

Univerzita Karlova
Fakulta sociálních věd

Institut komunikačních studií a žurnalistiky
Katedra žurnalistiky

Petr Horký

Fotografická agentura VII

Bakalářská diplomová práce

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Alena Lábová

Praha 2007

Děkuji PhDr. Aleně Lábové za pomoc při psaní bakalářské práce a za dlouhodobou podporu během studia.

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.

Počet znaků: 78.322

V Praze dne 21. května 2007



SCHVÁLENO

Přihláška bakalářské práce

Univerzita Karlova v Praze			
Fakulta sociálních věd			
Došlo dne:	25-09-2006	-1-	
Cj. 10650	Příloh. 2	Skartační heslo:	
Přiděleno	EV		

Jméno studenta: Petr Horký

Semestr: čtvrtý

Mediální zaměření: psaná a obrazová žurnalistika

Název práce: Fotoagentura VII: vizuálně atraktivní konflikt

Základní vymezení tématu (stanovená hypotéza):

Ve své práci se chci zaměřit na již pět let existující fotografickou agenturu VII. Jedná se o společnost kolektivně vlastněnou deseti jejími členy, světově proslulými fotografy různé národnosti. Získat členství ve VII není lehké, k původním sedmi zakládajícím členům během pětileté existence přibyli pouze dva. Elitářstvím, organizační nezávislostí a charakterem snímků, které nejdou zpravodajsky po povrchu, ale usilují o hlubší, ucelené sdělení, projekt VII nápadně připomíná legendární Magnum Photos. Chce se od něho ale lišit. Také proto zakladatelé stanovili maximální počet členů na 14, aby mezi sebou fotografové neztratili kontakt. Jedním z členů VII je i český rodák Antonín Kratochvíl. Vzhledem k tomu, že činnost známé agentury nebyla dosud v českém prostředí popsána, považuji tvorbu bakalářské práce za přínos. Při tvorbě by mi měl (v anglickém prostředí kde práce bude vznikat), pomoci soubor fotografických publikací, které u nás nikdy nevyjdou, jakkoli jsou výjimečné, protože jejich výroba je velmi nákladná. V pracích autorů se pokusím najít společného jmenovatele, který tvoří styl agentury VII.

Budu věnovat specifickým současné práce „fotoesejistů“, kteří stále častěji pracují kromě fotografií také s filmem. Ne náhodou VII vznikla v září 2001 a jeden z prvních publikovaných fotoesejů vytvořil James Nachtwey na manhattanském Ground Zero. Ústředním tématem VII je totiž konflikt ve všech podobách: násilný, sociální, kulturní. Obraz světa, jak ho členové VII ukazují, není optimistický, je plný nespravedlnosti a krutosti. Přesto je ve fotografiích VII možné rozpoznat naději, kouzlo plynoucí z jejich estetické hodnoty. Novodobá agentura usiluje o pozornost na vše zvyklého,

znecitlivělého publika. Snaží se jej probudit často tím, že násilí zobrazí v té nejdokonalejší vizuální podobě.

Teze bakalářské práce:

V první části bakalářské práce shrnu historii fotografických agentur a přiblížím jejich druhy a specifika. Druhou část věnuji podrobnému vykreslení typu nezávislé fotoagentury, její rysy demonstruji na příkladech z historie i současnosti a zejména na odlišnosti od velkých globálních zpravodajských agentur typu Reuters nebo AP. Pokusím se zjistit a popsat, v čem se liší práce obou typů agentur jako celku i v čem je rozdíl při práci jednotlivců, neboli „kdo fotí co“, když podává zprávu o konfliktu. Třetí část bude jakousi sérií stručných medailonů členů VII, jejich tvorbu prostudují a analyzují podrobně až od doby jejich členství v agentuře VII. Za metodu práce použiji obsahovou analýzu. Mým cílem je pomocí této analýzy zjistit, jaký je smysl vzniku nezávislých fotoagentur a co mohou nabídnout nad rámec běžného informování.

Seznam základní literatury (abecedně):

- Horton, B, The Associated Press photojournalism stylebook: the news photographer's bible. Associated Press, New York, 1990
- Hasting, J., Magnum. Phaidon, London, 2004
- Nachtwey, J., Inferno. Phaidon Press, New York, 1999
- Persson, M., Antonin Kratochvíl. Törst, Prague, 2003
- Reuters: The State of the World. Thames&Hudson, 2006.
- Sontag, S., 9/11 BOX. De.MO, 2006
- PRIVATE Magazine: International Review of Black and White Photographs No. 31. HUMANITY, (Special VII Photo Agency portfolio)

Jméno konzultanta: PhDr. Alena Lábová

(svým podpisem potvrdí, že souhlasí se spoluprací na tématu, schvaluje základní teze
a ve stanoveném termínu odevzdá posudek na práci)

Datum 21. 9. 2006

Podpis studenta:



Podpis konzultanta:



ÚVOD	2
1. HISTORIE FOTOGRAFICKÝCH AGENTUR	4
1.1 NĚMECKÁ FOTOGRAFICKÁ ESEJ	4
1.2 AGENTURA <i>BLACK STAR</i> A ČASOPIS <i>LIFE</i>	5
1.3 AGENTURA <i>MAGNUM</i>	7
1.4 KOMERCIALIZACE FOTOGRAFICKÝCH AGENTUR	8
1.5 CONTACT PRESS IMAGES A PANOS PICTURES: NÁVRAT K HUMANISTICKÉ TRADICI	9
1.6 SEBASTIAO SALGADO.....	11
1.7 DIGITALIZACE A CORBIS.....	12
2. AGENTURA VII	15
2.1 VZNIK	15
2.2 ČLENSTVÍ	17
2.3 PŘÍJMY AGENTURY VII.....	18
2.3.1 <i>Fotografické eseje</i>	18
2.3.2 <i>Reklama</i>	18
2.3.3 <i>Knihy a filmy</i>	18
2.3.4 <i>Multimédia</i>	19
2.3.5 <i>Putovní výstavy</i>	20
2.3.6 <i>Semináře</i>	20
2.3.7 <i>Workshopy</i>	21
2.4 SPOLUPRÁCE.....	21
2.5 SÍDLO	22
3. FOTOŽURNALISMUS – MOŽNOSTI PRÁCE	23
3.1 FREELANCE	23
3.2 REDAKČNÍ FOTOGRAF.....	23
3.3 FOTOGRAF ZPRAVODAJSKÉ AGENTURY	23
3.4 FOTOGRAF OBRAZOVÉ AGENTURY.....	24
4. FOTOGRAFOVÉ VII	26
4.1 ALEXANDRA BOULAT.....	26
4.2 LAUREN GREENFIELD.....	26
4.3 RON HAVIV	28
4.4 GARY KNIGHT	29
4.5 ANTONÍN KRATOCHVÍL	30
4.6 JOACHIM LADEFOGED	32
4.7 CHRISTOPHER MORRIS	34
4.8 JAMES NACHTWEY	34
4.9 EUGENE RICHARDS.....	36
4.10 JOHN STANMAYER.....	37
ZÁVĚR	38
SEZNAM PRAMENŮ A LITERATURY	41
<i>Seznam literatury</i>	41
<i>Internetové zdroje</i>	41

ÚVOD

Týdenní intenzivní kurz pod vedením francouzského válečného fotografa Patricka Chauvela byl jedním z nejsilnějších zážitků, které mi studium žurnalistiky na FSV přineslo. Nebudu přehánět, když řeknu, že fotografova návštěva do velké míry ovlivnila mé představy o tom, co bych chtěl v budoucnu dělat. Fotografování mě zajímalo už od dětství, kdy jsem se naučil sám si vyvolávat filmy a zvětšovat černobílé snímky, nejraději jsem měl ty, které zobrazovaly skutečnost - byly autentické. Když jsem ale své dosavadní dílo (několik krajinek, portréty přátel a rodiny apod.) předložil před Patricka Chauvela, autora knih, filmu a mnoha fotografií o válce, který v osmnácti letech odjel jako fotograf do Vietnamu, připadal jsem si směšně – a myslím, že ostatní studenti to cítili podobně. Co se v nás během týdne Patrick Chauvel snažil probudit, bylo naučit se vidět téma. Během onoho týdne se naše skupinka ocitla zcela mimo veškeré fakultní dění: jakoby se přemístila do válečné zóny. Fotografování v terénu střídalo práci v temné komoře, mezitím probíhaly nadšené diskuse o fotografii. Situace, kdy během týdne někdo z nás předkládal Chauvelovi své fotografie, byly zvláštním okamžikem vážné pokory, snad proto, že oproti válce byla naše narychlo zvolená témata nicotná. Poté, co Patrick Chauvel odjel, někteří z nás už fotografovat nepřestali. Čím jiným je ale vlastně žurnalistika, když ne hledáním témat?

Na konci druhého ročníku mi PhDr. Alena Lábová, vedoucí fotografické specializace, navrhla za téma bakalářské práce fotografickou agenturu *VII*, která se specializuje na konflikt ve všech podobách. Když jsem se začal jednotlivými fotografy z této pozoruhodné agentury zabývat podrobněji, setkání s každým z nich mi připomnělo týden s Patrickem Chauvelem. Stejně jako on nikdo z nich nebyl obyčejným novinářem, ale fotografem, kterého jeho práce – dokumentování války – nutí pokládat si filosofické otázky. Otázky jako: Pro koho své snímky fotografuji? Může fotografie války způsobit společenskou změnu? Je legitimní vytvářet z lidského utrpení umění? Mají ještě mé fotografie na násilím otupené publikum nějaký účinek? Odpovědi na tyto otázky mě zajímaly, rozhodl jsem se tedy téma přijmout.

Svou práci jsem rozdělil na tři části. V první z nich se věnuji historii fotografických agentur od počátku po založení agentury *VII*. *VII* totiž navazuje na specifickou tradici obrazového zpravodajství, která sahá hluboko do historie. Abych mohl vysvětlit, na jakých principech agentura funguje, musel jsem nejdříve zkoumat její předchůdce. Za metodu práce jsem tedy v první, historické části zvolil chronologickou deskripci.

Historická část končí v okamžiku založení agentury *VII*, kde začíná druhý díl práce. V něm se zabývám jednotlivými součástmi agentury, jejím hospodaření a vnitřních pravidlech fungování. Těžištěm druhé části je popis produktů a aktivit, ze kterých má agentura příjmy.

Třetí část práce přibližuje možnosti práce novinového fotografa na současném trhu, místa profesního uplatnění a odbytu jeho fotografií. Srovnávací metodou zde charakterizují čtyři základní druhy práce fotožurnalisty.

Čtvrtá, závěrečná část obsahuje portréty všech členů agentury *VII*. V této kapitole kombinuji metodu deskripce (život a dílo fotografů) a popis způsobu práce (styl fotografů).

Cílem mé bakalářské práce je poskytnout informace o relativně nové, velmi specificky zaměřené obrazové agentuře, jejíž existence dosud není v literatuře téměř vůbec reflektována.

1. HISTORIE FOTOGRAFICKÝCH AGENTUR

V kapitole Historie fotografických agentur stručně charakterizují vývoj specifického druhu fotografické agentury od počátků do současnosti. Předmětem mého zájmu nebudou všechny fotografické agentury, nýbrž jen ty, jejichž produkce souvisí s agenturou VII, která je tématem této bakalářské práce. O některých organizacích v textu chybí zmínka (například velké zpravodajské sítě jako AP nebo Reuters), protože mě zajímaly pouze ty agentury, které se zabývaly a zabývají vyprávěním fotografických příběhů, nikoli pouze pokrýváním aktuálních událostí.

1.1 Německá fotografická esej

První fotografické agentury se objevují zároveň s příchodem tzv. „obrázkových časopisů“ a mezi agenturami a časopisy od začátku panuje vzájemná závislost. „Obrázkový“ (v Německu „ilustrovaný“) časopis totiž dává vzniknout novému fotografickému žánru a fotografie tohoto žánru produkují právě nově vzniknuvší agentury. Idea fotožurnalistiky jakožto žánru, který pouze neilustruje psaný text, ale sám vypráví příběh pomocí obrazu, se zrodila v polovině dvacátých letech dvacátého století v redakcích dělnického tisku v Německu¹ (tehdejší Výmarské republice) a v Sovětském svazu². Šéfredaktor mnichovského deníku *Munchner Illustrierte Presse* Stefan Lorant a jeho rivalové z *Berliner Illustrierte Zeitung* Kurt Korff a Kurt Safranski tento nápad převzali od levicové novinářské avantgardy. Levicový tisk obrázkové příběhy (či koláže, jako v případě *Arbeiter-Illustrierte-Zeitung*) rozvíjel z propagandistických důvodů³. Lorant, Safranski a Korff za vzájemného konkurování přivedli na svět žánr, který dnes známe pod názvem „fotografická reportáž“. Někdy se mluví také o „picture story“ nebo „fotografické eseji“. Duchovním otcem tohoto pojmenování je právě Lorant, který přišel s myšlenou, že by v novinách měl existovat ekvivalent eseje

¹ NEUBAUER, Henrik. *Black Star: 60 years of photojournalism*. Köln : Könnemann, 1997.

² Jedna z prvních obrazových agentur vznikla v Sovětském svazu v roce 1926. Tzv. *Photochronica* byl malý krámk s obrázky, který začal vytvářet také novinářské fotografie a spadal pod Ruskou Telegrafickou Společnost zvanou ROST. Obchod se postupně rozrůstal, až se z něho stala světová obrazová agentura, která dnes nese název *TassPhoto* (Je součástí státní zpravodajské agentury ITAR-TASS) a produkuje až sto novinářských fotografií denně. Tento typ obrazové agentury se však liší od agentur, kterými se zabývá tato práce. *Phototronica* byla zaměřena na zpravodajské fotografie (nikoli reportáže a obrazové příběhy) a je předchůdcem dnešních fotografických odnoží zpravodajských agentur typu Reuters nebo AP. (zdroj: www.tassphoto.com)

³ http://www.luminous-lint.com/__sw.php?action=ACT_SING_TH&p1=363

literární. Zařazení dvou a více fotografií vedle sebe tak, aby dohromady vytvořily příběh, nám dnes připadá jako triviální editorská praxe, na konci dvacátých let však objev způsobil převrat v novinářské fotografii. Německá fotografická reportáž představila také dodnes používaný skladebný princip, který pomocí rozdílných velikostí obrazu vypráví příběh: celkový záběr, který uvádí do děje, následuje polocelek, který představuje hlavní aktéry a nakonec přijdou detaily, které upozorňují na důvod, proč je nám událost představována. Zásahu na vzniku a rozvoji žánru fotografické reportáže mají fotografové, kteří začali místo velkých, nepohyblivých přístrojů používat moderní fotoaparáty *Ermanox* a *Leica* a mohli proto fotografovat v terénu, bez pomoci umělého osvětlení. Jejich fotografie díky tomu získávají na autenticitě. Mezi nejznámější z nich patří především Erich Salomon, Felix H. Man, Martin Munkacsy nebo Alfred Eisenstaedt.

