

Lokalna codzienność. Retoryka wizualna w prasie regionalnej

AGNIESZKA KAMPKA

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Streszczenie

Jak wygląda życie lokalnych wspólnot na łamach regionalnych dzienników? Sukcesy mieszkańców regionu, inwestycje, wypadki i ludzkie dramaty, dziennikarskie interwencje, życie kulturalne, akcje społeczne – to wątki tematyczne, które współtworzą obraz codziennego życia przedstawiany na pierwszych stronach codziennych gazet. Omówiona poniżej analiza kilkuset zdjęć pokazuje funkcje, jakie mogą one pełnić. Przede wszystkim możemy zakładać ich perswazyjny charakter – umieszczone na pierwszej stronie mają przyciągnąć uwagę czytelników. Dodatkowo jednak mogą promować region, dostarczać rozrywki, uwiarygadniać przekaz dziennikarski, budować więź między gazetą a czytelnikami, propagować określone wzorce zachowań.

Słowa-klucze: prasa regionalna, fotografia prasowa, retoryka wizualna, życie codzienne

Abstract

Local daily. Visual rhetoric in regional newspapers

What is the life of local communities in the regional newspapers? The successes of the region's inhabitants, investments, accidents and human tragedies, journalistic interventions, cultural life, social action are thematic themes that contribute to everyday life presented on the front pages of daily newspapers. The below analysis of a few hundred pictures shows the functions they can perform. First of all we can assume their persuasive character - placed on the front page to attract the attention of the readers. In addition, they can promote the region, provide entertainment, provide credibility to journalists, build a bond between the newspaper and readers, and promote specific patterns of behavior.

Keywords: regional press, press photography, visual rhetoric, everyday life

I. FOTOGRAFIA I FUNKCJE MEDIÓW REGIONALNYCH

Media lokalne są ważnym narzędziem demokracji, poprzez budowanie zaufania społecznego umacniają wspólnotę. Są nośnikiem informacji i wartości danej wspólnoty. Pokazują aktywność ludzi połączonych więziami komunikacyjnymi.¹ Poruszają wątki, które są ważne dla określonej społeczności – w danym mieście lub regionie. Główne zadania stojące przed prasą lokalną to: dostarczanie informacji lokalnych, integrowanie lokalnej społeczności, bycie „trybuną” tej społeczności, kontrolowanie władz lokalnych, budowanie lokalnej opinii publicznej i stanowienie przestrzeni, w której może być ona prezentowana, promowanie lokalnej kultury, edukowanie czytelników i dostarczanie im rozrywki. Prasa lokalna wspiera i promuje lokalnych przedsiębiorców (także poprzez reklamy).² Media regionalne pełnią wiele różnych funkcji – zaspokajają potrzeby poznawcze i kulturalne, współtworzą lokalną opinię publiczną. Redakcje i poszczególni dziennikarze bywają też aktywnymi animatorami życia społecznego. Organizują akcje charytatywne, konkursy i plebiscyty, wydarzenia kulturalne i sportowe, które relacjonują następnie na łamach gazety³.

Media lokalne i regionalne w Polsce badane są głównie pod kątem warunków, w jakich funkcjonują redakcje, ich zależności bądź niezależności od władz lokalnych, pozycji i profesjonalizmu dziennikarzy. Analizowane są także przemiany poszczególnych gazet (zwłaszcza dylematy związane z Internetem)⁴, ich rola w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego. Dominuje zatem podejście systemowe czy badania z zakresu komunikowania politycznego⁵. Wizualność mediów regionalnych również była już przedmiotem badań⁶, analizowano także fotografie z pierwszych stron dzienników⁷, poszukiwano też metod analizy fotografii prasowej w ogóle⁸.

¹ *Prasa lokalna w Polsce 2014 - sytuacja, główne problemy, perspektywy rozwoju*, Raport Izby Wydawców Prasy dla Komisji Kultury i Środków Przekazu Sejmu RP, Warszawa 2014.

² Gierula M., *Rola prasy lokalnej w integracji małych miast i wsi*, w: *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego. Materiały z konferencji zorganizowanej przez Komisję Kultury i Środków Przekazu przy współudziale Izby Wydawców Prasy pod patronatem Marszałka Senatu RP Longina Pastusiaka 21 września 2004 r.*, Kancelaria Senatu, Warszawa 2005, s. 21-24.

³ Por. Szot L., *Dziennikarze mediów lokalnych w Polsce. Między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2013, s. 89.

⁴ Kępa-Mętrak J., *Komunikowanie lokalne wobec nowych możliwości i oczekiwań. Prasa drukowana czy elektroniczna?*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1/2014, s. 22-42.

⁵ Kowalczyk R., *Media lokalne i społeczeństwo. Wybrane zagadnienia na przykładzie prasy lokalnej w Wielkopolsce*, Poznań 2003; *Media a środowisko społeczne. Dylematy teorii i praktyki*, red. S. Michalczyk, D. Krawczyk, t. III, Gliwice-Katowice 2014.

⁶ Bombor J., *Analiza szaty graficznej pierwszych stron „Dziennika Zachodniego” (1945-2013) pod kątem tabloidyzacji prasy*, [w:] *Media a środowisko społeczne..*, red. S. Michalczyk, D. Krawczyk, s. 68-91.

