

Tomasz Ferenc *

ETYCZNE PROBLEMY FOTOGRAFA

1. NOWE „RYTUALY SPOŁECZNE” – NOWE DYLEMATY

Każde nowe medium zmienia społeczną rzeczywistość. W dodatku zmiany te są coraz dynamiczniejsze. Od wynalezienia druku do jego masowego upowszechnienia musiało upłynąć bez mała kilka stuleci. Fotografia tę samą drogę przebyła w lat kilkadziesiąt (jeszcze szybciej Internet rozszerzył swój zasięg na cały świat). Za jedno z bardziej znamienitych w skutki wydarzeń w historii fotografii uznać możemy wypuszczenie na rynek w roku 1888 przez Georga Eastmana lekkiego aparatu z celulooidową, wąską kliszą. Powoli zaczęła ona wypierać szklane negatywy, stwarzając szansę robienia zdjęć całym rzeszom amatorów. Obecnie w ciągu roku powstają setki tysięcy zdjęć.

Gdybyśmy zechcieli zadać pozornie trywialne pytanie, czym różni się nasza epoka od poprzednich, to obok mnóstwa wyznaczników z pewnością jest to liczba otaczających nas obrazów. Masowa kultura oddziałuje głównie poprzez przekaz obrazkowy (dlatego, że właśnie taki jest najłatwiej przyswajalny), przenika coraz intensywniej świat „realny”, wpływa na nas, zmieniając tym samym środowisko, w którym żyjemy. Źródłem owej „obrazkowej rewolucji” jest bez wątpienia fotografia – ziszczenie odwiecznego marzenia o chwytności i utrwaleniu chwili. Obrazy, które produkujemy i konsumujemy, są uzyskiwane głównie za pomocą aparatu fotograficznego, który stał się wszechobecny. Już w roku 1843 niemiecki filozof Ludwig Feuerbach pisał o swoich współczesnych: „wolą obraz od rzeczy samej, kopię od oryginału, symbol od rzeczywistości, złudzenie od bytu” (Sontag 1986: 140). I nic w tym dziwnego, obraz jest często bardziej pociągający od rzeczywistości, idealizuje ją, odwołuje się do naszych marzeń i pragnień,

* Katedra Socjologii Sztuki Instytutu Socjologii UŁ.

a nie do niej. Zapotrzebowanie na nowe zdjęcia ciągle rośnie, chociaż powstaje ich coraz więcej. Susan Sontag (1986: 67), autorka książki *O fotografii*, dostrzega w tym wszystkim swoiste błędne koło; „aparaty fotograficzne są szczepionką i zarazą, stanowią środek przywłaszczenia rzeczywistości i środek sprawiający, że jawi się ona jako przestarzała”. Zdjęcia „zatrzymując czas”, jednocześnie brutalnie uświadamiają nam, jak szybko on umyka. Tym samym przypominają o nieuchronnym przemijaniu. Większość zdjęć pojawia się i szybko znika, nie jesteśmy w stanie ich wszystkich zapamiętać i z pewnością nawet nie warto tego próbować. Gazety, magazyny, wszelka ilustrowana prasa domaga się wciąż nowych. Głód obrazu jest nienasykalny.

Z jednej strony odbieramy tysiące obrazów, z drugiej zaś produkujemy je sami. Powróćmy jeszcze raz do S. Sontag (1986: 12), która tak pisze o fotografii we współczesnym świecie:

Fotografia stała się dziś rozrywką, niemal równie masową co życie seksualne czy taniec. Oznacza to, że podobnie jak sztuka masowa, fotografia w rękach większości ludzi wcale sztuką nie jest. Stanowi przede wszystkim rytuał społeczny, ochronę przed lękiem i narzędzie władzy.

Fotografia funkcjonuje na wielu poziomach: amatorskim, pamiątkarskim, profesjonalnym itp., można by tu stosować różne podziały. Tak czy inaczej granica pomiędzy sztuką a rejestracją czysto pamiątkową jest wyraźna. Dla większości ludzi właśnie ten drugi wymiar jest istotny. Francuski socjolog Pierre Bourdieu (1965) w książce *Fotografia – sztuka poślednia/sztuka klas średnich* (swoista dla tego autora gra słów) dowodzi, iż w funkcji „pamiątkarskiej” tkwi najistotniejsze uzasadnienie masowego jej stosowania.

Potraktujmy rytuał „jako zbiór ustaleń lub przepisów dotyczących sposobów postępowania w określonych sytuacjach publicznych i uroczystych...” (*Słownik Etnologiczny* 1987: 321) i spróbujmy zastanowić się, czy taka definicja odpowiada zasadom uprawiania fotografii pamiątkowej. Przypomnijmy sobie dziesiątki obejrzaných albumów. Porównajmy je, a niechybnie dostrzeżemy uderzające podobieństwa. Wynikają one z konwencji budowania wspomnień „rodzinno-wycieczkowych”; mają być ładne, radosne, kolorowe. Kanon zostaje przyjęty nie tylko przez fotografującego, ale i przez fotografowanych. Fotografia pamiątkowa zarekwirowała uroczysty, wyjątkowy, świąteczny obszar naszego życia.

Obrazy fotograficzne stały się integralną częścią dzisiejszego świata. Ogromne billboardy systematycznie wypełniają przestrzeń miast. Ten natłok obrazów (nie tylko, co oczywiste, fotograficznych) niesie ze sobą pewne problemy. Po pierwsze, wytwarza się szum informacyjny, w którym coraz trudniej jest oddzielić to, co ważne, od tego, co mniej istotne. Po drugie, przy tak masowej produkcji spada jej jakość i dlatego właśnie otacza nas wiele zupełnie nieporadnie wykonanych fotografii. I wreszcie, po trzecie, coraz więcej doświadczeń jest nam danych w postaci pośredniej, a nasz

stosunek do obrazów fotograficznych niejednokrotnie oparty jest na emocjach, takich jak miłość, podziw czy chęć posiadania. Niemożność rzeczywistej bliskości innej osoby możemy zastąpić surogatem w postaci zdjęcia.

Wynalezienie fotografii zmieniło oblicze świata i nasz ogląd rzeczywistości. Prymat informacji obrazkowej zdaje się być nieunikniony. Dlatego musimy nauczyć się funkcjonować w ikono(foto)sferze i wiedzieć, jakie czyhają tam na nas pułapki. Każdy wynalazek, dając nam nowe możliwości, implikuje także nowe społeczne sytuacje i nowe dylematy etyczne. Wszyscy odbiorcy i twórcy fotografii, niezależnie od poziomu zawansowania i pola, w którym działają, muszą się z nimi spotykać. Dalsza część artykułu jest próbą przeanalizowania, jakie problemy etyczne i o jakim natężeniu pojawiają się w praktyce fotografowania i recepcji zdjęć.

