

Φωτογραφικός και δημοσιογραφικός αναλφαβητισμός στην Ελλάδα: ένα αντιμετώπισιμο πρόβλημα;

Παρόλο που ζούμε στην εποχή της εικόνας και κατακλυζόμαστε από αυτήν, στην Ελλάδα ο φωτογραφικός αναλφαβητισμός τείνει να αφανίσει τους επαγγελματίες. Κατά τον Vilem Flusser ζούμε σε μια εποχή, που ολοένα και περισσότεροι παράγουν φωτογραφίες, ενώ ολοένα και λιγότεροι είναι σε θέση να τις ερμηνεύσουν. (Πασχαλίδης, 2012)

Στο χώρο των ΜΜΕ το φωτορεπορτάζ (ή φωτοειδησεογραφία) είναι ο κλάδος που βάλλεται από παντού.

Την οικειότητα με το μέσο, τη φωτογραφική μηχανή μπορούμε να την αντιπαραβάλουμε με ένα στυλό που μπορούμε να κάνουμε τίποτα και τα πάντα: με ένα στυλό μπορούμε απλά μόνο να μουτζουρώσουμε ένα κομμάτι χαρτί, ή να ξέρουμε να γράφουμε το όνομά μας, μπορούμε να ξέρουμε να συμπληρώνουμε απλά μια αίτηση ή ένα απλοϊκό κείμενο, αλλά μπορούμε να γράψουμε ακόμη κι ένα λογοτεχνικό κείμενο, άξιο μάλιστα ενός Νόμπελ! Το ίδιο ακριβώς συμβαίνει με και με τον κάτοχο μιας φωτογραφικής μηχανής.

Ποιος όμως είναι ο φωτορεπόρτερ. Θέλοντας να δώσουμε έναν ορισμό, θα δούμε πως:

Φωτορεπόρτερ είναι ο επαγγελματίας δημιουργός φωτογράφος που μέσω της οπτικής σύνταξης των φωτογραφιών του, αποτυπώνει στη φωτογραφική του μηχανή γεγονότα και στιγμιότυπα από την καθημερινή ζωή, τις οποίες διοχετεύει επ' αμοιβή στα ΜΜΕ (εκχωρώντας το περιουσιακό του δικαίωμα). Οι φωτογραφίες αυτές συνοδεύονται από λεζάντες, με σκοπό την ενημέρωση του κοινού και βασίζονται στους κανόνες της δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

Ένας φωτορεπόρτερ σήμερα θα πρέπει να έχει απαραίτητα γνώσεις φωτογραφίας, αλλά και σημειολογίας, αισθητικής εικόνας, δημοσιογραφίας, ιστορίας της τέχνης αλλά και ιστορίας του φωτορεπορτάζ, ψυχολογίας, τεκμηρίωσης και πληροφορικής.

Είναι ένα επάγγελμα που δεν μπορεί να αντικατασταθεί με αυτοματισμούς. Πολλοί πιστεύουν πως αν τοποθετηθούν φωτογραφικές μηχανές σε διάφορα σημεία οι οποίες θα τραβούν φωτογραφίες σε τακτά χρονικά διαστήματα, θα μπορούμε να έχουμε φωτογραφίες για να καλύψουμε φωτοδημοσιογραφικά το οποιοδήποτε γεγονός. Όσοι το πιστεύουν αυτό απλά δε γνωρίζουν φωτογραφία.

Πέρα από τα ένστικτα του φωτορεπόρτερ που θα καθορίσουν την «αποφασιστική στιγμή» όπως την έχει ορίσει ο Bresson, η γωνία λήψης, η ταχύτητα και το διάφραγμα, το βάθος πεδίου της εικόνας του και η εστιακή απόσταση του φωτογραφικού του φακού, θα δώσουν το δικό τους συντακτικό μέσα στο κάδρο. Το αποτέλεσμα της

δημοσιευμένης εικόνας θα είναι μια αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ δημιουργού και αναγνώστη, πομπού και δέκτη, με υψηλά ποσοστά αποκωδικοποίησης του μηνύματος στο μοντέλο που λέγεται «οπτική επικοινωνία».

Η Φωτογραφία άλλωστε σε σχέση με τη δημοσιογραφία, δηλαδή το κείμενο, είναι μια γλώσσα διεθνής στον κώδικα της σημειολογίας, αφού σημαίνουν και σημαινόμενο ταυτίζονται και αυτό είναι ίσως και το χαρακτηριστικό που τη φέρνει πρώτη στην επιλογή ενημέρωσης από τους αναγνώστες.

