

Opis bibliograficzny: Irena Pawełkova, *Rola fotografii – jako ilustracji gazety* [tezy referatu opublikowane jako fragment sprawozdania], w: J. Gembicki, *Fotografia w gazecie. Z zebrania ogólnego Sekcji Organizacji Pracy Redakcyjnej*, „Prasa Polska” 1953, nr 1, s. 52–58

Uwagi: tekst nieedytowany

Słowa kluczowe: fotoreportaż, socrealizm, polityka, ikonografia produkcyjna

Tekst:

Rola zdjęcia. Zdjęcie jest pełnowartościowym materiałem politycznym, równorzędnym pod względem informacyjnym i propagandowym z artykułem, reportażem, czy sprawozdaniem.

Zdjęcie jest na równi z tytułami pierwszym elementem przyciągającym uwagę czytelnika. Jako część składowa gazety zdjęcie: informuje, uczy, kształtuje światopogląd, uświadamia i przekonuje najbardziej plastyczną i obrazową metodą. Ilustruje ono wszystkie przejawy życia. Jako narzędzie propagandy daje obraz rzeczywistości, pokazuje perspektywy rozwoju, ujawnia cele, o które się walczy. W związku z tym, zdjęcie musi być pełne treści politycznej. Wszelka bezideowość w zdjęciach jest szkodliwa. Forma musi być więc podporządkowana treści, przy pełnym uwzględnieniu wartości kompozycji, walorów artystycznych i opracowania technicznego.

Zdjęcie musi być zrozumiałe dla najszerszych masz. Bezcelowe i szkodliwe są zdjęcia formalistyczne, stosowanie sztuczek i dziwołagów ujęciowych.

Tematyka. Głównym tematem zdjęć jest człowiek, jego praca i życie, rezultaty jego wysiłków, jego otoczenie. Zdjęcie pokazujące człowieka, musi zobrazować jego twórczą pracę, świadomy wysiłek, udział w wykonywaniu planów, troskę o usprawnienie produkcji, możliwości rozwoju i awansu społecznego; udział w życiu politycznym i społecznym, udział w przemianach w zakładzie pracy, w mieście, na wsi. Musi podkreślać momenty patriotyczne, mówić o sprawach związanych z walką o pokój i o utrwalenie niepodległości.

Zdjęcie człowieka pracy powinno posiadać dynamikę, pokazywać twórczy wysiłek. Człowiek nie jest dodatkiem do maszyny, choćby najbardziej efektywnej (co nie neguje celowości i wartości zdjęć, których głównym tematem jest hala fabryczna, czy ciekawy zespół maszyn). Zdjęcie z produkcji ma wpływ nie tylko na czytelnika, znajduje ono żywy oddźwięk przede wszystkim wśród pracowników zatrudnionych w danym zakładzie lub gałęzi produkcji. Zdjęcie w gazecie jest więc czynnikiem mobilizującym załogę, oddziałuje na pracowników innych zakładów, pobudza ambicję, wzbudza zainteresowanie. Z tych względów, wybierając tematykę, należy podchwytować inicjatywę i pracę przodujących robotników, brygad, zakładów, pokazywać nowatorstwo, pokonywanie trudności, troskę o plan.

Wnikliwe i rzetelne typowanie ludzi, których fotografujemy, jest pierwszym warunkiem pracy fotoreporterskiej. Niedopuszczalne jest naciąganie sytuacji i przejawianie zarówno zdjęciowe, jak i opisowe. Zupełnie natomiast innym zagadnieniem jest dążenie do wydobycia z tematu maksimum momentów atrakcyjnych.

Niezmiernie ważną jest sprawa pozyskania zaufania czytelnika, o której decyduje prawdomówność zdjęcia i opisu. Obiektyw jako narzędzie propagandy rzadziej przesadza lub koloryzuje, niż pióro. Wskazuje na to często zdarzająca się niemożność wykonania zdjęć na podstawie informacji dziennikarskich i biuletynów prasowych.

Zdjęcie jest nie tylko rejestracją rzeczywistości. Można i należy organizować i reżyserować zdjęcia – nie wolno jednak inscenizować tego, co w ogóle nie istnieje, jak ustawianie robotników przy maszynach, przy których nigdy nie pracują itp. Nadto tekst agencyjny pod zdjęciem musi być krótki, informacyjny, wyczerpujący i fachowy.