2. ZARYS PROBLEMATYKI ETYCZNEJ FOTOGRAFII

Od czasu wynalezienia techniki utrwalania obrazu metodą fotograficzną wykonano miliony zdjęć. Chyba już wszystko co nas otacza zostało wielokrotnie sfotografowane. Susan Sontag pisze (1986: 7): „zbierać fotografie to zbierać świat”. Ogrom światowej kolekcji zdjęć trudno byłoby porównać z jakimkolwiek innym zbiorem. Z czasem, gdy technika ta stawała się prostsza, przybywało także jej amatorów. Od wielu więc dziesiątków lat jest ona najbardziej masową ze wszystkich sztuk. Idei wynalezienia fotografii przyswiecał cel utrwalania rzeczywistości, taką jaką ona jest. Gdy w końcu cel ten został osiągnięty, pojawili się artyści chcący posłużyć się aparatem fotograficznym do rejestrowania obrazów przez siebie wykreowanych. Fotografia długo walczyła o wejście do panteonu sztuk, przez lata pełniąc funkcje pomocnicze. Dziś nikt nie neguje faktu, że może ona być sztuką, a określenie fotograf-artysta nikogo nie dziwi. Fotografia doskonale służy także reklamie. Można by nawet zaryzykować stwierdzenie, że obok reklamówek telewizyjnych stała się jej głównym medium. Wreszcie jest fotografia źródłem informacji, z którego korzystają miliony ludzi. Reportaż fotograficzny jest dziś uznawany za ważną, integralną, a jednocześnie bardzo swoistą dziedzinę dziennikarstwa, które – opowiadając – zamiast słów posługuje się obrazem.

Spośród wielu zjawisk, które nazywamy ogólnie fotografią, wyróżniłem cztery, powszechnie uznane typy. Pierwszy z nich, to fotografia pamiątkowa, wykonywana podczas wakacji, uroczystości rodzinnych itp. Drugi typ to fotografia reklamowa, nastawiona na cele komercyjne. Trzeci, to fotografia artystyczna, w której obcujemy z wizją artysty, z jego sposobem postrzegania rzeczywistości, z tym, jak ją kreuje. I wreszcie czwarty typ, czyli reportaż. Nie bez przyczyny wymieniłem rodzaje fotografii właśnie w takiej kolejności.

Każda z tych dziedzin łączy się z pewnymi problemami etycznymi, rodzi pytania, bywa że wywołuje wątpliwości. Nie zawsze pojawiają się one wyraźnie, czasami z kolei stają się bardzo dramatyczne. Myślę, że narastają zgodnie z kolejnością, w której wymieniłem rodzaje fotografii. W dalszej części tego rozdziału będę starał się założenie to udowodnić.

3. FOTOGRAFIA PAMIĄTKOWA

Większość z nas wykonuje zdjęcia pamiątkowe, a z pewnością każdy musiał je oglądać. Błysk flesza i trzask migawki towarzyszy prawie każdemu większemu rodzinnemu spotkaniu, podczas świąt i wszelkich uroczystości fotografujemy, aby utrwalić na zdjęciach wyjątkowe, niecodzienne sytuacje. Wyjątkowość takich zdjęć najmocniej dostrzegana jest przez osoby, które znajdują się na nich, oraz wszystkich tych, którzy są w stanie rozpoznać sfotografowane osoby. Inaczej mówiąc, wartość takich zdjęć zależy od tego, kogo one przedstawiają i przez kogo są oglądane. To niemalże banalne stwierdzenie prowadzi do wniosku, iż nie mają one uniwersalności zdjęć reporterskich, artystycznych czy też reklamowych. Stanowią ważny, rodzinny, pamiątkowy dokument. Oczywiście wiele z nich jest cennym źródłem informacji o ludziach, najczęściej jednak z „kręgu zainteresowanych”, czyli krewnych i znajomych. Aparat stał się nieodłącznym elementem ekwipunku turysty. Szczególnie ci z najbardziej rozbudowanym programem wycieczek wpadają w fotograficzny amok. Zdjęcia są niezbitym dowodem powodzenia wyprawy. Z ciekawością oglądane będą przez najbliższych. Jeśli jednak dochodzi do pokazywania ich osobom „spoza kręgu życzliwych zainteresowanych”, nie uzyskamy już tak silnego efektu. A wręcz możemy być rozczarowani ignorancją oglądających. Oczywiście może zdarzyć się zupełnie inaczej, a przywiezione zdjęcia stanowiąc będą nie tylko wspaniałym materiałem pamiątkowym dla autorów fotografii, ale także interesującym materiałem poznawczym dla osób je oglądających.

Susan Sontag pisze, że w naszych czasach fotografowanie stało się swoistym rytuałem społecznym. Rytuał ten towarzyszy nam nieraz od narodzin aż po kres życia. Tym sposobem zdjęcia wykonywane co pewien czas tworzą mniej lub bardziej dokładną fotograficzną biografię jednostki. Niektóre okresy życia zobrazowane są dziesiątkami fotografii, inne z kolei mijają bez śladów. Badania dowiodły, że ok. 30 procent wszystkich zdjęć amatorskich to zdjęcia przedstawiające dzieci. „Nie robić zdjęć dziecku, to okazywać brak zainteresowania” (Sontag 1986: 13). Dla wielu amatorów narodziny dziecka są impulsem do wielokrotnienia liczby wykonywanych zdjęć. I co ciekawe, liczba ta systematycznie spada wraz z dorastaniem

dzieci. Aż w końcu młodzi sięgają po aparaty i społeczny rytuał fotografowania zostaje podtrzymany. Zdjęcia bliskich osób pełnią funkcję surogatu w momentach rozłąki. Nosimy przy sobie fotografie ludzi, których darzymy uczuciem. Czasami są to całe mini albumy. Zdjęcia takie, to już nie tylko kawałek naświetlonego papieru, ale także substytut osób, na których bliskości nam zależy. Jeśli nie można czegoś mieć, to przynajmniej można posiadać zdjęcie upragnionej rzeczy lub ukochanego człowieka. Sławomir Magala (1982: 53) w książce pod tytułem *Fotografia w świecie współczesnym* zajął się m. in. psychologicznymi osobliwościami fotografii, stwierdzając, iż „fotografia stanowi przedłużenie naturalnych zdolności percepcyjnych gatunku, aczkolwiek prowadzi do takiego oglądania świata dostępnego zmysłowi wzroku, który naturalny nie jest”. Niewątpliwie obraz, który „nieuzbrojone” oko dostarcza do mózgu, aby tam został odpowiednio przetworzony, jest inny niż ten rejestrowany na kliszy. Ale przez ponad sto lat od czasu wynalezienia dagerotypii i innych technik zapisywania obrazu nauczyliśmy się już całkiem nieźle odczytywać ten kod. A tego, że wymaga to specyficznych kompetencji kulturowych dowodzi fakt nierozpoznawania się na fotografiach np. przez afrykańskich Buszmenów. Oczywiście mieszkańcy tzw. cywilizowanego świata poprzez realistyczne malarstwo odbyli trening kulturowy, który pozwolił im szybciej rozszyfrować język fotografii.