Jednou z prvních fotografických agentur, která v Německu vznikla, byla v roce 1929 tzv. *Dephot* (Deutscher Photodienst), v níž nejdříve jako laborant, později jako fotograf zahájil svou kariéru také mladý maďarský fotograf Endre Friedmann, který se měl později proslavit pod pseudonymem Robert Capa (kromě něho v *Dephot* pracovali mj. fotografové Felix H. Man, Herold Lechenperg nebo Kurt Hübschmann).⁴

Kult „fotografické agentury“ vytvořily až slavné typy *Black Star* nebo *Magnum*, jejichž fotografie otiskoval americký obrázkový časopis *Life*. Duchovní otcovství myšlenky „fotografické reportáže“, „picture story“ nebo „fotoeseje“ bývá proto často mylně přisuzováno USA, ačkoli jsou jeho kořeny v Evropě.⁵

1.2 Agentura *Black Star* a časopis *Life*

Nástup nacismu v Německu způsobil velkou emigrantskou vlnu do Spojených států, jejíž součástí byli také němečtí židé Kurt Safranski, Ernest Mayer a Kurt Kornfeld. Tito tři muži, v Německu úspěšní pracovníci vydavatelského průmyslu, ihned po příjezdu do New Yorku zaplatili pronájem za kanceláře v Greybar Building poblíž Central Station a společně založili obrazovou agenturu. Safranskiho zaujala neobvyklá klávesa na americkém psacím stroji – symbol hvězdy – a název byl na světě. *Black Star* vděčí za svůj okamžitý úspěch šťastné souhře náhod: součástí emigrantské vlny byli i další němečtí přistěhovalci (mimo jiné Kurt Korff, bývalý šéfredaktor *BIZ*). Tyto emigranty ihned po příjezdu oslovili dva tehdejší hlavní

⁴ CAPA, Robert. *Faces of History/Tváře dějin*. Praha: Obecní dům, 2004. Citováno z úvodu Anny Fárové, s. 13.

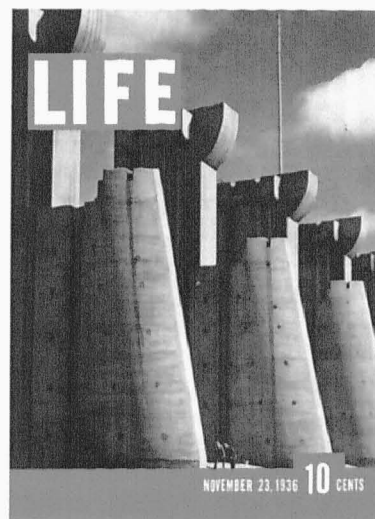
⁵ NEUBAUER, Henrik. *Black Star: 60 years of photojournalism*. Köln : Köhneemann, 1997. s 5.

mediální magnáti Randolph Hearst a Henry Luce s nabídkou, jestli by pro ně nevytvořili obrázkový časopis evropského typu. Jako první uspěl Henry Luce: v prosinci roku 1936 přichází na trh *Life* a přes noc se stává senzací. Hearst reaguje s malým zpožděním a vydává časopis *Look*, který však nikdy nedosahuje popularity *Life*. Zakladatelům *Black Star* se hned po vzniku *Lifu* podařilo podepsat s časopisem exkluzivní smlouvu na dodávání fotografií. Zásahu na tom měl Kurt Korff, bývalý šéfredaktor *BIZ*, který spoluvytvořil koncept *Lifu*. Měl totiž své zkušenosti z Německa, kde deník *BIZ* fungoval v podobném vztahu s německou obrazovou agenturou *Mauritius*, založenou v roce 1929 Ernestem Mayerem. Koncept spočíval v tom, že agentura najme špičkové fotografy a výměnou za honorář od nich získá fotografie i autorské právo na ně. Ve smlouvě stálo také to, že *Life* bude prvním časopisem, kterému se agenturní fotografie dostanou do rukou. Koncept se osvědčil a během prvního roku spolupráce píše Daniel Longwell svému šéfovi Henrymu Luceovi, majiteli koncernu *Time Inc.*, který *Life* vlastnil, že *Black Star* je: „...naše nejlepší obrazová agentura a solidní skupina lidí, která přinesla do této země kvalitní evropskou fotografii.“⁶

Po založení zaměstnával *Life* pouze čtyři redakční fotografy, což při 200 obrázcích na jedno vydání nemohlo stačit. Vztah agentury a časopisu dobře ilustruje fakt, že prvních několik let představovaly příjmy *Black Star* za fotografie pro *Life* jednu čtvrtinu celkových agenturních tržeb. *Black Star* si z výtědku za fotografie strhávala 30-40 procent, ale platila fotografům, většinou emigrantům, týdenní mzdy. Fotografové *Black Star* často později přecházeli do *Life* za lepšími finančními podmínkami. Podle informací Wilsona

Hickse tvořila fotografickou redakci časopisu do roku 1952 čtvrtina Evropanů, z nichž polovina pracovala alespoň nějaký čas pro *Black Star*.⁷

Pro *Black Star* mimo jiné pracovali Robert Capa (několik týdnů), Eugene Smith (několik let, než přešel na stálý úvazek do *Life*), Fritz Goro, Andreas Feininger, Herbert Gehr, Walter Sanders, Werner Wolff, z členů *VII* pak James Nachtwey.⁸



Na obálce prvního čísla časopisu *Life* 23.11.1936 byla fotografie přehrady Fort Peck Dam, která byla součástí tzv. programu *New Deal* administrativy tehdejšího prezidenta Roosevelta. (foto: Margaret Bourke-White)

⁶ NEUBAUER, Henrik. *Black Star: 60 years of photojournalism*. Köln : Köhnmann, 1997. s 14.

⁷ KOBŘÉ, Kenneth. *Photojournalism: The Professionals' Approach*. Oxford : Focal Press,

2004. s. 358.

1.3 Agentura Magnum

Po skončení druhé světové války se v jedné z nespočtu pařížských kaváren sešli tři fotografové a u láhve šampaňského vymysleli koncept nové fotografické agentury, která bude ve společném vlastnictví fotografů a její fotografie budou usilovat o morální apel. Podle velikosti láhve, ze které si nalévali, dostala agentura název *Magnum*. Dnes již legendární trojlístek Robert Capa, Henri Cartier-Bresson a David „Chim“ Seymour, ke kterému se brzy připojil také George Rodger, se rozjel do světa, aby přivezl optimistické fotografie, oslavující člověka (viz série *Venkovský lékař* W. Eugene Smitha). Doba optimismu a tzv. „humanistické fotografie“ končí ve druhé polovině padesátých let, kdy fotografové přivážejí záběry obětí korejské a později vietnamské války. Naříkající vietnamské dítě zasažené napalmem utíká po silnici: V té fotografii už není po humanismu ani stopy. Ukazuje pouze to, že způsoby zabíjení jsou stále sofistikovanější a že v moderní válce umírají především civilisté.



1944 – „Den D“. Laborant časopisu *Life* snímky Roberta Capy z vylodění v Normandii přesušil. Ze čtyř filmů přežilo 11 neostrých, podivně zrnitých snímků. Původně nezamýšlená škoda dodává fotografiím z dnešního pohledu nezaměnitelnou „válečnou“ atmosféru.

Magnum se za šedesát let své existence stalo symbolem nejlepší reportážní a dokumentární fotografie, jakousi elitou, mezi kterou je těžké se dostat. Být fotografem *Magna* neznamená jen být špičkovým fotografem, stejně důležitá jsou zobrazovaná témata, která si vybírají sami fotografové. Cílem agentury *Magnum* totiž není pokrýt důležité události celého světa, ale sdružit fotografy, z nichž každý má osobité vidění světa. Každý člen má toto osobité vidění nastaveno jinak: pro Roberta Capu bylo důležité být přítomen v každé válce a „pokud jeho fotografie nebyly dobré, znamenalo to, že nebyl dost blízko“, Henri-Cartier Bresson zase považuje za zásadní kvalitu výtvarnou stránku fotografie. Oběma jim jde o postižení soudobých společenských problémů, o jejich humanistické vyjádření, které může mít podobu širšího tematického celku, eseje, ale může obsahovat i fotografii jedinou. Na rozdíl od reportážní

⁸ NEUBAUER, Henrik. *Black Star: 60 years of photojournalism*. Köln : Könnemann, 1997. s 16

fotografie, která vypovídá pouze o konkrétním místě, konkrétní události a jejích aktérech, humanistická fotografie má obecný přesah do roviny „svědectví o lidském údělu“.⁹

V současnosti má *Magnum* asi šedesát členů, z nichž každý má svůj osobitý styl. Objevují se však otázky, jestli takto rozsáhlá agentura ještě stále může přinášet nějaký ucelený názor. Jestli není pouze roztržštěným sdružením fotografických celebrit, jejichž práce je určena pouze úzkému okruhu privilegovaných intelektuálů (rozuměj lidí žijících v bohatém světě), kteří navštěvují galerie. *Magnum* se stává živým mýtem, členství v něm pak snem většiny fotografů.

1.4 Komeracionalizace fotografických agentur

Na přelomu šedesátých a sedmdesátých let přicházejí na trh fotografických agentur tři noví hráči, francouzské agentury *Gamma*, *Sygy* a *Sipa*, všechny sídlící v Paříži. Tyto agentury zakládají většinou fotografové, na rozdíl od *Magna* ale nejsou v kolektivním vlastnictví. Pokrývají jak aktuální události, tak „hlubší témata“. Tři francouzské agentury vychovávají další generaci fotografů, kteří dál nesou tradici vyprávění příběhů pomocí obrázků ale ačkoli zaměstnávají osobnosti, které pokrývají konflikty a závažná sociální témata, jednotící morální apel jim chybí.

První z nich, *Gammu*, založila v roce 1967 skupina fotografů kolem francouzského fotografa a režiséra Raymonda Depardona, který později vstoupil do *Magna*. Agenturu *Sipa* založil původem turecký fotograf Goskin Sipahioglu v roce 1969. Sipahioglu byl jediným fotografem, který v roce 1962 fotografoval na Kubě během tzv. raketové krize.

Na počátku sedmdesátých let fotožurnalismus zasahuje několik smrtících ran. S masovým rozvojem televizního vysílání inzerenti ztrácejí zájem o obrázkové časopisy a začínají dávat reklamu do televize. Bez inzerce si časopisy nemůžou dovolit platit svým fotografům honoráře za dlouhodobé projekty a jeden obrázkový časopis za druhým končí.

Když v roce 1972 oznamuje zastavení publikační činnosti také časopis *Life*, mluví se o konci fotožurnalismu. Televize lidem přináší pohyblivé a aktuálnější záběry, které navíc díky stand-up efektu vyvolávají pocit, že jste přímo na místě.

Doba, kdy časopisy jako *Newsweek*, *Time*, *US News & World Report* začínají fungovat jako jakési nové obrázkové časopisy (a tedy i jako nové odbytiště) je ještě daleko a fotografové se proto musejí poohlížet po nových možnostech uplatnění.

I fotografické agentury jsou nuceny měnit svou organizaci: kromě novinářské začínají stále více nabízet i komerční fotografii, jejíž podíl na celkovém obratu pomalu přerůstá příjmem

⁹ MRÁZKOVÁ, Daniela. *Příběh fotografie*. Praha : Mladá Fronta, 1985. s. 138-139.

z novinářských fotografií. Když v roce 1999 agentura *Corbis* (majitelem je Bill Gates) kupuje agenturu *Sygma* (a spolu s ní práva na kompletní fotografický archiv), podíl fotografií celebrit na obratu agentury tvoří 60 procent, zatímco fotografií událostí jen 10 procent.¹⁰ Komerční práci na zakázku pro velké průmyslové společnosti nebo fotografiím do výročních zpráv se od šedesátých let začíná věnovat také *Magnum*.¹¹

1.5 Contact Press Images a Panos Pictures:

Návrat k humanistické tradici

Útok televize a komerce na pozice fotožurnalistu lze ovšem vnímat také pozitivně: nutí médium k inovaci a fotografové ke změně přístupu. Za jakousi přirozenou reakci na vliv televize lze považovat formování nové fotografické agentury *Contact Press Images (CPI)* v roce 1976.

Po návratu z vietnamské války ji zakládají fotografové Robert Pledge a David Burnett, kteří se seznámili, když spolu pracovali v agentuře *Gamma*. V době, kterou charakterizují jako „*situaci, kdy trh pro barevné či černobílé fotopříběhy téměř neexistoval*“, se rozhodují vytvořit kolektivně vlastněnou agenturu, která se bude specializovat na tvorbu barevných „*feature stories*“ a ideově „*navazovat na odkaz fotoesejistů Roberta Capy a W. Eugene Smitha*“¹².

Poté co Pledge s Burnettem zakládají kancelář v New Yorku, přijímají nové členy: Alona Reinigera, který se zabýval tématem apartheidu v JAR, Douglase Kirklanda, který se proslavil portréty celebrit a další.

David Burnett, dnes jeden z vlivných fotografů, brzy po vzniku agentury vytváří charakteristický punc fotografií *Contact Press Images (CPI)*: téma, kterému se dlouhodobě věnuje, fotografuje na nízkocitlivý film Kodachrome 64. Je znám případ, kdy Burnett takto fotografoval matku prchající s dítětem z válkou sužované Kambodži pro časopis *TIME*, který ale snímky nemohl



Izraelská osada, 1977. Foto Alon Reininger (Contact Press Images)

¹⁰ http://www.unesco.org/courier/1999_10/uk/connex/txt1.htm#top

¹¹ PARIS/MAGNUM. *Photographs 1935-1981*. Aperture : New York, 1981. Citováno z předmluvy Inge Morath, s. 8.