Z punktu widzenia retoryki wizualnej (ta perspektywa została przyjęta w badaniach) w odniesieniu do fotografii prasowej istotne staje się pytanie o to, w jaki sposób zdjęcie niesie w sobie znaczenie, jakie funkcje pełni w określonym środowisku społeczno-kulturowym. Zdjęcia publikowane w dziennikach mają przede wszystkim informować o ważnych wydarzeniach. Retoryka szuka zawsze tego, co w danym przekazie jest perswazyjne, tego, co stara się do czegoś odbiorców przekonać. Nie chodzi jedynie o określone poglądy czy punkt widzenia na daną sprawę, ale także kupno oferowanego towaru, w tym również – gazety. Retoryka rozpatruje zdjęcia pod kątem ich roli w formowaniu tożsamości danej wspólnoty⁹. Klasyczna teoria retoryczna wskazuje na pięć etapów przygotowania przekazu. Pierwszym, najważniejszym etapem jest *inventio*, czyli „odkrywanie myśli”, drugim *dispositio*, czyli komponowanie przekazu, nadawanie mu struktury, trzecim *elocutio*, czyli ubieranie myśli w odpowiednie słowa, na koniec *memoria*, czyli pamięciowe opanowanie mowy i *actio*, czyli zaprezentowanie, wygłoszenie mowy. Jeśli odniesiemy te uniwersalne reguły do przygotowania pierwszej strony regionalnego dziennika, etapowi inwencji odpowiadać będzie pytanie: co dajemy na pierwszą stronę? Jakie tematy? Dyspozycja wiązałaby się z rozplanowaniem wybranych treści – jeśli zapadła decyzja, że tematy na pierwszą stronę to np. otwarcie nowej galerii handlowej i kłopoty wójta z urzędem skarbowym, pytanie brzmi: który temat dajemy na którą kolumnę, który ilustrujemy zdjęciem itd. Wreszcie trzeci etap – elokucja – to w przypadku wyboru zdjęć pytanie o konkretne ujęcie, wybór elementów, które chcemy pokazać. Trzymając się hipotetycznego tematu otwarcia nowej galerii handlowej, celem redakcji może być zaprezentowanie wyjątkowości architektury budynku albo pokazanie tłumów mieszkańców miasta, które przyszły na otwarcie, albo przedstawienie ekskluzywnych butików, które można w galerii znaleźć. Każda z tych decyzji pociąga za sobą określone wybory stylistyczne według których oceniane będą zdjęcia zaproponowane przez fotoreportera.

W niniejszym artykule przedstawiona zostanie analiza zdjęć z pierwszych stron regionalnych dzienników jedynie na poziomie *inventio*. Pytanie badawcze brzmi bowiem: co widzimy? Jakie elementy z codziennego życia danego regionu pojawiają się na pierwszej stronie gazety? A zatem, jakie aspekty redakcja uznaje za szczególnie ważne lub atrakcyjne? Etap *inventio* to czas, w którym nadawca zastanawia się nad sprawą, którą chce poruszyć, to etap opracowania koncepcji przekazu. Poszukiwanie tego, co wybrać, co pokazać,

⁷ Szyłko-Kwas J., *Funkcja fotografii prasowej – analiza na przykładzie pierwszej strony „Gazety Wyborczej”*, „Studia Medioznawcze” nr 2/2014, s. 185-195; Paulina Olechowska, *Wizualizacja treści na przykładzie „jedynek” wybranych dzienników z całego świata*, w: red. Kazimierz Wolny-Zmorzyński i in., *Komunikacja wizualna w prasie i mediach elektronicznych*, Warszawa 2013, s. 59-74; Joanna Szyłko-Kwas, *Fotografią po oczach. O fotografii na pierwszej stronie „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”*, „Studia Medioznawcze” nr 1/2011, s. 139-147.

⁸ Gloc J., *Zobaczyć więcej. O analizie fotografii prasowej*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 3-4/2010, s. 175-190.

⁹ Wrigth T., *Press Photography and Visual Rhetoric*, w: red. Eric Margolis, Luc Pauwels, *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*, Los Angeles 2011, s. 319-320.

powiedzieć, napisać, aby przekonać. „W retoryce (...) nie tematy są oryginalne, ale sposoby ich ujęcia, ponieważ tematy wynikają z określonej sytuacji. Istotą inwencji jest wynalezienie rzeczy (...) prawdziwych albo prawdopodobnych, które pozwoliłyby przedstawić pewną sprawę jako godną uznania, wzbudziłyby zaufanie słuchaczy, a tym samym wypełniałyby cele i funkcje perswazji”¹⁰.

Analizie poddanych zostało jedenaście regionalnych dzienników¹¹, których strony tytułowe zamieszczone są w serwisie press.pl. Przy wyborze zastosowano kryterium geograficzne, aby reprezentowane były wszystkie polskie regiony. Przeanalizowano wszystkie dostępne wydania z marca 2016 roku (w sumie 259 stron tytułowych). Zidentyfikowano najważniejsze zdjęcie (kryterium wielkości), pomijając zdjęcia reklamowe. Następnie wybrane zdjęcie przyporządkowano do kilku kategorii.

Badacze zajmujący się fotografią prasową zgodnie podkreślają jej funkcjonalność. Zdjęcie w jednym ujęciu przedstawia i komentuje wydarzenie, którego dotyczy, pokazuje zdarzenia prawdziwe i aktualne, unaocznia życie codzienne i jego warunki oraz relacje międzyludzkie¹². Cechą typową dla fotografii prasowej jest prawdziwość. „Podstawową funkcją fotografii dziennikarskiej jest informacja, dlatego najważniejsza jest jej wartość poznawcza. Fotografia typu dziennikarskiego nie ma się najpierw podobać, ale ma dawać wiedzę o prezentowanym, utrwalonym na obrazie fotograficznym zjawisku.[...] W fotografii dziennikarskiej w pierwszej kolejności nie chodzi o estetyczne ujmowanie rzeczywistości, ale pokazywanie świata w taki sposób, jak on wygląda, a nie jak oczekują tego odbiorcy”¹³. Choć należy zgodzić się z Kazimierzem Wolnym-Zmorzyńskim, co do prymarnej funkcji fotografii prasowej, to warto uzupełnić ostatnie zdanie – fotografia wprawdzie nie musi pokazywać świata tak, jak oczekują tego odbiorcy, ale z pewnością pokazuje go tak, jak widzi go fotoreporter i redakcja. Zdjęcia zamieszczane w prasie mają być prawdziwe – wolne od manipulacji technicznej, ale to, co ostatecznie dociera do czytelników, jest efektem wyboru dokonanego przez redakcję. Nie oznacza to zakłamywania rzeczywistości, ale jej kreowanie. Wskazywany wielokrotnie brak kreacyjności w samej fotografii dziennikarskiej niejako „nadrabiany” jest na etapie prezentacji zdjęć.

Zadaniem fotografii od początku było uatrakcyjnienie wyglądu gazety, dodanie mu lekkości, ale także wzbudzenie emocji u czytelników. Dziś coraz częściej zdjęcie staje się samodzielnym elementem o dużym znaczeniu marketingowym¹⁴. W latach 70. Anna Smolińska podkreślała współzależność fotografii i podpisu, stwierdzając, że zdjęcie nie jest

¹⁰ M. Korolko, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1990, s. 54.

¹¹ „Gazeta Współczesna”, „Gazeta Lubuska”, „Kurier Poranny”, „Nowa Trybuna Opolska”, „Dziennik Zachodni”, „Dziennik Wschodni”, „Gazeta Pomorska”, „Nowiny”, „Gazeta Olsztyńska”, „Głos Szczeciński”, „Super Nowości”.