Odnosnie do fotografii pamiątkowej, nasuwa się pytanie, dlaczego ludzie tak chętnie fotografują. Może w pewnym stopniu fenomen ten wyjaśnia S. Magala (1982: 53) wyróżniając dwa typy modyfikacji, jakie wprowadza fotografia do naszego sposobu zapamiętywania. Po pierwsze modyfikuje pamięć, ponieważ pozwala na przywoływanie obrazów bez ryzyka, że zostaną one zniekształcone. Tym sposobem zdjęcia stają się czymś w rodzaju pamięci zewnętrznej, do której zawsze możemy sięgnąć. Możemy korzystać z niej sami oraz udostępniać ją innym. O ile łatwiej jest opowiadać o wakacjach, komunii czy ślubie mając do dyspozycji wsparcie fotograficzne. Zdjęcia to sposób na zmaterializowanie naszej pamięci, przynajmniej ułamków sekund. Często ufamy im bardziej niż sobie samym, a pamięć blaknie nieraz dużo szybciej niż fotografie. Podsumowując: robimy zdjęcia pamiątkowe, gdyż mamy w nich narzędzie doskonale wspomagające naszą pamięć, zdejmujące obowiązek długiego opowiadania o rzeczach, które można po prostu pokazać na zdjęciu. Fotografia pozwala lepiej dzielić się tym, co wydarzyło się w naszym życiu z innymi, dając im namiastkę tego, co zobaczyliśmy. Zatrzymujemy na kliszy momenty radosne, wyjątkowe, odświętne, czyli – jak mówią niektórzy – zatrzymujemy czas. Ripostuje im S. Sontag (1986) twierdząc, że właśnie owo zatrzymywanie chwil najbardziej przypomina o nieuchronnym przemijaniu i zamiast dawać radość wspomnienia zmusza wręcz do refleksji nad tym, co – chociaż naturalne – radosne wcale nie jest.

Drugi z modyfikatorów pamięci, wyróżniony przez S. Magalę, polega na tym, że „czyni [fotografia] pamięć intersubiektywnie kontrolowaną – uniezależnia nas od osobniczych zróżnicowań w zakresie przypominania z pamięci”. To, co sfotografowane, dane jest obiektywnie. Ideę tę doskonale oddał fotograf pochodzenia węgierskiego Laszlo Moholy-Nagy.

W aparacie fotograficznym znajdujemy narzędzie zwiastujące początki najbardziej obiektywnego punktu widzenia. Wszyscy zostaną zmuszeni do dostrzeżenia tego, co jest optycznie prawdziwe, zrozumiałe w myśl własnych zasad, obiektywne, nim dorobią się ewentualnie swojej subiektywnej wizji (za: Sontag 1986: 183)

Rzeczywiście, przekonanie o wierności, obiektywności przekazu fotograficznego jest jedną z głównych, jeśli nie najistotniejszą przyczyną jej ogromnej popularności. I właśnie takie mają być zdjęcia pamiątkowe – jak najwierniejsze, a jeśli to możliwe, nawet ładniejsze od fotografowanej rzeczywistości. Zdjęcie pamiątkowe musi budzić w nas przyjemne skojarzenia, jeśli mamy do niego wracać w przyszłości. Robiąc zdjęcia mamy gwarancję, że osoby oglądające je ujrzą to samo, co my ujrzelśmy przykładając wzornik aparatu do oka. Ale ta uniwersalizacja ma także swoje złe strony. Jak zauważa zajmujący się tą problematyką autor: „zarazem fotografia spłaszcza, utrywialnia pamięć, zmniejsza też udział jednostkowej wyobraźni w tworzeniu świata...” (Magala 1982: 53).

Wykonywanie zdjęć pamiątkowych nie wywołuje tak silnych problemów etycznych, jakie mogą pojawić się w przypadku pozostałych typów fotografii. Na ogół nie robimy zdjęć w czasie rodzinnych kłótni, niepowodzeń życiowych, nie fotografujemy podstawowych czynności składających się na nasze życie: pracy, seksu, codziennych zajęć. Fotografia pamiątkowa zaanektowała obszar uroczysty, tworząc tym samym sielankowy, przyjacielski, rodzinny obraz rzeczywistości. Oglądając albumy pamiątkowe, szczególnie rodzinne, doszedłem do wniosku, że wszystkie zdjęcia umieszczone w nich są do pewnego stopnia podobne. Generalnie pojawia się mało zdjęć uchwyconych „na żywo”, przeważnie są one mniej lub bardziej upozowane. Większość z nas pragnie „uwiecznić się” w jak najkorzystniejszym świetle, a zatem częstokroć na widok aparatu w czyjejs dłoni zamieramy w bezruchu w postawie neutralnej i, o ile to możliwe, usuwamy ślady emocji z twarzy. Dzięki tym zabiegom otrzymujemy zdjęcia ludzi wyrwanych na ułamek sekundy z ich naturalnych póz, gestów, sposobu wyrażania ekspresji, słowem, z autentyczności. Ale nie należy popadać w przesadę, na każdym zdjęciu pozostaje coś z nas, co z pewnością dostrzeże baczny obserwator. Coś więcej, niż fotograficzna poza. Pozowanie w ramach pewnej konwencji zdjęć pamiątkowych jest ramą, w której nie sposób zamknąć indywidualności każdego człowieka. Poza tym nie jesteśmy w stanie ukryć wszystkiego i tak naprawdę nie zawsze do tego dążymy. Tendencyjność fotografii pamiątkowej

leży w założeniach jej funkcji. Chcemy utrwać momenty wyjątkowe, radosne, niezwykle. I jest to jak najbardziej naturalne. Zdjęcia takie w większości przypadków są pokazywane licznemu gronu znajomych. Właśnie m. in. dlatego nie wykonujemy zdjęć mogących skompromitować nas lub osoby nam bliskie, nie ma tu miejsca na oryginalność, zbytnią ekstrawagancję w kadrowaniu czy śmiałe ujęcia. Ma być normalnie, radośnie, ładnie.

Większość z nas przestrzega tej konwencji i poddaje się nieformalnym zasadom wykonywania zdjęć pamiątkowych. Z dużym zainteresowaniem oglądam albumy pamiątkowe osób zajmujących się fotografią zawodowo lub mających artystyczne inklinacje. W wielu przypadkach nie różnią się one od albumów osób uprawiających tylko i wyłącznie fotografię pamiątkową. Różnice pojawiają się raczej w formie aniżeli w treści. Są lepiej skadrowane, czasami poprawniej naświetlone, od czasu do czasu można natrafić na coś oryginalnego. Konwencja zostaje przyjęta nie tylko przez fotografującego, ale także przez fotografowanych. Chcąc sprostać oczekiwaniom przyszłych odbiorców zdjęcia te należy wykonać zgodnie z kanonem. A zatem nawet „zawodowcy” ulegają mu, choć zapewne z większą świadomością realizowania konwencji.

