

Katedra Fotografii

# OD POMYSŁU DO PROJEKTU

Wiesław Jurewicz



**Katedra Fotografii**

# **OD POMYSŁU DO PROJEKTU**

**Wiesław Jurewicz**



Konsultacja merytoryczna: Krzysztof Albin

Redakcja: Barbara Jakimowicz-Klein

Skład i grafika: Krzysztof Wronikowski

Zdjęcie na okładce:  
koncepcja – Maciej Glinka,  
fotografia, aranżacja – Wiesław  
Jurewicz, dla Mens Health

Wydawnictwo MAWI  
Małgorzata Jurewicz  
[www.jurewicz.eu](http://www.jurewicz.eu)  
[wiesiek@jurewicz.eu](mailto:wiesiek@jurewicz.eu)

Wrocław 2024

Wszelkie prawa zastrzeżone.  
Bez pisemnej zgody wydawcy książka ta  
nie może być powielana i przetwarzana  
częściowo lub w całości.

# Pomysł na Fotografię

To klucz do umysłów i serc innych. Opowiem, jak wymyślić zdjęcia nie-szablonowe i zapadające w pamięci. Opowiem, jak opierając się na własnej kreatywności i pomyśle, zaistnieć mimo wielkiej konkurencji w tej materii. Pokażę jak korzystać z różnorodnych środków wyrazu. Szczególnie tych pomijanych w typowych książkach fotograficznych. Zaczniemy od małych, ale nietuzinkowych realizacji. Stopniowo, przez formy większe, dojdziemy do prawdziwych wyzwań. Po drodze zajrzemy do świata reklamy, advertorialu i editoriału. Odsłonię, jakie były kulisy powstania przedstawionych tu zdjęć, pochodzących z różnych etapów mojej wieloletniej pracy.

## **Wygodny fotel**

Pomysł to winda i szansa. Bardzo mocno uświadomiłem to sobie, pisząc pracę dyplomową o organizacji studiów fotografii reklamowej w Europie. Dotarłem wtedy do kontynentalnej czołówki tej branży. Jej poziom techniczny i artystyczny był kosmicznie wysoki. Ocenilem, że będę potrzebował naprawdę wielu lat, aby do niego dojść. Ale dostrzegłem też, że w sferze koncepcji te prace były skostniałe i dość nudne. Dlatego tam postanowiłem poszukać swojej szansy. W pierwszym rozdziale książki około 30% prac nie wymagało większych umiejętności warsztatowych. Czasem zamiast solidnej pracy na planie, lepiej wygodnie posiedzieć w fotelu. Myśląc.

## **Decydujące momenty**

Pierwszy, gdy zastanawiamy się, jakie stworzyć zdjęcie. Drugi, gdy w Mediosferze jest oglądane przez innych. Reszta to mało ważny dodatek. Myślenie nad fotografią należy rozumieć szeroko. Bo to jest nie tylko tworzenie i wybór koncepcji, ale też dokładna wizualizacja planu i logistyki wykonania z tym związanej, a także co najmniej dobra świadomość, jak nasz obraz będzie osadzony w Projekcie. Nad tym warto mieć również kontrolę. Bo w całym tym procesie chodzi o idealny wynik końcowy.

## O mnie?

Zamiast czytać o mnie, proponuję zerknijcie na parę losowych stron. Tu i tam. Jak znajdziecie tam coś wartego Waszej uwagi, to przeczytajcie resztę. A jak nie, to stanowczo odradzam! Wasz czas jest najcenniejszy.

Jestem przekonany, że każdy żyjący w naszej kulturze ma kompetencje fotograficzne. Dokładnie na wzór tych językowych u Chomsky'ego. Czyli umiejętność nieświadomego, ale prawidłowego czytania treści zawartych w zdjęciach. Dlatego jestem spokojny o Wasz werdykt. Zawsze będzie trafiony. Uwierzcie Chomsky'emu.

## O mnie

Tym wszystkim, którzy koniecznie jednak chcieliby coś o mnie wiedzieć (miło mi), powiem, że całe życie zajmowałem się bardzo szeroko pojętą fotografią. Pierwsze zdjęcia do oficjalnych zbiorów artystycznych sprzedałem 40 lat temu. Prowadziłem duże studio fotograficzne (400 m<sup>2</sup>, czterech fotografów). Przez 7 lat byłem dyrektorem kreatywnym sporej agencji reklamowej. Później wydawcą swoich albumów, książek i kalendarzy. 12 lat pracowałem jako fotograf advertorialowy i editorialowy dla dobrych, światowych czasopism. Moje prace są w zbiorach polskich muzeów zajmujących się sztuką użytkową. Znalazły się też w przeglądach europejskiego projektowania. Parę razy zdjęcia i projekty zostały uznane przez gremia eksperckie za najlepsze w kraju. Mówiły o tym ogólnopolskie media. Jeśli bylibyście ciekawi, które i dlaczego, to zapraszam dalej.

*Wiesław Jurewicz*

# Spis treści

Wizualny spis stron .....	5
Słowniczek .....	9
Oznaczenia zastosowane w artykułach .....	10
<b>BAZA .....</b>	<b>11</b>
Kreatywny świat .....	13
Kategorie Mediosfery.....	14
Warsztat kreacyjno-fotograficzny.....	15
Kreacyjne Środki Wyrazu (KŚW).....	16
Fotograficzne Środki Wyrazu (FŚW) .....	17
Kategorie psychologiczne .....	19
Projektowe Środki Wyrazu (PŚW) .....	19
Patchworkowy klan.....	20
Dlaczego kreacja jest taka ważna? .....	21
Zadanie dla Einsteina? .....	22
Mój Knyf .....	23
Praca poprzez Kreacyjne Środki Wyrazu.....	25
Wybór kluczem do sukcesu .....	26
Butik fotograficzno-literacki .....	27
<b>XS – NAJMNIEJSZE FORMY FOTOGRAFICZNE.....</b>	<b>29</b>
Strefa animizacji.....	31
Strefa analogii .....	39
Strefa metafor .....	63
Strefa jukstapozycji .....	81
Strefa znaków .....	94
<b>S – MAŁE FORMY FOTOGRAFICZNE .....</b>	<b>105</b>
<b>M – ŚREDNIE FORMY FOTOGRAFICZNE.....</b>	<b>129</b>
<b>L – DUŻE FORMY FOTOGRAFICZNE .....</b>	<b>143</b>
<b>XL – BARDZO DUŻE FORMY FOTOGRAFICZNE.....</b>	<b>211</b>
<b>XXL – MASTODONTY FOTOGRAFICZNE .....</b>	<b>241</b>
Podziękowania .....	257



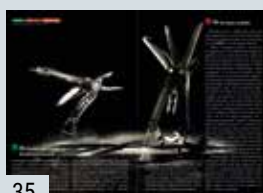
# Wizualny spis stron

Tak szybko odszukasz poszukiwane treści. Nie musisz pamiętać tytułu eseju, aby go ponownie przeczytać. Wystarczy skojarzyć towarzyszące zdjęcie. Bo wiadomo, że łatwiej zapamiętać charakterystyczny obraz, niż jeden z 200. tytułów. Wizualny spis można polubić!

## BAZA Fundamenty



## XS Najmniejsze formy fotograficzne





67



69



71



73



75



77



79



81



83



85



87



89



91



93



95



97



99



101



103



# S

Małe formy fotograficzne



107



109



111



113



115



117



119



121



123



125



127



# M

Średnie formy fotograficzne





131



133



135



137



139



141



**L**  
Duże formy  
fotograficzne



145



147



149



151



153



155



157



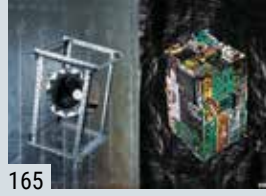
159



161



163



165



167



169



171



173



175



177



179



181



183



185



187



189



191



193





195



197



199



201



203



205



207



209

# XL

Bardzo duże formy fotograficzne



213



215



217



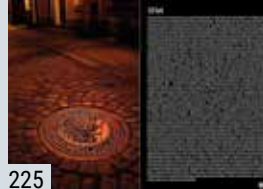
219



221



223



225



227



229



231



233



235



237



239

# XXL

Mastodoty fotograficzne



243



245



247



249



251



253



255



257

# Słowniczek

**Album** – zbiór zdjęć ze wspólną oprawą z dominującą rolą fotografii.

**Aluzja** – świadome nawiązanie do innego utworu.

**Analogia (porównanie)** – to podobieństwo pod pewnym względem.

**Animanty** – wszystkie przedmioty poddane procesowi animacji.

**Animizacja** – to nadanie przedmiotom lub pojęciom cech istoty żywej.

**Antropomorfizacja** – to nadanie przedmiotom lub pojęciom cech ludzkich.

**Antyestetyka** – przeciwieństwo estetyki.

**Aranżacja** – zestawienie elementów na potrzeby fotografii.

**Czarno-białe** – zdjęcie wykonane w szarościach i czerni.

**Dynamiczna kompozycja** – układ nie równo-ważonych linii sugerujący ruch.

**Dyptyk** – zestawienie dwóch części.

**Efekt aureoli** – przypisanie cech osobowości na podstawie wyglądu.

**Ekstrawersja** – skłonność do kierowania swojej uwagi na świat zewnętrzny.

**Epifora** – powtórzenie elementu w kolejnych segmentach utworu.

**Estetyka** – zdolność do odczuwania piękna.

**Forma** – nadrzędna reguła porządkowania elementów treści, to naczynie na treść.

**Fraktal** – obiekt samopodobny.

**High key** – tonacja oświetleniowa z niskim kontrastem oświetlenia.

**Hiperbola** – wyolbrzymienie cechy.

**Informacja** – przekaz znoszący określony stopień niepewności.

**Introwersja** – skłonność do kierowania swojej uwagi „do wewnątrz”, dysonans.

**Inwersja** – zmiana typowej cechy na odwrotną.

**Inwersja perspektywiczna** – fotografowanie spod linii horyzontu.

**Język wizualny** – zestaw charakterystycznych i stałych cech wizualnych umożliwiający tworzenie łatwo identyfikowanych projektów.