¹² J. Szyłko-Kwas, *Funkcja fotografii prasowej...*, s. 186.

¹³ K. Wolny-Zmorzyński, *Ocena i wartościowanie fotografii dziennikarskiej*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski”, nr 1/2012, s. 83.

¹⁴ J. Szyłko-Kwas, *Funkcja fotografii prasowej...*, s. 188.

samodzielnym przekazem informacyjnym, wskazywała na współzależność funkcjonalną, intencjonalną i semantyczną¹⁵. Współcześnie badacze obserwują stopniowe usamodzielnianie się fotografii. Przemysław Ruta dowodzi: „gazety żyją fotografią i z fotografii, stawiają na efektywny, przyciągający uwagę obraz. Tekst schodzi na dalszy plan. Ekspansja przekazu obrazkowego nie dotyczy jednakże wyłącznie tabloidów, staje się charakterystyczna dla całej prasy, także tej określanej jako elitarna. Rośnie rola elementów wizualnych w gazetach lokalnych i regionalnych, w prasie branżowej, młodzieżowej, w czasopiśmie internetowych. Trudno wyobrazić sobie pierwszą stronę gazety bez kolorowego, przyciągającego uwagę zdjęcia.”¹⁶ Jak się jednak wydaje, prasa regionalna nie doświadcza jeszcze tak silnie owego „usamodzielniania się” fotografii, najczęściej mamy bowiem do czynienia z symbiozą zdjęcia i podpisu.

Idąc za stwierdzeniem Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego, że „na fotografię dziennikarską należy patrzeć nie jak na dzieło sztuki artystycznej (choć może wywoływać doznania estetyczne), ale jak na obraz, na którym zgromadzone są szczegóły, z których składa się bieżące życie. Obraz fotograficzny jest publikacją, która zwraca uwagę odbiorców na coś godnego zatrzymania się i utrwalenia”¹⁷, zastanówmy się zatem, co regionalne dzienniki uważają za tak ważne, by umieścić to na swojej pierwszej stronie.

II. ZWIZUALIZOWANA CODZIENNOŚĆ

Możemy wyróżnić trzy typy pierwszej strony lokalnego dziennika. Stałym elementem są zawsze reklamy i liczne zapowiedzi tekstów zamieszczonych na dalszych stronach. Ze względu na przedmiot badań skupmy się jednak na miejscu fotografii. Po pierwsze, często centralne miejsce na stronie dzielone jest na dwie części – w jednej z nich znajdujemy najważniejszy artykuł, a w drugiej – duże zdjęcie, które może do tego artykułu nawiązywać, może być zapowiedzią artykułu ze środka numeru, może także w połączeniu z rozbudowanym podpisem – stanowić osobny „tekst”. Z takim układem treści mamy do czynienia na przykład w „Gazecie Lubuskiej”. Zazwyczaj weekendowe – magazynowe – wydanie gazety wyróżnia się inną pozycją zdjęcia, przypomina ono wówczas zdjęcie okładkowe, zajmuje całą przestrzeń przeznaczoną na treść dziennikarską (poza nią pozostają reklamy), opatrzone jest krótkim jedno-, dwuzdaniową zapowiedzią artykułu. Taki layout występuje najczęściej w analizowanych gazetach, co jest konsekwencją wspólnego wydawcy wielu regionalnych dzienników. Inne rozwiązanie możemy znaleźć na przykład w „Super Nowościach” czy „Dzienniku Wschodnim”. Pojawia się tutaj więcej zdjęć różnej wielkości. W tym przypadku największe zdjęcie (a więc to, które stawało się przedmiotem niniejszego badania) najczęściej powiązane jest z głównym tekstem („Dziennik Wschodni”) lub odsyła do najważniejszego tekstu zamieszczonego na dalszych stronach. Wreszcie trzecie

¹⁵A. Smolińska, *O funkcjach fotografii prasowej*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 4/1972, s. 34.

¹⁶P. Ruta, *Fotografia prasowa. Wybrane aspekty praktyczne*, „Rocznik Prasoznawczy” t. 3/2009, s. 141.

¹⁷K. Wolny-Zmorzyński, *Ocena i wartościowanie fotografii dziennikarskiej...*, s. 84.

rozwiązanie – w analizowanym materiale przykładem jest jedynie „Gazeta Olsztyńska” – to zdjęcie jest najważniejszą treścią. Na pierwszej stronie umieszczone jest duże zdjęcie opatrzone dużym tytułem i lidem. Pod zdjęciem widnieją zapowiedzi pozostałych tekstów. Jak widać zatem, znaczenie fotografii na pierwszej stronie dziennika nie zawsze jest takie samo. Bywa ona głównym elementem przyciągającym uwagę, ale bywa też niewiele znaczącym (biorąc pod uwagę wielkość zdjęcia) punktem.

Niewątpliwie fotografia jest najczęściej wykorzystywanym materiałem wizualnym, grafika czy infografika występują bardzo rzadko. Na podstawie analizowanego materiału można powiedzieć, że pojawiają się jedynie z okazji świąt i gdy mowa o pieniądzach. W badanym okresie wypadała Wielkanoc, większość dzienników (z jednej grupy wydawniczej) wykorzystwała te same rozwiązania graficzne – najpierw zdjęcie figury Chrystusa na krzyżu, a drugiego dnia – wielkie czerwone jajo, w które wpisane były życzenia od redakcji oraz zapowiedzi artykułów. W pozostałych dziennikach również pojawiły się grafiki lub fotomontaże (np. przełamany bochenek chleba i okruszki rozsypane w kształcie krzyża). Poza wydaniem wielkanocnymi grafiki jako materiał ilustracyjny do artykułów pojawiały się sporadycznie. Zwitek banknotów towarzyszył rankingowi najbogatszych Ślązaków („Dziennik Zachodni” 04.03), wieżyczka z monet – artykule o zadłużeniu Polaków („Gazeta Pomorska”, 30.03), rysunki żywności pokazywały, jak zmieni się cena koszyka podstawowych produktów na świąteczny stół w porównaniu z ubiegłym rokiem („Nowa Trybuna Opolska”, 24.03), a infografika w postaci prostej mapki tłumaczyła, ile które gminy wypłacą pieniędzy z programu 500+ („Gazeta Współczesna”, 16.03). Można zatem stwierdzić, że to fotografia jest najważniejszym elementem wizualnym. Przy czym stosunkowo rzadko na pierwszej stronie pojawiają się zdjęcia stockowe (10,8%), przeważająca większość fotografii pochodzi od redakcji.

