



Tama w Fort Peck. Pierwszy numer „Life’a” z 23 listopada 1936 r.



Marines wysadzają japoński fort na Iwo Jimie. „Life” z 9 kwietnia 1945 r.



Chruszczow w podróży po Ameryce na okładce z 5 października 1959 r.



Więzień Wietkongu na okładce „Life’a” z 26 listopada 1965 r.



„Rewolucja fototelefonów” to tytuł okładki z 28 stycznia 2005 r.

# Life umiera po raz trzeci

Ostatni numer ilustrowanego tygodnika „Life” trafi do amerykańskich kiosków za dwa tygodnie. Tytuł, który zmienił oblicze dziennikarstwa, przenosi się do internetu

KINGA KENIG

Marka „Life” symbolizująca to, co w fotoreportażu najlepsze, próbowała w ostatnich latach trafić w gusta masowego czytelnika, publikując wywiady z gwiazdami, porady kuchenne, lamigłówni. W efekcie magazyn „Life” jest cieniem tego, czym był za swoich najlepszych czasów.

Wychodzący od 1936 r. magazyn ilustrowany już dwa razy był zamykany. Pierwszy raz zniknął z rynku w 1972 roku. Wrócił po sześciu latach jako miesięcznik. Przetrwał do roku 2000. Cztery lata później reaktywowano tytuł w 13-milionowym nakładzie jako cotygodniowy dodatek do 103 amerykańskich gazet (m.in.: „Los Angeles Times”, „Chicago Tribune”, „The Washington Post”). Miał stanowić silną konkurencję dla prestiżowego „The New York Times Magazine”.

Niedawno Time Inc., właściciel „Life’a”, ogłosił, że ostatni numer ukazuje się 20 kwietnia. Powodem ma być pogarszająca się kondycja finansowa gazet codziennych. Inne zdania są wydawcy konkurenta „Life’a”, magazynu „Parade” - ich zdaniem spadki przychodów z reklam w gazetach nijak się ma do porażki „Life’a”. Według „Parade” „Life” sam pogrążył się przy wyborze reklamodawców, stawiając na wysokiej klasy marki, a nie na producentów towarów masowych. Z kolei wydawca „USA Weekend”, drugiego po „Parade” lidera na rynku tygodniowych dodatków do gazet, twierdzi, że produkcja i dystrybucja „Life’a” była zbyt kosztowna. Magazyn drukowany na najlepszym papierze próbował zaistnieć na kilku rynkach jednocześnie.

Tym razem śmierć „Life’a” wydaje się ostateczna - zwłaszcza że już pod koniec roku rusza internetowe archiwum jego zdjęć. 10-milionowa kolekcja fotografii, z których 97 proc. jest nieznanie szerszej publiczności, będzie dostępna dla każdego internauty za darmo. Internetowe wydanie magazynu będzie nadal aktualizowane.

Magazyn „Life” narodził się z wiary, że zdjęcia mogą same opowiadać historie, a nie tylko służyć jako ilustracja artykułów prasowych. Zanim ukazał się pierwszy numer, założyciel magazynu Henry Luce mówił: „Musimy nauczyć czytelników poważnego traktowania zdjęć”. Szacunek do ich pracy przyciągnął do magazynu najbardziej utalentowanych fotografów XX wieku, takich jak: Henri Cartier-Bresson, Margaret Bourke-White, Alfred Eisenstaedt, Robert Capa, Philippe Halsman. - „Life” wychował gigantów fotoreportażu - wspomina w swoim blogu David Friend, szef działu foto „Life’a” w latach 90. - To jedno z największych osiągnięć wydawniczych w historii. „Life” stworzył gatunek eseju fotograficznego i zmienił oblicze dziennikarstwa.



19 maja 1962. „Happy Birthday, Mr. President” zaśpiewała Marilyn Monroe na 45. urodzinach Johna F. Kennedy’ego. Wystąpiła w sukience, która była tak obcisła, że szywano ją dopiero po założeniu. „Life” poświęcił aktorce aż 11 okładek

W pierwszej połowie XX w. fotografia prasowa była dla ludzi oknem na świat. Dzięki magazynom ilustrowanym takim jak: „Life”, francuski „Vu” czy brytyjski „Picture Post” czytelnicy mogli zobaczyć, jak wygląda wojna, wybuch bomby atomowej, lądowanie na Księżycu, zabójstwo JFK, a także poród czy życie w afrykańskiej wiosce. „Life” - według jego założyciela - narodził się, by „ujrzeć życie, ujrzeć świat, być świadkiem wielkich wydarzeń; zobaczyć twarze biednych i gesty wyniosłych; widzieć nieznanne: maszyny, armie, tłumy ludzi,

cienie w dżungli i na Księżycu; by widzieć i czerpać przyjemność z widzenia; widzieć i być zdumionym; widzieć i być instruowanym; patrzeć i być widzianym - to chęć i oczekiwanie połowy ludzkości” - mówił Henry Luce.