¹² <http://www.contactpressimages.com/about.html>

použít, protože jejich zpracování trvalo dva dani. O čem tato historika vypovídá? Fotograf je ochoten obětovat aktuálnost a možnost okamžité publikace něčemu trvalejšímu. Jeho fotografie se sice nevešla do vydání *TIME*, zato však vyhrála cenu *World Press Photo* za rok 1976.

V roce 1977 do *CPI* vstoupila mladá fotografka Annie Leibovitz, tehdy portrérující americké osobnosti typu Boba Dylana, Johna Lennona nebo Andyho Warhola pro časopis *Rolling Stone*. V raném období existoval silný vztah mezi *CPI* a časopisem *TIME*, za což agentura vděčila osobním kontaktům editora Johna Durniaka se zakladateli agentury. Tento vztah obohatil *CPI* o několik „contract photographers“ *TIME*, mj. Eddieho Adamse, Davida Hume Kennerlyho nebo Billa Pierce.

Během prvních deseti let si agentura vydobyla pověst a místo na titulních stranách časopisů *TIME*, *Newsweek* či *New York Times Magazine*. Proslavuje se dokumentováním válečných konfliktů a jiných kritických témat (oběti znásilnění, sirotci po obětech AIDS, hnutí *Solidarnosc* v Polsku atd.). Vyvrcholením první dekády *CPI* je putovní výstava 130 fotografií, která navštíví 22 měst v USA, 14 v Evropě a dokonce se dostane i do Číny, kde ji vystavuje Pekingské národní muzeum historie spolu s výstavami *Life: 150 let fotografie* a *World Press Photo: 30 let fotožurnalismu*.

V druhém desetiletí své existence obrací *CPI* svou pozornost ještě více k tématům souvisejícím s porušováním lidských práv a navazuje spolupráci s mnoha vládními i nevládními humanitárními organizacemi (*Lékaři bez hranic*, *Amnesty International*, *Spojené národy*).

V současné době má agentura asi dvacet členů a k dispozici fotografické archivy dalších deseti. Kromě přímých členů má *CPI* smlouvy, které ji opravňují k distribuci snímků zvukných jmen jako jsou Sebastiao Salgado či Don McCullin.¹³

Contact Press Images však není jediná agentura, která v osmdesátých letech opraňuje humanistické myšlenky. Britský novinář Jon Tinker v roce 1974 zakládá *Earthscan*, organizaci, která má novinářům a neziskovým organizacím poskytovat informace o globálních problémech (především téma životního prostředí a rozvojových zemí). V roce 1986 Tinker transformuje jednu z větví *Earthscanu* zvanou *Southern Media Programme* na novou, nezávislou instituci: *Panos*.

Nová instituce si klade za cíl vytvořit celosvětovou síť informačních kanceláří.

Během devadesátých let otevírá „pobočky“ v Zambii, na Haiti, v Nepálu, Etiopii a Indii. K tradici angažované fotografie s morálním apelem se *Panos* dostává u opačného konce: nejdříve pomáhá na místech, kde je třeba a teprve poté fotografuje (na rozdíl od agentur, jejichž členové byli nejprve fotografy a až v agentuře přijali humanistické krédo). Dříve, než *Panos* vytváří vlastní fotografickou agenturu, dává dohromady archiv fotografií ze všech

¹³ <http://www.contactpressimages.com/about.html>

oblastí, kde má kancelář, tedy většinou rozvojových zemí, až poté vzniká agentura *Panos Pictures*. Fotografická témata agentury *Panos Pictures* jsou většinou kritické. Výhoda *Panos Pictures*, která z ní dělá unikátní agenturu, je žurnalistický přístup: fotografické příběhy mají své „case studies“, které analyzují problém a tím dávají naději na jeho řešení. Od roku 2000 vyhrávají fotografové *Panos Picture* (kterých je po celém světě rozptýleno na šedesát) každý rok cenu *World Press Photo*.¹⁴

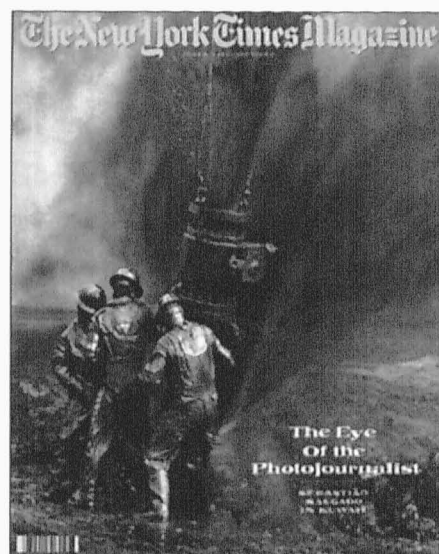
1.6 Sebastiao Salgado

Mluvíme-li o humanistické fotografii, nelze se nezmínit o Sebastiovi Salgadovi a agentuře *Amazonas Images*, kterou v roce 1994 (po odchodu z *Magna*) založil spolu se svojí manželkou Léliou Wanick Salgadovou a jejímž je jediným členem. Salgado jde svojí vlastní cestou, jakémukoli zařazení se vzdává.

Narozen v Brazílii v roce 1944, původní profesí ekonom, se v sedmdesátých letech přestěhoval do Paříže, kde získal doktorát a začal pracovat pro mezinárodní společnosti obchodující s kávou a pro Světovou banku. Během pracovních cest, které ho často přivádějí do Afriky, Salgado intenzivně fotografuje. Jeho záliba ve fotografování lidí stále roste a v roce 1973 se Salgado rozhoduje kariéru ekonomu světové banky vyměnit za práci fotoreportéra.

Na začátku sedmdesátých let začíná na volné noze. Jeho kariéra brzy strmě stoupá: 1974 *Sigma*, 1975 *Gamma*, 1979 *Magnum*. V té době začíná fotografovat jeden ze svých prvních životních projektů: jihoamerické indiány. Salgado postupně stále více upřednostňuje dokumentární černobílou fotografii a v roce 1994 zakládá vlastní platformu: *Amazonas Images*.

Ačkoli ho otisklo nespočet časopisů po celém světě, Salgado je nejvíce znám díky svým knihám (a výstavám, které je doprovázejí), jež vždy představují ucelené tematické dílo. Spoluautorkou těchto nákladně vypravených publikací je Salgadova manželka Lélia, která se rovněž podílí i na dalších, nefotografických aktivitách, vyplňujících život tohoto pozoruhodného samotáře.



Salgadovy snímky svou dokonalostí připomínají reklamní fotografie

¹⁴ <http://www.panos.org/network/pictures.asp>

Z tržeb za své fotografie Salgadovi od roku 1991 restaurovali část atlantického pralesa (zasadili na 500 tisíc stromů), kde po skončení projektu založili institut *Terra*, který je vzdělávacím centrem v oblasti životního prostředí.¹⁵

Život Salgada ekonoma, fotografa, aktivisty a dokonce politika (byl jmenován ambasadorem *UNICEF*) působí osudově, není k ničemu přirovnatelný, stejně jako nejsou k ničemu přirovnatelné jeho fotografie. Černobílé, dokonale technicky zpracované fotografie připomínají svým světlem, kompozicí a kresbou draze vypravené velkofilmy. Scenérie ropou potřísněných dělníků, na jejichž lesklých pracovních oděvech lze rozpoznat každý šev, jako by pocházely z reklamního ateliéru. Jeho nadpozemské, někdy apokalyptické (zlaté doly v Brazílii) výjevy jako by ani nebyly z tohoto světa. Fotografie, které snad mohou působit až uměle a neautenticky, vrací do reality Salgadova dobročinnost: dokazuje, že fotograf může změnit svět.

Contact Press Images, *Panos Pictures* i *Amazonas Pictures*, každý z nich svým způsobem, jsou nositeli tradice humanistické fotografie započaté *Magnum*. Od padesátých let se však svět změnil - a s ním i pojetí fotografie. Zatímco Henri Cartier-Bresson nebo Werner Bischof často navštívili místa, která ještě nikdo nefotografoval, jejich nástupci žijí ve světě, který je pokrytý a důvěrně známý. Od dob založení *Magnum* se změnila i společenská role fotografa. Profese už není v rukou úzkého okruhu intelektuálů a umělců, technologie se zjednodušila a zlevnila, fotografovat může každý. Svět je zaplavený fotografiemi. Když Robert Capa publikoval snímek „padajícího republikána“, stačilo to k otevření diskuse, nyní obrazy umírajících vojáků pouze posilují otupělost veřejnosti vůči hrůzám války. Zatímco ve čtyřicátých a padesátých letech bylo označení humanistické fotografie „angažovaná reportáž“ pouze obrazné, nyní platí doslova: fotograf se sám zapojuje do neziskových organizací, dobročinných projektů atd. Stává se angažovaným aktivistou.

1.7 Digitalizace a Corbis

Pro fotožurnalismus zásadní vynálezy přinesla devadesátá léta dva: internet a digitální záznam. Jejich spojení a hlavně masové rozšíření, ke kterému dochází na přelomu tisíciletí, způsobuje pro fotografy větší změnu, než masové šíření televize v letech sedmdesátých. Digitální fotografie a její bleskový přenos znamenají pro většinu fotožurnalistů konec

¹⁵ <http://arts.guardian.co.uk/salgado/story/0,15021,1301926,00.html>

používání filmu a analogového přístroje. Jaké změny přináší nové technologie agenturám? Především možnost digitalizace celého archivu a možnost distribuce fotografií na internetu.

V roce 1989 milionář Bill Gates, majitel společnosti *Microsoft*, zakládá společnost *Corbis*, která se má stát největším digitálním archivem fotografií na světě. V roce 1999 *Corbis* kupuje tzv. *Bettmanův archiv* čítající sedm milionů fotografií, které původem německý žid Otto Bergman vyvezl do New Yorku z nacisty okupovaného Německa v roce 1938. Archiv se postupně rozrůstal a měnil majitele: mimo jiné se v roce 1984 jeho součástí stal desetimilionový obrazový archiv *UPI (United Press International)*.¹⁶

V roce 1999 *Corbis* kupuje francouzskou agenturu *Sygma*, čímž se jeho archiv rozšiřuje o dalších deset milionů snímků. O rok později přidává *Corbis* do své sbírky další sice malou, ale díky své jedinečnosti významnou agenturu *Saba Press* – další milion fotografií.



Podzemní chodby bývalého dolu v Pensylvánii, kam se Bill Gates rozhodl zakopat Bettmanův archiv.

V roce 2002 *Corbis* oznamuje, že je *Bettmanův archiv* kompletně digitalizován a fotografie tak mohou být zakopány do bývalého podzemního dolu v Pensylvánii, kde budou díky stálým podmínkám v bezpečí pro příští generace. Za tento krok sklízí Bill Gates kritiku odborníků, kteří upozorňují na to, že ke snímkům zakopaným v dolech pod bodem mrazu budou mít badatelé velmi složitý přístup. Nahrazení klasických fotografií jejich digitálními kopiemi a zakopání fotografií vnímají někteří odborníci a novináři jako pohřeb fotografie jako takové.¹⁷

V roce 2005 *Corbis* kupuje třetí největší obrazovou knihovnu (po *Getty Images* a *Corbis*), německou *Zefu*.¹⁸

Osud agentury *Sygma* potkal i zbylé francouzské agentury *Sipa* (nyní ji vlastní firma *Sud Communication*) a *Gamma* (podíl koupily banky). Podle některých informací skupily agentury *Corbis* a *Getty Images* tolik fotografií (archivů), že nyní kontrolují 75 procent trhu.¹⁹ Jejich internetové stránky připomínají obří supermarkety s fotografiemi, které jsou levné, protože si to agentury díky obrovskému obratu mohou dovolit. Tím ovšem likvidují malé agentury, které logicky prodávají fotografie draž. Nezávislých obrazových zdrojů proto stále ubývá.

¹⁶ <http://www.ketupa.net/corbis.htm>

¹⁷ <http://digitaljournalist.org/issue0105/mironchuk.htm>

¹⁸ <http://www.creativepro.com/story/news/22345.html>

¹⁹ <http://www.panos.org/network/pictures.asp>

Výše zmiňovaná agentura *Saba Press* byla založena v roce 1989 Marcelem Sabou, který předtím dlouho pracoval v agentuře *Gamma*²⁰. Jeho agentura čítající asi 35 fotografů měla prestiž, sdružovala výjimečné fotografy. Když se Marcel Saba v roce 2000 rozhoduje agenturu prodat *Corbisu*, někteří fotografové kvůli tomu odcházejí: nechtějí být součástí něčeho tak velkého. Agentura i se svým ředitelem Sabou funguje v rámci *Corbisu* dál, přichází však o mnoho talentovaných fotografů. Mezi nimi je i čtveřice přátel: Ron Haviv, John Stanmayer, Antonín Kratochvíl a Gary Knight.

²⁰ <http://www.poyi.org/59/judges.html>

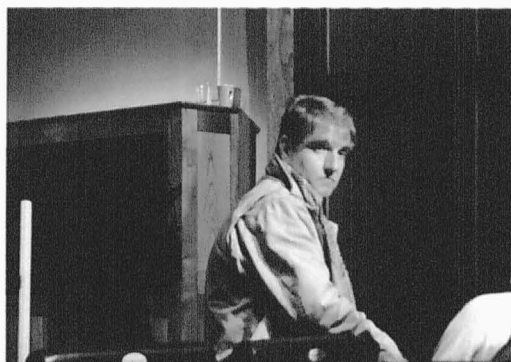
2. AGENTURA VII

2.1 Vznik

„Začalo být jasné, že jako fotografové zastupovaní společností, v níž nemáme žádný podíl, nemáme vliv nad svým osudem. A tak to začalo. Nevymysleli jsme nic nového. Chtěli jsme prostě něco jako je *Magnum* a další spolky, které existují už mnoho let a daří se jim,“²¹ vzpomíná Ron Haviv na založení agentury.