Pierwsze pytanie badawcze dotyczyło związku między najważniejszym zdjęciem a głównym tekstem. Okazało się, że ponad połowa (57,9%) najważniejszych zdjęć jest powiązana z głównym artykułem. Druga połowa to zapowiedzi tematów z dalszych stron. Często zdjęcie opatrzone jest dość rozbudowanym opisem. Gdy chodzi o tematykę zdjęć, podstawowe rozróżnienie dotyczyło zasięgu geograficznego tematyki - czy ma ona charakter lokalny, ogólnopolski czy zagraniczny. Ponad 70% głównych zdjęć w pierwszych stronach dzienników wiąże się ze sprawami lokalnymi. Nawet w przypadku ogólnopolskich tematów (Program 500+, Dzień Kobiet, Wielkanoc) lokalny charakter zdjęć mogło uzyskać na przykład poprzez zidentyfikowanie bohaterów (bohaterek) zdjęcia jako mieszkańców danego miasta czy regionu. Tematyka ogólnopolska pojawiła się w 15,4% zdjęć. Od razu warto zaznaczyć, że wiele zależy tu od specyfiki danej gazety, ponieważ w niektórych dziennikach artykuły od tematyce ogólnopolskiej pojawiały się bardzo często, a w innych – w ogóle.

Różnice między analizowanymi dziennikami wyraźnie ujawniają się także w dwóch wydaniach, które z racji poruszanej tematyki można ze sobą porównać. Chodzi o wydanie z 8 marca, kiedy możemy się spodziewać jakiegoś nawiązania do Dnia Kobiet, a także

wydanie z 23 marca, po ataku terrorystycznym w Brukseli. Przyjrzyjmy się zatem, w jaki sposób wizualnie gazety świętują i współodczuwają.

„Super Nowości” zamieszczają życzenia, którym towarzyszy zdjęcie czerwonej róży (jest stosunkowo wąskie, ale zajmuje całą wysokość strony), „Gazeta Olsztyńska” artystyczne zdjęcie bukietu białych tulipanów, „Nowiny. Gazeta Codzienna” wprowadzie główny artykuł poświęca kobietom („Kobieto, sama zrób sobie prezent – zbadaj się), ale nie zaznacza tego święta graficznie, „Gazeta Pomorska” zamieszcza stockowe zdjęcie roześmianej kobiety z włosami rozrzuconymi wokół głowy. W „Dzienniku Wschodnim” w prawej kolumnie małe zdjęcie kobiety i kwiatów. „Gazeta Współczesna” zamieszcza zdjęcie trzech roześmianych młodych dziewcząt, w kolorowych ludowych chustach. „Dziennik Zachodni” - zdjęcie uśmiechniętej młodej kobiety trzymającej bukiet tulipanów, „Kurier Poranny” o Dniu Kobiet na pierwszej stronie nie wspomina, „Gazeta Lubuska” natomiast zamieszcza zdjęcie uśmiechniętej pary – kobieta trzyma bukiet tulipanów – bohaterowie zdjęcia są podpisani. Mamy więc cały wachlarz rozwiązań – od braku wzmianki, przez symboliczne kwiaty i zdjęcia nieokreślonych kobiet, po fotografie konkretnych osób. Jak się wydaje, to ostatnie rozwiązanie najbardziej sprzyja budowaniu więzi z czytelnikami i najsilniej osadza gazetę w lokalnym środowisku.

23 marca po zamachach terrorystycznych w Brukseli w kilku z analizowanych dziennikach pojawiły się odniesienia do tego wydarzenia. Są to albo wizualne wzmianki umieszczone w prawym górnym rogu (w „Super Nowościach” zdjęcie tłumu, w „Kurierze Porannym” – uzbrojonych żołnierzy na ulicy), albo duże agencyjne zdjęcia pokazujące ludzi, którzy ucierpieli w zamachu („Głos Szczeciński”, „Gazeta Pomorska”). „Nowa Trybuna Opolska” publikuje całostronicowe zdjęcie rozpaczających ludzi, a zatem rezygnuje z codziennego layoutu. Natomiast trzy z analizowanych gazet sięgnęły po interesujące rozwiązania graficzne. „Gazeta Olsztyńska” umieściła symboliczny obraz - zdjęcie rozbitego kamienia w barwach belgijskiej flagi, „Dziennik Zachodni” całą okładkę drukuje w barwach flagi belgijskiej, te kolory „nałożone są” na zdjęcie mężczyzny przytulającego płaczącą kobietę, wreszcie „Gazeta Lubuska” decyduje się na całą czarną stronę z centralnie umieszczonym białym napisem: „Kto po Belgii?”. Każde z tych rozwiązań niesie ze sobą inny ładunek emocjonalny. Najsilniejszą reakcją: strach, może wywołać czarna okładka. Zdjęcie cierpiących ludzi oraz towarzyszący temu napis w języku francuskim: „Wszyscy jesteśmy brukselczykami” – ma wzbudzić empatię. Rozbity kamień oraz tytuł: „Islamscy terroryści uderzyli w Brukseli” tworzy złożony przekaz symboliczny, wykorzystujący skojarzenia kamieni, ulicznych protestów, rozbicia jedności etc. Przekaz wizualny współtworzy przekaz ideologiczny, jest ważnym elementem pozwalającym interpretować treść werbalną. Warto dodać, że zdjęcia z Brukseli są najczęściej jedynymi fotografiami o tematyce zagranicznej.