**Jukstapozycja** – to zestawienie dwóch lub więcej obrazów, budujące znaczenie nadrzędne.

**Kadr** – wycinek rzeczywistości na zdjęciu.

**Kalendarz wielopłaszczyznowy** – seria 12–13 płaszczyzn połączonych oprawą.

**Kod** – ciąg składników sygnału oraz reguła ich przyporządkowania składnikom wiadomości.

**Kompozycja otwarta** – elementy przekraczają krawędź.

**Kompozycja zamknięta** – elementy nie dochodzą do krawędzi.

**Koncert** – gatunek i forma muzyczna z elementami współzawodnictwa.

**Kontrast** – pokazanie danej rzeczy przez zestawienie z czymś przeciwnym.

**Kpina** – żart wyrażający lekceważenie.

**Low key** – tonacja oświetleniowa z oszczędnym użyciem światła.

**Metafora** – zestawienie obcych znaczeniowo pojęć tworzące związek o innym znaczeniu.

**Metonimia** – zastąpienie nazwy inną będącą w związku.

**Minimalizm** – bardzo oszczędne użycie środków wyrazu.

**Narrator pierwszosobowy** – to bezpośredni uczestnik wydarzeń.

**Palimpsest** – przekaz wielowarstwowy i wieloznaczny.

**Paralelizm** – podobieństwo treściowe lub kompozycyjne kilku części utworu.

**Pastisz** – utwór naśladowujący cechy innego utworu.

**Pocztówka** – niewielka pocztowa forma wysyłana bez koperty.

**Porównanie (analogia)** – to podobieństwo pod pewnym względem.

**Pragmatyka** – bada relacje zachodzące między znakiem a nadawcą lub odbiorcą znaku.

**Projekt** – zbiór wszystkich elementów wizualnych i obrazowych.

**Ptasia perspektywa** – fotografowanie z wysokości (ponad linią horyzontu).

**Równowaga** – prawidłowe radzenie sobie z różnymi zdarzeniami życiowymi.

**Rzut fotograficzny** – ujęcie z góry pod kątem prostym do podłoża.

**Semantyka** – bada relacje jakie zachodzą między znakiem a desygнатem.

**Semiotyka** – nauka o znakach. Dzieli się na: syntaktykę, semantykę i pragmatykę.

**Seria** – zbiór zdjęć powiązanych tematem lub bohaterem.

**Społeczny dowód słuszności** – podejmowanie decyzji na podstawie zachowań innych.

**Symbol** – semantyczny środek stylistyczny mający znaczenie dosłowne i znaczenia ukryte.

**Symfonia klasyczna** – utwór muzyczny składający się z 4 skontrastowanych części.

**Syndrom Syzyfa** – uporczywe podejmowanie tego samego wyzwania nie przynoszącego sukcesu.

**System Identyfikacji Wizualnej** – ogół charakterystycznych elementów wizualnych.

**Szpalta swobodna** – tekst i towarzyszące mu zdjęcia w dowolnym łamaniu.

**Szpalta tradycyjna** – tekst rozbity na kolumny wraz z wstawionymi zdjęciami.

**Światło kreatywne** – nieszablonowe i nietypowe użycie oświetlenia.

**Światło sceniczne** – układ odtwarzający oświetlenie w teatrze.

**Tableau** – tablica składająca się z wielu mniejszych zdjęć.

**Transgresja** – przekraczanie granic, np.: norm społecznych, kulturowych, biologii.

**Treść** – przeciwstawiana formie, odnosi się do znaczenia przekazu i jakości jego interpretacji.

**Trójkąt semiotyczny** – składa się z nośnika znaku, desygnatu znaku i użytkownika znaku.

**Tryptyk** – zestawienie trzech części.

**Uwaga** – proces psychologiczny decydujący o jakości odbioru informacji z otoczenia.

**Wystawa** – zbiór zdjęć w określonym miejscu i czasie opatrzony wspólnym tytułem.

**Znaczenie** – myśl zawarta w wypowiedzi.

**Znak** – przedmiot pośredniczący w sposób nieinstrumentalny między podmiotem poznania a przedmiotem poznawania.

## Oznaczenia zastosowane w artykułach

Oznaczenia przy zdjęciach:

**POJĘCIA MEDIOSFERY**

**KREACYJNE ŚRODKI WYRAZU (KŚW)**

**FOTOGRAFICZNE ŚRODKI WYRAZU (FŚW)**

**PROJEKTOWE ŚRODKI WYRAZU (PŚW)**

**POJĘCIA Z PSYCHOLOGII**

Oznaczenia przy tekstach:



**Tekst poświęcony Mediosferze**



**Tekst poświęcony Pomysłowi i KŚW**



**Tekst poświęcony fotografii i FŚW**



**Tekst poświęcony Projektowi i PŚW**



**Tekst poświęcony psychologii**

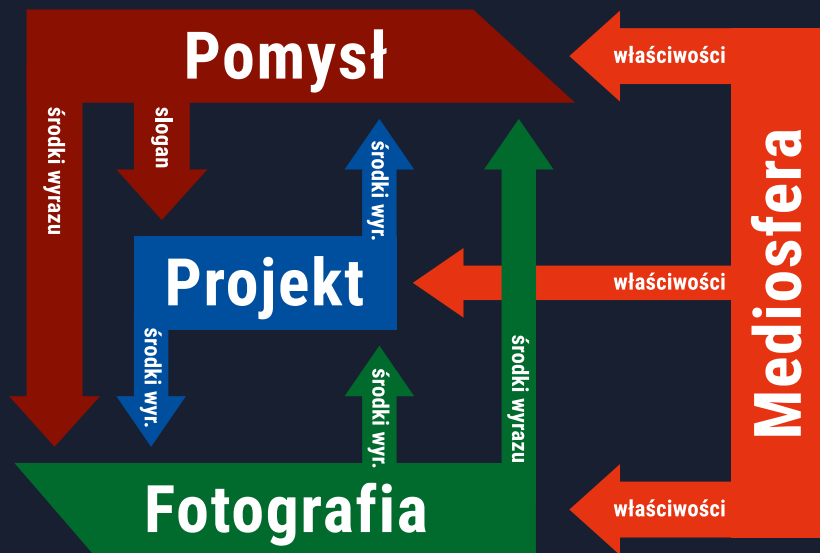


# Baza



# Baza

Wspomniałem o kompetencjach językowych w ujęciu Chomsky'ego. To wrodzona zdolność do posługiwania się gramatyką. Należy to rozumieć dwupoziomowo. Jako znajomość znaków językowych, ale także reguł wyznaczających ich funkcjonowanie. W każdym języku istnieje potencjalny podzbiór wypowiedzi (sygnałów) dopuszczalnych gramatycznie i rozpoznawalnych jako zdania tekstowe. Uważam, że podobnie jest w naszym pojmowaniu obrazów. Na poziomie pierwszym, z dwuwymiarowej fotografii potrafimy odszyfrować trójwymiarowy świat. Fundamentem jest biologiczna budowa oczu i struktury mózgu wraz z ich „oprogramowaniem” pozwalającym interpretować widok z siatkówki. To absolutnie fascynujące osiągnięcie ewolucji. Na drugim poziomie umiemy prawidłowo rozpoznać różne relacje między składnikami obrazu. Myślę, że ma to już bardziej społeczne, wyuczone poprzez praktykę podłoże. Podobna percepcja wystarczy, aby prawidłowo odczytywać treść zdjęć i funkcjonować w otaczającej rzeczywistości i ikonosferze. Ale jeśli mamy głębiej porozmawiać o tym, jak budować mocne przekazy, to te wrodzone kompetencje odczytywania fotografii nie wystarczą. Szczególnie, że będziemy poszukiwali przejścia od nieuświadomionego procesu widzenia do skutecznej komunikacji. Skutecznej i kreatywnej. Dlatego na początku trzeba poznać trochę pojęć i powiązań między nimi. Napisałem to najprzystępniej jak potrafiłem, dodałem przejrzyste grafy. Jest też słowniczek terminów. Te kilkadziesiąt nowych słów plus zarysowane zależności pozwolą przyjemnie i bezstresowo przyswajać kolejne rozdziały. Lekturę pierwszego można traktować jako inwestycję w nowe kompetencje. Zapraszam.



## Kreatywny świat

W tej książce Pomysł i Fotografia będą najważniejsze. Pozwolą wystartować oraz poniosą na skrzydłach w dal. Na koniec wylądują w Projekcie. Ten ostatni trafi do „współczesnego Rzymu”, gdzie zbiegają się wszystkie ścieżki, drogi i autostrady medialne.

Mediosfera, bo o niej mowa, dla fotografa i projektanta, to coś na kształt wyjściowych warunków zewnętrznych. Nie mamy na nie wpływu i musimy się dostosować. Bo zdjęcie może być kluczowym elementem efektownej reklamy lub jednym z setek w ważnym albumie społecznym. Do pierwszej koncepcji wybieramy odmienne drogi dojścia jak do drugiej. Podczas tej pracy, oprócz wielkości publikacji i rodzaju medium, istotna jest też intencja komunikacyjna. Reklama rządzi się swoimi prawami, Wydawnictwa własnymi, a advertorial jeszcze innymi. Warto wspomnieć jeszcze, że Projekt to wynik wieloetapowej pracy nad przekazem. Jest sumą części wizualnej i werbalnej. Na część wizualną składa się fotografia i grafika, na werbalną slogan, lid i tekst. Zdjęcie jest tylko jednym z wielu składników. Jestem przekonany, że obecnie najczęściej chyba najważniejszym. Pomysł, Fotografia i Projekt realizują się poprzez różne Środki Wyrazu, tworzące skojarzeniowy ciąg myśli, takie jak metafory i analogie lub znaki i symbole. Na głębszym poziomie organizacji – eseje czy opowiadania. Oddziałują one na siebie wzajemnie, choć tym wpływającym z Pomysłu przypisałbym nadrzędną rolę.



## Kategorie Mediosfery

Świat mediów dzielę na trzy wielkie obszary:

### **Editorial**

Rozumiem to pojęcie bardzo szeroko jako rynek wydawniczy i to zarówno książkowy, internetowy, jak i czasopism. Klasycznie to większa całość, z dużą ilością treści (w tym zdjęciowych), połączonych prezentowaną ideą. Cechą wspólną byłoby tutaj tworzenie materiałów redakcyjnych, a nie reklamowych. Przykładowe formy, często z dominującym udziałem fotografii, to albumy, kalendarze, miesięczniki, strony internetowe, a także artykuły. Dominują tutaj większe całości. Pod względem klasycznych podziałów fotograficznych w editoriale znajdziemy wszystkie wielkie gałęzie fotografii typu reportaż, portret, krajobraz, nurty artystyczne i dziesiątki innych.

### **Advertisement**

Czyli rynek reklamowy. To płatne i oznakowane formy służące celom marketingowym. W porównaniu do editoriale cechuje je szczególnie wysoka kultura wykonawcza i bardzo duża intensywność ekspozycji. Są to produkcje niewielkie objętościowo, ale silnie obecne w Mediosferze. Każdy przedmiot stworzony przez człowieka może pojawić się w reklamie. Powstały setki specjalizacji, takich jak fotografia mody, kosmetyków, elektroniki, aut, rowerów i wiele, wiele innych. Reklamy przedstawiają wyidealizowany produkt, ale odbiorca o tym wie.