Myšlenka vlastní agentury se zrodila v hlavě britského fotografa Garyho Knighta. V interview s Markem Lapinem pro fotografický server *TakeGreatPictures* Gary Knight vzpomíná na založení *VII* takto:

„Všichni máme pravděpodobně trošku jinou verzi, jak to začalo. Pro mě byl klíčový rozhovor, který jsem vedl se svým přítelem, když jsme byli v Kosovu. Pracoval jsem pro *Sabu*, ale nelíbilo se mi, jakým směrem se ubírá a můj přítel mi řekl: ‘Proč si nezaložíš vlastní agenturu? Existuje přece dost lidí s podobnými zkušenostmi jako máš ty, co do toho půjde s tebou.’ Krátce poté jsem při lyžování utrpěl těžké zranění, kvůli kterému jsem nemohl dělat svojí práci devět měsíců. Během té doby jsem spolu se svým přítelem Jamesem Waitem přemýšlel o agentuře a o situaci na trhu, který procházel obrovskou změnou. Cestou do Vietnamu jsem se pak setkal se svým přítelem Johnem Stanmayerem a také on souhlasil, že založit agenturu je dobrý nápad. Dali jsme s Jamesem Waitem hlavy dohromady a navrhli strukturu, vhodnou pro fotografy, kteří nemají příliš peněz na velké kanceláře a distribuci. Rozhodli jsme se, že agentura bude kompletně online, digitální a v rukou svých fotografů. Také nám velice pomohla Alexandra Boulat, jejíž otec Pierre Boulat byl fotografem *Life* a jejíž matka provozovala fotografickou agenturu. Potom postupně přicházeli naši přátelé.“²²



John Stanmayer na semináři agentury VII v Londýně

John Stanmayer, který ve svém domácím studiu na ostrově v jihovýchodní Asii navrhl agenturní webové stránky, přidává podrobnosti:

²¹ <http://www.shutterbug.com/features/1205agency/index1.html>

²² http://www.takegreatpictures.com/HOME/Columns/TGP_Choice/Details/params/object/9889/default.aspx

„Dá se říci, že Gary Knight a já jsme byli ti, kteří myšlenku zaseli a agenturu založili. Stalo se tak v době, kdy průmysl procházel změnou, velké společnosti skupovaly malé, nezávislé archivy. Já jsem pracoval pro *Sabu*, ale když ji koupil *Corbis*, odešel jsem během několika dnů. Myslel jsem, že díky internetu se mohu zastupovat sám, bandwidth tehdy expandoval. Byly zde technologické možnosti. Potom za mnou do Asie přijel Gary. Můj dům se nachází na ostrově nedaleko Hong-Kongu. Dlouho do noci jsme vasedávali v mém domácím studiu a mluvili o tom, jak být nezávislý. Gary byl můj přítel, respektoval jsem jeho práci a obchodní myšlení. Jak to popisoval, dávalo smysl dát se dohromady. Když jsme se ráno probudili, začali jsme uvažovat ve větším měřítku. Pokud chceme založit agenturu, koho pozveme, aby do toho šel s námi? Tak to začalo.“²³

Ačkoli agentura funguje de-facto čistě přes internet, za sídlo byla zvolena Paříž. “V Evropě spoustu ‘stories‘ znovu prodáváme časopisům jako jsou *Paris Match* nebo *Stern*, takže jsme vybrali Paříž, abychom na to nemuseli mít prostředníka,” říká Haviv²⁴.

VII odvozuje své jméno počtu zakládajících členů, kteří v září 2001 na festivalu dokumentární a reportážní fotografie *Visa pour l'Image* ve francouzském Perpignanu vytvářejí kolektivně vlastněnou agenturu. „Od samého počátku se jejím smyslem stává být efektivním a technologicky vyspělým sdružením pro distribuci té nejlepší světové novinářské fotografie.“²⁵ Během krátké doby svého trvání si už VII stihla připsat na konto některé z obrazů, které definují bouřlivý počátek 21. století.

K Alexandře Boulat, Ronu Havivovi, Gary Knightovi, Antoninu Kratochvilovi, Christopheru Morrisovi, Jamesovi Nachtweyovi a Johnu Stanmayerovi se v roce 2002 přidali Lauren Greenfield a o dva roky později Joachim Ladefoged. Zatím posledním přistoupiším členem je fotograf Eugene Richards, který byl přijat v dubnu 2006. Členové VII společně dokumentují konflikt ve všech podobách, ať už se jedná o ničení životního prostředí, konflikt sociální nebo politický, násilný nebo nenásilný.

9. září 2001 oznamuje VII svůj vznik. Následující večer přijíždí James Nachtwey do svého manhattanského bytu poblíž World Trade Center, protože se uvolil vzít směnu za svého kolegu, který zmeškal zpáteční letadlo. Další den ráno pořizuje jedny z nejznámějších snímků padajících věží, jejichž pád symbolizuje konec určitého způsobu života.

²³ http://www.takegreatpictures.com/HOME/Columns/TGP_Choice/Details/params/object/9888/default.aspx

²⁴ <http://www.shutterbug.com/features/1205agency/index1.html>

²⁵ <http://www.viipphoto.com/>

VII obrací svou pozornost nejen k válečným obrazům, ale také ke křehčím formám konfliktu: dokumentuje změny ve společnosti a kultuře po celém světě.

„Svou estetiku nestaví na uměleckých záběrech, neutrálním dokumentarismu, ani nezaujímá nějaké politické stanovisko. Každého z fotografů motivuje něco jiného. Práci VII ale spojuje jakési semínko naděje, že všechno není ztraceno, že i na těch nejtemnějších místech největšího bezpráví existuje možnost změny, že zoufalství nikdy není úplné.“²⁶

2.2 Členství

Základním pravidlem zakladatelů je, že počet členů VII nikdy nepřekročí čtrnáct. Zakladatelé se totiž domnívají, že větší počet členů by byl nezvladatelný a ohrozil by smysl agentury. O členství se může ucházet kdokoli, ale nabídnuto bude pouze těm fotografům, o kterých si členové myslí, že mohou posílit existující seskupení. John Stanmayer upřesňuje:

„Být v VII je jako být součástí rodiny. Musíte tam patřit. Dostávám spoustu emailů od lidí, kteří mi ukazují svojí práci a ptají se, jak se dostat do VII. Většinou jim odpovídám: Myslím, že to, co děláte, je skvělé, ale VII za vás nebude pracovat. Není to proto, že nejste dost dobří, ale proto, že potřebujete příliš mnoho pomoci, pomoci dostat své fotografie ven. Do VII musíte přijít připraveni pracovat nezávisle.“²⁷

Jelikož je VII ve vlastnictví svých členů, spolu s členstvím přichází podíl na odpovědnosti. Noví členové budou muset čekat rok, než jim bude nabídnuto plné členství. Všichni členové budou zavázáni koupit podíl, navštěvovat schůze vlastníků podílu a přispívat k obchodnímu chodu agentury.

O přijetí či nepřijetí kandidátů se rozhoduje pouze během každoročních setkání VII, jejichž místo a čas jsou avizovány tři týdny předem na agenturních internetových stránkách.

Samotný proces schvalování vysvětlil zakladatel Gary Knight: „Pokud se rozhodneme, že chceme nějaké nové členy, podíváme se na práce těch, co mají zájem a toho, kdo má nejlepší práci a kdo si myslíme, že by nejlépe zapadl do agentury. Jakmile se z nich stanou členové, nemáme žádné zkušební období jako třeba *Magnum*, což je také důvod, proč nabíráme tak ojedinele. Nechceme aby někdo po roce odcházel nebo tak něco. Členy nevolíme, spíše dosáhneme konsenzu.“²⁸

²⁶ Citováno z prohlášení fotografů agentury VII na stránkách www.viiphoto.com.

²⁷ http://www.takegreatpictures.com/HOME/Columns/TGP_Choice/Details/params/object/9888/default.aspx

²⁸ Citováno z e-mailu od Garyho Knighta s odpověďmi na otázky ze dne 16. 5. 2007.

V minulosti byl kromě stávající desítky členem také Christopher Anderson, kterého *VII* přijala v roce 2002. O tři roky později, v roce 2005 však Anderson projevil zájem vstoupit do *Magnum*, což se mu podařilo. Žádnou zmínku o něm proto na webových stránkách *VII* nenajdete.

2.3 Příjmy agentury VII

2.3.1 Fotografické eseje

Fotografické eseje jsou u *VII* tím „hlavním produktem“, jakýmsi rodinným stříbrem, na které jsou členové agentury pyšní. Tím se liší například od agentury *Magnum*, která staví do popředí spíše jednotlivé své fotografie, než jejich příběhy. Na internetových stránkách *Magna* je u každého fotografa jeho portfolio, sestavené z výběru jeho nejlepších fotografií, navzájem nesouvisejících. Pro jednotlivé eseje se musíte zaregistrovat a „proklikat“ do archivu. Na homepage *VII* vždy vidíte devět nejnovějších „stories“.

Když si chcete příběh koupit (nebo i jednotlivé fotografie), máte dvě možnosti, jak to udělat. První z nich je zaregistrovat se, abyste získali přístup do online archivu, kde si vyberete, co potřebujete. U fotografií zadáte parametry (např. jestli chcete fotografii pro web nebo časopis, pro osobní nebo reklamní účely, na jak dlouho chcete licenci apod.) a odešlete objednávku. Prodejce z agentury se s vámi spojí a sdělí vám cenu vaší objednávky. Tento způsob není příliš rychlý.

Druhá možnost je koupit si obrázky na internetových stránkách společnosti *Digital Railroad*, které *VII* svěřila svůj archiv (*Digital Railroad* je nová firma, založená 2003, která obhospodařuje desítky agenturních archivů). Zde můžete licenci k obrázkům koupit přímo.

2.3.2 Reklama

Druhým zdrojem příjmu fotografů *VII* je tzv. „corporate photo“, tedy komerční fotografie. Ne všichni fotografové tyto služby nabízejí, v sekci „advertising“ najdete pouze Alexandru Boulat, Jamese Nachtweye, Johna Stanmayera, Garyho Knighta a Christophera Morrise. Ukázky některých prací na zakázku je možné najít v archivu.

2.3.3 Knihy a filmy

Třetí devizou agentury jsou publikace a videa. Objednat si je lze v kategorii „store“ (obchod). Zde jsou k mání publikace, pod nimiž je podepsáno více členů *VII*, autorské knihy jednotlivých členů, knihy o členech *VII* a DVD s filmy natočené fotografy nebo o fotografech *VII*. Autorem nejvíce, celkem čtrnácti knih, je Eugene Richards, nejméně pak Chris Morris, který má na kontě pouze jednu.

2.3.4 Multimedia

S trochou nadsázky se dá říci, že internet otevřel fotografům cestu do televize, která jim předtím zlikvidovala jejich obrázkové časopisy. Multimedia, která kombinují série fotografií se zvukovou složkou jsou vynálezem posledních dvou, tří let. Formátem dosud ne zcela legitimním, jakýmsi hybridem, o němž ještě nebylo rozhodnuto. Jeho hlavní výhodou je, že se dá vysílat v televizi.

Průkopníky tohoto formátu jsou například *Magnum*, *Media Storm* (internetová „odnož“ deníku *Washington Post*) nebo *MSNBC* (internetové spojení komunikační platformy *MSN* a televize *NBC*).

Také na *VII* se obrátilo několik klientů, kteří chtěli multimediální prezentace pro své webové stránky. Zatím má agentura na svých stránkách zatím jen asi 15 multimediálních „slideshowů“. Někteří fotografové využívají toho formátu k dalšímu rozvinutí „esejovitosti“ a své fotografie komentují mluveným slovem, čímž buďto nahrazují popisky, nebo vysvětlují okolnosti pořízení snímku, přibližují téma. Jiní podbarvují tyto prezentace pouze hudbou, což ti nejkonzervativnější odmítají. Například fotograf Antonín Kratochvíl se na semináři *VII* v Londýně nechal slyšet, že osobně mu hudba ve spojení s fotografiemi vadí, protože je činí sentimentálními. V *VII* se ale najdou i tací, kteří si hudbu se svým slideshowy sami skládají (John Stanmayer).

Ačkoli je dělají, fotografové principiálně multimedia odmítají. „Pokud chcete dobrý zvuk, najmete si někoho, kdo se specializuje na zvuk,“ řekl například James Nachtwey na panelové diskusi na semináři *VII* v New Yorku v roce 2006.²⁹

Nejotevřenější jsou k multimediálním formátům později přijatí členové *VII*, Lauren Greenfield a Eugene Richards. Tyto dva fotografy kromě toho spojuje také to, že nikdy nebyli válečnými fotografy, ale vždy se zaměřovali do hloubky tématy ze svého okolí – z USA. Lauren Greenfield natočila jako režisérka pro *HBO* dokonce film *Thin*, který se zabývá ženami, které chtějí být krásné, ale následkem hubnutí získávají stravovací poruchy. Teprve po natočení filmu na toto téma Greenfield nafotila také knihu. Její putovní výstava, kterou vyhledávají školy a jiné instituce, tak obsahuje film, fotografie a knihu.

Eugene Richards na filmech spolupracuje se svou ženou Janine Altongy. Jeho multimediální prezentace mají zvláštní formu: zatímco kamera detailně přejíždí jednotlivé části Richardovy fotky, zvuková složka kombinuje mluvené slovo a hudbu. „Nevýhodou je, že mě to odvádí od mé hlavní práce, což je být fotografem,“ říká Richards³⁰.