Co przedstawiają zdjęcia dotyczące spraw regionu? O ich lokalności może świadczyć konkretne miejsce (29,3% zdjęć) lub konkretna osoba. Zatrzymajmy się przez chwilę nad bohaterami codziennego życia. Pierwsze miejsce zajmuje strażak – pojawia się na wielu zdjęciach: gasi pożar, krąży po pogorzeliisku, na podnośniku sprawdza osuwające się cegły z

komina, jest świadkiem wypadków samochodowych. Generalnie można wyróżnić trzy typy bohaterów zdjęć: po pierwsze będą to osoby znane, czyli przede wszystkim artyści, aktorzy czy muzycy (10,4% zdjęć) – ich podobizny pojawiają się albo w numerach weekendowych, albo w zapowiedziach wydarzeń kulturalnych. Drugą grupę stanowią osoby pokazywane z racji pełnionej funkcji – od prezydenta, przez wspomnianego strażaka, po dyrektorkę szpitala czy radnego. Ta grupa widoczna jest na 24,3% zdjęć. Część osób jest zidentyfikowana (w większości urzędnicy), część – nieznaną z nazwiska (policjanci, strażacy, pracownicy zieleni miejskiej etc.). Podobnie dzieje się w przypadku trzeciej grupy, czy „zwykłych ludzi”. Znaleźć ich możemy na 39,7% zdjęć. Są to albo uczestnicy jakichś zbiorowych działań (marszu, protestu, obchodów rocznicowych) albo pojedynczy bohaterowie smutnych bądź radosnych historii. Co ciekawe, ludzie zazwyczaj przedstawiani są w działaniu (34,3% zdjęć), rzadziej mamy do czynienia ze statycznymi zdjęciami portretowymi (15,4% zdjęć), te najczęściej pojawiają się, gdy bohaterem jest znany człowiek lub w wydaniach magazynowych. Drugie ważne spostrzeżenie dotyczy zbiorowości – bardzo rzadko natrafiamy na zdjęcia dużych grup (6,9%), sporadycznie pojawiają się fotografie tłumu. A zatem życie społeczności lokalnej to życie jednostek lub interakcji kilkusobowych.

Czy życie lokalne jest radosne czy smutne? Z czego się składa? 12,3% zdjęć pokazuje tragedie – wypadki i pożary. Wydawać by się mogło, że to niewielki w sumie procent, ale trzeba pamiętać, że wszystko zależy od gazety. Są takie dzienniki, w których właściwie wszystkie zdjęcia dotyczą tego typu katastrof, a są dzienniki, w których dominują zdjęcia o bardzo pozytywnej wymowie. Podjęto próbę skategoryzowania zdjęć pod kątem pozytywnych i negatywnych emocji, jednak zadanie to okazało się bardzo trudne ze względu na niejednoznaczność przekazu. Jeśli zdjęcie przedstawia chorą na raka dziewczynkę, która dostała mnóstwo kartek z życzeniami, to radosne samo w sobie zdjęcie (uśmiechnięte dziecko, mnóstwo kolorowych kartek, balony) niekoniecznie musi wywoływać pozytywne emocje – z racji choroby dziecka. Podobnie zdjęcie przedstawiające prowadzonego na salę sądową przestępcę samo w sobie nie musi kryć silnych emocji, ale opis zbrodni, która została popełniona, może wywoływać intensywne negatywne uczucia odbiorców¹⁸. Dlatego do kategorii tych zaliczono jedynie zdjęcia nie budzące żadnych wątpliwości – zdjęcie pogorzelnika jest przygnębiające, zdjęcie trzech roześmianych młodych dziewcząt – pogodne. Wyniki w tych kategoriach nie są jednak w pełni miarodajne – 18% to zdjęcia pozytywne, 12% - negatywne.

Jednoznacznie pozytywne są zdjęcia prezentujące osiągnięcia mieszkańców regionu. Są to ciekawe pomysły i wynalazki, wygrane w konkursach i plebiscytach (także tych organizowanych przez redakcję), dobrze prosperujące firmy. Ta tematyka jest bardzo ważna z punktu widzenia budowania więzi społecznych i tożsamości regionalnej. W każdym z dzienników znajdziemy takie właśnie promocyjne zdjęcia. W „Kurierze Porannym” (10.03)

¹⁸ Szerzej na temat odbioru fotografii prasowej: K. Wolny-Zmorzyński, *Jaka informacja? Rzecz o percepcji fotografii dziennikarskiej*, Kraków 2010, s. 115 i nast.

studenci Politechniki Białostockiej pokazują swój wynalazek, który może pomóc osobom niepełnosprawnym, gimnazjalistka- laureatka konkursu filmowego pozuje do zdjęcia razem z Andrzejem Wajdą („Kurier Poranny” 15.03). „Nowa Trybuna Opolska” (2.03) zamieszcza zdjęcie księdza demonstrującego zabytkowy ołtarz, aby zilustrować informacje o dodatkowych pieniądzach na renowację zabytków. Innym razem właściciel firmy prezentuje doceniony na targach motocyklowych pojazd („Nowa Trybuna Opolska 15.03), a pomysłowi strażacy („Nowa Trybuna Opolska” 16.03) przedstawiają mlekowóz przerobiony na wóz strażacki, naukowiec zaś („Nowa Trybuna Opolska 22.03) opowiada o swoich odkryciach dotyczących dinozaurów, studenci politechniki przygotowują się do międzynarodowego konkursu („Nowiny” 08.03).

Początek analizowanego miesiąca to różnorodne relacje fotograficzne z obchodów Dnia Żołnierzy Wyklętych. W „Głosie Szczecińskim” (1.02) – fotograficzna relacja z wystawy, którą oglądają działacze opozycji z czasów PRL. Temat kontynuowany następnego dnia – zdjęcie pokazuje marsz i niesioną przez uczestników wielką flagę, na której można przeczytać zdanie Inki: „Zachowałam się jak trzeba”. W „Kurierze Porannym” (2.03) relacja z marszu – na pierwszym planie roześmiani harcerze, za nimi widoczny tłum mieszkańców. „Nowa Trybuna Opolska” (01.03) sięga po sprawdzony motyw – fotograficzna relacja z marszu, która zajmuje całą stronę i jest zapowiedzią dodatku specjalnego, przedstawia ojca trzymającego na barana małe dziecko. Znow – wydarzenie przedstawiane jest przez pryzmat konkretnej jednostki. Jeszcze inne rozwiązanie wizualne zastosowano w „Nowinach” (2.03), gdzie pokazano fragment oficjalnych obchodów, honorową wartę przy pomniku. Dodatkowo w wydaniach magazynowych pojawiały się zdjęcia archiwalne związane z żołnierzami wyklętymi.