### **Advertorial**

To działanie na pograniczu editoriale i reklamy. Używa się tu środków typowych dla rynku wydawniczego, ale „dziwnym zbiegiem okoliczności” przy okazji w sposób zawaolowany prezentuje się treści przynoszące korzyści zamawiającemu. Co do zasady powinno być to oznakowane. Powinno, ale... często nie jest, bo na przykład redakcja wykorzystuje na „neutralnych” sesjach przedmioty otrzymane od klientów reklamowych. Powiedzmy, że tak jest wygodniej kierownictwu produkcji. Przyjmuję, że każde zdjęcie, gdzie jesteśmy w stanie zidentyfikować markę przedmiotu, umieszczone przy redakcyjnych treściach, jest advertorialem. Ten rynek, szczególnie poprzez SM inne formy w internecie, bardzo urósł w ostatnich latach. Wiele działań wyglądających na editoriale tak naprawdę jest advertorialem.

Podsumowując. W editoriale Wydawca tworzy interesujące treści i liczy, że ktoś za to zapłaci. Zamieszczając reklamę (advertisement) Wydawca inkasuje pieniądze od firmy, aby ktoś je obejrzał. A w advertorialu Wydawca udaje, że tworzy Editorial, ale bierze jak za reklamę. Fakt udawania jest tutaj bardzo istotny.



## Fotograficzne Środki Wyrazu (FŚW)

Mam wrażenie, że rozważania o tych narzędziach to taki samokopiujący się proces. Wszyscy potwarzają to samo. Kadr lub wycinek, perspektywa, ziarno, szумы, ruch, głębia ostrości, zmiękczenie obrazu, itp. A przecież część z tych wymienionych ŚW związana jest ewidentnie z „wadami” i „niedoskonałościami” lub, jak wolicie, cechami (czasem już historycznymi) technicznymi procesu zdjęciowego. Na etapie wymyślania fotografii nikt nie postulował ziarnistości, nieostrości, poruszeń, szumów czy procesu czarno-białego. Te właściwości musieliśmy polubić, bo nie było wyjścia. Fotografowie tym się zachwycają, ale Kowalski ma to w głębokim... poważaniu. Jego psychofizjologia widzenia, podobnie jak i Twoja Czytelniku, jest bajecznie kolorowa (w zakresie widzenia fotopowego), ciągła i zawsze ostra. I ja ufam Kowalskiemu. Na swoje potrzeby dzielę więc te środki na przezroczyste i nieprzezroczyste względem świata. Te drugie wprowadzają do obrazu własną interpretację, powiedziałbym na poziomie typowo graficznym. Analogicznym jak kropki w technice mezzotinty. I jeśli już, to ja wolę mezzotintę.

Fotografowie mają iście hamletowski wybór: między autentyzmem a ciekawym formalnie obrazem. Spora część wybiera ten drugi, dekorując nimi korytarze rzeczywistości. Ale przeciętnego Widza to nie interesuje. I powiem szczerze, ma rację! Siłą fotografii jest związek z rzeczywistością. Oczywiście istnieje obszar przejściowy, gdzie można szukać swojego szczęścia. Ale skupiam się na pryncypiach, a nie dzieleniu włosa na czworo. Takim społecznym dowodem na to, że mogę mieć rację jest analiza Mediosfery. I statystyka tego, co zobaczymy najczęściej. Będzie to kolorowe, ostre i ładne. To ostatnie to już kategoria psychologiczna (estetyka). Jak odrzucimy z opisywanej palety FŚW te techniczne, to zostaje niewiele. W literaturze fotograficznej i jej stereotypowym kanonie oczywiście. Bo w rzeczywistości zostają te istotne. Tyle, że one nie są już tak łatwo uchwytnie. I należałoby o nich mówić na zupełnie innym poziomie.

Najłatwiej będzie mi to wyjaśnić na gruncie studia fotograficznego i oświetlenia. Tradycyjnie mówi się o tonacji high, middle i low key. Nie jest to całkiem pozbawione sensu, bo łączy kontrast oświetlenia z kontrastem własnym sceny. Ale tak naprawdę nie mówi wiele. Bo w niskim kluczu mogę zrealizować coś na kształt malarstwa flamandzkiego lub bardzo linearny obraz kojarzący się z nowoczesną grafiką. Dlatego sensowniej i dokładniej byłoby mówić o nastrojach. Na przykład o efekcie światła porannego (optymistycznego) lub zachodu słońca. Albo środka upalnego dnia lub nocnego klubu. Często też używam czegoś, co nazywam światłem laboratoryjnym. Możemy tworzyć zupełnie autorskie układy, które mają na celu wywołanie określonych stanów. Światło to narzędzie podporządkowane komunikacji psychologicznej (oczywiście też celom marketingowym).

Zupełnie podobnie jest z kompozycją. W tekście (str. 76) w strefie metafor pokażę na przykładzie, jak położenie motywu w przestrzeni kompozycji zamkniętej wpływa na jej interpretację. Ta analiza będzie o tyle niezwykła, że dokonana na gruncie językowym. A precyzyjniej rzecz biorąc, na gruncie metaforycznej pracy umysłu, mającej odzwierciedlenie w języku. Moim zdaniem też w tym wizualnym, w który jesteśmy wyposażeni.

Czyli klasyczne (te samokopiujące się treści) rozważania mają pewne zastosowanie powiedzmy na poziomie wystroju ściany. Tyle, że fotografia to nie dekorowanie wnętrza, tylko metoda opowiadania o świecie! Przynajmniej w tej książce.

Wydaje się więc, że o FŚW należałoby napisać rzetelną pracę nakierowaną zarówno na uwarunkowania psychologiczne, jak i językowe. Uważam zresztą, że bardzo często oba te spojrzenia prowadzą do tożsamyh wniosków.



## Parę słów o kadrze

Oddzielne uwagi chciałbym poświęcić św. Graalowi fotografii, czyli kadrowi. Coś fundamentalnego dla fotografa. Niby rzecz oczywista, ale bardzo nieoczywista. Bo na gruncie „gołego” zdjęcia, ramka odcina elementy zbędne. Zostaje to, na co ma być zwrócona uwaga. Problem pojawia się jednak, gdy fotografia staje się najważniejszym, ale jednak składnikiem Projektu. Pierwszym wyzwaniem jest dokładne ustalenie proporcji obrazu. Mamy tutaj cztery podstawowe sytuacje: wydłużony poziom, poziom, kwadrat i pion. Pierwszy format jest bardzo dobrze przypisany do pejzażu. Drugi do reportażu ulicznego. Trzeci bardzo wygodny w projektowaniu. Ostatni, czyli pion, stosujemy w książkach, gdy nie chcemy mieć przelamanych zdjęć lub na instagramie.

Na poziomie projektowym dylematy kadrowe są jednak większe. Tam, czasem zrobienie świeżej, spójnej i lekkiej całości ze standardowych zdjęć jest poważnym wyzwaniem. Bo samonarzucający układ jest jeden. Nazywam to syndromem książki kucharskiej: ramki z pięknymi zdjęciami i obok kolumny tekstowe. Jak ułożymy 100 takich układów po sobie, robi się nudno i szampańsko. To pracuje bardzo przeciwko autorowi. Warto się zastanawiać, czy można coś z tym zrobić? I od razu powiem, że można (str. 243). Tyle, że problem trzeba zauważyć już na etapie tworzenia koncepcji fotografii.

Dlatego kadr i ramka to pojęcia dla mnie bardzo podejrzane. Nazywając to od strony projektowej (PŚW), alergicznie unikam kompozycji otwartych w fotografii. Oczywiście wtedy, gdy mam na to wpływ.

Fragment billboardu.

Koncepcja – Wiesław Jurewicz.

Fotografia – Wiesław Jurewicz, Tomasz Zieliński.

Dla: Telekomunikacja Polska S.A.



**XS**



# Najmniejsze formy fotograficzne

W tym rozmiarze mówimy o jednym zdjęciu w Projekcie. Na przykład klasycznej reklamie lub rozkładówce w czasopiśmie, odpowiedzi na FB, plakacie. Mogłaby to być też pocztówka, obrazek na ścianie lub krótki wpis na SM.

Nobel Wiśławy Szymborskiej dowodzi, że nie trzeba napisać tysięcy słów, aby zostać zauważonym. To nawiązanie do poezji jest tu nie z przypadku. Fotograficzny wymiar XS to wyzwanie równie duże, jak krótkie haiku.

Taką syntezę osiągniemy używając najsilniejszych Kreatywnych Środków Wyrazu (KŚW), takich jak metafory, analogie, aluzje, jukstapozycje czy znaki. A też animizacje i antropomorfizacje. Wszystko to wsparte innymi ŚW.

Rozdział uporządkowany jest według używanych KŚW. Rozpoczynają go animizacje (4 tematy), po nich, po kolei, strefy: analogii (11 tematów), metafor (9) i jukstapozycji (4). Na końcu są znaki (4) i homonimie (2). Oprócz tytułowych pojęć, opisane są tam też środki pokrewne. Znajdziemy również zagadnienia w inny sposób łączące się z prowadzoną narracją. Czasami powiązane w mniej oczywisty sposób. Zdecydowana większość prac to ilustracja do artykułów prasowych, są też plakaty muzyczne i reklamy.

Z wysoką intensywnością ekspozycji, charakterystycznej dla tych bardzo kameralnych form, związane są wysokie wymagania artystyczne i techniczne. I co najważniejsze, pewna uniwersalność oraz „bezpieczeństwo” przekazu.

## Strefa animizacji

Na rozgrzewkę przeanalizujemy popularną normę zakładową. Czyli ciuchy rozłożone na płasko. To bardzo często stosowana antropomorfizacja. Zalety tej metody są rozliczne. Na przykład niepotrzebna jest modelka. Co prawda zawsze wnosi ona dużo życia, ale z drugiej strony... zajmuje dużo miejsca! Popatrzmy na zdjęcia niżej – 17 produktów po lewej i 15 po prawej (chyba, koniecznie sprawdźcie!). W klasycznym modelingu potrzebowałibyśmy minimum po cztery zdjęcia, aby zawartość z tych „sylwetek” dobrze sprzedać. A tutaj 3 kolejne strony możemy przeznaczyć na coś innego. Poza tym zaoszczędzimy kasę na modelce, make-up, fryzjerze. Nie trzeba też rezerwować miejscówki. Lub liczyć na pogodę w plenerze. Bardzo szybka realizacja to kolejny argument. Czas producentki i stylistki jest cenny. Ekonomia często decyduje.