Ujęcie zdjęcia. Skoro mówimy o fotografii jako o sztuce, należy uznać, że fotoreporterka jest połączeniem dziennikarstwa ze sztuką fotograficzną. Dlatego zdjęcie poza walorami tematycznymi musi posiadać w pełni walory artystyczne. Sprawa kompozycji, rozwiązania światła, wszystkie elementy estetyczne, odgrywają w zdjęciach reporterskich ogromną rolę. Zdjęcie prasowe bardziej niż każde inne musi być jednotematowe, nie rozpraszające uwagi, zarysowane w wyraźnych bryłach czy liniach. Nieodpowiednie jest zdjęcie posiadające niespokojne tło, dużą ilość szczegółów, przeładowane, gadatliwe. Cechą zasadniczą musi być przejrzystość, umiar i prostota. Złe i denerwujące czytelnika są wszystkie zdjęcia przepozowane. Złe też jest nadużywanie pewnej manieri w ujmowaniu tematów, np. powtarzające się do znudzenia fotografowanie ludzi z podniesioną ręką, wskazującą jakiś obiekt, na który chcemy zwrócić uwagę czytelnika.

Wykorzystanie serwisu fotograficznego w gazecie – Redakcje traktują często zdjęcia jako kłopotliwy dodatek, wlamywany w ostatniej chwili do numeru. Przy doborze materiału ilustracyjnego należy rozróżnić zdjęcia: a) samodzielne, lub b) powiązane z tekstem i ilustrujące – co pozwoli na racjonalne wykorzystanie bieżącego i przechowywanego w układzie rzeczowym serwisu fotograficznego. Do właściwego zilustrowania gazety konieczne jest posiadanie działu, który by się tym zagadnieniem zajmował w samej redakcji i jednocześnie utrzymywał kontakt z agencją, będącą głównym dostawcą zdjęć. Do zadań tego działu, zatrudniającego jednego pracownika, czy więcej, zależnie od potrzeb, należeć winno zebranie zapotrzebowań na zdjęcia od poszczególnych działów redakcji, wyszukiwanie materiału, segregacja i przechowywanie zdjęć, przedstawianie dezyderatów gazety pod adresem agencji, uzgadnianie planów wspólnych wyjazdów z fotoreporterami agencji i informowanie agencji o planie reportaży.

Archiwum zdjęciowe w gazecie winno być przejrzyste i dostępne dla dziennikarza, gdyż zdjęcia ożywiają jego artykuł, przyciągną uwagę czytelnika. Autor reportażu przed oddaniem maszynopisu do oceny powinien zapoznać się z posiadanym przez redakcję materiałem fotograficznym i zaproponować włączenie do artykułu odpowiednich ilustracji. Specjalnej uwagi wymagają tygodniowe dodatki ilustrowane do poszczególnych gazet.

System kosza, czy nieuporządkowanej szuflady, do której wędrują niewykorzystane zdjęcia, mści się często na pracy redakcji.

Zdjęcia agencyjne są niejednokrotnie inspiracją tematyczną dla gazety, szczególnie w terenie, gdzie obsada redakcyjna jest na ogół słabsza niż w prasie stołecznej.

Specyfika i charakter gazety wymagają więc odpowiednich zdjęć. Stosowanie jednolitego serwisu dla całej prasy nie jest celowe. Inne potrzeby ma prasa chłopska, inne młodzieżowa, kobieca itd. Dlatego koniecznym jest zróżnicowanie serwisu w zależności od typu gazety.

Gazety często nie przestrzegają konieczności zachowania równowagi w odniesieniu do tematyki zamieszczanych zdjęć. Zdarza się, że w jednym numerze ukazują się, w sposób niczym nieuzasadniony, dwa zdjęcia o podobnej tematyce, lub z tego samego terenu.

Redakcje często nie synchronizują zdjęć z zamieszczonymi materiałami opisowymi, np. obok artykułu o Wierzbicy podają zdjęcia z Jaworzna, następnego dnia lub na następnej kolumnie figuruje zdjęcie właśnie z tejże Wierzbicy.

Największym uznaniem redakcji cieszą się przede wszystkim zdjęcia z dziedziny budownictwa, ujmujące wielkie plany, następnie zdjęcia mające charakter syntetyczny, typu okładkowego, które są czytelne bez względu na opis.