Fotografia pamiątkowa wychodzi naprzeciw oczekiwaniom, realizuje je spełniając swoją funkcję dokumentacyjną w ramach pewnych założeń. Jest to często dokument wykreowany, co nie oznacza, iż jest fałszywy. Pragnienie zachowania pięknych wspomnień w materialnym wymiarze realizowane jest m. in. poprzez fotografię.

4. FOTOGRAFIA A REKLAMA

Fotografia stała się jednym z głównych narzędzi reklamy. Zdomowała się w gazetach, magazynach oraz na wielkich billboardach. Nie sposób nie dostrzec jej we współczesnym świecie. Czym różni się fotografia reklamowa od innych dziedzin tej sztuki? Przede wszystkim tym, że charakteryzuje ją funkcja perswazyjna. Inaczej mówiąc, ma zachęcać, oddziaływać skutecznie na odbiorcę, nakłaniając go do reakcji zgodnych z oczekiwaniami twórców reklamy. Spełnia ona funkcję wabika, na który autor takiego zdjęcia będzie próbował nas „złapać”. Jerzy Busza (1990) zwraca uwagę na fakt, iż zdjęcie reklamowe powinno być tak skonstruowane, aby jego treść odnosiła się do funkcjonujących w kulturze wzorców, pragnień, dążeń. Umiejętnie wykonana reklama musi wykorzystać to wszystko, by skuteczniej dotrzeć do konsumenta. Te „społeczne mitologie” – jak nazywa je Busza – to pragnienie wiecznej młodości, zdrowia, sukcesu, powodzenia w życiu itd. Działanie według zasady „jeszcze nie wiesz, że tego potrzebujesz, ale my cię o tym przekonamy” jest dość typowe dla twórców reklam. Znając te społeczne pragnienia można

je wciąż bardziej rozbudzać. Podobnie można kreować nowe pragnienia, o których jeszcze nie wiemy, a które staną się dla nas pociągające w przyszłości.

Wszystkim tym zabiegom doskonale służy fotografia. Fotografia reklamowa jest najczęściej uzupełniana jakimś tekstem oraz znakiem firmy. Dlatego nie sposób analizować jej w oderwaniu od tekstualnej warstwy przekazu. Słowa i obrazy muszą razem tworzyć całość komunikatu. Dopiero odebranie całości werbalno-wizualnej pozwala całkowicie zinterpretować reklamę.

Proponowałbym prosty podział reklam na te, które mogą funkcjonować bez tekstu, operując tylko obrazem, ewentualnie krótkim hasłem, oraz na te, które bez słownego uzupełnienia nie byłyby czytelne dla odbiorcy. W pierwszym typie reklamy to zdjęcie jest głównym nośnikiem przekazu i na nim koncentruje się nasza uwaga. Im zdjęcie jest ciekawsze, tym większa szansa, że zostanie dostrzeżone, a tym samym reklama spełni swoje zadanie. Codziennie widzimy mnóstwo takich reklam, lepszych i gorszych. W drugim typie reklam tekst staje się kluczem, uzupełnieniem informacji, naprowadzeniem na właściwe tory interpretacji. Swego czasu pojawiły się na billboardach reklamy piwa Lech, którego firmowym kolorem jest zielony. W ciasnym kadrze umieszczono kawałek kobiecego i męskiego ciała. Modele zakrywają zielonymi liśćmi swoje intymności. Trudno byłoby odszyfrować tę reklamę, gdyby nie napis „czasami dobrze mieć coś zielonego”. Mamy tu do czynienia z zabiegiem, o którym pisze Jerzy Busza. Polega on na tym, że tworzy się iluzję wielości interpretacyjnych, czyniąc tym samym komunikat niejasnym.

W poprawnie skonstruowanym tekście reklamy – owa niejasność jest pozorna. Mimo bowiem specyficznej niejasności tekstu reklama pobudza naszą uwagę i zmusza do czynności interpretacyjnych (Busza 1990: 79).

Zieleń ma odnosić się nie tylko do koloru listka, ale przede wszystkim do butelki piwa wkomponowanej w całość reklamy.

Nakłaniająca funkcja reklam musi być dobrze zakamuflowana, tak aby odbiorca nie odniósł wrażenia, że pozbawia się go wolności wyboru. „Idealna manipulacja wymaga wręcz idealnych pozorów braku manipulacji” (Busza 1990: 71). Herbert McLuhan stwierdził, iż „fotografia jest jednym z największych motorów napędowych upiększania się kobiet i mężczyzn w społeczeństwach o odpowiednim standardzie życiowym” (Magala 1982: 57). Tę manipulacyjną funkcję w ogromnym stopniu przejęła fotografia reklamowa. Obok produktów i usług promuje się także pewien styl życia, używa się wizerunków ludzi pięknych, zadowolonych, cieszących się życiem. Ze znanych mi twórców reklam tylko Oliviero Toscani zupełnie odszedł od dominującej na tym obszarze estetyki. Wprowadził on do świata reklamy nowe, często szokujące pomysły. Ale jest to już inny temat wymagający odrębnego omówienia.

Świat proponowany nam w reklamach pełny jest na ogół dostatku, radości, ogólnego zadowolenia promieniującego z twarzy modeli i modelek. Jest to twór oderwany od rzeczywistości życia codziennego na tyle, że nie będzie przesadą stwierdzenie, iż jest on sztuczny. Pojawia się tu problem retoryki stosowanej w tworzeniu treści wizualno-tekstualnej reklamy. Umberto Eco (1973: 124) w *Pejzażu semiotycznym* pisze:

retoryka, niegdyś sztuka nakłaniania, pojmowana jako subtelne oszustwo, zostaje coraz powszechniej uznana za pewną technikę ludzkiego rozumienia, ograniczoną wątpliwościami i podlegającą wszelkiego rodzaju uwarunkowaniom – historycznym, psychologicznym, biologicznym – właściwym każdemu ludzkiemu działaniu. Istnieją jednak różne stopnie wywodu nakłaniającego. Tworzą one jak gdyby szereg ciągłych odcieni, sięgających od uczciwego i ostrożnego przekonywania do nakłaniania oszukańczego; innymi słowy, od wywodu filozoficznego do technik propagandy i perswazji masowej.

Fotografia funkcjonuje w naszej świadomości jako medium obiektywne. Dzięki temu doskonale służy zabiegom uprawiania „perswazji masowej”. Zdjęcie, jakkolwiek by nie było wykreowane, jest odbiciem czegoś realnego, czegoś co istnieje, a zatem jest możliwe. Operując na granicy rzeczywistości i marzeń można kreować obrazy rozbudzające chęć posiadania.