Koncepcja – Donata Kaufhold.  
Fotografia – Wiesław Jurewicz. Dla: Women's Health.

Zdjęcie z prawej jest zdecydowanie mniej standardowe. „Surowcem” było tutaj 6 szalików. Nie są to klasyczne atrybuty kibiców, ale... jakoś mi się skojarzyły z wyposażeniem meczowym. Dlatego stały się koszykarzem. Jak widać można próbować wystylizować głowę i twarz, a nawet grafikę na koszulce. Bardzo ciekawe jest tutaj światło. Pomarańczowy cień rysuje linie barków i palce u ręki, a dodatkowo trochę harmonizuje niebieski szalik z resztą.

Metodę antropomorfizacji lub animacji można jednak przenieść na znacznie mniej oczywiste tematy. Podejść bardziej twórczo i niesztampowo. Co zobaczymy w kolejnych realizacjach.

**RZUT FOTOGRAFICZNY**

**KREATYWNE ŚWIATŁO**

**ANALOGIA**

**ANTROPOMORFIZACJA**

**ADVERTORIAL**

Koncepcja, stylizacja, fotografia – Wiesław Jurewicz.





## Breakdance

Jeśli dwa „gołe” swetry mają zagospodarować stronę w czasopiśmie, to trzeba uruchomić myślenie syntetyczne i plakatowe. Wskazaniem kierunku była animizacja, bo co do zasady, daje szansę na anegdotę i ruch. W dodatku jest pewnego rodzaju normą w tej branży. Choć raczej dotyczy to wieloelementowych kompozycji, a nie pojedynczych ciuchów. Można było wyobrazić sobie wiele pomysłów, co te swetry „mogłyby robić”. Były jednak pewne warunki brzegowe. Pierwszy to okazanie zastosowanych fasonów (w serek i półokrągłe). Drugim równoważne potraktowanie obu wzorów. To wskazywało na symetryczną kompozycję. Wszystko miało tu dobrze zagrać. A jak widać... zatańczyło. Prawdę powiedziawszy, było to jedyne sensowne rozwiązanie, jakie udało się znaleźć. Inne oferowały o wiele gorsze wypełnienie strony. Gdyby zdjęcie było poziome, to nie byłoby z tym problemu. Dodany tytuł bezpośrednio nie odnosi się do obrazu, ale podkreśla wysoką jakość odzieży. Razem to niezłe współgra. Obrazek łowi uwagę. Slogan („Wiesz za co płacisz”) zachęca do wydatku.

## Myślenie plakatowe

Pomysł przyjęty powyżej jest najważniejszy. To niejako drogowskaz. Ze wszystkich kierunków świata wybraliśmy ten jeden uprzywilejowany. Ale na poziomie realizacyjnym pojawia się pytanie: jak przełożyć go na środki fotograficzne? Znów mamy sporą liczbę ścieżek. Z reguły można wybrać kilka zupełnie różnych realizacji. I niektóre mogą być dobre, a inne klapą.

Moje rozumowanie nad tym tematem było następujące. Te swetry są bardzo nudne i niezbyt pasują do siebie. Należy je silniej powiązać, traktując jako pojedynczą formę – rzeźbę. Miałem jedynie dwa atuty – kompozycję i światło. A właściwie należałoby to odwrócić. Dysponowałem światłem, które mogło zbudować kompozycję. Na przykład z jasnych i ciemnych linii. I jak widzicie, poza liniami prawie nic tutaj nie ma. Te ciemne uległy uwspólnieniu, jasne są kontynuacją, ale z przejściem kolorystycznym.

Wynik jest zaskakujący, bo z jednej strony to taniec dwóch postaci. Ale jest też druga droga. Łatwo zauważymy postać w czerwonej czapeczce. Twarz z opaską, powyżej, zamiast oczu „szczelina obserwacyjna”? A może świetliste czoło? Nad tym jakaś burza „włosów” lub piór. Otwiera się trochę pól do interpretacji. W tym moją ulubioną: „na złodzieju czapka gore”.

Nad choreografią nie będę się rozwodził – coś mi tam przyświecało: jakaś faza ruchu, jakaś fizyka tego. Kompresja od prędkości. Ale nie podejmuję się dokładniej tłumaczyć. Czasem trzeba dać pole intuicji. Jakiejś, zbudowanej podświadomie kompetencji. Zresztą choreografia była podporządkowana tym celom, które opisałem powyżej.

Możliwość dołożenia tego dodatkowego przedstawienia dostrzegłem w trakcie pracy nad tematem w studiu. I pociągnąłem tak temat, aby nie do końca było wiadomo, o co chodziło. Czyli albo para w dynamicznym obrocie w tańcu ludowym, albo złodziej, na którym czapka płonie. I jak tu nie kochać fotografii?

Patrząc po latach na ten projekt, zmieniłbym troszkę górną partię tła. Mogłoby być tam jaśniej. Podobnie jak zrobiłem na dole, aby silniej otworzyć przestrzeń. Taki drobiazg.

Koncepcja, stylizacja, fotografia – Wiesław Jurewicz. Dla: Mens Health.





## Dla komórek dwubiegunowych

Ewolucyjnie jesteśmy przystosowani do wykrywania w ciemnych partiach obrazu nawet najśłabsze kreskowe kontrasty. Już na najbardziej podstawowym poziomie ma to odzwierciedlenie w budowie pierwszych warstw siatek. Dajmy wobec tego Widzowi to, co go interesuje – nagromadzenie linii! Tutaj są one wyłącznie skośne, co potęguje wrażenie dyna-

miki i niepokoju. Ich punkt zbiegu przesunięty jest w prawo, względem klasycznej perspektywy centralnej. Szczególną rolę przypisałem ostrzu noża, które przekształciłem w żądło. Jest na granicy poprawności oświetleniowej, lekko ją przekraczając. Podobnie jest z dziurami w blaszanym podłożu. Też „niczemu nie służą”, wprowadzając brud i niepokój.





## W nocnym zaułku

– Będziemy pisali o multitoolach, zrób nam taki pojedynek tych dwóch scyzoryków. Materiał będzie o różnych multitoolach, potrzebujemy rozkładówkę i trochę miejsca dookoła.

Hmm... Zaczynam myśleć – przychodzi mi do głowy coś na kształt westernowego pojedynku w ostrym słonecznym dniu. Błyszczą colty, jeszcze sekunda i padnie trup. Patrzę na te scyzoryki, patrzę w swoją głowę i coś jakby nie tak. Nie widzę tego – nie tędy droga... Może „pojedynek” to po prostu mordobicie? Biorę przedmioty do ręki i bardzo uważnie oglądam. W rozwartych szczękach kombinerek dostrzegam analogię do jakiś gadów. Jest jakiś punkt zaczepienia, ostrze może naśladować żądło. Ok! Widzę TO. Drugi tool ma inne proporcje, mógłbym go wprawdzie też otworzyć, ale to będzie tautologia, a poza tym różni się bardzo wielkością. Ma też zdecydowanie więcej końcówek, co bardziej kojarzy mi się z obroną niż z atakiem. Można w nim dostrzec też „oczy”. Ok też TO widzę! Przypisuję role – mały będzie agresorem i będzie w pierwszym planie. Dodatkowo musi być w powietrzu (co jest dość oczywiste). Duży zostanie zaatakowany, ale los pojedynku nie jest nijak przesądzony. Manewr i agresja małego kontra wielkość i wyposażenie dużego. Teraz pomyślmy o reszcie. Takie gwałtowne starcie kojarzy mi się z mrocznym zaułkiem oświetlonym jedną latarnią... Brutalne szybkie jak błysk starcie.

Ustawiam plan i aparat. Wybieram dłuższą ogniskową. Mały scyzoryk podwieszam na sztywnym drucie, drugi tylko podpieram. Teraz światło. Tu mogę wykorzystać moją przewagę konkurencyjną, bo zbudowałem sobie fantastyczny system do oświetlania małych rzeczy. Mając wielką kontrolę nad takim planem, mogłem zadbać o niuanse, w tym „dziwnie dobrze” oświetlone logotypy.

Zrobiłem też bardziej poprawnościową w obu tych aspektach wersję, i ta poszła do druku.

Zastosowana tutaj tonacja low key, to fotograficzny samograj. Pozwala na bardzo łatwą kontrolę i syntezę linii, a też zakładanie kluczy oświetleniowych. Metoda obniża też koszty aranżacji i jakość potrzebnych elementów.





Koncepcja, aranżacja – Donata Kaufhold.  
Fotografia – Wiesław Jurewicz. Dla: Mens Healthth.



## ■ Młotkiem w buraka

Nasz sposób odbioru obrazów jest bardzo wyrafinowany. Umysł bardzo oszczędnie gospodaruje zasobami i nie jest to postrzeganie mechaniczne. Czyli oglądanie piksel po pikselu, czy linijka po linijce. W pierwszym pobieżnym kontakcie wyłapujemy uproszczony kształt, jego separację od tła oraz kolor. Tylko tyle. O tym czy warto poświęcić więcej uwagi decyduje zgromadzone doświadczenie i nasze „oprogramowanie”. Na tym etapie najważniejsze są dwa przeciwstawne czynniki. Wrodzone dążenie do piękna kontra emocje. Czyli tendencja klasycyzująca i ekspresyjna. Te czynniki nie działają jednak przeciwstawnie. Bardzo często obrazy, które nas zainteresują, wykazują obie te cechy. Myślę, że to, w jakich proporcjach, bardzo zależy od predyspozycji i doświadczeń indywidualnych. U mnie na przykład, drugi aspekt silnie przeważa nad pierwszym. Po latach pracy w pismach kobiecych i męskich, zaryzykowałbym też twierdzenie, że u Pań większą rolę gra wrodzone poczucie piękna i harmonii. Warto o tym pamiętać.

Jak działa ten balans doskonale widać na przykładzie obok. Owalna kompozycja ma jedną oś symetrii, przebiegającą wzdłuż długiego boku. Ta cecha to silny wyróżnik klasycznego pojmowania piękna. Wydawałoby się, że orientacja (poprzez obrót) obrazka nie powinna zasadniczego zmieniać jego interpretacji. Tymczasem porządek w wariantach poziomych jest zdecydowanie mniej widoczny. Obejmuje tylko ogólną syntezę kształtu (do elipsy). Porównując oba warianty pionowe łatwo dostrzec, że też nie są tożsame. Choć niby mają tę samą oś. Wnioski (które stosuję od bardzo wielu lat) są z tego dwa. Symetria wizualna (w odróżnieniu od matematycznej) ma pionową oś. Drugim kluczowym czynnikiem jest grawitacja. A szczególnie jej porządkujące oddziaływanie.