Są to wymagania słuszne, którym agencja musi się podporządkować. Ze względu na tematykę – dużą zamieszczalność mają zdjęcia zagraniczne, przy czym daje się zaobserwować, że jeśli chodzi o materiały z krajów kapitalistycznych, w zasadzie częściej są wykorzystywane zdjęcia, mówiące o wyzysku mas pracujących i nędzy ludności. Zbyt małą wagę przywiązują się do zdjęć, które dokumentują przejawy walki klasowej i ruchy niepodległościowe.

Specjalnym zagadnieniem jest wykorzystywanie przez gazety fotoreportaży. Nie każda gazeta może sobie na to pozwolić, niemniej wydaje się słusznym, aby te redakcje, które mogą i powinny zamieszczać fotoreportaże, zwróciły uwagę na ich dobór i opracowanie. W tym celu konieczne jest nawiązanie ściślejszego kontaktu z agencją, która ma dużo materiału reportażowego, nieznajdującego zastosowania w serwisie ogólnokrajowym, a kwalifikującego się do wykorzystania przez poszczególne gazety. Dotyczy to, zarówno zdjęć krajowych, jak i zagranicznych.

Posiadany przez CAF bogaty zbiór zdjęć przedwojennych powinien również znaleźć właściwe zastosowanie, ilustrować liczne artykuły dotyczące Polski przedwrześniowej, przyciągnąć do tych artykułów uwagę czytelnika.

Gazety często zmieniają teksty redagowane przez CAF. Nie chodzi tu o skróty czy zmiany stylistyczne, źle natomiast się dzieje, gdy zmiany te wypaczają sens opisu lub przekreślają dane fachowe, co niejednokrotnie miało miejsce.

Strona techniczna zdjęć w gazetach pozostawia również wiele do życzenia. Często dobre zdjęcia są fatalnie kliszowane i ta sama odbitka w jednej gazecie wychodzi doskonale, w innej jest nie do przyjęcia. Poza możliwościami technicznymi gazety, papierem itd. dużą rolę odgrywa tu dostosowanie ilości wykonywanych z każdego pozytywu klisz do wysokości nakładu. W tygodnikach spotykamy się z nierównym nakładaniem barwy, co również psuje efekt zdjęcia. Poza tym dużym mankamentem jest niewłaściwe rozmieszczenie zdjęć w gazetach, sprzeczne z zasadami łamanie kolumny gazetowej.

Jeśli zarzuca się zdjęciom agencyjnym pewną sztafpowość, trzeba stwierdzić, że i gazety nie są wolne od sztafpowej oceny zdjęć. Brak odwagi ze strony redakcji, która na

wszelki wypadek woli odrzucić śmielsze czy oryginalniejsze zdjęcie, udaremnia częstokroć próby zastosowania nowych zdjęć w fotografii prasowej.

Współpraca gazety z agencją winna polegać na przekazywaniu agencji tych części planów pracy, które mogą być synchronizowane z pracą agencji i zapewniają szatę ilustracyjną dla zaplanowanych reportaży i artykułów. Można wysyłać razem dziennikarzy i fotoreporterów na wspólne wyjazdy w teren – dawało to dość dobre rezultaty i przynosiło korzyść jednej i drugiej stronie. Należy organizować spotkania okresowe agencji z gazetami, umożliwiać obopólną krytykę i wymianę doświadczeń. Gazety nie powinny czekać na specjalną okazję, aby zgłosić swoje pretensje i dezyderaty pod adresem agencji. Czyniąc to na bieżąco, mogą zapobiec powtórzeniu się błędów i przyczynią się do szybszego usprawnienia obsługi.

Praca fotoreportera – Fotoreporter jest twórcą lub współtwórcą zdjęcia, dlatego winna cechować go duża inicjatywa, śmiałość w wynajdywaniu najciekawszych tematów, umiejętność wydobywania najistotniejszych momentów, pełna samodzielność. Musi umieć zorganizować sobie pracę, zdecydować, co warto pokazać, a co można pominąć – gdy żadna redakcja nie może, wysyłając reportera w teren, przewidzieć z góry wszystkich ewentualności, z którymi może się on spotkać.

Zebranie informacji, wytypowanie ludzi i tematów do zdjęć, to wstępna praca fotoreportera, do którego należy również opracowanie wyczerpujących opisów do każdego wykonanego zdjęcia. Samo zdjęcie powinno mieć charakter studium, oddawać cechy człowieka, nastrój środowiska, umiejętnie wydobywać najpiękniejsze i najciekawsze elementy krajobrazu, architektury itp.

