

Opis bibliograficzny: Urszula Czartoryska, *Rola obrazu fotograficznego w kulturze masowej. Fotografia w prasie*. "Fotografia", 1964, 9, s. 195-196

Uwagi: tekst nieedytowany

Słowa kluczowe: kultura masowa, prasa

Tekst:

II. Fotografia w prasie

Kultura współczesnego społeczeństwa, sposób myślenia ogółu, mają charakter „obrazkowy”. Jak piszą socjologowie, m. in. Kazimierz Żygulski, „obrazek” jest najpowszechniejszym środkiem porozumienia: jako podobizna w dowodzie tożsamości zastępuje rysopis obywatela, stanowi przedmiot „kultu” prywatnego i publicznego, kiedy w formie zdjęcia najbliższych osób jest noszony w portfelu lub w formie fotosów dostojników państwowych czy fotosów aktorek dekoruje wnętrza gmachów użyteczności publicznej, foyer kin itp. „Obrazek” jest dokumentem wypadków, wojen, dowodem dołączonym do akt sądowych, jest środkiem informacji z każdej dziedziny wiedzy, a także rozrywką. Jego rolę spełnia właśnie fotografia - nie rysunek, nie kopia malarstwa, a nawet, jeśli transparentowa „wcierka”, to także skopiowana ze zdjęcia. Dziś trudno sobie wyobrazić, jak bez fotografii zaspokajano potrzebę uwieczniania twarzy najbliższych krewnych czy rozpowszechniania podobizn władców: zasięg popularności miniatury, modnej na przełomie XVIII i XIX wieku, czy oficjalnego portretu głów koronowanych był niesłychanie ograniczony: miniatura - do warstw najbardziej zamożnych, portret - do nielicznych pałaców rządowych. Czasy przed wynalezieniem fotografii były jednak przecież świadkiem dynamicznego wzrostu zainteresowania „plotką” ze świata polityki i sztuki, dokumentem geograficznym itp., czego dowodem jest np. popularność różnych plastycznych wyobrażeń z fantastycznych podróży, karykatury politycznej, rozpowszechnianych dawniej w formie luźnych odbitek drzeworytniczych, a w XIX wieku także graficznej ilustracji prasowej. Fakt, że każde takie zainteresowanie wymagało od najdawniejszych czasów potwierdzenia w formie „obrazka”, pozwala przypuszczać, że naturze ludzkiej wrodzona jest potrzeba posiadania bodźca wzrokowego dla każdego wyobrażenia, że

ów bodziec ułatwia proces myślowy związany z percepcją każdej wiadomości, że „lenistwo” ludzkiego umysłu domaga się takiego ułatwienia.

Nie ma celu zajmować się dziś dociekaniem, czy to „obrazkowy” sposób myślenia jest skutkiem, czy - na odwrót - przyczyną tak wielkiej popularności fotografii. W każdym razie procesy narastania obu tych zjawisk zbiegły się znakomicie: nowoczesne maszyny państwowe bardziej niż dotąd domagały się nie podlegającej wątpliwości ewidencji ludności, obywatele zaś w coraz bardziej rozbudowanych kontaktach z urzędami musieli korzystać z dokumentu, poświadczającego zdjęciem fotograficznym ich tożsamość; coraz większa migracja ludności, a co za tym idzie, wzrastająca liczba rozstań wśród rodzin skłaniały wielu do przechowywania fotografii portretowych swoich krewnych. Podobną rolę odegrało także i zagrożenie życia, związane z wojnami i powstaniami (jak wiadomo, w czasie powstania styczniowego zapanował wśród młodych ludzi, idących do oddziałów, zwyczaj zamawiania fotografii w atelier Krakowa i Warszawy).