Kompozycję ułożyła Donata Kaufhold, która jest zresztą dyplomowaną artystką. Moja „interwencja” polegała na dodaniu rozrzuconych ziaren granatów i jeżyn. Co idealnie potwierdzałoby wcześniejsze podejrzenia, o innych statystycznie rozkładach funkcji klasycyzującej i ekspresyjnej w widzeniu obu płci. Tego wydaje mi się nie było u Arnheima (Myślenie wzrokowe).

# **Efekt synergii**

Chyba trudno byłoby sobie wyobrazić realizację z tymi pięcioma artefaktami, która będąc równie minimalistyczna, powiedziałaoby tak dużo. Jest to zasługą użytych różnorodnych środków wyrazu, które doskonale współbrzmiały. Można byłoby to widzieć jako koncert, gdzie temat stopniowo rozpisano na różne instrumenty.

Rozpoczyna Analogia (KŚW) i to niejako podwójnie. Na poziomie całości przez skojarzenie z brzytwą w tytule, ale też przez wyróżnienie wspólnej cechy (analogii) smukłości we wszystkich urządzeniach. Temat przejmuje teraz zastosowana Perspektywa (FŚW). Redukcja szerokości artefaktów (tu głębokości) pozwala zgrabnie pokazać razem spory laptop i niewielki odtwarzacz mp4. Motyw z powrotem wraca do KŚW, lewitacja przedmiotów nad podłożem to Metafora, kojarząca się z nowoczesnością i przyszłością. Ze wsparciem przychodzi znów Perspektywa – zastosowany silny zabieg podkreśla dynamiczny ruch przedmiotów. One podróżują w głąb kartki. A dlaczego tak się dzieje, będzie za chwilę. Bo w sceniczne reflektory wkracza Oświetlenie. Jego górne partie zarysowują cienie (a dokładnie rzecz biorąc półcienie) na podłożu. Stąd się dowiadujemy, że przedmioty są w powietrzu. Reszta zespołu Oświetlenia umiejętnie zarysowuje jasną przestrzeń przed podróżnikami. Jednocześnie bardzo oszczędnie traktuje elewacyjne, tylne ścianki urządzeń. Poruszamy się od ciemnego do jasnego, bo tak pracuje metaforyczny program sterujący naszym mózgiem. Lecimy w głąb kartki i przyszłość jest tam przed nami.

Widzimy, że Oświetlenie stało się tutaj perfekcyjnym realizatorem partytury napisanej przez Analogię, Metaforę i Perspektywę.

W książce skupiam się nad KŚW, bo uważam, że Pomysł jest najcenniejszy i najsilniejszy. Ale często wymaga on bardzo dobrego przełożenia na Fotograficzne Środki Wyrazu. Jeśli chcemy mieć za każdym razem idealny wynik, to warsztat też powinien być sprawny.

Finał zagrały tutaj PŚW, które poprzez kolumny tekstowe i zdjęcia katalogowe sprzedały urządzenia. Szpalta bardzo ładnie gra i wygląda. Przyznam się, że jednak wolę czyste, abstrakcyjne zdjęcie.

Advertorial to jest komunikacja perswazyjna, nawet (a może przede wszystkim), gdy stosuje metody bliskie działalności edytorskiej czy artystycznej.





**HIGHT KEY**

**PRZESTRZEŃ**

**ANALOGIA**

**MINIMALIZM**

**ADVERTORIAL**

Koncepcja – Maciej Glinka. Fotografia – Wiesław Jurewicz. Dla: Mens Health.



## Strefa metafor

Prawdę mówiąc, zupełnie nie wiem, jak myślą podczas pracy fotografowie. Czasem mam wrażenie, że niektórzy nie myślą, tylko podlegają akcji. Czyli stają się wrażliwym detektorem sytuacji. O ile w reportażu takie postępowanie mogę jeszcze zrozumieć (z trudem), to w fotografii studyjnej lub dużych tematach mam z tym problem. Bo w gruncie rzeczy, przy każdej pracy o wyniku decyduje metodologia. Najlepiej skuteczna, czyli szybko prowadząca do dobrego wyniku. Metodyczna analiza koncepcji, którą przeprowadzam przed zdjęciem, siłą rzeczy odbywa się na gruncie abstrakcyjnym, językowym. I dopiero wtórnie wynik przepisuję na stronę wizualną. W zasadzie też za pomocą słów. Wizualizuję ją sobie poprzez opis. Ten ostatni to, moim zdaniem, językowy odpowiednik fotografii. Doskonale to będzie widać w rozdziale S, w tekstach o animantach.

Czyli rozmawiając o tworzeniu fotografii, nagle znajdujemy się w jądrze języka. To nie jest jakiś odkrywczy wniosek, tylko bezsporny i oczywisty fakt. Nasz umysł funkcjonuje poprzez tworzone skojarzenia i konstrukcje językowe, a ich wpływ jest o wiele głębszy niż bylibyśmy skłonni przypuszczać. Zajmuje się tym lingwistyka kognitywna, która w centrum swoich zainteresowań postawiła metafory. Te ostatnie to przecież krem naszego życia. W tym krótkim tekście, jak dotąd użyłem siedmiu. Dla mnie to wspomniała metoda komunikacji, a szerzej patrząc patent na myślenie. I teraz pora zadać sobie pytanie, czy opisową i trochę nudną fotografię dałoby się zmetaforyzować.

Pytanie jest retoryczne, bo właśnie wkraczamy w strefę metafor (i metonimii)! Sami będziecie mogli ocenić jak silne to narzędzia.

Na koniec jedno bardzo ważne zastrzeżenie. Wspomniałem, że szukam pomysłów poprzez instrumenty językowe. Nie chciałbym jednak, abyście sądzili, że tę metodę myślenia stawiam ponad wizualną. Ta druga jest dla mnie równie ważna. Zawsze budując obraz myślę o „szybkich, nieświadomych ścieżkach” w naszym mózgu. Pokorne cięły dwie matki ssie (to znów przepiękna metafora). Dlatego ta publikacja rozpięta jest między bordowymi a zielonymi kafelkami (przy sporym współudziale fioletowych i mniejszym niebieskich oraz czerwonych).





**RZUT FOTOGRAFICZNY**

**METAFORA EDITORIAL**

Koncepcja – Maciej Glinka.  
Fotografia – Wiesław Jurewicz.  
Dla: Men's Health.

Z metaforami jest chyba jak z dowcipami. Jeśli trzeba je wyjaśnić, to nie są dobre. Te poniżej zrobiłem według pomysłu Maćka Glinki, a były ilustracją artykułów o alternatywnych dietach dla sportowców. Na własne potrzeby wymyśliłem takie tytuły do zdjęć „warzywka biegusiem”, „owocowa moc”.



## ■ Nieoczywista oczywistość

Zdjęcie samodzielnie należałoby odczytywać jako „zegarki na start”. W warstwie językowej artefakty zostały zastąpione wieloznacznym pojęciem „czas”. Powstałą metaforę należałoby zaliczyć, według klasyfikacji Lakoffa i Johnsa, do grupy „czas to przedmiot ruchomy”. Znajdziemy w niej też takie, jak: „czas ucieka”, „czas płynie”, „czas wlecze się”, „nadszedł czas działania” czy „w nadchodzących tygodniach”. Przez taką budowę „czas” uzyskuje orientację przód – tył i jest powiązany z ruchem. Dlatego „tygodnie przed nami”, to te, które dopiero nastąpią. W naszej praktyce językowej szerzej funkcjonuje metafora „czas, start”. Oznaczająca początek jakiegoś działania, o znanym końcu (terminie). Modyfikacja, która została tu dokonana znacząco zmienia sens. „Czas na start” to początek wyścigu, w którym zostanie wyłoniony zwycięzca. Co idealnie zgadza się ze zdjęciem i zamysłem redakcji.



## ■ Projekt na start

Dobry projekt to suma całości. A właściwie to więcej jak suma. Może jakieś mnożenie? Ta realizacja jest tego dobrym przykładem.

Mamy tutaj surową fotograficzną metaforę, bardzo zgrabnie połączoną ze sloganem oraz luźnym układem tekstowym. Bardzo dobrze została tutaj wpleciona warstwa informacyjna wypełniająca wolne przestrzenie. Oddzielnego komentarza wymaga też wykonanie tytułu. Koło barw jednoznacznie kojarzy się tu z szerokim przeglądem możliwości, okrągły kształt



z błyszczącymi literami nawiązuje do kopert zegarowych. Całość, mimo prostych środków, jest lekka i efektowna. Jediną wadą (ale może jednak nie) jest obrócenie tradycyjnego widoku koperty zegarków. Advertorial ma się odróżniać od reklamy i dlatego taki chwyt tutaj przechodzi.





Koncepcja – Maciej Glinka. Fotografia – Wiesław Jurewicz. Produkcja – Agnieszka Herbst. Dia: Men's Health.



## Kompozycja z punktu widzenia mózgu

Zacznę od anegdotki. Otóż kiedy byłem jeszcze młodym fotografem (trudno uwierzyć, ale tak było), przychodził do mnie mój wspólnik i mówił: nie masz jakiegoś innego ujęcia? Bo to jest tak zrobione, że nic tu nie można już wykadrować. Odpowiadałem z dumą: widzisz tak się fotografuje, wszystko jest tutaj idealne! Jak widać czasem lepiej milczeć...

Moje podejście szybko się zmieniło, gdy zacząłem sam projektować. Nagle dostrzegłem, że wystarczy niewielka zmiana proporcji, by efekt upadł. Nie mówiąc już o konieczności przejścia na przykład z poziomu na pion. Dotarło do mnie, że dobra realizacja powinna otwierać drogi, a nie je zamykać.

Powody takiego postępowania są jednak głębsze niż tylko dopasowanie się do proporcji i ilości tekstu. Otóż położenie w przestrzeni to jeden z fundamentów pracy naszego mózgu. Ma ono odzwierciedlenie już na najgłębszym poziomie językowym, w używanych na co dzień metaforach orientacyjnych. Przestrzeń nad nami jest w nich optymistyczna, racjonalna. Ta pod nami pesymistyczna, emocjonalna. Do pierwszego kadru pasowałoby: podnieś swoje endorfiny. Do drugiego: zima dała w kość. Z kierunkami w poziomie jest dość podobnie, tutaj ruch będzie od lewej do prawej. Wobec tego, do kadru trzeciego lepiej pasowałoby: zbliża się koniec zimy. Do czwartego: wiosna przed nami. Piąty zaś jest nawiązaniem do anegdoty z początku. To dowód, że z zamkniętej kompozycji wyjściowej można wyciąć fragment i mieć tę otwartą. A nawet dokonać innych manipulacji, na przykład dynamizujący obrót.