Zdjęcia konstruuje się tak, aby stworzyć iluzję posiadania obok właściwego produktu czegoś jeszcze. Na przykład twórcy reklamy papierosów Camel odwołują się do marzeń o prawdziwej męskiej przygodzie, w przypadku zaś papierosów Marlboro wykorzystują kowbojską legendę. Reklama papierosów Prince obok zdjęcia kobiety w masce karnawałowej lansuje hasło „inna rzeczywistość”. Samo sfotografowanie produktu to stanowczo za mało, niezbędna jest otoczka, klimat niesamowitości, odmienności, wyjątkowości. Dlatego najlepsze fotografie reklamowe powstają w pracowniach takich mistrzów, którzy owe niesamowitości potrafią wyczarować.

Problemy etyczne dotyczące fotografii reklamowej odnoszą się, po pierwsze, do jej funkcji, a po drugie, do treści samych zdjęć. Reklama oparta na fotografii wykorzystuje ją, aby wzbudzić zainteresowanie, zachęcić do bliższego zapoznania się z usługą bądź towarem. Ta nakłaniająca funkcja jest czymś więcej niż informacją. Jest stwarzaniem iluzji o posiadaniu czegoś wyjątkowego. Cały ten proceder już dawno przestał być, jak pisał Umberto Eco (1973), subtelnym wywodem, a stał się „perswazją masową”. Fotografia ma w tym wszystkim duży udział i świetnie wspiera skuteczność reklam. Zatem wszelkie zarzuty kierowane w stronę reklam wizualnych – jak kreowanie popytu na towary niemalże zbędne, promowanie niezdrowych używek, produktów o niskiej jakości, wzbudzanie frustracji wśród ludzi nie mogących sobie na dane rzeczy pozwolić itd. – dotyczą także fotografii. Zdjęcia reklamowe niejednokrotnie wzbudzały dyskusje. Główną przyczyną protestów jest, jak do tej pory, nagość. Może także nie podobać się

przedmiotowe i tendencyjne wykorzystywanie wizerunku kobiet. Zdjęcia w niektórych reklamach stają się poważnym problemem. Swego czasu burzę wywołał plakat reklamujący film Milosa Formana *Skandalista Larry Flynt*. Umieszczenie mężczyzny z rozpostartymi ramionami na tle kobiecych bioder zostało odebrane jako naruszenie uczuć religijnych. A wkroczenie na teren *sacrum* musiało wywołać dyskusje na temat etycznej poprawności tego zdjęcia.

Fotografia reklamowa jest najbardziej komercyjnym typem fotografii. Jako że robiona jest w celu promowania, a co za tym idzie ma zwiększać zyski, twórcy reklam nie przebiegają w środkach. Ważna jest skuteczność. A nawet jeśli jakieś zdjęcie spowoduje skandal, to bardzo często wzmaga to jeszcze zasięg oddziaływania reklamy poprzez przedruki i związane z tym wielkie zamieszanie.

5. FOTOGRAFIA ARTYSTYCZNA

„Nikt jeszcze nie odkrył brzydoty dzięki fotografii. Ale wielu odkryło dzięki niej piękno” napisała Susan Sontag (1986: 82). Na czym polega odkrywanie piękna poprzez fotografię i dlaczego nie można także dzięki niej odkryć brzydoty? Czy autorka zakłada, że brzydota jest w naszym świecie czymś na tyle oczywistym, iż fotografowanie jej jest tylko przypomnieniem lub zwykłą rejestracją powszechnie znanego zjawiska? A może jest w tym stwierdzeniu przekonanie o mocy fotografii, dzięki której nawet rzeczy brzydkie lub przykre dla nas w odbiorze można utrwalić w sposób piękny, a nawet zachwycający. Fotograf wyłapuje to, co większość ludzi omija, dostrzega szczegóły, stara się spojrzeć na rzeczy zwykłe w odmienny sposób. Wyostrzony zmysł obserwacji pozwala mu robić zdjęcia, dzięki którym odkrywamy piękno rzeczy prostych, które otaczają nas na co dzień. Prezentowana kilka lat temu wystawa Edwarda Hartwiga, jednego z bardziej znanych polskich fotografików, składała się z cyklu zdjęć przedstawiających stare plakaty, spod których wystawały poprzednio naklejone, a spod nich jeszcze starsze. Powstały w ten sposób piękne, barwne kompozycje. Piękno otacza nas zewsząd, należy tylko umieć je dostrzec, nie zawsze jest to jednak proste. Czasami zaś poszukiwania fotografów artystów prowadzą do szokujących rezultatów, natężenie problemów etycznych związanych z tego typu pracami staje się bardzo duże.

Jednym z takich fotografów jest Amerykanin Andreas Serano. Sławę przyniosła mu reakcja przeciwników, których oburzenie i głośna krytyka uczyniły go znanym w całych Stanach Zjednoczonych. Co spowodowało tak silne oburzenie, które wywołało protest Amerykańskiego Stowarzyszenia Rodzin oraz interpelacje w senacie USA? Pośrednio właśnie poszukiwanie

piękna. Serano portretuje zakapturzonych członków Ku-Klux-Klanu, wykonuje abstrakcyjne kompozycje, których tytuły brzmią np. *Mleko, krew*, jak również fotografie ciał zmarłych. Ogromne fotogramy (czasami ponad 100 na 150 cm) są wykonane perfekcyjnie pod każdym względem; kompozycji, wykorzystania światła, jakości odbitek.

Ogląda się je nawet z przyjemnością i beznamiętnie do chwili odczytania podpisów. Wtedy następuje coś dziwnego, co nazwać by można przewartościowaniem znaczenia obrazu. Co jest miłe dla oka, nie musi być miłe dla rozumu. [...] Po przeczytaniu tytułów zdjęć wydaje się nam, że istnieje poważny rozdział pomiędzy odczuwaniem przez nas znaków ikonograficznych a symboli ukrytych w słowach. Tak więc fotografia Serano jest w istocie prowokacją wobec samej fotografii. Jeśli bowiem dojdziemy do wniosku, że podpisane zdjęcie mówi co innego niż nie zaopatrzone w tytuł, zaprzeczamy możliwościom komunikacyjnym fotografii.