²⁹ http://www.pdnonline.com/pdn/search/article_display.jsp?vnu_content_id=1003123666

³⁰ http://www.pdnonline.com/pdn/search/article_display.jsp?vnu_content_id=1003123666

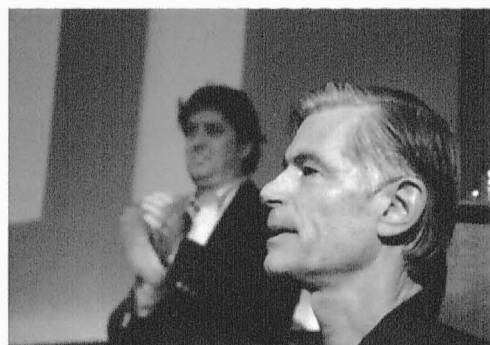
2.3.5 Putovní výstavy

Objednat si výstavu fotografií VII lze jistě po osobní dohodě mnoha způsoby, jeden z nich agentura sama nabízí na internetu. Potenciální agent zastupující galerii si může vybrat pouze ze tří tzv. putovních výstav. VII totiž vystavuje pouze dlouhodobější, rozsáhlé projekty. *War* (tento soubor 53 fotografií je rozsáhlou esejí o válce, do které USA vstoupily 11. září po útoku na World Trade Center. Obsahuje fotografie z USA, Afghánistánu a Iráku), *Congo: Forgotten War*, (soubor vytvořený v Kongu za úzké spolupráce fotografií s *Lékaři bez hranic*, kteří jsou partnerem VII. Autory 43 fotografií jsou Ron Haviv, Gary Knight, Antonín Kratochvíl, Joachim Ladefoged a James Nachtwey) a *24/7: The Modern Arab World* (nadace *Stanley Foundation* dala VII úkol zdokumentovat každodenní život obyvatel Blízkého východu. Smyslem projektu, na němž se podílela také arabská média, je porozumění obyvatel Západu arabskému světu. Celkem 38 snímků vyfotografovali Alexandra Boulat, Gary Knight, Antonín Kratochvíl a Joachim Ladefoged).

U každé putovní výstavy jsou uvedeny základní údaje jako plocha, kterou výstava vyžaduje, rozměry fotografií, možnosti doprovodných aktivit jako jsou přednášky, multimédia apod. a kontaktní informace na agenty VII pro jednotlivé světadíly.

2.3.6 Semináře

Od roku 2005 pořádá VII zhruba dvakrát za rok seminář. Účastní se ho všichni fotografové VII, každý z nich předstoupí před publikum s připravenou prezentací. Součástí semináře jsou také debaty s čelnými představiteli časopisů jako *Newsweek*, *Time*, *National Geographic*, *Stern* nebo *Paris Match*. Seminář navštěvují studenti



James Nachtwey sklízí potlesk na semináři VII v Londýně

(největší skupina), fotografové a novináři z celého světa. Na těchto jedno až dvoudenních akcích panuje neformální, „festivalová“ atmosféra, účastníci mezi přednáškami na chodbách volně diskutují s fotografy VII a mezi sebou. Fotografové, kteří zaplatí poměrně vysokou částku (cca 20 tisíc korun), mohou využít tzv. „portfolio review“ – členové VII zhodnotí jeho fotografie a poradí jim, co zlepšit.

Posledního londýnského semináře, který byl zároveň historicky prvním v Evropě, se zúčastnilo cca 500 lidí. Příští se koná na podzim v USA, další pak na začátku roku 2008 v Asii.

2.3.7 Workshopy

Další vzdělávací aktivitou VII, možností pro mladé fotografy a studenty, jsou workshopy s fotografy. Několik členů VII, zpravidla dva až čtyři, se týden intenzivně věnuje malé skupince přihlášených fotografů, kteří jsou ochotni zaplatit zhruba 1400 dolarů (40 tisíc korun). Zájemce o workshop si může vybrat lokalitu ze tří možností: Kašmír, Brooklyn nebo Indočína. Agentura varuje, že workshop není určen začátečníkům, ale zkušeným fotografům, kteří chtějí své schopnosti posunout na další úroveň. Během workshopu účastníci spolu s fotografy VII fotografují soubor ve stejných podmínkách, jako by pracovali pro agenturu nebo časopis. Na závěr intenzivního kurzu si každý z jeho účastníků připraví prezentaci.

2.4 Spolupráce

Jak již bylo řečeno, o archiv a prodej fotografických licencí se agentuře VII stará firma *Digital Railroad* sídlící v New Yorku.

Kromě ní však agentura uzavřela několik dalších důležitých spojení. Jedná se především o smlouvu na distribuci fotografií na americkém novinovém trhu se zpravodajskou sítí *Associated Press (AP)*. Jde o první případ v historii, kdy malá fotografická agentura využívá *AP* jako mechanismus k distribuci.

“My sami nemáme dostatečnou infrastrukturu, abychom mohli svou práci dostat k malým novinám někde na Středozápadě. Tato spolupráce nám umožňuje dosáhnout k publiku, na které jsme dříve dosáhnout nemohli,“ říká Ron Haviv.³¹

Důvod proč *AP* stojí o snímky VII není znám, je však zřejmé, že VII nepovažuje za konkurenci. Přítomnost zvučných jmen ve své nabídce naopak může přilákat pozornost obrazových editorů ke snímkům *AP*.

Dalšími sponzory a partnery VII jsou *Canon* (Všichni fotografové VII fotící na digitální přístroj oficiálně používají pouze fotoaparáty *Canon*. Je však otázkou, jak často fotografují právě členové VII s digitálním fotoaparátem.), *Lowepró*, *Lexar* a *Soundman Microphones*.

Partnery z nevládního a neziskového sektoru jsou *Lékaři bez hranic* (spolupráce v Kongu), *Stanley Foundation* (zadala VII téma „moderního arabského světa“) a *UNICEF* (spolupráce v súdánském Dárfúru).

Fotografie VII dále distribuují agentury *Grazia Neri* v Itálii, *Contacto* ve Španělsku, *IPJ* v Japonsku, *Hollandse Hoogte* v Nizozemí a *Apeiron Photos* v Řecku.

³¹ <http://www.shutterbug.com/features/1205agency/index1.html>

2.5 Sídlo

V současnosti má agentura *VII* kanceláře na třech místech: V Paříži (36, rue des Jeuneurs), New Yorku (236 West 27th Street) a nejnověji v Los Angeles (920 Abbot Kinney Boulevard, Venice).

3. FOTOŽURNALISMUS - MOŽNOSTI PRÁCE

Pokud chceme pochopit smysl existence fotografických agentur, musíme se vcítit do role fotografa- profesionála, který se novinářskou fotografií živí. Fotoreportér/dokumentarista má několik možností, jak se svými snímky naložit. (Způsoby nejsou v praxi takto striktně vymezené, lze je různě kombinovat, což většina fotografů v průběhu svého života dělá, pro přehlednost je však uvádím odděleně.)

3.1 Freelance

Prvním a zároveň nejstarším způsobem je práce takzvaně na volné noze neboli „freelance“. Fotograf si sám vymyslí téma, nafotí *feature*, *reportáž* nebo *picture essay* a nabídne ji různým médiím, většinou časopisům, někdy také deníkům, k otištění. Fotograf na volné noze může mít s časopisem uzavřenou smlouvu, která se vztahuje na konkrétní reportáže, potom se z něho stává tzv. „contract photographer“. Pokud si volného fotografa zaplatí časopis, aby pro něho pokryl téma, způsob odměny se velmi liší podle prostředí. Například v USA dostane fotograf tzv. „day fee“ (pevná denní mzda po dobu práce), „expenses“ (výdaje za negativy a techniku) a někdy také „space rate“ (cena za prostor), jehož výše záleží na tom, jestli se fotografovy snímky dostanou na titulní stranu, nebo jsou použity uvnitř časopisu³². Volný fotograf je vlastníkem autorských práv ke svým fotografiím, časopisům prodává pouze licenci k otištění.

3.2 Redakční fotograf

Druhý typ fotografa pracuje jako stálý zaměstnanec časopisu nebo deníku, nazýváme ho redakční fotograf („staff photographer“). Dostává stálý plat, stejně jako ostatní zaměstnanci periodika. Být zaměstnán prestižním časopisem, jako byl ve své době *Life*, je snem většiny fotožurnalistů. Autorské právo na fotografie má časopis.

3.3 Fotograf zpravodajské agentury

Třetí typ představuje fotograf pracující pro velkou zpravodajskou síť (*news agency*, *wire service*) typu *AP*, *Reuters* nebo *AFP*. Těmto sítím platí ostatní média paušál za neomezený odběr fotografií. Fotografové zpravodajských agentur dostávají stálý plat a stejně jako

³² KOBRÉ, Kenneth. *Photojournalism: The Professionals' Approach*. Oxford : Focal Press, 2004. s. 378.

většina zpravodajských žurnalistů nejsou příliš známí. Druhý typ agenturního fotografa tvoří tzv. „stringer“, který nemá stálý plat, je placený za jednotlivé prodané fotografie. Fotograf pracující pro zpravodajskou síť pokrývá tzv. „spot news“ a „general news“, jeho úkolem je pořádit obrazový záznam všech důležitých aktuálních událostí. Nesoustředí se na dlouhodobé projekty ani na série fotografií. Dodává jednotlivé snímky. Jeho příjem není ovlivněn úspěchem jím nafocených fotografií – má stálý plat. V poslední době přecházejí na model pevné mzdy i fotografické agentury. Autorská práva nad fotografovými snímky přebírá zpravodajská agentura, která s nimi může libovolně nakládat.

3.4 Fotograf obrazové agentury

Fotografické agentury tvoří čtvrté působiště, na kterém se fotožurnalista může uplatnit. Mohou být zaměřeny na poskytování aktuálního obrazového servisu pro denní tisk („spot news“) nebo na samostatné fotografické projekty prezentující závažná společenská témata, určená pro časopisy a knižní publikace.³³ Fotografické agentury se dále dělí na tzv. „stock“ a „assignment“ (agencies)³⁴. Stock agency je rozsáhlá organizace podobná jakési knihovně, v níž najdete a můžete si přes internet koupit snímky čehokoli: od války po módu. Příkladem takové agentury je například *Getty Images* nebo *Corbis*. Tyto velké společnosti nemají s žurnalistikou příliš společného: jsou to obchodní společnosti generující zisk. Mají obrovské fotografické archivy, což jim umožňuje prodávat snímky za nízké ceny (kvantita převyšuje kvalitu). Malé nezávislé agentury se k „stock“ agenturám mají jako butiky k hypermarketům: jsou drahé a aby přežily, musejí nabízet osobité produkty.

Pro tuto práci jsou však zajímavější „assignment agencies“, zaměřené primárně na novinářskou fotografii. Assignment agencies zaměstnávají jak staff photographers (redakční fotografy), tak již zmíněné „stringery“, kteří jsou placeni za jednotlivé fotografie. Většina z assignment agencies je v soukromém vlastnictví jednoho nebo několika málo lidí. Takovou agenturou je například nejstarší americká fotografická agentura *Black Star*, založená v New Yorku třemi židovskými emigranty z nacisty okupovaného Německa v roce 1935, nebo francouzské agentury *Gamma*, *Sygma* a *Sipa* vzniklé v šedesátých letech dvacátého století. Agentura získává příjmy z prodeje jednotlivých fotografií či sérií, z prodeje tzv. sekundárních práv v fotografiím jiným organizacím (nakladatelstvím, vydavatelstvím) a z pronájmu fotografů (např. organizace si od agentury objedná známého fotografa na

³³ OSVALDOVÁ B., HALADA J. a kolektiv. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha : Libri, 2004. s. 16.

³⁴ PARRISH, Fred. S. *Photojournalism, an Introduction*. Wadsworth/Thomson Learning : Belmont, 2002. s. 17.

nafočení výroční zprávy). Témata si fotograf buď vymýšlí sám nebo mu je vymýšlí agentura, případně zákazník. Fotograf pracující pro tyto agentury dostává stálý zaměstnanecký plat a podíl z výtěžku za publikování svých fotografií. Výhodou tohoto způsobu práce je relativní finanční nezávislost fotografa – nemusí předem počítat, zda se mu vyplatí téma fotografovat a může se v klidu věnovat své práci.

Historie však ukazuje, že ne vždy je práce pro agenturu výhodou. Když například fotograf Fritz Goro v roce 1938 pro agenturu *Black Star* v Kanadě pokrýval zatýkání členů fašistické organizace, agentura pak jeho snímky prodala časopisu *Life* za běžnou cenu. Goro s tím nesouhlasil, protestoval s argumentem, že snímky tak atraktivního tématu, které ve stejnou dobu neměl nikdo jiný, mohla agentura prodat mnohem výhodněji. Jelikož měl však Goro smlouvu s *Black Star* a tedy neměl autorská práva ke svým snímkům, nezbylo mu než souhlasit. Tato praxe byla nevyhnutelná - přímo totiž vycházela z povahy fotografické agentury. Vedla však k jakési trvalé nedůvěře mezi agenturou a fotografem a tyto neshody často vyústily v odchod fotografů z agentury.³⁵

Problém podřízenosti fotografa agentuře a ztráty kontroly nad svými fotografiemi si dobře uvědomoval i Robert Capa, nejznámější válečný fotoreportér všech dob, který krátce pracoval pro agenturu *Black Star*. V roce 1947 Capa spolu s Henri-Cartier Bressonem, Georgem Rodgerem a Davidem Seymourem zakládá agenturu *Magnum*. Agentura je v kolektivním vlastnictví fotografů, kteří se dělí o zisk a každý nový člen, o jehož přijetí ovšem fotografové hlasují, se stává spolujednatel. Co je však nejdůležitější: fotograf je jediným vlastníkem svých negativů.

³⁵NEUBAUER, Henrik. *Black Star: 60 years of photojournalism*. Köln : Köhmann, 1997. s.17.

4. FOTOGRAFOVÉ VII

V této kapitole se budu věnovat členům agentury VII jednotlivě. U každého fotografa se pokusím charakterizovat jeho osobní obrazový styl, témata, kterým se věnuje, jeho roli v VII a vyjádřím se také k použité technice a materiálu, pokud tyto budou hrát významotvornou roli.³⁶

4.1 Alexandra Boulat

Francouzka Alexandra Boulat coby žena nabourává stereotyp, že válečný fotograf musí být nutně muž. Její styl je barevný, reportážní - ne tak dokumentární jako například u Antonína Kratochvíla nebo Lauren Greenfield.

Dcera Pierra Boulata, který byl 25 let fotografem časopisu *Life*, se narodila v Paříži roku 1962. Než se stala fotografkou, studovala grafickou tvorbu a dějiny umění na škole *Beaux Arts* v Paříži. V letech 1990-2000 pracovala jako fotografka v agentuře *Sipa Press*, v roce 2001 spoluzakládá agenturu VII. Její „feature-stories“ publikuje řada mezinárodních časopisů, například *Newsweek*, *National Geographic* nebo *Paris-Match*.