Te wszystkie rozważania uzmysławiają, że o kompozycji nie można rozmawiać w oderwaniu od kategorii językowych lub psychologicznych. Bo analiza na tym drugim gruncie dałaby identyczny wynik. Wobec tego złote podziały, mocne punkty i tym podobne rozważania wkładam w bajania ludowe. Gdzieś blisko garnca złota zakopanego na końcu tęczy.



Koncepcja – Maciej Glinka. Fotografia – Wiesław Jurewicz. Dla: Mens Health.





## Chłonać jak gąbka

W tekście „Zadanie dla Einsteina?” (str. 22) wspomniałem, że nie jestem zwolennikiem kreatywnej pracy grupowej. Zastrzegam, że wypowiadam się tylko na gruncie moich doświadczeń pracy w reklamie, fotografii czy Wydawnictwach. O innych branżach nic nie wiem. Wady pracy w grupie są rozliczne. Począwszy od bardzo słabej efektywności (grupa generuje mniej pomysłów od jednej kreatywnej osoby, nawet gdy ma 3x więcej czasu). Co oznacza gorszą skuteczność o rząd. Łatwo to wytłumaczyć. Ten pierwszy „musi” wytworzyć rozwiązania. Ma wprawę i metody oraz szybko chce ukończyć zadanie. Grupa ma mniejsze motywacje i brakuje jej doświadczenia. Wymaga także prowadzenia niwelującego różne wewnętrzne „zależności”. Organizacja sesji to spory wysiłek logistyczny (zgranie terminów).

Jest jeszcze „drobny” aspekt, nad którym naukowcy tworzący liczne protokoły się nie zastanawiają. Pytanie: kto ma prawa autorskie do powstałego rozwiązania? Jeśli w sesji zbiorowego generowania są tylko pracownicy, to pół biedy. Pod warunkiem precyzyjnego zapisu w zakresie obowiązków. W innych przypadkach jest problem. Bo na przykład jeden „rzucił pomysłem”, a drugi go trochę zmodyfikował. I jak tu wyliczyć zasługi w %? Przecież pomysł czasem może być bardzo dużo wart.

Wygodniej znać autora. Już te przytoczone argumenty przeciw pracy w grupie są mocne. Ale jest też jeden ważniejszy.

Zacznę od anegdoty. Pracowałem ładnych parę lat jako dyrektor kreatywny, tu dygresja. Lepiej byłoby nazywać to stanowisko dyrektorem kreacyjnym. Bo ten pierwszy może, ale nie musi być kreatywny. Wystarczy, że ma ludzi od tego. Po prawdzie, wszyscy znani mi dyrektorzy kreatywni byli jednak kreatywni. W zakresie moich obowiązków było dostarczanie rozwiązań wizualnych i tekstowych. Z pierwszymi nie miałem najmniejszych problemów. Do drugich zatrudnialiśmy freelancerów, bo pracy nie było na cały etat. Przez telefon lub osobiście długo nakreślałem copywriterowi tło dotyczące zamówienia i produktu. Ten z powagą tego słuchał, kiwał głową. Na pytanie o termin rzucał – jakiś tydzień. Po negocjacjach dostawał dwa dni. Czasem terminu dotrzymywał. I teraz 1/3 rozwiązań była trafiona, 1/3 po zmianach i adaptacjach dawała się uratować, a 1/3 była do kubła. W tym ostatnim przypadku dział obsługi klienta był wkurzony, klient także. Terminy leciały, a ja byłem w punkcie wyjścia. Jak już to się rozwiązało, to musiałem przygotować i dopilnować podpisania umowy. A później wypełnić obiegówkę z księgowości. Papierologia to coś, co wszyscy kreatywni kochają. Tylko inaczej. Postanowiłem spróbować sam pisać. W krótkim czasie okazało się, że mam identyczną skuteczność 1/3, 1/3, 1/3. Bez długich wprowadzeń, bez ścigania delikwenta, pilnowania papierów. Rozwiązania potrafiłem dostarczyć w kwadrans od zapotrzebowania. I wszyscy byli zadowoleni. No, może poza tymi, którzy stracili robotę. A później napisałem parę książek, kilkadziesiąt małych form dla dzieci. I ten kawałek przed oczyma. Ten też.

Warto postawić na samorozwój, nie bać się wchodzić w nowe obszary. Wykorzystać efekt synergii (Fotografia, Pomysł, Tekst, Slogan, Projekt). Mając wszystkie składowe w ręku, nie musimy każdego elementu zawsze robić samodzielnie. Wystarczy świadomość, że potrafimy to zrobić, kiedy będzie to konieczne. Warto czerpać wiedzę każdym porem skóry. Jak ten animant (będzie o tym) obok.



## **Pan Pomysł i Pani Realizacja**

Ostatnia jukstapozycja w strefie. Ślicznie wymyślony koncept. Nienagannie ubrane „białe kołnierzyki” i fast food z plastikowymi talerzami, szybkim jedzeniem i jednorazówkami. Te plastikowe sztuczce są pokazane w butonierce. Nie jest to więc jakiś wstydliwie ukrywany problem. A wprost przeciwnie, wyznacznik i symbol stylu życia. Ładny wygląd i korporacyjny bieg. Tak to wygląda. Bynajmniej nie zajmuję się tutaj oceną. Projekt ku refleksji.

Moment, kiedy mamy wypracowaną koncepcję, to symboliczne (a właściwie metaforyczne) zejście z nieba na ziemię. Zabieramy się za logistykę. Czyli określenie potrzebnych zasobów. Przedmiotów i tych ludzkich. To chwila, gdy dokładnie musimy znać sposób realizacji. W naj-drob-niej-szych szczegółach. W tym projekcie nie było filozofii. Cofnijmy wobec tego stronę. Też niby prosto. Tam jednak trzeba było przygotować babki. Nawet przez sekundę nie pomyślałem, że mogłyby być „prawdziwe”. Powody są rozliczne. Na przykład składowanie. Bo w studiu miałem parę rodzajów piasku, pospółki, drobnych otoczków itp. Ale każdego tylko niewielkie wiaderko. Co znacznie ważniejsze piaskowe babki są nietrwałe. I nie dają się przedstawić na planie. Trzeba było pomyśleć o makietach. Ich zrobienie było banalne. Foremka (lub doniczka), gęsty klej w sprayu i garść piachu. Warto tylko pamiętać, aby plastik był jasnobrązowy, a jak nie jest to możliwe, to biały. Czyli w efekcie, w odpowiednim momencie, przed sesją do studia trafiła grupa doniczek w potrzebnych średnicach. Makieety lepiej przygotować dobrą chwilę przed zaplanowaną pracą, aby wyschły dobrze i dla dokonania ewentualnych poprawek. Wszystko jasne.

Cofnijmy odrobinę wskazówki zegara. Otóż krytycznym momentem tej realizacji była (automatyczna u mnie) myśl o konieczności wykonania makiet. Bez tej refleksji zdjęcie jest raczej nie do wykonania.

Wniosek z tego jest taki, że myślenie nad Pomysłem nie kończy fotelowej części pracy. Wizualizowanie sobie czynności krok po kroku, to następny etap. Koniecznie ciągle trzeba zadawać sobie pytania, co może pójść nie tak. Nazywam to analizą komplikatorów. Były to zresztą wspaniały temat, może nie na książkę, ale jakiś rozdział o realizacji. Jeśli komplikatory są 2-3 to pikuś (Pan Pikuś), ale realizowałem koncepcje z 6-7. I to były ekstremalne wyzwania. Wizualizację produkcji robiłem wtedy wielokrotnie, przygotowując się na ewentualne kłopoty.

Możecie się spytać, gdzie tu romantyzm, akcja, emocje czy przypadek? Na tym etapie nie było. Miałem obóz pracy, gdzie były 4 tematy dziennie, z określonymi godzinami oddania materiału. A za drzwiami redakcji stała długa kolejka fotografów: ładniejszych, młodszych, wygadanych. Gotowych do pracy na próbę. Ale instynkt samozachowawczy to wielki motywator. Byle go nie zatracić. I pokory.

Ale aby zakończyć optymistycznie. W tym rozdziale znalazły się prace bazujące na wyrazistym Pomysłem. Za każdym razem rozstrzygałem kwestię, co jest w nich ważniejsze: kultura wykonania czy Pomysł? A ponieważ tematem książki jest ten ostatni, to nie ma tu fajerwerków i nadmiernego efekciarstwa. Myślę, że skoro jeszcze to czytacie, to Pan Pomysł działa. I często tylko tyle wystarczy.



**KONTRAST** **JUKSTAPOZYCJA** **EDITORIAL**

Koncepcja – Maciek Glinka. Fotografia – Wiesław Jurewicz. Dla: Men's Health.

## Granitowa analogia

Niby podobna realizacja jak wcześniejsza, a jednak inna. Tam został wykorzystany kontrast, który podkreślił trwałość urządzeń względem erozji meteoroidu. Tutaj przenosiła uwypukliła pojęcie twardości. Dysk twardy jak skała. Na zdjęciu znalazły się jeszcze uschnięte krzaki. I co ciekawe, są one... elementem kontrastotwórczym, podkreślając kruchość świata przyrody.

## Twardy jak Roman Bratny

To zdjęcie było dość łatwe do zrobienia, ale wymagało determinacji. Pierwszą przeszkodę stworzył zakup bloczków granitowych. Niewielka (z punktu widzenia składu) ilość okazała się wyzwaniem dla osobówki, którą przyjechaliśmy. Pojedynczy kamień ważył około 25 kg, było ich kilkanaście, więc obawy o pozostawienie podwozia na ulicy były uzasadnione. Drugim problemem była wysokość dysku. Trzeba było przetrząść z miarką sporą hałdę, aby wyszukać dwa pasujące, niższe kamienie.

Samo zdjęcie nad podziw dobrze wyszło, i też jest oparte na kontrastach. Tym razem fotograficznych. Pierwszy, to zderzenie tekstury skały z lustrem dysku, drugi kolorystyczny. Czynnikiem spajającym całość stały się... czarne szczeliny. Co widać dobrze po obejrzeniu wariantu z klasycznym murem, który przy okazji też powstał. Wydawałoby się, że ten niewielki zabieg nie powinien nieść aż takich dużych zmian. Tymczasem z dobrego zdjęcia zrobiło się kiepskie. Wniosek jest z tego taki, że czasem „niewielkie niuansy” mogą zmienić odbiór diametralnie. Trzeba uważać, aby nie przedobrzyć.