Czego ludzkość oczekuje od prasy dziś, gdy przed odbiorcą informacji rozpościera się ocean kanałów telewizyjnych, kolorowych magazynów, stacji radiowych, serwisów internetowych, blogów? Czy turystę przywożącemu tysiące zdjęć z podróży tak samo jak kiedyś interesują obrazy dalekiego świata

na stronach magazynu? Same okładki „Life’a” są ikonami historii minionego stulecia. Czy dzisiejsza prasa stworzy podobną kolekcję ikon naszych czasów?

- Fotograf jako świadek historii jest niczym koń jako środek transportu w epoce samochodów - mówi Fred Ritchin, historyk fotografii. - Gdzie w świecie internetu jest pierwsza strona? Albo spytam bardziej dosadnie: jeśli taka pierwsza strona istnieje, do jakiej rzeczywistości miałyby się odnosić?

„To jest wojna!” - krzyczał w 1938 r. tytuł fotoreportażu Roberta Capy z his-

pańskiej wojny domowej w brytyjskim „Picture Post”. Na 11 stronach opublikowano sceny walki, portrety rannych, jeńców, narady dowództwa, rozmowy telefoniczne w okopach. „Najbardziej niezwykle zdjęcie wojenne, jakie kiedykolwiek zrobiono” - czytamy w podpisie pod fotografią żołnierzy skulonych pod skałą, podczas gdy w tle kłębi się dym. „Niemał czuć zapach prochu” - zachęca do oglądania kolejny podpis.

- Wojna to samowystarczalny i utrzymany w dobrym rytmie dramat, którego punkty zwrotne trafiają do nas w poręcznych opakowaniach - mówił Wilson Hicks, fotoedytor „Life’a” w jego wczesnym okresie. Wysyłając na front II wojny światowej 21 fotografów, magazyn „Life” pokazał swój redakcyjny priorytet: dokumentalna relacja z bliska.

Pokazywane przez dekady w kolorowych pismach i na ekranach telewizorów oblicza wojen zdążyły nam jednak spowszednieć. Dziś fotoreportaż z wojny jest bardziej osobistą wizaż fotografą niż dokumentacją codziennych zmagani armii. Artystyczny charakter fotoreportażu na tematy tak blisko związane z dziennikarstwem jak wojna, katastrofy czy polityka sprawia, że częściej prezentowane są one w galeriach i muzeach sztuki niż na łamach prasy.

W zeszłym roku The Metropolitan Museum of Art upamiętniło rocznicę huraganu „Katrina”, prezentując zdjęcia opustoszałych domów w Nowym Orleanie autorstwa Roberta Polidori. W nowojorskiej galerii Hasted Hunt prezentowano polityczne zdjęcia Christophera Morrisa. Tylko jedno z nich było publikowane w prasie. Zamierzoną ironią jest jednoczesna prezentacja w tej samej galerii przedwojennych fotografii politycznych autorstwa Ericha Salomona, który jako pierwszy nazwał swój fach „fotodziennikarstwem”. Znaczenie fotografii prasowej w owym czasie pokazuje anegdota: „Kiedyś francuski minister spraw zagranicznych Aristide Briand wykrzyknął: A gdzie się podział doktor Salomon? Nie możemy zacząć bez niego, bo nikt nie uwierzy, że ta konferencja była ważna”.

Time Inc., udostępniając publiczności całe archiwum zdjęć „Life’a”, czyni z niego światowe dziedzictwo. Coraz szerszą publiczność interesują wystawy, festiwale, konkursy fotografii prasowej, albumy fotograficzne, ilustrowane kroniki. Jednak żywy fotoreportaż i esej fotograficzny, dla którego miliony czytelników „Life’a” płacili co tydzień 10 centów, stał się dziś w prasie gatunkiem rzadkim. - Historia nie zna narzędzia, które przetrwałoby utratę swojej praktycznej i społecznej funkcji: przecież nikt nie kroi dziś mięsa kamiennym ostrzem - zauważa Christian Caujolle, założyciel agencji fotograficznej Vu. - Tak jak fotograf zastąpił malarza, kamera telewizyjna zastąpiła fotografa.

Po odejściu „Life’a” z prasowego ringu widać, że klasyczny fotoreportaż już tu raczej nie wróci. ●