Szczególną dumą napawają gazety akcje, które podejmują dla dobra mieszkańców. Oto „Kurier Poranny” (3.03) ujmuje się za dziećmi, które wygrały tablety w ogłoszonym przez władze miasta konkursie, ale od siedmiu miesięcy nie zorganizowano wręczenia nagród. Dziennik w iście tabloidowym stylu nawołuje w tytule: „Panie Prokop, daj dziecku tablet. Czeka od września”, a artykuł zilustrowany jest zdjęciem przedstawiającym dyrektora Prokopa, który siedzi w pustej auli i przegląda coś... na tablecie właśnie. Historia ma ciąg dalszy – niespełna tydzień później (8.03) gazeta zamieszcza zdjęcie z wręczenia obiecanych nagród. Przy czym znow fotografia dopowiada treści, na zdjęciu po prawej stronie mężczyzna wręcza torbę dziewczynce, po lewej stronie stoi mężczyzna ze spuszczoną głową. Kadr idealnie dopasowany do podpisu: „Dzieci wreszcie zostały nagrodzone. Wiceprezydent przepasza, dyrektor BKM stoi w milczeniu”.

Promowane są także akcje społeczne, na przykład wyprowadzanie na spacer psów ze schroniska („Kurier Poranny” 14.03), czy akcja nadsyłania kartek urodzinowych z całego świata dla chorej trzyletniej Emilki („Nowa Trybuna Opolska” 05.03). Ciekawe zróżnicowanie zdjęć dotyczących tego samego tematu możemy obserwować w „Głosie Szczecińskim”. Najpierw widzimy akcję organizacji pozarządowej na rzecz uchodźców – zdjęcie przedstawia grupę roześmianych młodych mężczyzn trzymających plansze, a kilka dni później tej samej problematyki dotyczy zdjęcie pokazujące debatę na temat uchodźców

zorganizowaną przez redakcję i Uniwersytet Szczeciński (tym razem miny uczestników są bardzo poważne, widoczne są także różnice stylistyczne, jeśli chodzi o strój – bardziej konserwatywny, niektórzy uczestnicy mają czarne skórzane kurtki). Kolejne zdjęcie dotyczące tej samej kwestii przedstawia młodych ludzi siedzących w auli i słuchających czegoś – to dalsza część debaty opisywanej poprzedniego dnia. Zdjęcia pokazują zarówno różnorodność uczestników poszczególnych wydarzeń, jak i rozmaite formy zaangażowania w debatę publiczną. Z drugiej strony ważny temat relacjonowany przez kilka dni w niektórych przypadkach bywa ilustrowany bardzo podobnymi do siebie zdjęciami. Z taką sytuacją mamy do czynienia w „Super Nowościach”, które kilkakrotnie na pierwszej stronie odnoszą się do afery w CBŚP na Podkarpaciu, a artykułom tym towarzyszą różne ujęcia z tego samego wydarzenia – dwóch umundurowanych funkcjonariuszy z bronią skrada się do celu (01.03, 04.03).

Życie codzienne składa się z wydarzeń wyjątkowych i mniej niezwykłych. Do tych pierwszych zaliczyć można wizyty ważnych gości – ministrów, posłów itd. Najczęściej pokazywani są w otoczeniu władz lokalnych lub w konkretnym zakładzie pracy („Nowiny” 15.03, 31.03). Podobną grupę stanowią zdjęcia ludzi, którzy pochodzą z regionu, a robią ogólnopolską czy światową karierę (np. zdjęcie aktora, który zagrał w nagrodzonym Oskarem filmie („Nowiny” 01.03) czy Michała Szpaka – reprezentanta Polski w konkursie Eurowizji „Nowiny” 11.03). Pojawiają się zdjęcia związane z obchodami rocznic – oto w Szczecińskim Dniu Przyjaźni Polsko-Węgierskiej widzimy jak zwykła kobieta składa kwiaty pod pamiątkową tablicą (Głos Szczeciński 24.03.), a innym razem znicze zapala Prezydent RP („Nowiny” 18.03).

Codzienne życie to na przykład nowe punkty wypożyczania rowerów, z których cieszą się mieszkańcy („Kurier Poranny” 17.03) i władze miasta („Kurier Poranny” 22.03), tańsze bilety komunikacji miejskiej, co też cieszy mieszkańców („Kurier Poranny” 24.03) lub zniesienie biletów sieciowych, co z kolei mieszkańców martwi („Gazeta Olsztyńska” 01.03). Dokuczliwa bywa brudna woda w kranie – przyczyny tego zjawiska wyjaśnia urzędnik („Super Nowości” 22.03). Zmienia się wygląd miejscowości – „Głos Szczeciński” (03.03) pokazuje wizualizację nowego sposobu zagospodarowania jednej z ulic, „Kurier Poranny” (09.03) prezentuje moment przenoszenia basenu do przekształcanego w hotel dawnego pedetu.

Zdjęcia, których nie zabrakło w żadnym dzienniku, to te związane z przestępczością, pokazujące na przykład zatrzymanie groźnego przestępcy, zarekwirowanie narkotyków, doprowadzenie oskarżonego na salę sądową czy ogłoszenie wyroku. Stałym elementem obrazu życia codziennego są też nieszczęśliwe wypadki – wybuch fajerwerków na targowisku (Głos Szczeciński 30.03, 31.03), czy tragiczny wypadek samochodowy („Nowiny” 21.03, 29.03).

Z okazji świąt wielkanocnych, oprócz wspomnianych już grafik i symbolicznych zdjęć, w dziennikach zamieszczane są fotorelacje z nabożeństw drogi krzyżowej („Dziennik Wschodni” 05.03), inscenizacji Pasji („Gazeta Olsztyńska” 23.03), warsztatów robienia pisanek czy palm – często bohaterami są dzieci dumnie prezentujące swoje prace

(„Głos Szczeciński” 19.03, „Kurier Poranny” 21.03). Takie przedstawienia mocno wiążą gazetę z określonym miejscem.

Stałym elementem są także dramatyczne historie zwykłych ludzi, najczęściej publikowane w wydaniach weekendowych lub magazynowych, mające wzbudzić współczucie. „Kurier Poranny” (18.03) pokazuje zdjęcie dziadków opiekujących się małym chłopcem chorującym na poważną chorobę genetyczną – zdjęcie utrzymane jest w bardzo pogodnej tonacji, radosna kolorystyka, dziadkowie uśmiechają się. Inny wydzźwięk ma zdjęcie ilustrujące reportaż o akcji pracowników pogotowia, którzy zatrzymali pijanego rowerzystę („Nowiny” 9.03) – ta historia ma promować właściwą postawę obywatelską. Ciekawe wydarzenia, które relacjonują dziennikarze, najczęściej przedstawiane są przez pryzmat konkretnego człowieka, na przykład gdy „Głos Szczeciński” (16.03) opisuje rajd zabytkowych pojazdów, na zdjęciu widzimy nie sznur samochodów, ale człowieka (choć nie podpisanego) siedzącego w jednym z nich. Podobnie w przypadku działań rządu (program 500+) – artykuł ilustruje zdjęcie konkretnej rodziny. Spadającą liczbę szczepionych dzieci („Nowa Trybuna Opolska 09.03) pokazano na zdjęciu konkretnej matki pochylającej się nad swoim dzieckiem; gdy mowa o nowej liście leków refundowanych („Nowa Trybuna Opolska” 02.03) konkretna farmaceutka z konkretnej apteki (podpis) prezentuje wybrane lekarstwa.