Coraz powszechniejsze zainteresowanie polityką i plotką polityczną związane było z rozwojem nowoczesnej prasy, prasy ilustrowanej nie żmudnie rytymi drzeworytami, lecz kliszami siatkowymi, wykonywanymi drogą fotochemiczną z materiału fotograficznego. Ostatnia ćwierć ub. w. zdecydowała o współczesnym obliczu prasy: do dziś duża część wielkich gazet na Zachodzie kontynuuje koncepcje wydawcy z ostatniego dziesiątka lat XIX w., Pulitzera; jego „New York World”, mający w 1892 r. 375 tysięcy egzemplarzy nakładu, był pismem „dla wszystkich”, pozbawionym konkretnej linii politycznej, goniącym głównie za sensacją, w czym nie małą rolę odgrywał materiał ilustracyjny. Podobnie, nieco późniejszy od Pulitzera potentat prasowy, Hearst, może być uważany za założyciela nowoczesnej prasy ilustrowanej, w której materiał tekstowy ogranicza się do niezbędnych komentarzy towarzyszących fotoreportażom („Life”).

Początek lat dwudziestych wydawał się być widownią ustępowania roli czytelnictwa pod wpływami przemysłu filmowego, tak przecież dynamicznie rozwijającego się we wszystkich krajach, oraz radia, które stanowiło wówczas zupełną nowość. Wydawało się nawet, że prasa, nie mówiąc już o czytelnictwie książek, będzie musiała ulec konkurencji widowiska filmowego spełniającego marzenia mas o uczestnictwie w wielkich wydarzeniach, o losie szczęśliwym, o niezwykłej miłości; sądzono też, że prasa będzie ponadto musiała ustąpić przed automatyzmem odbioru audycji radiowych, sprawiających tak silne wrażenie słuchania czyjegoś osobistego

monologu oraz swojej „własnej” muzyki w czterech ścianach mieszkania. Ale przecież okazało się, że prasa, i to głównie dzięki ilustracji, obroniła się przed groźbą monopolu tamtych dwu środków przekazu: masy od lat dwudziestych naszego wieku rozporządzają coraz większą ilością wolnego czasu, który zapelniają m. in. przeglądaniem wielostronicowych czasopism i to kilku w każdym tygodniu. Prasa jest znakomitym środkiem zabicia czasu nie tylko wolnego - jeśli nie chce się pójść do kina czy być uwiązany przy odbiorniku - ale i czasu bezproduktywnego, spędzanego w drodze do pracy, w kolejkach, metrach, autobusach. Jazda w nich nie sprzyja lekturze książek, domaga się raczej swobodnego przerzucania stron ilustrowanej gazety, czynności, którą można uprawiać w tłoku i w każdej chwili przerwać.

[s.196:]

I oto prasa ilustrowana (jak na to wskazuje m. in. Karl Pawek) przeżyła w latach trzydziestych niebywały rozwój: w związku z rozpowszechnieniem fotografii nałobrazkowej, z narodzinami prawdziwej fotografii reportażowej, jakiej dał początek Erich Salomon, jaką uprawia np. Henri Cartier-Bresson, prasa bez wahania oddała swoje kolumny na wielozdjęciowe, epickie, ale i dramatyczne opowieści fotograficzne. Fotografia stała się już nie tylko „oknem”, pojedynczym wizerunkiem jakiejś twarzy, ale metodą relacjonowania, szczegół po szczególe, przebiegu całych wydarzeń, toczących się w czasie. Publiczność nauczyła się myśleć „obrazkami”, odtwarzać sobie, na wzór fabuły filmowej, całe wątki.

Dziś czytelnik prasy wyobraża sobie wydarzenia przede wszystkim te, których fragmenty widział na zdjęciach. Dalekie wojny, obyczaje ludzi na innych kontynentach itp. - nawet jeśli czyta o nich szczegółowe relacje dziennikarzy - niełatwo utkwia na długo w jego pamięci, dopóki nie zobaczy większej serii zdjęć poświęconych danemu tematowi. Można zaryzykować twierdzenie, że tzw. „ludzki” żal po śmierci Kennedy'ego stał się w pełnym znaczeniu udziałem mas przede wszystkim od momentu, kiedy w kilkadziesiąt godzin po wydarzeniu cała Ameryka i Europa ujrzały je na wielkich zdjęciach zamieszczonych w nadzwyczajnych wydaniach gazet, kiedy agencje opublikowały całe obrazkowe życiorysy uczestników dramatu, kiedy „Life”, a za nim „Paris-Match” wykupiły od jakiegoś filmowca barwny film nakręcony z bliska w chwili strzału. Film ów, skrócony do kilkunastu zdjęć, zappełnił kilka stron magazynów, stając się sprawcą złudnego przekonania mas, że mają jakiś wierny obraz dziejowego momentu.