We wspomnianej publikacji (Mikołajczyk 1994: 28) poruszone zostały dwa istotne problemy. Po pierwsze – swoista gra, jaką proponuje fotograf odbiorcom, rodzi pytania natury etycznej, po drugie – podważa naszą wiarę w zgodność przekazu werbalnego z wizualnym, opartą na wzajemnym uzupełnianiu się. Aby prowokacja powiodła się, należy naruszyć sferę społecznego *sacrum*, uderzyć w jakiś czuły punkt, co spowoduje odpowiedni rezonans. To uczynił Serano. Jego cykl zdjęć z kostnicy jest naruszeniem tabu. Tu właśnie pojawiają się wątpliwości dotyczące owych zdjęć. Można zadać odwieczne pytanie o to, jak daleko może posunąć się artysta w swej prowokacji? Pytanie to jest w fotografii tak samo ważne, jak w każdej innej dziedzinie sztuki. Z tą różnicą, że aby aparat mógł zarejestrować cokolwiek, musi to zaistnieć. Malarz ma możliwość opierania się tylko i wyłącznie na wyobraźni, punktem wyjścia dla fotografa zawsze musi być naturalna bądź wykreowana sytuacja. Oczywiście fotografia dysponuje ogromnymi możliwościami manipulacji, przekształcania obrazu. Istnieje nawet gałąź fotografii zwanej nieobiektywną lub nieprzedstawiającą. Oscyluje ona w stronę abstrakcji, a przekształcenia obrazu rzeczywistości są w niej tak duże, że praktycznie pierwotnie fotografowany obiekt jest nierozpoznawalny. Jednak moim zdaniem zanika tu coś, co stanowi o samej istocie fotografii, czyli jej ikonograficzny charakter. Ten typ fotografii, jak również wszystkie inne, które odeszły od niego nie będą nas interesować z tej przyczyny, iż nie łączą się wyraźnie z żadnymi etycznym problemami. Poza tym społeczna percepcja takiej fotografii ograniczona jest do bardzo niewielkiej grupy odbiorców.

Powracając do Serano, zdjęcia zmarłych są naruszeniem tabu. Czy można jednoznacznie odpowiedzieć, dlaczego nie należy fotografować martwych ludzi, aby potem prezentować zdjęcia w galerii? Może najistotniejszym powodem jest bezbronność zmarłych. Serano zaś wystawia swe ogromne postery na publiczny widok, podpisując je przyczyną zgonu: uduszenie,

zabity nożem itd. Tym samym martwy staje się ilustracją do rubryki w akcie zgonu, gdzie wpisuje się przyczynę śmierci.

W roku 1994 w Zamku Ujazdowskim w Warszawie odbyła się wystawa *Andreas Serano – prace z lat 1986–1992*. W katalogu wystawy znalazło się zdjęcie *Piss Christ (Chrystus w Urynie)*. Zwiedzający ekspozycję nie mieli jednak możliwości zapoznania się z nim, ponieważ nie zostało ono wystawione. Serano zastosował tu ponownie zabieg z podpisem, który całkowicie zmienia sposób naszego odbioru zdjęcia. Jak pisze M. Mikołajczyk (1994),

gdyby nie tytuł, byłaby pewnie odbierana jako estetyzująca, niemalże romantyczna, godna powieszenia jeśli nie w kościele, to na pewno w plebanii.

Rzeczywiście, początkowo można odnieść wrażenie, że krucyfiks został obłany czymś, co przypomina bursztyn z uwiecznionymi pęcherzykami powietrza. Tytuł spowodował, że zdjęcie to stało się skandalem, a amerykańska publiczność zareagowała bardzo ostro. Serano uraził uczucia religijne, a jego gorące zapewnienia, że prowokacja była świadoma i wymierzona nie w Boga, ale w instytucje Kościoła katolickiego, nikogo nie uspokoiły. Tym razem fotograf nie tylko naruszył społeczne tabu (zdjęcia zmarłych), ale dokonał zamachu na *sacrum*. I zrobił to tak, że trudno jest nam zaprzeczyć estetycznej wartości zdjęcia *Piss Christ*. Ale estetyka to tylko jedna strona fotografii, druga wiąże się z treścią i tu mogą pojawić się problemy etyczne. Sfera religii zawsze budziła silne emocje, a każde jej naruszenie wywoływało konflikty.

Drugim ważnym problemem, pojawiającym się przy okazji prac Serano, jest rozdzwiek pomiędzy podpisem a obrazem, który pojawia się nie tylko w tym omawianym przypadku. M. Mikołajczyk (1994) dochodzi do wniosku, że może to zaprzeczać komunikacyjnej funkcji fotografii. Moim zdaniem stwierdzenie to, choć nie pozbawione słuszności, jest generalizacją przesadzoną. Fotografia artystyczna rządzi się innymi prawami niż fotografia reporterska. Gdyby na polu reportażu dochodziło do takich „manipulacji”, wtedy fotografia szybko straciłaby zaufanie wśród odbiorców, którzy nie wiedzieliby czy wierzyć podpisowi, czy fotografii. I, mimo że znane są przypadki nierzetelnych czy wręcz nieprawdziwych podpisów pod zdjęciami, nie podważa to wiary w samą fotografię jako narzędzie.

Obok tematów religijnych fotografia artystyczna narusza inne społeczne tabu, czyli nagość. Swego czasu w Londynie odbywała się wystawa amerykańskiego fotografa Roberta Mapplethorpe’a, z której usunięto zdjęcie zatytułowane *Rosie*. Wykonana w 1976 roku fotografia przedstawia trzyletnią dziewczynkę ubraną w prześwitującą sukienkę. Zdjęcie takie kojarzone jest z ofiarami pedofilii, problemem, który zdaje się ciągle narastać. Wycofano je, gdyż wszelkie erotyczne sugestie odnoszące się do dzieci budzą społeczny sprzeciw. Mapplethorpe, którego zdjęcia pełne są fascynacji ciałem, wkroczył

w tematykę, na którą – szczególnie ostatnio – opinia publiczna jest silnie uwrażliwiona. Wszelkie kodeksy etyczne, normy obyczajowe oraz prawo kładą nacisk na ochronę dzieci. A to zdjęcie zostało uznane za naruszające wyobrażenie o niewinności dziecka. Mamy tu wyraźny problem etyczny. Artysta, w odróżnieniu od reportera, często aranżuje konkretne sytuacje, kreuje je. Jest zatem w pełni odpowiedzialny za to, co sfotografuje. W reportażu pojawia się element przypadkowości, reporter na ogół nie kontroluje tego co się dzieje. Upraszczając – po jednej stronie jest rejestracja, po drugiej kreacja. Jeśli fotograf-artysta decyduje się na prowokację, która zawsze jest naruszeniem pewnych norm, musi liczyć się z konsekwencjami, jakie może to spowodować. Niewystawienie prac Serano i Mapplethorpe'a było próbą obrony wartości. W pierwszym przypadku religijnych, w drugim obyczajowych. W obu sytuacjach uznano, że naruszają one normy etyczne.

Kiedy 28 lat temu w Krakowskim Towarzystwie Fotograficznym otwarto pierwszą wystawę aktu i portretu, wybuchł skandal. Teraz otacza nas więcej nagości i nikt już nie pikietuje wystaw, na których prezentowane są akty. Czy zdjęcia te można rozpatrywać w kategoriach problemu etycznego? Podział na trzy kategorie, który zaproponowałem powyżej, nie jest akceptowany przez wszystkich. Co oznacza, że pojawiają się opinie, według których jakiegokolwiek zdjęcie nagości narusza normy etyczne, czy, jak to często jest ujmowane, normy dobrego smaku.