Δε χρειάζεται να ξέρω ρωσικά αν θέλω να ενημερωθώ από «πρώτο χέρι», σε μια βιαστική ανάγνωση για το τι συμβαίνει στην Ουκρανία. Μια γρήγορη ματιά σε μερικές φωτογραφίες αρκεί για να ξέρω αν γίνονται επεισόδια ή τι ακριβώς συμβαίνει εκεί. Οι φωτογραφίες όμως που θα μου δώσουν μια αντικειμενική εικόνα της κατάστασης έχουν κανόνες και προδιαγραφές. Και αν είμαι ο ιδεατός αναγνώστης, στη συνέχεια θα διαβάσω και το άρθρο για να έχω μια πλήρη εικόνα του τι συμβαίνει με αναλύσεις κι επεξηγήσεις, πληροφορίες που θα μου δώσει το άρθρο το οποίο είναι επίσης γραμμένο με τους δημοσιογραφικούς κανόνες.

Ποια όμως είναι η σχέση του φωτορεπόρτερ με τον Τύπο; Η σχέση λοιπόν μπορεί να είναι:

- Μισθωτή
- Ως εξωτερικός συνεργάτης (με αναθέσεις εργασίας από το μέσο – έντυπο ή ηλεκτρονικό)
- Ως ελεύθερος (freelancer), (διοχετεύοντας φωτογραφίες στα ΜΜΕ από τα οποία πληρώνεται εφόσον δημοσιευθούν οι φωτογραφίες του).

Η τιμή της δημοσιευμένης φωτογραφίας είναι 17.62€ (για την έγχρωμη φωτογραφία, γιατί η Α/Μ είναι μόλις 12€), ποσό που έχει μείνει το ίδιο από το 1993, όταν η εφημερίδα κόστιζε μόλις 40δραχμές δηλ, 0.11€ ενώ σήμερα μια ημερήσια εφημερίδα κοστίζει 1.30€ (!), σχεδόν 12 φορές επάνω! Θα πρέπει βέβαια να ενημερώσω όσους δεν γνωρίζουν, πως η τιμή της αναδημοσίευσης είναι η μισή τιμή των τιμών που προανέφερα.

Στη χώρα μας σήμερα ενώ υπάρχει πληθώρα σχολών δημοσιογραφίας σε μετα-δευτεροβάθμια (ΙΕΚ) και τριτοβάθμια εκπαίδευση, η φωτοειδησεογραφία διδάσκεται μόνον από το Τμήμα Φωτογραφίας και Οπτικοακουστικών Τεχνών του ΤΕΙ Αθήνας, αφού εδώ και 5 περίπου χρόνια έχει καταργηθεί ως μάθημα από την ειδικότητα του Φωτογράφου που διδασκόταν στα ΙΕΚ. Όταν μάλιστα η συντριπτική πλειοψηφία των

αποφοίτων τους, ασχολήθηκαν με το φωτορεπορτάζ. Υπάρχουν σχολές δημοσιογραφίας που έχουν στο πρόγραμμα σπουδών τους το φωτορεπορτάζ, δεν έχει όμως καμία σχέση με αυτό που θα έπρεπε να διδάσκεται ένας δημοσιογράφος, που συχνά κατά τη διάρκεια του επαγγέλματός του θα κληθεί να διαλέξει φωτογραφίες για το άρθρο του και δυστυχώς όπως αποδεικνύεται και σήμερα από αυτό που βλέπουμε στα έντυπα, θα κάνει λάθος επιλογές.

Ενώ καμία εφημερίδα και κανένα γραφείο τύπου υπουργείου ή οποιαδήποτε οργανισμού δε θα δημοσίευσε ένα τέτοιο κείμενο [προβολή φωτ/φίας], βλέπουμε πολύ συχνά γραφεία τύπου υπουργείων, δήμων, περιφερειών, οργανισμών κα να στέλνουν τέτοιες φωτογραφίες προς δημοσίευση [προβολή] και το πιο λυπηρό, να υπάρχουν εφημερίδες που τις δημοσιεύουν.

Η φωτοειδησεογραφική εικόνα είναι δομικό στοιχείο της εφημερίδας και μάλιστα από τα σημαντικότερα αν αναλογιστεί κανείς πως αποτελεί το 35-40% της ύλης της ποσοστό μάλιστα που αυξάνεται ραγδαία στις ηλεκτρονικές εκδόσεις- με συγκεκριμένες προδιαγραφές και κανόνες- τεχνικούς, οικονομικούς, δεοντολογικούς, αισθητικούς- που η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών εφημερίδων (αθηναϊκών και περιφερειακών) εννοεί να εθελουφλεί.

Όταν διαβάζουμε μια εφημερίδα, ως συνειδητοποιημένοι αναγνώστες, θέλουμε πάντα να βλέπουμε ποιος υπογράφει το άρθρο, ελάχιστοι όμως είναι αυτοί που παρατηρούν ποιος είναι ο δημιουργός φωτογράφος της εικόνας και δεδομένου πως οι φωτογραφίες μπορεί να προέρχονται από δελτία τύπου, η «ανωνυμία» της δημοσίευσης ελλοχεύει κινδύνους σε μία υγιή ανάγνωση.