Wojna na Cyprze, podróż papieża do Izraela i niezliczone inne wydarzenia interesują „szarych ludzi” o tyle, o ile dzięki fotoreportażom, możliwie kolorowym, stają się oni ich uczestnikami,

i na odwrót, pozostają w sferze abstrakcyjnych wyobrażeń u tych społeczeństw, do których owe fotoreportaże nie dotarły. Oczywiście, społeczeństwa nie przyzwyczajone widzieć wszystkiego „na własne oczy” za pośrednictwem prasy, nie odczuwają tak bardzo braku materiału ilustracyjnego, jak inne, których wyobrażenia nieustannie domaga się „strawy”, będąc przyzwyczajona do cotygodniowej wielkiej porcji zdjęć z całego świata. Nacisk zamówienia publiczności w krajach zachodnich na tego typu materiały jest tak silny, że żadne pismo ilustrowane nie może sobie pozwolić na rezygnację z wysłania ekipy fotografów w owe odległe miejsca ważnych wydarzeń na całej kuli ziemskiej.

Nie dzieje się to wszystko przypadkowo, Kult autentyku, kult, którego jesteśmy świadkami, odnoszący się do każdej wiadomości, powszechna podświadoma obawa, żeby nie być „oszukanym”, każe wierzyć przede wszystkim mechanicznym środkom informacji: kamerze filmowej, która pracowała w sytuacji niearanżowanej, fotografii „myśliwskiej”, taśmie magnetofonowej, nagranej w ukryciu, bez reżyserii. Zainteresowanie „obrazkami” łączy się z przekonaniem, że owe „obrazki” są wiarygodne, jak żadna relacja pisana. Nieimprovizowany autentyk - to wielkie hasło, które każe nadstawić ucha przy odbiorniku radiowym, zbliżyć się do telewizora, przeglądać uważniej migawkowy fotoreportaż w tygodniku, z dużo większym zainteresowaniem, niż cieszą się nim sytuacje reżyserowane, mowa czytana, zdjęcia pozowane. Uwierzytelnienie wiadomości dziennika na temat np. liczby ofiar w jakichś rozruchach wówczas, kiedy choć jednego zabitego leżącego na ulicy zobaczą oni w kronice telewizyjnej, na zdjęciach fotograficznych, kiedy w radio usłyszą fragment taśmy nagranej na miejscu, na której podniecony głos sprawozdawcy zagłuszany jest przez gwizd kul. Ale przecież - kiedy sprawę rozpatrzymy poważniej - to nie zapis na kliszach czy taśmach powinien czynić te zdarzenia prawdopodobnymi; równie wiernym świadectwem powinien być dla mas lakoniczny komunikat agencyjny czy polityczny komentarz doświadczonego publicysty ze studia czy redakcji pisma. Cóż, kiedy tysiącom ludzi prawda wydaje się dopiero to, co jest uzbrojone w sugestywność świadectwa mechanicznych środków przekazu. Z tym zjawiskiem trzeba się liczyć, chcąc zapewnić sobie jedność przekonań narodów, zabiegając o popularność, wreszcie o powodzenie artystów, o zbyt towarów.

W poprzednim odcinku tego artykułu zastosowałam pojęcie „homogenizacji” gustów i zainteresowań społeczeństw, ujednolicenia poziomu umysłowego, przemieszania zainteresowań społeczeństw, ujednolicenia poziomu umysłowego, przemieszania zainteresowań poważnych z niepoważnymi, rozrywkowych, które zostają ni stąd ni zowąd