Reasumując, fotografia artystyczna wywołuje dylematy etyczne wtedy, gdy narusza normy społeczne, tematy tabu, gdy staje się oczywistą prowokacją. Należy pamiętać o tym, że sztuka prowokowała na długo przed wynalezieniem fotografii, jednak aparat dał artyście nowe możliwości. Jeśli artysta fotograf chce wykonać szokujące zdjęcie, musi wykreować pewne ujęcia. Amerykanin James Witkin zamieszcza w gazetach ogłoszenia, w których zaprasza do swojego studia osoby kalekie. Płaci im za pozowanie, a jego zdjęcia osiągają niebagatelne ceny. Łatwość kopiowania zdjęć i szerokie możliwości ich rozpowszechniania, przy jednoczesnej dosadności przekazu fotograficznego spowodowały, że fotografia stała się medium, wokół którego co rusz wybuchają skandale. Dociera ona do dużo większej grupy odbiorców niż inne sztuki wizualne. Stąd ewentualne nasilenie społecznego oburzenia jest o wiele powszechniejsze. A wszelkie krytyczne artykuły i przedruki zdjęć, nawet z negatywnym komentarzem, przyczyniają się do propagowania „dzieł wyklętych”. Dosadność fotografii polega na niepozostawianiu złudzeń, dana sytuacja musiała zaistnieć, skoro widzimy ją na zdjęciu (oczywiście można także wytwarzać zupełnie nowe wartości poprzez fotomontaże, czy przekształcenia komputerowe). Tym samym odbiorca stając przed zdjęciem staje także przed konkretną sytuacją, która zaistniała w przeszłości i została wywołana przez artystę. Czasami mogą to być absolutnie niewinne i nie budzące żadnych wątpliwości fotogramy, innym razem może być to *Piss*

Christ lub *Rosie*. Fotografia artystyczna ociera się czasami o pornografię, czasami uderza w uczucia religijne, w ustalony porządek i sposób patrzenia na rzeczywistość. Dlatego problemy etyczne muszą się pojawiać. Nie jawią się one nam wszystkim, co oczywiste, jednakowo. Zawsze było tak, że coś, co dla jednego stanowiło problem, dla innej osoby wcale nim nie było. Tak też jest w przypadku fotografii. I nawet jeśli coś nam się podoba, to budzi często mieszane uczucia. Na przykład mamy opory, aby przyznać, że sfotografowany przez Serano krucyfik w urynie wygląda zachwycająco.

6. FOTOGRAFIA REPORTAŻOWA

Fotografia reporterska jest dla milionów odbiorców ważnym źródłem informacji o świecie. Dzięki niej możemy zobaczyć obrazy zarejestrowane w różnych, najbardziej odległych miejscach. Reporterzy dostarczają zdjęcia ilustrowanej prasie, gdzie dobry tekst już dawno przestał wystarczać. Nic nie uwiarygodnia artykułu tak, jak odpowiednie zdjęcie. Wiele z nich powstaje przy narażeniu życia fotografującego. Szczególnie niebezpieczne jest dziennikarstwo wojenne, z roku na rok pochłania ono coraz więcej ofiar. Ale fotografia reportażowa to nie tylko wojny, klęski żywiołowe, nieszczęścia. Negatyw z tą samą dokładnością utrzuca codzienne życie, wielkie i radosne święta, wydarzenia sportowe, cały otaczający nas świat.

Pole zainteresowań fotografii jest nieograniczone. Co nazwiemy zatem reportażem? Czy będą to zarówno zdjęcia z pokazu mody, z demonstracji, z dżungli czy z olimpiady? Zasięg jest tu olbrzymi. Roman Burzyński (1960: 8) zaproponował następującą definicję reportażu:

Fotografia, która zajmuje się życiem codziennym ludzi, zdarzeniami, wypadkami, które są silnie związane z rzeczywistością. Fotografia ta opowiada o zajęciach ludzi i o ich uczuciach. Ukazuje świat i stosunki panujące między ludźmi. Odnajduje w ludziach rysy ich charakteru, dociera do wnętrza człowieka, ukazuje warunki, w jakich żyje, odsłania nawet środowisko, z którego pochodzi.

Jest to podejście do reportażu, które nazwałbym antropocentrycznym. Człowiek faktycznie od początków historii fotografii zajmuje w niej główne miejsce, ale wielu reporterów szuka inspiracji gdzie indziej. Zdjęcia przyrody wykonywane w niedostępnych miejscach, ale i w bezpośrednim sąsiedztwie człowieka, także możemy nazwać reporterskimi. Na wystawach „World Press Photo” mają one swoją odrębną kategorię. Wymagają tej samej cierpliwości, doświadczenia, umiejętności patrzenia, jak przy każdym innym reportażu. Definicja Burzyńskiego jest także humanistyczna. Zakłada, że człowiek z aparatem w ręku będzie starał się dotrzeć do tego, co ukryte, że zamiast sensacji szukać będzie prawdy, ukaze sylwetkę psychiczną portretowanej osoby.

Tymczasem reportaż staje się coraz bardziej agresywny. Zdjęcia są coraz dosłowniejsze, często brutalne. Pogoń za niezwykłością powoduje zanik dawnego humanizmu fotografii reporterskiej. Pamiętam np. zdjęcie zamieszczone w jednej z amerykańskich gazet w okresie, gdy republiki nadbałtyckie walczyły o niepodległość. Przedstawiało ono z przerażającą dokładnością moment, w którym radziecki czołg najeżdżał na leżącego człowieka. I nie było to małe uzupełnienie tekstu, lecz wielkie zdjęcie na całą stronę. Twórcy rozkładówki tej gazety doskonale wiedzą, że przeczytać o tym, jak czołgi rozjeżdżają ludzi, a zobaczyć to na zdjęciu, to coś zupełnie innego. Obraz działa bezpośrednio na nasz mózg, druk trzeba przeczytać. Mówi się co prawda o czytaniu ilustracji, ale trwa to ułamki sekund w porównaniu z czytaniem tekstu. Bezpośredniość obrazu fotograficznego może być szokująca. Szczególnie, jeśli oglądamy dramaty takie, jak śmierć. W przykładzie, który opisałem, koszmar sytuacji jest jeszcze większy, gdyż człowiek pod gąsienicami żył jeszcze w momencie wyzwolenia migawki. Widzimy jego przerażone oczy i domyślamy się, co stanie się za chwilę. Do okresu II wojny światowej nie do pomyślenia było wykonywanie takich zdjęć, jakie dziś oglądamy w prasie. Przy fotografowaniu miejsc bitew posługiwano się raczej szerokimi planami. Zdjęcie Roberta Capy wykonane w czasie wojny hiszpańskiej przedstawia upadającego żołnierza, który został postrzelony. Wywołało ono fale dyskusji, trwających jeszcze do niedawna, czy możliwe jest, że zostało ono upozowane gdzieś za linią frontu. Nie wierzono w jego autentyczność. Zaprezentowany na wystawie „World Press Photo” reportaż z Czeczenii przedstawia dwóch rannych mężczyzn, jednemu z nich wybuch urwał obie nogi. Takie okrutne wydarzenia towarzyszą każdemu zbrojnemu konfliktowi. Nie były one jednak pokazywane z taką drastyczną dosłownością.