Boulat pokrývá aktuální dění, konflikty a sociální témata, dělá však také reportáže o cizích zemích a jejich obyvatelích. Během své kariéry fotografovala například válku v bývalé Jugoslávii, izraelsko-palestinský konflikt, válku v Iráku, pád režimu Táliban v Afghánistánu a život žen v islámském světě. Pro *National Geographic* pak fotografovala v Indonésii, Albánii a Maroku. Fotografuje pouze barevně.

4.2 Lauren Greenfield

Fotografka Lauren Greenfield je díky svým sériím *Girl Culture* a *Fast Forward* považována za jakousi „kronikářku“ kultury současné americké mládeže. Její fotografie jsou součástí sbírek mnoha muzeí, např. v *Los Angeles County Museum of Art*, *the San Francisco Museum of Art*, *the Art Institute of Chicago* nebo *International Center of Photography*. Magazín *American Photo* ji označil za jednu z 25 nejvlivnějších fotografů současnosti.

Lauren Greenfield se po svém přijetí do VII ocitla jedinou neválečnou fotografkou v agentuře. Proč se tedy ostatní rozhodli ji přijmout? Greenfield se zaměřuje na křehčí formy konfliktu, které jsou přítomny v USA, nikoli daleko v Africe. Ukazuje, že ani doma to není v pořádku. Zatímco váleční fotografové dokumentují historii – války a jejich oběti – Greenfield si vybírá každodennost. Její první fotografická mise (neboli „assignment“) ji přivedla do nitra jižní Ameriky,

³⁶ Biografické informace o fotografech jsem čerpal ze stránek www.viipphoto.com

kde měla za úkol nafotit sérii o jistém druhu indiánů pro National Geographic. Odvedla dobrou práci – její snímky jsou technicky velmi dobré, ukazují život obyvatel vesnice a krásu krajiny, přesto s nimi Greenfield nebyla spokojená. Měla pocit, že té kultuře nerozumí a tedy ji ani nemůže fotografovat. Vrátila se do USA a začala dokumentovat to, co sama zná nejlépe: americkou kulturu a střední školu. Holky, které se řežou žiletkou do rukou, teenageři, co předstírají, že jsou homosexuální, jen aby byli cool, desetileté rapperky, které právě podepisují svojí smlouvu na první album a tvrdí, že se k nim hudební průmysl chová jako pasák, dívka, která se rozhodla v rámci dobročinného projektu produčirovat v plavkách po domovech důchodců – to jsou příběhy, kterým Greenfield rozumí, které zachycuje a které podle ní definují americkou kulturu.

Její přístup je až sociologický – více ji zajímá kultura a společnost než fotografie sama (absolvovala Harvardskou univerzitu). Zajímá se o problémy do hloubky, zkoumá výskyt jednoho fotografovaného jevu napříč zemí. Se svými portrétovanými navazuje Greenfield intimní vztah – všechny zná jménem, dopisuje si s nimi a po skončení projektu zůstávají přáteli. Za svůj přístup bývá Greenfield přirovnávána k Diane Arbus. Po příchodu Eugene Richardse v roce 2006 už v VII není jedinou kritičkou americké kultury.



Vojačky americké námořní pěchoty cvičí tzv. „bojové plavání“ na ostrově Parris. (Foto: Lauren Greenfield)

Její nejnovější dílo je *Thin*, dokumentární film (HBO) doprovázený fotografickou knihou. V této kritické studii kultu krásy ženského těla se Greenfield vydává do léčebného sanatoria na Floridě, které se zabývá poruchami příjmu potravy. Za tento dokumentární feature získala Lauren Greenfield *Grierson Award 2006* na festivalu v Londýně, cenu poroty na festivalech v Bostonu, Newportu, Jacksonu. Projekt byl prezentován v televizních vysíláních *The Today Show*, *Good Morning America*, *Nightline* nebo *CNN*, jeho část publikoval časopis *People Magazine*.

Thin - knižní publikace získala v roce 2007 ocenění *Photo District News Annual* a série fotografií z této knihy budou od roku 2007 do roku 2010 cestovat jako putovní výstava napříč USA. Předchozí putovní výstavu, *Girl Culture*, vidělo dohromady půl milionu lidí a byla vystavena na 25 místech po celém světě. Série *Fast Forward* a *Girl Culture* byly upraveny do podoby dokumentárního filmu studii *Columbia* a *Universal Pictures*.

Do VII Greenfield vstoupila poté, co do roku 2000 pracovala pro *Sygm*. Když ji ale koupil *Corbis*, rozhodla se odejít. Mezi *Sygm* a VII pracovala na volné noze („freelance“).

4.3 Ron Haviv

Vystudovaný žurnalista Ron Haviv je kromě mnoha fotografií pro časopisy jako *Fortune*, *Time*, *The New York Times*, *Vanity Fair*, *Paris Match* nebo *Stern*, znám hlavně díky fotografické knize *Blood and Honey: Balkan War Journal*. Série dokumentuje rozpad a válku zemí bývalé Jugoslávie (*Blood and honey*, „krev a med“ je turecký překlad slova „Balkán“), což samo o sobě není až tak výjimečné. Výjimečná je výtvarná kvalita fotografií a fakt, že Haviv prací strávil osm let. Fotografoval všechny válčící strany: Srby, Chorvaty, Bosence i Albánce a ke svým objektům (kulometná hnízda, oběti pouličního lynče) přistupoval nezvykle blízko. Výsledkem je mohutný soubor obrazů porážky i vítězství, utrpení i oslav. Soubor, který odhaluje marnost jakékoli války, byť se sebelepšími úmysly. Při prohlížení efektně seřazených snímků, strukturovaných do kapitol máte pocit, že čtete román. Žurnalista a fotograf Haviv je vynikající vypravěč, na světě výjimečný typ fotografa, který umí nejen fotit, ale i mluvit, psát.

Zajímavý je i jeho přístup k obyvatelům Jugoslávie. Po dokončení souboru Haviv snímky vystavil v srbském Bělehradě, fotografie nechal bez popisků a jeho kolegyně-dokumentaristka na vernisáži natáčela reakce publika. Někteří křičí vzteky něco o protisrbské propagandě, jiní necítí vinu a ptají se proč by měli. A najdou se i tací, kteří si při pohledu na fotky uvědomují, že jim spravedlivost krvavé války vtoukala propaganda. A právě tímto krokem si Haviv získává respekt – ukazuje naději, že snímky války nejsou marné, že zaznamenáním historie fotograf může ovlivnit svět. Film z vernisáže má název *Vivisect*. Kromě knihy *Blood and Honey* Haviv samostatně publikoval knihu *Afghanistan: On the road to Kabul* a je spoluautorem dalších knih.

Ron Haviv fotografuje barevně, používá film nebo digitální aparát. Jeho specifický rukopis využívá výhod barevné fotografie: pracuje s autentickými tóny negativu a kompozice tvoří často tak, že na jeho fotografii převažuje jedna barva s níž ostře kontrastuje jinobarevný detail. Má živý styl, přirozenější než James Nachtwey, jehož „obrazy“ občas působí dojmem dokonale poskládaných objektů. Haviv přiznává, že je v situacích účasten: fotografovaní jsou nezřídka k objektivu čelem nebo se dokonce dívají přímo do objektivu.

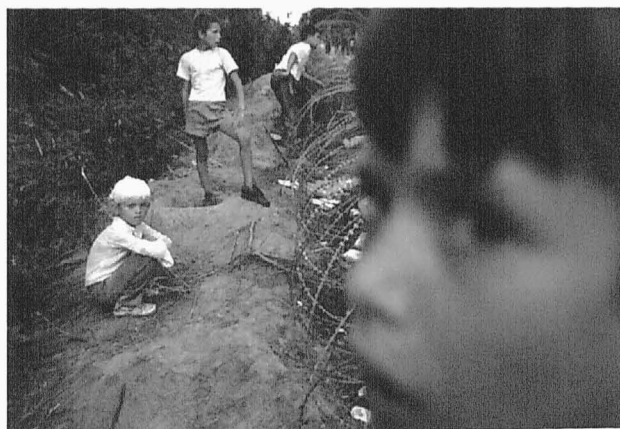
Při fotografování konfliktů a humanitárních krizí se Haviv celkově zaměřuje na dokumentaci porušování lidských práv. Fotografoval konflikty v Latinské Americe (Panama), Africe (Kongo), na Blízkém východě, v Rusku (Čečensko) a na Balkáně. Mezi jeho nejčerstvější pracoviště patří Afghánistán a Irák, zkoumá porušování lidských práv v súdánském Dárfúru a v Kongu.

Pravidelně přednáší na univerzitách a seminářích, vystavuje v mnoha muzeích a galeriích (Louvre, Spojené národy).

Haviv je také ústřední postavou tří dokumentárních filmů. *National Geographic Explorer's Freelance in a World of Risk* zkoumá nebezpečí práce fotografa ve válce. Srbský dokument *Vivisect* ukazuje reakce na výstavu Havivových fotografií (ze souboru *Blood and Honey*), na kterých jsou srbsští vojáci páchající válečné zločiny. *Eyes of the World* pak představuje Haviva jako svědka mnoha válek. O své práci mluvil Haviv také jako host v mnoha populárních televizních shows.



*Bosenští vojáci
v Sarajevu, 1994
(foto: Ron Haviv)*



*Děti z města Srebrenica
v táboře UN v Tuzle.,
1995. (foto: Ron Haviv)*

4.4 Gary Knight

Gary Knight je otcem myšlenky *VII* a hnačí silou agentury. Sám o sobě říká, že jeho fotografie nemají osobitý rukopis. Od toho jsou tu ale jiní, Knightova role v agentuře spočívá jinde: je učitelem, obchodníkem a organizátorem.

Anglický fotograf narozený roku 1964 odstartoval svojí fotografickou dráhu na konci osmdesátých let v jihovýchodní Asii a Indočíně. Zde fotografoval bratrovražednou válku v oblastech, které se vypořádávaly s koncem studené války. V lednu 1993 Gary Knight mění

působíště a přesouvá se do bývalé Jugoslávie, aby zde dokumentoval válečné zločiny a zločiny proti lidskosti během krvavé občanské války.

V posledních letech Knight pokrýval invazi do Iráku, okupaci Afghánistánu, občanskou válku v Kašmíru a následky tsunami v Asii. Sám však tvrdí, že tématem číslo jedna je pro něho chudoba a vše co se k ní vztahuje.

Knight je znám také coby učitel: stál u vzniku mnoha vzdělávacích programů ve spolupráci s univerzitami a neziskovými společnostmi, je autorem několika esejů o žurnalistice a fotografii.

Knight mimo jiné založil čtvrtletník *Dispatches* (spolu s Mortem Rosenblumem), fotografický festival *Angkor*, je členem *Crimes of War Foundation* a „contract photographer“ časopisu *Newsweek*.

4.5 Antonín Kratochvíl

Michael Persson (fotograf, držitel WPP) o Kratochvílovi napsal: „Máme-li totiž opravdu pochopit přínos Antonína Kratochvíla, je nezbytně nutné vidět paralelu mezi jeho uměním a jeho životem. Zkrátka a dobře Antonín Kratochvíla a jeho fotografie jsou jedno a totéž.“³⁷

Kratochvíl se narodil v roce 1947 v Lovosicích jako syn místního fotografa. Režim však jeho rodině nepřál, majetek Kratochvílů byl znárodněn a syn Antonín se šel učit svářečem. Poté co vystřídal několik podřadných zaměstnání – byl rekvizitářem v Československé televizi nebo plavčíkem – v roce 1967 emigroval. První čtyři roky v exilu strávil po utečeneckých táborech, za pašování hašiše se dostal krátce do vězení a s cizineckou legií odjel do Afriky. Za to, že se nakonec stal fotografem, vděčí šťastné náhodě: v roce 1970 v Nizozemí Kratochvíl k přijímacím zkouškám nafotil jediný film a díky němu byl přijat na výtvarnou akademii Gerrit Rietveld v Amsterdamu. Studia ukončil o dva roky dříve než jeho spolužáci, už v roce 1971 se stává bakalářem a odjíždí do USA.

První dva roky Kratochvíl pracuje jako fotograf pro *Sunday Times* v Los Angeles. Když mu v roce 1975 USA uděluje státní občanství, rozjíždí se Kratochvíl do světa fotografovát: fotí nejprve v jižní a střední Americe, pak se vrací do USA, aby krátce nato odjel do Polska a dál do východní Evropy, kde začíná pracovat na svém životním projektu *Broken Dream*. Kratochvíl cestuje po Rusku, Polsku, Československu, Rumunsku, živí se, jak se dá (na dva roky zakládá fotografický atelier v Mnichově), a fotografuje. Do USA se vrací až v roce

³⁷PERSSON, Michael, KRATOCHVÍL, Antonín. *Antonín Kratochvíl*. TORST : Praha, 2003. s. 20.

1981. Když v roce 1997 *Broken Dream* vychází, newyorské *International Center of Photography* a londýnské *Financial Times* ji vyhlásují nejlepší fotografickou knihou roku.

„Termín fotožurnalistika, nebo dokonce reportáž, je pro Kratochvílovu tvorbu příliš doslovný. (...) Snímky Čechoslovánů zvonících klíči a zapalujících svíčky – pořízené čelnými světovými fotožurnalisty v roce 1989, kdy sametová revoluce v Kratochvílově vlasti odvála komunisty- se jen nepatrně lišily od záběrů, na nichž jsou o něco dříve s podobnými gesty zachyceni Poláci, Němci a Maďaři, když se hroutily režimy v jejich zemích. Kratochvíl toto divadlo ignoroval a udělal snímek, na kterém je ze Škodovky na smetiště vynášený portrét někdejšího sovětského vůdce Leonida Brežněva. Právě proto editor Kerry Tremain z amerického alternativního zpravodajského magazínu *Mother Jones* najal Kratochvíla, aby časopis nezopakoval, co už bylo zcela podle očekávání nafotografováno dříve. Černobílá metafora, kterou Kratochvíl nabídl, vyjádřila všechno, co tam tehdy bylo možné vyjádřit, a co tolik světově renomovaných fotografů, kteří byli na stejném místě, nedokázalo.“³⁸

Broken Dream je Kratochvílův nejucelenější dlouhodobý projekt a zároveň také fotograficky nejuměřenější. V *Broken Dream* jako by Kratochvíl poctivě dokumentárními snímky dokazoval, že mezi špičku patří, zánrově velmi čistý *Broken Dream* koření Kratochvíl svým puncem zatím jen velmi opatrně. Vzniká tak soubor, jenž někteří považují za jediný opravdu zdařilý a nepřekonaný, jiní v něm naopak vidí počátek Kratochvílova nezaměnitelného stylu.