wyolbrzymione, i politycznych czy naukowych, które zostają spłycone, wyprane z ich istotnej treści. Fotografia prasowa ma w tym procesie swój ważny udział, choć oczywiście jej zasługą jest, iż w ogóle owe zainteresowania są podtrzymywane. Socjologowie poświęcają niemało studiów zagadnieniu, jak np. fotografia na okładkach tygodników urabia gusty i jak spełnia zamówienie mas na obrazkową kronikę życia politycznego, towarzyskiego, artystycznego. Claude Frère opublikował w piśmie „Communications” studium poświęcone zdjęciom okładowym tygodnika francuskiego „Paris-Match” z rocznika 1960 r. To, co uderza przy przeglądaniu owych okładek, to m, in, stała tendencja do pokazywania zdjęć możliwie „odbrązawiających” wybitne osobistości, aż do codzienności. Obserwuje się jednocześnie fakt zepchnięcia wydarzeń politycznych na dalszy plan przez obfitość zakulisowych wiadomości z życia aktorek, głów koronowanych itp., a także osób, które sławę zawdzięczają przypadkowi (ślub i narodziny potomka szacha Iranu, nowe niedyskrecje z prywatnego życia Brigitte Bardot, porwanie dziecka w rodzinie Peugeot, ślub byłej miss piękności, kradzież kolii Sofii Loren). Na okładkach „Paris-Match” króluje młodość, bogactwo, piękne stroje gwiazd; starszy wiek osób pokazanych na okładkach musi być usprawiedliwiony ich popularnością, ale też jednocześnie okraszony serdecznym, tzw. „młodzieńczym”, uśmiechem. Osoby zmarłe pokazuje się na zdjęciach bardzo dawnych, kiedy jeszcze tryskały zdrowiem, sprawy smutne musi zdobić ton romantycznego piękna i wzniosłości, aby przypadkiem nie naruszyć niebacznie błogostanu czytelnika. Za cenę powodzenia prasa ilustrowana często unika jednoznacznego komentarza np. w wypadku zbrodni politycznej.

Ze sprawą braku jasnego stanowiska pewnej grupy pism na Zachodzie wiąże się sprawa tekstów publikowanych pod zdjęciami, które są symptomatycznym objawem mitologizacji współczesnego społeczeństwa. Jak stwierdzają Roland Barthes i Jean A. Keim, parę słów, towarzyszących okładce czy fotoreportażowi, w dawnych wydaniach prasy dublowało treść zdjęcia, powtarzając jedynie, co owo zdjęcie przedstawia. Dziś sztuka podpisywania zdjęć jest osobną dziedziną dziennikarstwa. Polega zazwyczaj na sugestywnym uogólnieniu tematu zdjęcia, na wmówieniu czytelnikowi, że owo zdjęcie jest - w zależności od intencji - bądź zupełnie typowe i w ten sposób tworzy mit powszechności fotografowanego faktu, bądź czymś absolutnie wyjątkowym. W obu wypadkach zdjęcie, przy całej „obiektywności” odbitki, może sugerować albo prawdę, albo całkowity fałsz. Nie jest więc rzeczą obojętną, jak zdjęcie jest skomentowane; od tego zależy jego wymowa polityczna, ton plotkarski czy też rzeczowy, nastrój poważny lub po prostu grubiański. I tu - podczas gdy teoretycy fotografii jako dyscypliny plastycznej rozpatrują problem jej „obiektywności” - socjologowie zwracają

uwagę, że nigdy nie jest ona obiektywna, gdyż zalicza się do faktów społecznych ściśle sprzężonych z innymi faktami społecznymi. Jak formułuje cytowany już Roland Barthes, fotografia prasowa nie może być uważana za środek konstatowania „nagich” faktów, samo przekonanie o wiarygodności fotografii jest jednym z przejawów mitologizacji społeczeństwa. Fotografia jest nie sprawą „natury” pokazanej na zdjęciu, lecz zjawiskiem o charakterze „kulturalnym”, co oznacza, że składają się na nią, czynniki związane z momentem dziejowym, kiedy powstaje, ze świadomością publiczności i intencjami wydawców, na co składa się między innymi układ, zestawienie zdjęć ze sobą, fakt pojawienia się ich w tym a nie innym piśmie, na tej a nie innej kolumnie, w takim a nie innym kadrze. Nie jest rzeczą obojętną, czy dane zdjęcie publikuje pismo brukowe o milionowym nakładzie, czy ambitniejsze czasopismo inteligencji - od tego zależy istotna treść owego zdjęcia, gdyż na treść każdego „komunikatu”, czy to obrazkowego, czy np. Literackiego składa się m. in. zdolność percepcji odbiorcy. Ale o tym w dalszej części artykułu.