečnost“. Připadá mi to jako pasivní naříkání, určitý druh výhrady vůči pokroku.

Druhý přístup úzce souvisí s jednou z předchozích kapitol této práce věnované Agentuře Gazeta a Fotorzeka. V článku „Znakomity fotograf "Gazety Wyborczej" zostaje baristą. Historia jednego człowieka i całego zawodu" (Skvělý fotograf deníku „Gazeta Wyborcza“ se stal barmanem. Příběh jednoho člověka a celé profese) se setkáváme s postavou Wojciecha Olkušníka a jeho reakcí na změny v agentuře Gazeta, čili zanechání současné profese a věnování se něčemu úplně odlišnému.

„Před několika měsíci byl Wojciech Olkuśnik nejen jedním z nejznámějších, ale i jedním z nejlepších fotografů politických událostí v Polsku. Pro deník „Gazeta Wyborcza“ více než sedmnáct let fotografoval volby, politické krize ve vládě, sejmu i prezidentském paláci. Odešel z deníku po tom, co mu bylo nabídnuto nové, jak sám tvrdí velmi nevýhodné pracovní podmínky. Dokonce i pro tak zkušené fotografy, jakým je Olkuśnik, není dnes v této profesi místo, takže se Olkuśnik stal právě barmanem. Před nedávnem začal vařit kávu v jedné z varšavských kaváren.

– *Takže proč to? Prostě se to nevyplatilo?*

– Pokud bych měl vydělat 1300 PLN v agentuře, tak to raději chci jít jinam a vydělat si těch 1300 PLN někde jinde.

– *Můžete to nějak blíže vysvětlit, máte přece sedmnáct let zkušeností, jak je možné, že se v oboru neužíváte?*

– Možná bych se uživil, ale ne díky takové fotografii, jaké jsem se věnoval. Peníze jsou třeba ve studiové fotografii, ale já jsem to nikdy nedělal a jednoduše to neumím. Teď, v této době už nebudu vybavovat studio a učit se fotografovat ve studiu. Reportážních snímků aktualit, takových jaké jsem dělal já, už popravdě už není potřeba. A pokud někde ano, tak na internetu, ale tam platí pět zlotých za snímek.

– *Proč je fotografie aktualit v takovém stavu? Možná je to díky tomu, že je fotografie v módě a každý si může digitální fotoaparát koupit - již více než 2,5 miliardy lidí na Zemi má fotoaparát.*

– Další věcí je existence televizních programů zaměřených na aktuální zprávy, jako TVN24 nebo TVP Info. K tomu ještě internet, který průběžně ukazuje všechno. Kdysi to bylo tak, že jsem šel fotografovat jedno téma „setkal se pan X s panem Y a podali si ruce“, já to vyfotografoval, následně se můj snímek objevil na první stránce deníku, byla to aktuální zpráva. Dneska se o tom, že se pan X s panem Y mají setkat, mluví na konci předchozího dne a celou noc. Od šesti ráno je tato informace na každém programu i na internetu. Jestli to já ve dvanáct hodin vyfotografuji a snímek se má objevit až druhý den, tak to už není žádná aktualita. Takový snímek nemá žádnou cenu, není pro něj v novinách místo. Snímky, které jsme dělali my, už nikdo nepotřebuje. Nejjednodušší příklad – před několika léty jsem měl fotografii na první stránce třikrát za týden, ale dneska, pokud jsem měl jednu za tři měsíce, tak to byl úspěch. Další věc souvisí se snadnou dostupností fotografií. Existují digitální fotoaparáty, které si za přibližně pět set zlotých může koupit každý. Nejde přímo o novinářskou práci, ale o fotografie do společenských rubrik, které ještě stále nějaký přivýdělek nabízejí. Dnes, pokud někdo organizuje výstavu, anebo předávání nějaké ceny, dostane fotoaparát sekretářka, ukáže se jí, kde má zmáčknout knoflík a může fotografovat. Kdysi bylo nutné zavolat fotografa a zaplatit mu aby přišel a fotografoval.“<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> „Znakomity fotograf "Gazety Wyborczej" zostaje baristą. Historia jednego człowieka i całego zawodu”, Janusz Omyliński, <http://natemat.pl/13143,znakomity-fotograf-gazety-wyborczej-zostaje-barista-historia-jednego-czlowieka-i-calego-zawodu-wywiad>



Fot. 29, Sławomir Kamiński, Fotograf Wojciech Olkuśnik během rozhovoru týkajícího důvěry vlády Marka Belky, 2004.

Tak rozsáhlé fragmenty tohoto rozhovoru jsou citovány záměrně, protože šlo o první článek na toto téma, který si získal větší ohlas. Při zmínce o profesi fotografa je tak nezřídka možné uslyšet reakci: „ano, četl/četla jsem o fotografovi, který se stal barmanem“.

Další skupinou jsou osoby, které změnil oblast fotografie, ve které působí. Může se jednat o změnu zaměření na stockovou fotografii, na reklamu, fotografické služby a podobně. Vyhrává podnikatelský přístup a hledání nového pole působnosti. Mění se standardy, vzniká nová kvalita v nových oblastech. Máme tedy co do činění se striktně ekonomickým přístupem. Je nutný pružný přístup k profesi a uplatnění, aby se nemusela měnit branže - mění se jen pole působnosti.