Czasem możemy nie być pewni co do szczegółów koncepcji. Warto wtedy tak poprowadzić realizację, aby nie zamknąć sobie którejs z alternatyw. W tej publikacji akcentuję wartość planowania i wizualizacji. Ale nikt (poza tzw. autorytetami) nie jest onipotenty. Trzeba mieć świadomość, że każdy z naszych projektów można ulepszyć. Lawiruje się wobec tego między goniącymi terminami a czasem potrzebnym na refleksję. Często występuje dylemat, w którym punkcie sobie odpuścić. Przyjemnie jest po wykonaniu planu znaleźć moment na „wolne” wnioski i sprawdzenie kolejnych mutacji. Albo dokonanie dla siebie dekonstrukcji tematu. Choć powiem szczerze, że tych chwil w mojej praktyce było bardzo mało. Kiedyś mój kolega po fachu Mirek Szponar powiedział, obserwując mnie w studiu: jesteś jak komputer, krok po kroku, robisz plan, gasisz światło i do domu. Nic cię już nie obchodzi. Tak było, trudno o refleksję po 10 godzinach pracy z maksymalną koncentracją. Aby tylko przetrwać. Chłopaki nie płaczą.











## Semantyka w semantyce z dodatkiem pragmatyki

Od poprzedniej strony znaleźliśmy się w „Strefie znaków”. Pojęcie to rozumiem bardzo, ale to bardzo wąsko. Literalnie rzecz biorąc, każde zdjęcie w tej książce jest znakiem wizualnym. Czyli wchodzi w zakres analiz semiotycznych. Nasza epoka to wprost wybuchowy rozwój takich ikonicznych przedstawień. Teoretycznie mają one semantyczny charakter, bo oznaczają, denotują bądź reprezentują sobą inne przedmioty. Ja jednak skłaniam się do tezy, że najczęściej reprezentują tylko same siebie. Piękne zdjęcie krajobrazu czy zegarków jest pięknym obrazem i niczym więcej. Ich związek z miejscem lub przedmiotem jest bardzo luźny (są asemiotyczne). Czasem to wprost iluzja. Nawet w przypadku rzeczy. Ale oczywiście te fotografie pełnią funkcje pragmatyczne. Na przykład mówią o odczuciach twórcy i wywołują (zamierzone) nastroje u Odbiorcy. Albo odwrotnie. Bardzo często głównym, a nawet jedynym celem ich powstania jest estetyka. Już wspominałem, że traktuję ją jako konieczny, ale jednak najczęściej dodatek. I to tylko w wymiarze absolutnie niezbędnym. Dlatego bardzo zwracam uwagę, aby znaki wizualne (czyli fotografie) niosły za sobą określone idee i ekspresję.

Wracając do „naszej” Strefy znaków. Umieściłem tutaj dwa znaki językowe, abstrakcyjny symbol i logotyp. Szczególną uwagę, na przykładzie pracy obok, chciałbym poświęcić tym pierwszym. W pobieżnym odbiorze widzimy jasne kółko na szarym tle i coś w środku. Ponieważ z doświadczenia wiemy, że taka forma może ważna, to uruchamiamy odbiór pogłębiony. Tam rozpoznajemy pytajnik. Taki znak ma funkcję ekspresywną odnoszącą się do zdania lub czasem części zdania. Powinno pogłębić to zainteresowanie Widza. Kolejnym etapem jest analiza znaczeniowa (semantyczna) obrazu. Kółko zmienia się w garnek, pytajnik w gotujące parówki. Desygnują one całą kategorię tych śniadaniowych przysmaków, a nie konkretną markę. Cały komunikat można odczytać jako: „co z tymi parówkami?”, „jakie są parówki?”, a najkrócej „parówki?”.

To zdanie samo w sobie budzi niepokój. Niepokojąca jest też ekspresja zdjęcia. Ta gładka szarość na pewno nie robi klimatu dobrej nowiny. Tym razem nie powinno być kłopotów z jednoznaczną interpretacją. Zaraz dowiemy się, co znajdziemy w środku tego wyrobu. Tekst obok rozwieje wszelkie nadzieje. I faktycznie najlepiej nie jest. Szachiści w ogóle mogą się zniechęcić już na pierwszym poziomie odbioru. Bo w ich branżowej notacji: „?” oznacza słaby ruch (błąd strategiczny).

Mimo wszystkich parówkowych wątpliwości te konkretne cztery sztuki nie... zmarnowały się. Parówkowi skrytożerzy grasują wszędzie!

Ta praca, oraz bardzo zbliżona poprzednia, pokazują jak można wykorzystać znaki interpunkcyjne. Przypomnę, że z nich wyewoluowały też emotikony. Czyli warto pamiętać o znakach językowych. Przez ich fotograficzną reprezentację łatwo można wpleść do zdjęcia dodatkowe znaczenia. Tak jak to było na stronie 46.

Ponieważ zostało trochę miejsca, to jeszcze wspomnę o różnicach między znakami i symbolami. Są gdzieś mocno blisko siebie. Różnią się głównie zakresem stosowania. Znak odnosi się do kategorii lub przedmiotu, na przykład znak „stół” desygnuje wszystkie stoły. Symbole odnoszą się do pojęć, na przykład ♥ miłości, czułości, pomocy itp. Ciekawe zastosowanie symboli znajdziemy na str. 145. W tej publikacji 8 tematów jest semantycznych, w tym wąskim pojmowaniu zarysowanym na początku. Wskazuje to na potencjał tkwiący w różnego rodzaju znakach, najczęściej językowych. Ale nie tylko.

Koncepcja – Maciej Glinka. Fotografia – Wiesław Jurewicz.  
Dla: Men's Health.



## **Homonimiczny klan**

Paranomazja, pod tą nazwą kryje się grupa środków z pogranicza semantyki i fonolingwistyki. Polega na stosowaniu obok siebie słów o podobnym brzmieniu. Na przykład „interesująca Teresa” (teres). W ten sposób sugerujemy ich pokrewieństwo i przenosimy znaczenie jednego na drugie. Jeśli wyrazy różnią się tylko jedną głoską to mamy do czynienia z parachezą. W przypadku, gdy są identyczne, ale mają różne znaczenia, z homonimią.

### **Na drzwiach** (*Wiesław Jurewicz*)

Wisi klucz Misi  
Wisi klucz Wisi  
Wisi klucz Tani  
obok tego Ani  
Ani tani ani drogi  
Ale jest mi bardzo drogi  
Klucz to naszej wspólnej drogi  
Nie klucz, tylko znak  
Nie klucz, czasu brak  
Dzwoń do życia drzwi

W tym krótkim wierszu udało mi się zmieścić 4 pary i jedną trójkę homonimów oraz 2 parechezy. Te środki mają już zdecydowanie kalamburowy i humorystyczny wymiar. Dokładnie taki był zamysł tego oraz następnego projektu. Obydwa reklamowały nasze firmy, a nie chcieliśmy być śmiertelnie poważni.

A skoro stoimy przed drzwiami, bez klucza w rękę, to bardzo a'propos będzie utwór naszej noblistki:

### **Klucz** (*Wisława Szymborska*)

Był klucz i nagle nie ma klucza.  
Jak dostaniemy się do domu?  
Może ktoś znajdzie klucz zgubiony,  
Obejrzy go - i cóż mu po nim?  
Idzie i w ręce go podrzuca  
jak bryłkę żelaznego złomu.

Z miłością, jaką mam dla ciebie,  
Gdyby to samo się zdarzyło,  
nie tylko nam: całemu światu  
użyłaby ta jedna miłość.  
Na obcej podniesiona ręce  
żadnego domu nie otworzy  
i będzie formą, niczym więcej,  
i niechaj rdza się nad nią sroży.

Nie z kart, nie z gwiazd, nie z krzyku pawia  
Taki horoskop się ustawia.

Żartobliwe homonimy mają szerokie zastosowanie w literaturze dziecięcej. A skoro już za młodu nimi nasiąkamy, to zostają z nami na całe życie. Na przykład w tytułach prasowych. Daleko nie szukając: „Co my NATO?”, „Złoty złoty”, „Może nad morze? Także w praktyce reklamowej. Homonimem jest na przykład Żubr, gdzie zwierz zastępuje piwo. Lub na odwrót – nie wiem. Czasem nawet w homonimicznym towarzystwie: „Rano kawka, wieczorem Żubr”, „Żubr. Na nim się nie przejedziesz”, „Żubr. Czasem się stawia”, „Żubr. Wywarzony z natury”. Równie piękny jest slogan: „Dżem z Biedronki”. Konkurencja nie zasypia: „Wpadnij na Rynecek Lidla, chwyć pieczarki i wracaj do swojej... domowej pieczary”. Ale najbardziej lubię LG za nagrywarke „Przegrywamy szybciej niż nasza reprezentacja”. Też Żywca za kapitalną grę znaczeń w: „Żona bez Ż to tylko ona”. Dla symetrii dopiszę parechezę: „Obróć M a zamiast Męża znajdziesz Węża”.

W życiu prywatnym, tak na szybko, powiedzonka, które można wykorzystać: „Nie dzielę w niedzielę”, „Podaj olej. Olej to”, „Słyszać szcęk szcęk”, „Poduszka pod uszka”, „Ananas czeka na nas”. Pewnie długo można było jeszcze kontynuować. To pogranicze semantyki, gdzie mieszamy znaczenia i znaki, z rytmem i wymową może być źródłem zaskakujących odkryć. I jak widać całkiem przyjemnie można jeszcze w to wpleść wątki wizualne.

Na następną stronę zaprasza autorka koncepcji, zakatarzona Katarzyna (co nie była kata żoną).



**HOMONIMIA**

**ADVERTISEMENT**

Koncepcja,  
aranżacja, fotografia  
- Wiesław Jurewicz





S



# Małe formy fotograficzne

Czyli układ trzech współgrających zdjęć. W tym rozmiarze najczęściej mówimy o pojedynczym, trochę większym, Projekcie. Czasem trzech małych w serii. To może być reklama dopowiedziana drugim zdjęciem, trzy reklamy w cyklu, artykuł na dwóch rozkładówkach, ciut większe formy internetowe, układ dwóch obrazów, taki jak dyptyk, ale też obrazy w większej odległości od siebie i luźniej powiązane. Będą też tryptyki. Do omówionych i znanych środków wyrazu dojdą następujące pojęcia, takie jak kontrast, seria. Poznamy animanty i narratora pierwszoosobowego. Oraz te związane z organizacją Projektu.

Wydawałoby się, że między fotograficznym rozmiarem XS a S nie ma różnicy jakościowej. Tymczasem jest i to olbrzymia. Projekty muszą uwzględnić współgranie bądź następstwo zdjęć, pojawią się minicykle i constans projektowy. Niektórych projektów z poprzedniego rozdziału nie dałoby się łatwo rozciągnąć w czasie i przestrzeni. Większe formy to nowe wyzwanie i nowe podejście.