Tento „nespoutaný způsob vidění“, jak sám fotograf svůj styl nazývá, se vyznačuje komponováním spíše intuitivním, syrově kontrastní tonalitou, fotografováním se širokým ohniskem a charakteristickým kratochvílovským „naklápěním“ záběru.

V devadesátých letech potkává Kratochvíla další šťastná náhoda. Rose Cefaulová, obrazová editorka časopisu *Detour*, si všimla Kratochvílova stylu a napadlo ji využít ho k portrétování celebrit. V té době byla portrétní fotografie v USA rozdělena na dva extrémní směry. Zatímco fotografové jako



Antonín Kratochvíl:
Jean Reno (z knihy *Persona*)

³⁸ PERSSON, Michael, KRATOCHVÍL, Antonín. *Antonín Kratochvíl*. TORST : Praha, 2003. s. 20.

Richard Avedon a Albert Watson vytvářeli dokonalé obrazy boháčů bez jediné vrásky, postmodernou nadšení Annie Leibovitz a David La Chapelle celebrity maskovali vrstvami barev, za kterými byl portrétovaný sotva rozpoznatelný.

Kratochvíl přistupuje k celebritám po svém: používá černobílý film, své dva staré Nikony s širokoúhlými objektivy a existující osvětlení. K filmovým hvězdám se chová stejně jako by fotografoval sirotka v Rumunsku (snímky prostitutek, transvestitů a celebrit v knize *Persona* dokonce kombinuje). Výsledkem jsou syrové, často nelichotivé (Priscilla Presley) reportážní portréty, zachycující nestřežený, jakoby opravdový okamžik z navenek dokonalého života celebrit. Kratochvíl vrací do portrétní fotografie autenticitu a mezi velkoformátové přístroje pětatřicetimilimetrový milimetrový film. (*Incognito, Persona*)

Ačkoli Kratochvíl experimentoval s barevnou i digitální fotografií, jeho doménou je klasický černobílý film. O Antonínu Kratochvílovi byly natočeny celkem čtyři filmy: *Four from Perpignan* (canal 5, Paris, 1995), *Kratochvil Among the Bedouins* (Channel 2, Tel Aviv, 1995), *Narodil jsem se fotografem*, Jiří Střecha, Praha Bonton Films 1998 a *Interview with a photographer*, režie J. Střecha, Praha Bonton Films 2002.³⁹

4.6 Joachim Ladefoged

Tento mladý dánský fotograf (narozen 1971) je všestranně nadaný: má cit jak pro černobílou fotografii, tak pro barvu. Jeho pravděpodobně nejúspěšnější knihou jsou *Albánci*. Publikace sugestivně vypovídá o osudech obyvatel Kosova. Černobílé dokumentární snímky mají silný emotivní náboj a precizní kompozice, postrádají však žurnalistickou vyváženost a vypravěčské kvality souboru *Blood and Honey* Rona Haviva – Ladefoged fotografoval jen jednu stranu. Jeho fotografie, byť technicky i obsahově skvělé, působí ve srovnání s Havivem angažovaně a místy sentimentálně. Přirozenější a více osobité jsou Ladefogedovy méně velkolepé projekty (než „povinná“ válka v Jugoslávii) jako např. berlínští squatteři nebo kulturisté.

Když v šestnácti letech Ladefoged onemocněl revmatismem a téměř nemohl chodit, jeho dětský sen stát se fotbalistou se rozplynul. Fotoaparát, který dostal o rok později, pro něho znamenal naději, že se bude moci alespoň přiblížit a u povzdálí sledovat svět, který mu odpíralo jeho postižení. Po vyléčení v roce 1990 nastoupil Ladefoged kariéru profesionálního fotografa. Studentská léta prožil v největším dánském regionálním deníku a v roce 1995 na tři roky nastupuje jako „staff photographer“ do celostátního deníku *Politiken*.

³⁹ PERSSON, Michael, KRATOCHVÍL, Antonín. *Antonín Kratochvíl*. TORST : Praha, 2003. s. 135.

V roce 1998 se vydává na dráhu volného fotografa, aby se mohl zaměřit na své vlastní projekty. Výsledkem je jeho první kniha, *Albánci* (publikovaná 2000), věnovaná životu tohoto balkánského etnika v letech 1997-1999. V roce 2000 si Ladefoged podává žádost o členství v agentuře *Magnum*, stává se „nominee“ (zkušební členství), ale po roce je neúspěšný.

Na semináři agentury VII v Londýně v dubnu 2007 Ladefoged představil své nejnovější projekty: film a fotografický soubor *Bodybuilders* zkoumající tzv. kult těla a také osobní obrazovou výpověď o rodném Dánsku.

Během své práce navštívil Ladefoged přes 50 zemí, pracoval pro časopisy *MARE*, *GEO*, *National Geographic*, *The Independent Magazine*, *New York Magazine*, *TIME*, *Newsweek*, *GQ* a *New York Times Magazine*. Nejmladší a zároveň nejnovější člen VII Je považován za špičku současné dánské novinářské fotografie.

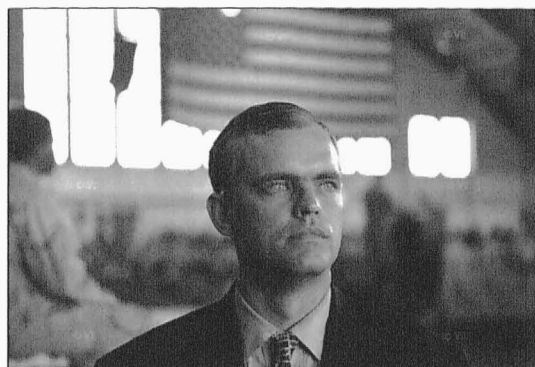


4.7 Christopher Morris

V uplynulých dvaceti letech se Christopher Morris ve své práci soustředoval především na válečnou fotografii, která ho zavedla do více než osmnácti konfliktů. Morris byl svědkem americké invaze do Panamy, do Iráku, fotografoval válku v Perském zálivu, v Afghánistánu, Čečensku, Somálsku a Jugoslávii.

Svojí první knihu však Morris vydal až v roce 2006. Dokumentární soubor knižně vydaný pod názvem *My America* nabízí velice subjektivní pohled fotografa na jeho rodnou zemi, na její symboly a jejího prezidenta. Kniha vznikla během doby, kdy Morris fotografoval pro časopis *TIME* administrativu první a druhé vlády presidenta G. W. Bushe. Ačkoli je Bush a jeho vláda tématem knihy, jeho tvář se v knize neobjeví. Při listování publikací sledujeme republikány, prezidentskou ochranku, zfanatizovaný dav.

Fotograf Morris tvrdí, že válku už fotografovat nechce. Důvod je jednoduchý: narodily se mu dvě děti. „Nechci zbytečně umřít kvůli nějakému idiotovi s kalašnikovem,“ nechal se Morris slyšet na semináři *VII* v Londýně.



Christopher Morris fotografoval lidi kolem republikánského prezidenta Georgie Bushe. Subjektivně dokumentární pohled na svou zemi pak knižně vydal pod názvem „My America“.

4.8 James Nachtwey

„Dávám hlas těm, kteří ho nemají“

James Nachtwey je nejnámější válečný fotograf současnosti. Svůj život zasvětil fotografování války zcela - a stal se absolutní špičkou tohoto žánru. Osobnost a život amerického fotografa je stejně fascinující jako jeho fotografie. Nachtwey udivuje svojí enormní soustředěností na jedinou věc: fotografii lidského utrpení.

Nachtweyovy snímky, lépe řečeno obrazy, jsou jak černobílé, tak barevné a charakterizuje je kompoziční dokonalost. Někdy však vlivem absolutního perfekcionismu, který je pro asketicky žijícího Nachtweye typický, působí lidé na jeho fotografiích neživě, jako dokonale poskládané objekty.

Nachtweyovo dílo, přítomné v nespočtu galerií, je podobně jako dílo Sebastiaa Salgada považováno za krásné, umělecké. Když ponecháme stranou etickou stránku „výroby umění z utrpení“, problémem fotografií, které svou dramatičností a dokonalostí připomínají záběr z filmu spočívá v tom, že jsou příliš obecné. Místo konkrétních událostí evokují spíše fundamentální pojmy jako je „lidství“, „krutost“ nebo „chudoba“. Stávají se ikonickými⁴⁰.

James Nachtwey se narodil a vystudoval v Massachusetts (1966-70 Dějiny umění a Politologie na Dartmouth College). K Nachtweyově rozhodnutí stát se fotografem přispěly snímky vietnamské války a amerického Hnutí za lidská práva. Dříve než se stal fotografem však prošel Nachtwey řadou jiných zaměstnání: jako zaměstnanec obchodní lodi se plavil na moři, řídil kamion nebo pracoval jako pomocný filmový střihač. Mezitím se naučil ovládat fotoaparát.

V roce 1976 začal Nachtwey pracovat jako fotoreportér deníku v Novém Mexiku aby se o čtyři roky později přestěhoval do New Yorku. Začíná se živit fotografováním pro časopisy. Jeho první zahraniční misí jsou občanské nepokoje v severním Irsku v roce 1981. Teprve v této chvíli Nachtwey přijal dokumentování válek, konfliktů a sociálně-kritických témat za své životní poslání. Svě „fotoeseje“ pořizuje v El Salvadoru, Nikaragui, Guatemale, Libanonu, na západním břehu Jordánu a v pásmu Gaza, v Izraeli, Indonésii, Thajsku, Indii, Srí Lance, Afghánistánu, na Filipínách, v Jižní Koreji, Somálsku, Súdánu, Rwandě, J.A.R., Rusku, Bosně, Čechensku, Kosovu, Rumunsku, Brazílii, Iráku a Spojených státech.

Od roku 1984 pracuje Nachtwey „contract photographer“ časopisu *TIME*. Jeho práci otiskly mimo jiné časopisy *GEO*, *Stern*, *Vanity Fair* nebo *The New Yorker*. Nachtwey spolupracoval s agenturou *Black Star* (1980-1985) a v letech 1986-2001 byl členem *Magnum Photos*.



James Nachtwey : afghánská žena pláče nad smrtí svého bratra

Nachtwey je členem královské fotografické společnosti (*Royal Photographic Society*) a je držitelem čestného doktorátu v oboru umění na Massachusetts College of Arts.

Vynikající portrét Jamese Nachtweye se podařilo natočit švýcarskému režisérovi Christianu Fredovi. Hodinu a půl dlouhý dokument z roku 2001 má název *War Photographer*.

⁴⁰ SONTAG, Susan. *Regarding the Pain of Others*. Picador : New York, 2003. s. 78.

4.9 Eugene Richards

Eugene Richards, který do VII v roce 2006 přestoupil z agentury *Magnum*, v VII na jednu stranu reprezentuje tradiční fotoesejistický přístup, odkazující na W. Eugene Smitha (zejména jeho optimistické snímky, například fotografie dětí v Brooklynu, které se během horkého letního dne radují z prasklého pouličního hydrantu). Richards fotografoval dříve černobíle, nyní se však přeorientovává na digitální barevný záznam a multimédia. Jeho snímky z černobílého období působí ve srovnání s barevnými – a i ve srovnání s tvorbou ostatních členů VII – jako by byly pořízené v jakýchsi „starých dobrých časech“, ačkoli tak staré nejsou. Částečně je to dáno jejich černobílým stylem, částečně potom jistou přílišnou dokonalostí, „přešlechtěností“. Tyto až nereálně působící fotografie jsou tak trochu puncem agentury *Magnum*. S příchodem Richardse do VII je celkově posílen kritický pohled na USA a jejich kulturu, který dosud v agentuře zastupovala Lauren Greenfield. Tím, že fotografové VII zobrazují problémy USA ukazují, že zkažený není jen vzdálený třetí svět, ale také země, která se považuje za vůdčí demokratickou mocnost.

Eugene Richards pochází z Dorchesteru ve státě Massachusetts. Po absolvování Northeastern University, oboru angličtina a žurnalistika studoval fotografii na M.I.T. V roce 1968 Richards vstoupil do VISTA, kde pracoval jako zmocněnec pro zdravotní péči ve východním Arkansasu. O dva roky později pomohl založit organizaci sociální péče a komunitní noviny *Many Voices*, které přinášely zpravodajství o černošském politickém hnutí a také o aktivitách Ku Klux Klanu. Po vydání prvních dvou knih, *Few Comforts or Surprises: The Arkansas Delta* (1973) a *Dorchester Days* (1978), přijal Richards nabídku členství v *Magnu*. V roce 2005 získal čestný doktorát z umění na Lesley University and the Art Institute of Boston.



Děti v Brooklynu se během horkého letního dne radují z prasklého pouličního hydrantu (Foto: Eugene Richards)

Richards je autorem celkem čtrnácti knih, tedy více než kterýkoli z fotografů VII. Smith není válečným fotografem jako James Nachtwey, svá témata hledá všude kolem sebe, v zemi, v níž se narodil. Jeho fotoeseje pokrývají velmi rozdílná témata, jedno však mají společné: jsou kritické, ukazují odvrácenou stranu, slabé a nemocné. Richards fotografoval nemocné rakovinou prsu, drogově závislé, chudobu, zdravotní pohotovost, dětské oběti HIV a AIDS, fungování masného průmyslu, mentálně postižené, umírající. Jeho práce vyšla v nespočtu časopisů, namátkou: *NYT Magazine*, *The Nation*, *Esquire*, *TIME*, *Newsweek*, *the New Yorker*, *Fortune*, *Mother Jones* nebo *Life*.

4.10 John Stanmayer

Specifikum Johna Stanmayera spočívá v tom, že žije a fotografuje téměř výhradně v Asii. Témata, která zde nachází (například prostituce, následky tsunami nebo povstalecká hnutí), fotografuje barevně, ale nevyhýbá se ani experimentování: tradiční asijské slavnosti na ostrovech v jihovýchodní Asii například nafotil na střední formát přístrojem Holga, který je většinou doménou umělecké fotografie.