Na pierwszej stronie znaleźć możemy także – choć nie jest to bardzo częsta praktyka – zdjęcia portretowe, pokazujące różnych ludzi: radnych („Kurier Poranny” 1.03), czy wspominające zmarłych (21.03 „Nowa Trybuna Opolska”). Czasami dziennikarze starają się, by zdjęcie mówiło samo za siebie i w efekcie nowy dyrektor elektrowni pozuje w kucki na tle komina („Nowa Trybuna Opolska” 30.03). W regionie mieszkają też ładne dziewczęta, o czym fotoreporterzy często przypominają, na przykład w „Kurierze Porannym” (07.03) Jarmark Kaziukowy na pierwszej stronie pokazany został przez pryzmat kandydatek do tytułu Miss Podlasia, które pozowały na tle straganów. Zapowiedziom kulturalnym zazwyczaj towarzyszą profesjonalne zdjęcia artystów, z koncertu czy przedstawienia (np. „Głos Szczeciński” 17.03. „Nowiny” 07.03).

III. WYBORY INWENCYJNE

Zgodnie z propozycją gatunkową Kazimierza Wolnego-Zmorzyńskiego analizowane zdjęcia należy zaliczyć do dwóch gatunków. Większość z nich to fotografia prasowa (ilustracyjna, reportażowa), która ma unaocznnić odbiorcy dane zdarzenie lub przedstawić daną osobę¹⁹. Mniejszą grupę zaliczyć można do fotofelietonu, które cechą jest wykorzystanie symbolu, skondensowane przekazanie nie tylko znaczenia, ale i określonej interpretacji²⁰. Dominują „fotografie o jednorazowej aktualności”, fotografie rodzajowe i sportowe.²¹

¹⁹ K. Wolny-Zmorzyński, *Jaka informacja ...*, s. 58.

²⁰ Tamże, s. 59.

²¹ Por. Przemysław Ruta, dz. cyt., s.141.

Jak zostało to już wspomniane, poszczególne gazety znacząco różnią się między sobą. W „Dzienniku Wschodnim” na przykład dominują zdjęcia o tematyce lokalnej, wiele z nich pokazuje konkretne miejsce, przeważają także wizerunki zwykłych ludzi, ale najczęściej anonimowych. Na pierwszej stronie czasem widnieją dwa zdjęcia tej samej wielkości. Bardzo rzadko prezentowane są osiągnięcia, ale i tragedie. Dominuje tematyka, którą można określić jako zwykłe życie – decyzje urzędników, historie zwykłych ludzi (wygrane sprawy sądowe). W porównaniu z pozostałymi dziennikami często zdarzają się pierwsze strony, na których zdjęcie zajmuje niewielką płaszczyznę lub jest mało czytelne. W „Dzienniku Zachodnim” natomiast zdjęcia zajmują dużą powierzchnię, a tym, co wyróżnia tę gazetę, jest fakt, że największe zdjęcie na stronie nie jest powiązane z głównym tekstem, ale odsyła do jakiegoś tematycznego cyklu bądź tematycznego dodatku (np. o ziołach, zdrowym odżywianiu itd.), a zatem fotografia traci tu swój informacyjny charakter, staje się fotografią reklamową. W „Gazecie Lubuskiej” z kolei fotografie zdają się służyć budowaniu silnej więzi z miastem i regionem, zdjęcia zawsze osadzone są w lokalnym kontekście – ilustrację do artykułu na temat miejsc w przedszkolu stanowi zdjęcie bawiących się dzieci, ale podpis konkretyzuje, co to za grupa i jakie przedszkole. „Gazetę Lubuską” wyróżnia także liczba zdjęć zapraszających na wydarzenia kulturalne (koncerty, spektakle) oraz relacjonujących wydarzenia sportowe.

„Gazeta Olsztyńska” zaś charakteryzuje się bardzo wysoką jakością zdjęć oraz konsekwencją w ich prezentowaniu. Na pierwszej stronie w tygodniu znajduje się zdjęcie związane z głównym tematem numeru, w wydaniu magazynowym – jest to portretowe zdjęcie bohatera wywiadu czy reportażu przedstawionego na dalszych stronach. Tym, co wyróżnia zdjęcia w „Gazecie Olsztyńskiej”, jest ich pozytywny przekaz, jeśli chodzi o zdjęcia portretowe, w analizowanym okresie nie przedstawiano na zdjęciach dramatycznych ludzkich historii, wyjątkiem może być opowieść emeryta, który został okradziony, gdy chciał komuś pomóc, ale zarówno zdjęcie, jak towarzyszący mu tekst ma wydźwięk pozytywny – bohater zapowiada, że nadal będzie ludziom pomagał. Zwracają uwagę także interesujące zdjęcia konkretnych budynków (np. nastrojowe nocne zdjęcie budynku dworca lub zrobione z żabiej perspektywy narożne zdjęcie budynku mającego złą sławę).

Widać więc wyraźnie świadomy wybór, którego dokonuje redakcja – na tym właśnie polega inwencja. Jakie wydarzenia, jakie zjawiska uznamy za dość ważne, by pokazać je na pierwszej stronie.