Fotoreporter winien znać technikę drukowania gazety, pracę chemigrafii i retusz, choćby w najogólniejszym zarysie. Musi stale podnosić swój poziom polityczny i zawodowy. Szkolenie jest w tym zawodzie podstawowym warunkiem pracy. Musi pamiętać, że jego zachowanie się oddziałuje na osoby fotografowane; wytwarzanie odpowiedniego nastroju i zdobycie zaufania ludzi, którzy mu służą za temat do jego pracy, znajduje swe odbicie w zdjęciu.

Fotoreporter regencyjny jest typem „omnibusu”. Wykonuje wszelkie tematy, nie specjalizując się w jednym kierunku. Wydaje się, że w przyszłości pewna specjalizacja będzie konieczna, co pozwoli na gruntowne przygotowanie się do wykonywania tematów z określonej dziedziny.

Ideąłem dla fotoreportera polskiego jest sylwetka fotoreportera radzieckiego, który w pełni tego słowa znaczeniu jest pracownikiem politycznym, o bardzo wysokim poziomie ideologicznym, dużej ofiarności i bezkompromisowość.

Rola CAF – CAF jako jedyna agencja fotograficzna w Polsce wykonuje i gromadzi zdjęcia dla celów prasowych, propagandowych, wydawniczych, wystawowych i dokumentarnych.

Jedną z przyczyn, które wpłynęły na powstanie CAF, była konieczność stworzenia centralnego archiwum fotograficznego w Polsce. Ten cel nie został niestety dotychczas osiągnięty, gdyż archiwum znajduje się w dalszym ciągu w fazie organizacji i bogaty materiał, którym CAF dysponuje, jest przez to przeważnie niedostępny.

Serwis prasowy CAF posiada szereg braków jak: zbyt małe urozmaicenie tematyczne i ujęciowe, niedostateczne uterenowienie uwzględnienie potrzeb gazet prowincjonalnych, małe zróżnicowanie serwisów na jednym terenie, brak specjalizacji z wyjątkiem serwisu dla pism sportowych. Szwankuje jeszcze często tempo pracy. Nie zawsze poziom techniczny zdjęć stoi na właściwym poziomie.

No to zresztą w dużej mierze wpływają warunki obiektywne, w których zdjęcia są wykonywane. Duże znaczenie odgrywa często tło zdjęć, oświetlenie, sceneria, możliwość swobodnego poruszania się itp.

Rola zdjęcia jest ogromna i często niedoceniona, żyje ono często dłużej niż gazeta. Wycinane z pism staje się częścią składową gazetek ściennych, zdobi izby szkolne, świetlice i mieszkania. Jest głównym elementem wielu wystaw. Wysyłane za granicę zdjęcie, jest poważnym czynnikiem polityczno-propagandowego oddziaływania.

CAF mimo swych licznych niedociągnięć niewątpliwie spełnia już obecnie poważne zadanie w tym zakresie i posiada możliwości dalszego rozwoju. Właściwe ustawienie współpracy z prasą winno wpłynąć na podniesienie poziomu zdjęć i na racjonalne ich wykorzystanie. Mimo częstych skarg na CAF, nigdy właściwie ze strony prasy nie doszło do sprecyzowania zasadniczych zarzutów i wysunięcia wniosków, a to przecież umożliwiłoby usunięcie istniejących niedomagań.

Centralna agencyjna obsługa fotograficzna nie koliduje z utrzymaniem fotoreporterów przy poszczególnych gazetach. Natomiast jest sprawą godną zastanowienia właściwe ustawienie fotoreportera w gazecie i racjonalna współpraca gazety z agencją.

Zadania CAF wybiegają poza ramy obsługi prasy i propagandy. Jako centralna, najbardziej wyspecjalizowana instytucja, zajmująca się wyłącznie fotografią, CAF musi odegrać dominującą rolę w poszukiwaniu właściwej formy i treści zdjęć, a zatem oddziaływać na poziom i rozwój fotografii w Polsce.

Ścisła współpraca CAF ze Stowarzyszeniem Dziennikarzy Polskich i Związkiem Artystów i Fotografików powinna przyczynić się do rozwoju sztuki fotoreporterskiej i właściwego wykorzystania zdjęcia, jako mocnego narzędzia propagandy wizualnej.