John Stanmayer se narodil v Illinois roku 1964, je spoluzakladatelem agentury VII a od roku 1998 „contract photographer“ časopisu *TIME*.

Na začátku své kariéry se živil jako módní fotograf v Itálii, ale na sklonku osmdesátých let zažil rozčarování z této práce a svůj objektiv obrátil směrem k sociálnímu bezpráví.

V Asii John Stanmayer žije už více než deset let. Během této doby byl svědkem většiny důležitých událostí v regionu. Fotografoval uprchlíky Ugandské občanské války, v roce 2004 strávil měsíce dokumentováním následků vlny tsunami, zaměřil se na situaci mentálně postižených v Asii.



Vietnamský rybář hledá vodní červy ve vodách znečištěného Mekongu

Předtím, než v roce 1996 odjel do Asie, pracoval Stanmayer jako válečný fotograf v Súdánu, na Haiti, dokumentoval společenskou změnu v zemích bývalého východního bloku.

Co se týče dlouhodobých projektů, Stanmayer strávil sedm let fotografováním AIDS v Africe, tři roky se jako fotograf podílel na antropologické studii tradiční mystiky a spirituality na Bali, nedávno dokončil projekt o globálním problému malárie.

ZÁVĚR

Při prohlížení fotografií agentur *Magnum*, *Contact Press Images* a nejmladšího nositele staré tradice - agentury *VII* se nabízí otázka, jestli fotografie války měly kromě estetického požitku (který sice může být nepohodlný, ale je přítomný) v průběhu dějin nějaký výraznější smysl.

V úvahách tímto směrem zřejmě nejdál došla ve svých esejích spisovatelka Susan Sontag, která se válečné fotografii částečně věnuje ve své knize *On Photography*, aby své stanovisko přehodnotila o dvacet let později v knize *Regarding the Pain of Others*. Zatímco v první ze jmenovaných knih Sontagová věří, že fotografie dokáže aktivovat veřejné mínění a zapříčinit společenskou změnu, v době „války proti terorismu“, kdy vyšla její druhá kniha, už o tom pochybuje.

Regarding the Pain of Others je kniha, která by se pro válečné fotografy měla stát povinnou: Sontagová na relativně malém prostoru analyzuje historii zobrazování války a násilí ve fotografii, ale také v malířství a filmu, přičemž šíře její erudice a práce s množstvím zdrojů jsou obdivuhodné (argumentuje příklady od antických filosofů přes dějiny malířství až po myslitele dvacátého století Jeana Baudrillarda).

Autorka vedle sebe staví práci válečných fotografů a dochází k zajímavým závěrům. Srovnává režírované, britským královstvím objednané snímky Rogera Fentona z Krymské války, první fotografie skutečné tváře války, na nichž se objevili tváře Američanů padlých v občanské válce z dílny fotografa Alexandra Gardnera a Timothyho O'Sullivanova, až konečně dospívá k nejslavnějšímu válečnému fotografovi všech dob, Robertu Capovi a jeho „prvnímu snímku autentické válečné akce“, fotografii padajícího republikána. Sontagová upozorňuje, že ve druhé světové válce neměli fotografové problém pořídit dokonalé fotografie s humanistickým obsahem. Jelikož totiž nacistická ideologie představovala čisté zlo, nikdo nepochyboval o spravedlivosti této války. Ve Vietnamské válce, dalším působišti amerických vojáků, proto cenzura fotografům a také televizním štábům v práci nebránila. Nezávislí fotografové a dokonce i mainstreamové televizní stanice se však v tomto případě obrátily proti „zbytečné válce“ a fotografie spolu se záběry z ní tak přispěly k jejímu dřívějšímu ukončení.

Sontagová varuje, že příště už snímky nebudou mít takový vliv.



Timothy O'Sullivan: „Pole, kde padl generál Reynolds“.
Gettysburg, 1866.

Od vietnamské války se obrazové informování o válečných konfliktech změnilo. Televizní společnosti jsou vládami a inzerenty vedeny k (auto)cenzuře (Sontagová dává příklad války o Falklandské ostrovy, kam byli vpuštěni pouze dva fotografové, zkušený válečný fotograf Don McCullin povolení nedostal. Stejně tak v Iráku: televize sice byly přítomny raketovému útoku na irácké vojáky přehající na sever země během první války v zálivu, do televizního vysílání se ale dostaly záběry „technické války“ nebe, které protínají americké stíhačky, symbolizující úžasnou technologickou dominanci moderní armády USA.)

V neposlední řadě účinky fotografií podkopala televize: publikum, které na zpravodajském kanálu může neustále sledovat válku v přímém přenosu (jak je nazývána válka v Perském zálivu), se stalo vlivem obrovské nadprodukce k záběrům utrpení apatické.

Má tedy ještě smysl fotografovat válku?

Sontagová stále věří, že ano. Fotografický obraz má totiž jedinečnou vlastnost, kterou žádné jiné médium nemůže nahradit: lidská paměť sestává ze statických obrazů, ne z filmových záběrů. Ano, fotografie trpícího dítěte na titulní straně časopisu *TIME* je ve svém kontextu pomíjivá. Dnešní doba ale nabízí stále více platform, kde se válečná fotografie může uplatnit a za nejlepší z nich považuje Sontagová knihu. Kniha stárne jen velmi pomalu, zatímco fotografie mění význam velice rychle. Ačkoli v době své publikace v novinách nemusí mít válečná fotografie velký význam, pokud zachycuje historickou událost, skrz knihu se může stát ikonou, která bude tuto událost navždy připomínat.

Válečné fotografie získaly statut umění: objevují se v galeriích a muzeích. (Sontagová ale muzeum nepovažuje za pro fotografii nejvhodnější prostor – návštěva výstavy je totiž společenským aktem komunikace, což omezuje intimní působení fotografií, které nejlépe vyznívají sledovány o samotě.)



Pád republikána Frederica Borella je vůbec první fotografií, která ukazuje okamžik smrti ve válce. Foto: Robert Capa.

„Prostředí, ve kterých se fotografie objevují, přibylo. Notoricky známá reklamní kampaň firmy Benetton, italského výrobce oblečení, použila fotografii zakrváceného trička mrtvého chorvatského vojáka. Reklamní fotografie jsou často stejně ambiciózní, ironické, neurčité, transgresivní a

pompézní jako umělecké fotografie. Když se v magazínu *Life* vedle fotografie padajícího republikána od Roberta Capy na protější straně objevila reklama na Vitalis, byl mezi dvěma druhy fotografie, reklamní a novinářskou, patrný obrovský, nepřemostitelný rozdíl. Nyní není.⁴¹

Podle Sontagové fotografie války bezmocná rozhodně není, její funkci však omezuje na „zapamatování“. Možnost události vysvětlovat přisuzuje spíše literatuře. Přesvědčit o nesmyslnosti války podle ní však mohou nejlépe díla, která nemají s žurnalistikou moc společného – protiválečná díla koncipovaná jako ryze umělecká.

S tím souhlasí i Francois Hebel, ředitel francouzského festivalu dokumentární fotografie V Arles a bývalý ředitel *Magnum*.

Za příklad dává fotografa Raphaëla Dallaporta, který v rámci fotografického projektu zaměřeného proti používání náslapných min tyto ďábelské smrtící nástroje fotografoval. Způsob, jakým tak učinil, je ryze konceptuální: Dellaporta shromáždil miny všech armád, z nichž každá má unikátní design a fotografoval je stejným stylem, jako by se jednalo o reklamní předměty nebo umělecká zátíši: v atelieru, pomocí měkkého umělého osvětlení, na jednobarevném pozadí. Jeho fotografie oslavovaly miny. Jejich účinek byl překvapující, proto tak silný.

Jaký smysl má pro Jamese Nachtweye členství v agentuře? Není sám o sobě dost známý, aby si ho obrazoví editoři našli a jeho práci od něj převzali? Tyto otázky jsem si pokládal při seznamování se s agenturou *VII*. Smyslem agentury pro Nachtweye však není výdělek (alespoň nijak dramaticky). Agentura především hledá nové platformy (multimédia, billboardy, oblečení), kde by fotografie mohla uplatnit a fotograf se soustředí pouze na svou práci – fotografování.

Není ani tak podstatné, jestli se fotografie objeví v reklamním, novinářském, muzejním nebo literárním kontextu. Důležité je to, že existují agentury jako *VII*, které se starají o to, aby se zde objevovaly fotografie témat, které většinová média přehlížejí nebo před nimi zavírají oči.



Bosenci mají strach z odstřelovačů během mírové demonstrace v roce 1992 (foto: Ron Haviv)

⁴¹ SONTAG, Susan. *Regarding the Pain of Others*. Picador : New York, 2003. s. 120

Seznam pramenů a literatury

Seznam literatury

CAPA, Robert. *Faces of History/Tváře dějin*. Praha: Obecní dům, 2004.

KOBRÉ, Kenneth. *Photojournalism: The Professionals' Approach*. Oxford : Focal Press, 2004.

MRÁZKOVÁ, Daniela. *Příběh fotografie*. Praha : Mladá Fronta, 1985.

NEUBAUER, Henrik. *Black Star: 60 years of photojournalism*. Köln : Könemann, 1997.

OSVALDOVÁ B., HALADA J. a kolektiv. *Praktická encyklopedie žurnalistiky*. Praha : Libri, 2004.

PARIS/MAGNUM. *Photographs 1935-1981*. Aperture : New York, 1981.

PARRISH, Fred. S. *Photojournalism, an Introduction*. Wadsworth/Thomson Learning : Belmont, 2002.

PERSSON, Michael, KRATOCHVÍL, Antonín. *Antonín Kratochvíl*. TORST : Praha, 2003.

SALGADO, Sebastiao, WANICK-SALGADO Lélia. *Workers*. KANT : Praha, 2005.

SONTAG, Susan. *Regarding the Pain of Others*. Picador : New York, 2003.

Internetové zdroje

Contact Press Images. *THE FIRST 30 YEARS* [online]. [cit. 2007-05-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.contactpressimages.com/about.html>>.

Creativepro.com. *Corbis Acquires Zefa, Third-Largest Image Licensing Company in the World* [online]. 04.01 2005 [cit. 2007-05-10]. Dostupný z WWW: <<http://www.creativepro.com/story/news/22345.html>>.

Digitaljournalist.com. MIRONCHUK, Greg. *Thrown Your Pictures in* [online]. 14. 09.2005 [cit. 2007-05-17]. Dostupný z WWW: <<http://digitaljournalist.org/issue0105/mironchuk.htm>>.

Guardian Unlimited. *Biography: Sebastião Salgado* [online]. 11.09. 2004 [cit. 2007-05-08]. Dostupný z WWW: <<http://arts.guardian.co.uk/salgado/story/0,15021,1301926,00.html>>.

Ketupa.net Note: Corbis [online]. 01.01. 2006 [cit. 2007-05-01]. Dostupný z WWW: <<http://www.ketupa.net/corbis.htm>>.

Panos Picture. EVANS, Adrian. *Our global network | Panos Pictures* [online]. [cit. 2007-05-09]. Dostupný z WWW: <<http://www.panos.org/network/pictures.asp>>.

Picture of the Year International. *59th POYi Judges* [online]. 17.2.2006 [cit. 2007-05-07]. Dostupný z WWW: <<http://www.poyi.org/59/judges.html>>.

ShutterBug. SMITH, Rosalind. *Agency VII; Photographers Controlling Their Destinies* [online]. 05.12.2005 [cit. 2007-05-08]. Dostupný z WWW:
<<http://www.shutterbug.com/features/1205agency/index1.html>>.

TakeGreatPictures.com. LAPIN, Mark. *He Magnificent Seven - Interview with Gary Knight* [online]. [cit. 2007-05-01]. Dostupný z WWW:
<http://www.takegreatpictures.com/HOME/Columns/TGP_Choice/Details/params/object/9889/default.aspx>.

TakeGreatPictures.com. LAPIN, Mark. *The Magnificent Seven - Interview with John Stanmeyer* [online]. [cit. 2007-05-07]. Dostupný z WWW:
<http://www.takegreatpictures.com/HOME/Columns/TGP_Choice/Details/params/object/9888/default.aspx>.

Unesco. ROSKIS, Edgar. *PHOTOJOURNALISM: THE LAST LAP?* [online]. 18.11. 1999 [cit. 2007-05-10]. Dostupný z WWW:
<http://www.unesco.org/courier/1999_10/uk/connex/txt1.htm#top>.

VII Photo Agency www.viiphot.com. [online]. [cit. 2007-05-01]. Dostupný z WWW:
<<http://www.viiphot.com/>>.

PhotoDistrictNews. LANG, Daryl. *VII Agency Developing Multimedia Projects* [online]. 18.09.2006 [cit. 2007-05-09]. Dostupný z WWW:
<http://www.pdnonline.com/pdn/search/article_display.jsp?vnu_content_id=1003123666>.

ABSTRACT

This Bachelor's thesis explores the origin and structure of an independent photo agency *VII*. It derives its name from the number of photojournalists, who founded the agency in September 2001.

The *VII* photo agency is collectively owned by its members, world renowned photojournalists. Alexandra Boulat, Ron Haviv, Gary Knight, Antonin Kratochvil, Christopher Morris, James Nachtwey and John Stanmeyer were joined in 2002 by Lauren Greenfield and in 2004 by Joachim Ladefoged. Eugene Richards joined in April 2006. Together they document conflict in the broadest sense of the word: political, social and cultural, both violent and non-violent. The idea of the *VII* photo agency is based on a tradition of other independent picture agencies such as *Magnum Photos*, whose members work on long-term "picture stories" instead of covering "spot news", as wire services do. This tradition of so-called "picture story", "photo essay" or "photographic reportage" was founded in Germany between the world wars and was then brought to the USA, where it was further developed within the *Life* magazine.

As the market has been dramatically changing with the expansion of the Internet in the last decade, big stock agencies such as *Corbis* and *Getty Images* have been buying out all available archives. This quantity allowed them to lower the prices of photo images. Their strategy is ruining independent agencies that cannot sell pictures at such low prices. The purpose of the *VII* photo agency was to create a small elite organization that would find new outlets for photojournalists who are busy working on their long-term projects. So far the agency has been a success and has proved that quality photography, although in a small scale, can compete with organizations of mass production.