Τα συνηθέστερα «εγκλήματα» στη δημοσίευση μιας εικόνας είναι

- Η μη αναγραφή ονόματος του δημιουργού- φωτογράφου
- Η κακή χρήση της φωτογραφίας, όπου σε άσχετα κείμενα δημοσιεύονται άλλες φωτογραφίες χωρίς καμία επισήμανση πως πρόκειται για φωτογραφίες αρχείου ή εικονίζεται άλλο θέμα [προβολή]
- Η «αρπαγή» των δημοσιευμένων φωτογραφιών και η «ορφανοποίησή τους» καθώς και το Photo-trafficking
- Η εντύπωση που υπάρχει ακόμη και από τους εργαζόμενους στον Τύπο, πως ό,τι είναι στο διαδίκτυο είναι δωρεάν.

Αν ένα έντυπο δημοσιεύσει αυτούσιο ένα δελτίο τύπου (μαζί με την ένδειξη «Δελτίο τύπου») όλοι συμφωνούμε πως πρόκειται για μια «διαφημιστική καταχώρηση» και ως

τέτοια πληρώνεται. Γιατί άραγε όταν δημοσιεύεται μια φωτογραφία από δελτίο τύπου θα πρέπει να δημοσιεύεται δωρεάν? Η θέση της ΕΦΕ σε αυτό είναι «*καμία δημοσιευμένη φωτογραφία στον Τύπο χωρίς καταβληθέν αντίτιμο*».

Λύσεις υπάρχουν?

Όπως έχω αναφέρει και σε προηγούμενη Ημερίδα από ετούτο εδώ το βήμα, αν θέλουμε να κρατήσουμε ζωντανό τον Τύπο, θα πρέπει να εκπαιδεύσουμε το αναγνωστικό κοινό που σήμερα δεν μας διαβάζει.

Σήμερα ακόμη και οι εργασίες των μαθητών στα σχολεία είναι ένα ατελείωτο “*copy paste*”. Και αν οι καλοί μαθητές μπαίνουν στον κόπο να κάνουν μικρο-αλλαγές στα άρθρα, οι φωτογραφίες που χρησιμοποιούν αυτούσιες χωρίς καν την αναφορά του ονόματος του δημιουργού, δεν τους κάνει μόνο κακούς μελλοντικούς αναγνώστες. Εκπαιδεύει και κακούς μελλοντικούς πολίτες.

Θα πρέπει όμως πρώτα εμείς να ξεκαθαρίσουμε πως είναι άλλο τα new media και άλλο τα social media. Η εμπειριστατωμένη αρθρογραφία από το απλό κουτσομπολιό είναι μια επικίνδυνη απόσταση.

Είναι διατεθειμένη η πολιτεία να επενδύσει σε εκπαιδευτικά προγράμματα για να μάθουν τα παιδιά από την ηλικία του δημοτικού τι σημαίνει ανάγνωση της είδησης? Πότε θα επανέλθει το μάθημα της φωτοειδησεογραφίας στα ΙΕΚ; Πότε θα ενταχθεί επίσημα στις σχολές Δημοσιογραφίας με σωστή διδασκόμενη ύλη; Τι δράσεις θα πρέπει να ξεκινήσουμε εμείς οι ίδιοι για να ευαισθητοποιήσουμε και να κινητοποιήσουμε πολίτες και φορείς στο ευαίσθητο αυτό κομμάτι που λέγεται ΜΜΕ;

Η ΕΦΕ είναι διατεθειμένη να συνεργαστεί με πολιτεία και Φορείς και να συμβάλλει σε αυτό.

Πέρα από την δημοσιογραφική προσέγγιση εκπαιδευτικά προγράμματα μπορούν να αφυπνίσουν τους νέους για θέματα όπως η αλήθεια που λένε οι εικόνες και που πολύ συχνά οι νέοι δεν αντιλαμβάνονται. Πολύ συχνά νέα κορίτσια αλλά και αγόρια θαμπώνονται από τις φωτογραφίες διασημοτήτων και μοντέλων (που δεν έχουν καμία σχέση με την πραγματικότητα) με δυσάρεστα αποτελέσματα, που όλοι γνωρίζουμε.

Η δημοσιογραφική έρευνα, η αντικειμενικότητα της είδησης, ο σεβασμός απέναντι σε αυτόν που φωτογραφίζουμε, μέσα από εκπαιδευτικά προγράμματα αποτελούν στοιχεία για να δυναμώσουν όχι μόνο τους αυριανούς ιδεατούς αναγνώστες, αλλά και συνειδητοποιημένους πολίτες σε μια υγιή κοινωνία.

Χριστίνα Ζαχοπούλου,

Γεν.Γραμματέας Ε.Φ.Ε