Na úplný konec bych chtěl představit svůj úhel pohledu na rozvoj a budoucnost fotografie zachycující to, co nás obklopuje, čili titulních aktualit. Část činností fotografů se přesune směrem k jiným oborům fotografie galerijního typu. Reportážní fotografie, vyprávějící běžné příběhy, ať už v podobě snímků na stěnách, nebo sběratelských knih a jiných forem svoji pozici v umění posílí. Dál budou fungovat a budou se mít dobře fotografové-řízkaři, drby budou totiž stále žádaný. Co se týče

banálních každodenních témat a jejich ilustrování, pak se můj pohled na budoucnost na sto procent kryje s názorem Wojciecha Olkuśnika z výše zmíněného rozhovoru:

*„– Jak se to tedy všechno změní?”*

– Kdysi jsem měl takovou vizi, která se potvrdila. Ještě jak pracovalo na negativech, tak mě napadlo, že fotoaparáty budou snímky posílat samy. Nebude třeba si hrát se vším tím dodatečným vybavením – jen se zmáčkne knoflík a samo se to pošle. A teď už to tak funguje.

Teď mám takovou vizi budoucnosti – celý svět, celý prostor, bude dostupný a bude možné prostě jen klikat někde v počítači a vidět dané místo v daném okamžiku. Jako na mapách Google, ale v reálném čase. A navíc nebudeme mít ani notebooky, pouze něco, co tady leží na stole a z něj se bude ve vzduchu promítat hologram. Budeme s ním mluvit, něco mačkat, nebo možná jen myslet na to, co chceme udělat, a díky tomu se na tom místě ocitneme...”

## **POUŽITÁ LITERATURA:**

1. Poulet, Bernard. Śmierć gazet, przyszłości informacji. Wydawnictwo Czarne, 2011
2. Poulet, Bernard. Le pouvoir du Monde ou les illusions perdues. Editions La Découverte, 2005
3. Morris, John G., Zdobyć zdjęcie. Moja historia fotografii prasowej. Cyklady 2007
4. Kershaw, Alex. Capa. Szampan i krew. Fontanna, 2008
5. Rosenblum, Naomi. Historia fotografii światowej. Baturo, Bielsko-Biała 2005
6. Kobre, Kenneth. Fotografia prasowa. Z obiektywem za kulisami niezwykłych wydarzeń. Helion, 2011
7. Berger, John. O patrzeniu. Aletheia, 2009
8. Smid, Wacław. BOSS Leksykon/Leksykon komunikacji medialnej. DR Lex, 2014

### **INTERNETOVÉ STRÁNKY:**

1. [www.snaps.pl](http://www.snaps.pl)
2. [www.gazeta.pl](http://www.gazeta.pl)
3. [www.wp.pl](http://www.wp.pl)
4. <http://americasbestblogger.blogspot.com>
5. <http://miejscefotografii.blogspot.com>
6. [www.wysokieobcasy.pl](http://www.wysokieobcasy.pl)
7. [www.reporterzy.info](http://www.reporterzy.info)
8. [www.iczek.pl](http://www.iczek.pl)
9. [www.wirtualnemediia.pl](http://www.wirtualnemediia.pl)
10. [www.giznet.pl](http://www.giznet.pl)
11. [www.polityka.pl](http://www.polityka.pl)
12. [www.fakt.pl](http://www.fakt.pl)
13. [www.natemat.pl](http://www.natemat.pl)
14. [www.digitalcamerapolska.pl](http://www.digitalcamerapolska.pl)
15. [www.ndsu.edu](http://www.ndsu.edu)
16. <http://applefobia.blogspot.com>
17. [www.pl.wikipedia.org](http://www.pl.wikipedia.org)
18. [www.inwestycje.pl](http://www.inwestycje.pl)
19. [www.money.pl](http://www.money.pl)
20. [www.styx.salon24.pl](http://www.styx.salon24.pl)
21. <http://www.szerokikadr.pl>
22. <http://www.tvn24.pl>
23. [www.press.pl](http://www.press.pl)
24. <http://www.iphf.org>
25. <http://fotoblogia.pl>

26. <http://www.wired.com>
27. <http://www.spidersweb.pl>
28. <http://sztukakotleta.wordpress.com>



## **JMENNÝ SEZNAM:**

Al Fayed, Dodi 23,24

Antonioni, Michelangelo 22

Atys, Kuba 49

Barnack, Oscar 21

Barnard, George 19, 20

Bedyńska, Anna 77

Bilska, Agata 42

Capa, Cornell 22

Capa, Robert 21, 22

Czupryn, Anita 72,74

Ćwik, Filip 77, 78

Diana, Princezna 23, 24

Feluś, Robert 15, 16

Fenton, Roger 20, 21

Giertych, Roman 69

Głombicki, Łukasz 81

Grygiel, Andrzej 77

Grzędziński, Wojciech 71-73, 77, 78

Gudzowaty, Tomasz 76-78

Jordan, Michael 48

Kaczorowska, Agnieszka 53  
Kaczorowski, Ryszard 39, 40  
Kaczyński, Lech 39  
Kamiński, Sławomir 84  
Kenig, Kinga 24  
Kennedy, John F. 22  
Kinowska, Joanna 40  
Klimaszewski, Tomasz 36  
Komorowski, Bronisław 75  
Korwin-Piotrowska, Karolina 56  
Kowalski, Kacper 77

Lazar, Tomasz 77, 78

Materazzi, Marco 24  
Mielnikiewicz, Justyna 77,78  
Milach, Rafał 77  
Morris, John 21

Nabrdalik, Maciej 77

Omyliński Janusz 83  
Olkuśnik. Wojciech 82, 84, 85

Poulet, Bernard 25, 27, 28

Sikorski, Radek 16  
Suder, Marcin 59, 72  
Supernak, Paweł 67, 69, 70, 78  
Szyc, Borys 56

Tomaszewski, Tomasz 41, 78, 80, 81

Wiech, Tomasz 77  
Wilczyk, Wojtek 41  
Włoszczowska, Maja 52

Zidane, Zinedine 24

Zygmuntowicz, Andrzej 61-66, 79, 80

Żukowski, Tomek 56