Zawód fotoreportera należy do tych profesji, które budzą wiele kontrowersji. Problemy etyczne z nim związane przyjmują czasami dramatyczne rozmiary. Pierwszą osobą, która musi się z tym borykać jest sam fotograf, jakże często oskarżany o naruszenie prawa do życia prywatnego czy o godzenie w godność innych ludzi. Ale problemy te nie omijają też odbiorców zdjęcia ani osób przedstawianych na nich. Fotografia kryje w sobie ogromny potencjał, jest instrumentem oddziaływania, silnie kształtującym obraz świata w świadomości ludzi. Ponieważ klisza wiernie rejestruje obraz, zdjęcie traktuje się jako dowód prawdziwszy nawet niż tekst. Dowód, któremu trudno zaprzeczyć. Wśród zdjęć reporterskich za najlepsze uchodzą te, które pokazują emocje, stany napięcia, sytuacje ekstremalne. Takie właśnie zdjęcia budzą jednocześnie najwięcej kontrowersji. Ich wykonanie niejednokrotnie wymaga od fotoreportera narażenia życia. Rodzi się pytanie, do jakich granic może się posuwać reporter w swojej pracy? Czy są sytuacje, kiedy wykonanie zdjęcia nie jest już tylko nietaktem, ale naruszeniem godności osobistej fotografowanej osoby? Wykonując zdjęcie, trzeba pamiętać o dobraniu

odpowiedniej przesłony, czasu i, co najistotniejsze, o kadrowaniu. Czytelne zdjęcie musi być skomponowane. Jak pisze Susan Sontag (1986: 17) „Fotografując, przesądzamy o atrakcyjności tematu – nie zwracamy natomiast uwagi, że atrakcyjny bywa ból i cierpienie bliźniego”. Autorka przyrównuje aparat do rewolweru, a wykonanie zdjęcia do morderstwa:

Wykonywać ludziom zdjęcia – to gwałcić ich i oglądać takimi, jacy nigdy siebie nie widują: w ten sposób ludzie ci stają się przedmiotami, które mogliby symbolicznie mieć.

Dostrzega ona w akcie fotografowania coś drapieżnego. Fotograf, chcąc rejestrować, stara się nie ingerować. Jakakolwiek ingerencja uniemożliwiłaby rejestrację. A zatem znajdując się w centrum najtragiczniejszych wydarzeń pozostaje on osobą niezaangażowaną, obcą, a przy tym zmuszoną do chłodnej oceny sytuacji. Tylko taka postawa daje szansę uzyskania ciekawych fotografii. Ale utrzymanie jej nie jest łatwe. Wielu fotoreporterów, szczególnie tych pracujących w miejscach najtragiczniejszych wydarzeń, rezygnuje z reportażu na rzecz innej, mniej psychicznie obciążającej fotografii.

7. PODSUMOWANIE

Każda z omówionych form zastosowania fotografii przywołuje odmienne zagadnienia etyczne. Zdjęcia pamiątkowe mogą być rozpatrywane jako dowód konwencjonalizacji sposobów patrzenia, ulegania schematom czy wreszcie jako kolejny „społeczny rytuał”. W przeciwieństwie jednak do pozostałych typów obieg ich recepcji jest na ogół ograniczony, nie stają się one społecznym artefaktem o szerokim zasięgu, ale raczej masowo powielanym wzorcem. Ponieważ operują na „bezpiecznym” obszarze społecznej akceptacji, nie wywołują gwałtownych wstrząsów etycznych. Oddziaływanie pozostałych typów fotografii nastawione jest na jak najszerszą społeczną recepcję. W związku z tym mogą się one stać społecznym dylematem. Reklamy Toscaniego, zdjęcia prezentowane podczas „World Press Photo” czy wystawy artystów „prowokujących” (Serano, Araki, Witkin) często dają pretekst do publicznej dyskusji. Igranie ze społecznie usankcjonowanymi tematami tabu w przypadku fotografii artystycznej (czasem także reklamowej) i ciągle powracający problem ochrony ludzkiej prywatności przed wszechobecnymi fotografami, to dwa podstawowe tematy etycznych dyskusji wokół fotografii. Ale dyskusje te nie wyczerpują całej złożoności problemu wynikającego z coraz większej dominacji przekazu wizualnego. To, co S. Magala nazywa „ulatnianiem się rzeczywistości”, czyli zdobywaniem coraz większych obszarów wiedzy za pośrednictwem różnych przekazańników, bez możliwości bezpośredniej weryfikacji faktów, staje się globalnym problemem i rodzi zupełnie nowe dylematy epistemologiczne i etyczne.

BIBLIOGRAFIA

- Bourdieu P., Boltanski L., Castel R., Chomboredon J.-C., 1965, *Un Art Moyen – essai sur les usages sociaux de la photographie*, Paris.
- Burzyński R., 1960, *Fotografia reportażowa*, Warszawa.
- Busza J., 1990, *Wobec odbiorców fotografii*, Warszawa.
- Eco U., 1973, *Pejzaż semiotyczny*, Warszawa.
- Magala S., 1982, *Fotografia w kulturze współczesnej*, Warszawa.
- Mikołajczyk M., 1994, „Andreas Serano”, „Foto”, nr 4.
- Sontag S., 1986, *O fotografii*, Warszawa.

Tomasz Ferenc

ETHICAL PROBLEMS OF PHOTOGRAPHER

The incorporation of photography into mass culture brought with it a new group of customs and ethical problems. On certain levels, this paradigm shift continues to influence our perceptions of social reality.

Taking photos has become a social habit in most parts of the world. Most of us are producers and consumers of great number of photos. We may distinguish four kinds of photography: amateurs-memorial, advertising photography, artistic photography and photojournalism. With the social acceptance of all of these kinds of photography different ethical problems arise. For example, memorial pictures might be treated as representative of a conventional way of thinking one way in which mass society might share a world perception. Compared to the other types of photography, memorial photos operate in safer spheres, areas widely accepted by those involved in the process. Usually these photos are devoted to special occasions, and very rarely are these rules broken. Because of the nature of memorial photography, the ethical problems are different than those connected with the other types of photography. The ethical problems attached to memorial photography are less difficult or complicated than those of the other three types, but deserve equal attention. Often these three types of photos have larger public exposure, such as on billboards, in museums or print media, and therefore they become more deeply incorporated into social reality and raise ethical dilemmas.

The reasons and the aims of taking any photos are different, and therefore the ethical problems are inevitably different, and deserve different theoretical explorations.