Cechą charakterystyczną większości zdjęć jest to, że przedstawiają one ludzi w działaniu, ciekawym przykładem może być zdjęcie z „Nowej Trybuny Opolskiej” (12.03) przedstawiające amerykańskich żołnierzy w Opolu – na pierwszym planie czarnoskóry żołnierz robi sobie selfie z dwoma roześmianymi dziewczynami, w tle widać amerykańskie pojazdy tłumnie oglądane przez ludzi. Roześmiane twarze, radosne kolory – to cechy typowe dla zdjęć, które promują dodatki tematyczne (np. dodatek dla seniorów z 17.03 w „Nowej Trybunie Opolskiej”). Bardzo dynamiczne są zdjęcia sportowe, pokazujące osiągnięcia drużyn i zawodników z regionu (np. żużlowcy w „Nowej Trybunie Opolskiej” 29.03). Stosunkowo rzadko pojawiają się zdjęcia o charakterze symbolicznym,

można zaliczyć do nich na przykład obrazki „prawdziwej wiosny”, czyli bociany („Kurier Poranny 31.03) lub sadzenie kwiatów na miejskich rabatach. O prymacie tematyki lokalnej świadczy przykład z „Kuriera Porannego” z 23.03, gdy informację o zamachach w Belgii podano w postaci małego zdjęcia z prawym górnym rogu, na głównym miejscu znalazł się natomiast artykuł i towarzyszące mu duże zdjęcie związane ze spalaniem przez Młodzież Wszechpolską kukły Angeli Merkel przed teatrem w Białymstoku.

Możemy natrafić też na ślady tabloidyzacji. Widoczna jest ona w zdjęciach o tematyce erotycznej, prezentujących kobiety w bieliźnie. Co ciekawe, zdjęcia te pojawiają się w kontekście artykułów napiętnujących określone zachowania (np. aferę w policji „Nowiny” 04.03 – tytuł: „Seksbiznes, policja i panienki”, czy oferowanie w sieci usług seksualnych przez gimnazjalistki „Gazeta Pomorska” 18.03).

Relacja między zdjęciem a opisującym go tekstem nie była przedmiotem prezentowanych tu badań, niemniej jest to bardzo ważne zagadnienie, ponieważ to z tej relacji nierzadko możemy odczytać, jaki jest stosunek redakcji do przedstawianych zdarzeń czy osób. Niniejszy artykuł stara się jedynie odpowiedzieć na pytanie, co widać. Jakie wydarzenia, miejsca, osoby składają się na obraz codziennego życia regionu. Perswazyjność zdjęć, ich rola w dyskursie medialnym zostaje tu celowo pominięta. Podobnie zresztą przedmiotem badań nie jest sytuacja ekonomiczno-polityczna poszczególnych gazet, kwestia własności dziennika, jego tradycji, profilu społeczno-politycznego etc. nie ma żadnego znaczenia – choć niewątpliwie jest istotna, jeśli pytać będziemy o jakość zdjęć czy politykę informacyjną.

Podsumowując zatem etap *inventio* w przedstawianiu życia regionu, należy podkreślić, że na pierwszych stronach dzienników znajdziemy przede wszystkim zdjęcia dotyczące tematyki lokalnej, a wszelkie wątki ukazywane są w miarę możliwości przez pryzmat konkretnych miejsc lub osób. Wyraźne jest bardzo duże zróżnicowanie poszczególnych gazet zarówno w doborze tematów, jak i sposobów ich przedstawiania. To zróżnicowanie zdaje się wynikać z tradycji tytułu i specyfiki regionu, ponieważ dotyczy także gazet wydawanych przez tego samego wydawcę i powtarzających wiele rozwiązań graficznych.

Literatura

1. Bombor J., *Analiza szaty graficznej pierwszych stron „Dziennika Zachodniego” (1945-2013) pod kątem tabloidyzacji prasy*, [w:] *Media a środowisko społeczne. Dylematy teorii i praktyki*, red. Michalczyk S., Krawczyk D., t. III, Gliwice-Katowice 2014, s. 68-91.
2. Gierula M., *Rola prasy lokalnej w integracji małych miast i wsi*, [w:] *Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego. Materiały z konferencji zorganizowanej przez Komisję Kultury i Środków Przekazu przy współudziale Izby Wydawców Prasy pod patronatem Marszałka Senatu RP Longina Pastusiaka 21 września 2004 r.*, Kancelaria Senatu, Warszawa 2005, s. 21-42.
3. Gloc J., *Zobaczyć więcej. O analizie fotografii prasowej*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 3-4/2010, s. 175-190.
4. Kępa-Mętrak J., *Komunikowanie lokalne wobec nowych możliwości i oczekiwań. Prasa drukowana czy elektroniczna?*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 1/2014, s. 22-42.
5. Korolko M., *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1990.
6. Kowalczyk R., *Media lokalne i społeczeństwo. Wybrane zagadnienia na przykładzie prasy lokalnej w Wielkopolsce*, Poznań 2003.
7. *Media a środowisko społeczne. Dylematy teorii i praktyki*, red. Michalczyk S., Krawczyk D., t. III, Gliwice-Katowice 2014.
8. Olechowska P., *Wizualizacja treści na przykładzie „jedynek” wybranych dzienników z całego świata*, [w:] *Komunikacja wizualna w prasie i mediach elektronicznych*, red. Wolny-Zmorzyński K. i in., Warszawa 2013, s. 59-74.
9. *Prasa lokalna w Polsce 2014 - sytuacja, główne problemy, perspektywy rozwoju, Raport Izby Wydawców Prasy dla Komisji Kultury i Środków Przekazu Sejmu RP*, Warszawa 2014.
10. Ruta P., *Fotografia prasowa. Wybrane aspekty praktyczne*, „Rocznik Prasoznawczy” t. 3/2009, s. 139-147.
11. Smolińska A., *O funkcjach fotografii prasowej*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 4/1972, s. 33-40.
12. Szot L., *Dziennikarze mediów lokalnych w Polsce. Między profesjonalizmem a koniecznością przetrwania*, Wrocław 2013.
13. Szyłko-Kwas J., *Funkcja fotografii prasowej – analiza na przykładzie pierwszej strony „Gazety Wyborczej”*, „Studia Medioznawcze” nr 2/2014, s. 185-195.
14. Szyłko-Kwas J., *Fotografią po oczach. O fotografii na pierwszej stronie „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”*, „Studia Medioznawcze” nr 1/2011, s. 139-147.
15. Wolny-Zmorzyński K., *Jaka informacja? Rzecz o percepcji fotografii dziennikarskiej*, Kraków 2010.
16. Wolny-Zmorzyński K., *Ocena i wartościowanie fotografii dziennikarskiej*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski”, nr 1/2012, s. 82-90.
17. Wrigth T., *Press Photography and Visual Rhetoric*, [w:] *The SAGE Handbook of Visual Research Methods*, red. Eric Margolis, Luc Pauwels, Los Angeles 2011, s. 319-336.