## Kontrast i symbol

Efekt kontrastu (zestawienie przeciwieństw o wysokim stopniu wyrazistości) ma bardzo mocne umocowanie w psychologii. Jego wynikiem jest subiektywne powiększenie lub pomniejszenie ocenianych cech obiektu. Podobne zjawisko występuje też w psychofizjologii widzenia. Tam strona czarna oglądana jednocześnie z białą wydaje się ciemniejsza. Analogicznie biała jest odbierana jako jaśniejsza. Nazywamy to kontrastem równoczesnym. W wymiarze symbolicznym czarne to noc, a białe dzień.



## ■ Para to podwójny kłopot

Te zdjęcia były trudne. Niejako podwójnie. Otóż pierwszym poważnym problemem były niejednorodne zbieraniny o zupełnie różnych właściwościach bryły i powierzchni. Przy jasnych miałem dwie butelki transparentne, jedną kolorową z wzorem i dwie z matowego szkła. Trzeba było tak zbudować oświetlenie, aby maksymalnie ujednolicić grupę. Co wyszło bardzo przyzwoicie. Druga grupa to koszmar fotografa, złote lustro, flakon przezroczysty i z niebieską tintą, dwa z powierzchniami czarnymi i... butelka z kryształowym cięciem i brązową zawartością. Rozpacz. Po jakiś bojach wyszło to nie najgorzej. Kolejnym problemem było uwspólnienie obu zdjęć. I aby nie wyglądały na wynik pracy fotografa sprzed 100 lat. Tutaj pięknie zagrały lustrzane, płynne deformacje.



## Nowy stary narrator

Te zdjęcia są przykładem, że ujęcia w fotografii ewoluują. Takie spojrzenie 30 lat temu byłoby bardzo nowatorskie i być może nawet niezrozumiałe. Dzisiaj odwołuje się do doskonale znanej czynności fotografowania smartfonem. Oglądamy artefakty w perspektywie FPV. Zachowując stosowaną w książce terminologię mówilibyśmy o narratorsze pierwszoosobowym. Takie przedstawienie w „poważnych” nurtach mediosfery to nadal rzadkość. Bo nadal prawie zawsze obserwator (aparat) jest zewnętrzny względem artefaktu. Nawet przy robieniu selfie. Ale z drugiej strony, każdy bez problemu rozszyfruje tę „samodzielną” dokumentację swojego stroju. Ujęcie i jego osobisty charakter, to nie jedyna zaleta przyjętej metody. Dalsze zyski są po stronie fotograficznej i realizacyjnej. Bardzo dobrze ustawione są relacje wielkościowe biżuterii oraz ciuchów,

do których została ona dobrana. Ta pierwsza zajmuje główną część kadru, ale to reszta tak naprawdę różnicuje zdjęcia. Realizacyjnie to także trafiony koncept, bo tak wiele bransolet najłatwiej jest układać na przedramieniu. Do tego dość szybki i tani.

## Jak długa seria?

Zastanówmy się, ile takich projektów dałoby radę zrobić? Pewnie znalazłyby się jeszcze do 5-6 innych układów nóg. W tym, na przykład, zrzucanie jakiegoś trzewiczka. Problemem byłaby też harmonijna paleta barw całości. Tak aby nie było pstrokaczny. Choć tutaj w przypadku następstwa, strona po stronie, dałoby się z tym poradzić. Czyli coś z tego Pomysłu można byłoby jeszcze wycisnąć. Ale podstawowe jest pytanie, ile razy można obejrzeć dokładnie ten sam pomysł? Dlatego optymalną pojemność pomysłu (to moja oryginalna nomenklatura) ocenilibym na 5 strzałów.



Koncepcja, stylizacja – Donata Kaufhold. Fotografia – Wiesław Jurewicz. Dla: Women's Health.



## Opowiedzieć o trudnych sprawach

Niektóre tematy społeczne, omawiane na dużym poziomie ogólności, są trudne do zilustrowania. Jest tak dlatego, że zdjęcie koniec końców przedstawia konkretnego człowieka (z imienia i nazwiska). I niekoniecznie będzie przenoszone na szersze kategorie społeczne. Znalezienie ilustracji do tych zagadnień czasem może być wręcz niemożliwe. Obchodzi się to przez jakieś metafory, coś, co się skojarzy z sytuacją. Obok mogłaby to być lina wspinaczkowa, buty na tle urwiska skalnego. Takie sobie to rozwiązanie! Z pomocą przychodzą znane z teatralnych przedstawień animanty. Nie musimy jednak stosować dedykowanych lalek. Te sklepowe też mają swoje zalety. Przede wszystkim fakt, że są dobrze zakorzenione w kulturze masowej, dostępne i tanie. W dodatku niosą ze sobą określone skojarzenia.

Zastąpienie ludzi ma zdumiewającą siłę. I długą teatralną tradycję. Możemy tak tworzyć bardzo wyrazistych bohaterów, ale też posługiwać się całymi kategoriami. W tym konkretnym przypadku ratowników i ofiar wypadków. Wstawienie tych realno-nierealnych postaci w realno-nierealne pejzaże fotograficzne miesza światy. Opowieść staje się ponadczasowa i metaforyczna. Łatwo jest przy tym tworzyć emocje i przerysowywać ich skalę.

Od strony praktycznej ta metoda jest bardzo wygodna, szybka, niskokosztowa. I daje wielką swobodę w doborze elementów i „umownym” realizmie. Pewnym kłopotem przy użyciu sklepowych lalek są duże ograniczenia w choreografii. Zdjęcie jednak dowodzi, że jak się uprzeć, to można coś z nich wycisnąć.

Oprócz odpowiedniego ruchu, kluczowe w takich tematach są dwie sprawy: realistyczne oświetlenie i nierealistyczne otoczenie. Klif został tutaj pokazany w świetle wieczornym, ciepłego dnia, niewiele przed zachodem słońca. Oświetla ono „przypadkowo”, niczym spot teatralny, dramatyczną scenę. Pełni ono dwie funkcje: osadza w ramach czasowych, ale co ważniejsze poprzez smoliste cienie podkreśla dramatyzm odpadnięcia.

Przewieszka została zrobiona z starego kartonowego tła. Starłem się starannie uformować formacje skalne, ale jednocześnie parę regularnych zagięć zdradza materiał. Tak miało być. Razem, dwie standardowe lalki sklepowe plus kawałek papieru, i dało radę!







Koncepcja – Maciej Glinka. Fotografia – Wiesław Jurewicz. Dla: Men's Health.



## ■ Choreografia, oświetlenie i aranżacja

Te trzy składowe decydują o sukcesie lub porażce.

W pierwszym elemencie był spory problem z ruchomością lalki bohatera. Łokcie przybliżałem do siebie prawie je łącąc. Użyłem drutu, który wyretuszowałem. Tak aby resuscytacja była choć trochę wiarygodna. Sporo można było za to osiągnąć kształtując ciuchy. W sylwetce aktywnej podkreślają ruch i zaangażowanie, w ofierze jest odwrotnie.

Oświetlenie tutaj jest równie ważne. Wydaje się, że pochodzi wyłącznie od wypadkowego motocykla. Tymczasem źródeł było pięć, zewnętrznych względem kadru. Pierwszy światłowód skierowany na reflektor motocykla był dostatecznie silny, aby odbijając się od niego sprawiać wrażenie, że jest on zapalony. Drugi, kontrowy, ale ustawiony dość wysoko, wydobywa twarze. Trzeci, słabszy, zarysowuje plecy ratownika. Czwarte światło wypełniające rozjaśnia cienie, dzięki czemu widzimy drogę i piaszczyste pobocze. Ostatnie to było zarysowanie horyzontu. Tu miałem pewien dylemat czy dając jakieś pomarańczowe, punktowe światła zarysować odległą miejscowość, czy zostawić pustkowie. Jak widać zwyciężył oportunizm.

Aranżacja planu jest niezwykle skromna. Wystarczył kawałek czarnej matowej folii, udający asfalt, oraz trochę piasku na poboczu. I też wszystko razem dało radę.



M





## Średnie formy fotograficzne

Czyli 4-10 zdjęć występujących razem, na przykład: większy, mocniej ilustrowany artykuł, także klasyczne tableau, seria reklam, galeria internetowa, miniwystawa. Oprócz naszego żelaznego repertuaru Kreatywnych Środków Wyrazu, zaczyna się tu pojawiać fabuła. Bardzo wyraźnie zmieniają się uwarunkowania tworzenia Projektów. Balansuje się tu między tautologią (powtórzeniami) a spójnością. Każde zdjęcie musi wносить coś nowego, ale i pasować do poprzedniego. Praca nad koncepcją często jest więc poszukiwaniem idei odpowiedniej do wielozdjęciowej opowieści. I jednocześnie przenoszeniem jej na poszczególne obrazy. Problemem, z jakim naprawdę często można się spotkać, to wyczerpywanie się potencjału (pojemności) koncepcji. Czasem widać parę wzajemnie wzmacniających się realizacji i... na tym koniec. Dobra, 10-zdjęciowa seria to spore wyzwanie. Z założenia w tym rozdziale znalazły się zamknięte całości.



# Zeitgeist

Według mojej wiedzy ta nietuzinkowa koncepcja jest oryginalnym Pomysłem. Samodzielnym i nie zapożyczonym. Tak się zastrzegam, bo świat jest wielki i wszystkiego nie znamy. Nieświadome inspiracje też grożą.

Koncept jest niezmiernie ciekawy. Wydawałoby się, że powinien już funkcjonować w przestrzeni społecznej. Być dobrze znanym. I to nie tylko w Mediosferze, ale... restauracjach. Jako główne danie może niekoniecznie, ale jako intrygujące przystawki, jak najbardziej. Na przykład dostajemy przekąskę z aktualną godziną. Celebra w restauracji jest ważna.

To rozwiązanie, moim zdaniem, ma potencjał, aby trafić do szerszego użytku!

Pora zastanowić się, jakie warunki powinny być spełnione, aby efekt pracy nad koncepcją był równie intrygujący, jak na załączonych obrazkach. Punktem wyjścia był tutaj zaplanowany tekst w czasopiśmie. O tym, że o różnych porach dnia powinniśmy jeść określone potrawy. Rzecz oczywista, nie jeden o tym mówi. I nie jeden umieszcza zdjęcia potraw: na rano, środek dnia czy wieczór. Do tego artykuł. I gra. Tak to się odbywa. Droga oczywista i jasna.

I to jest ten magiczny moment, kiedy trzeba zawiesić automatyzmy i zadać sobie pytanie. Czy aby na pewno? Czy rzeczywiście musimy iść utartą ścieżką? Czy nie spróbować czegoś własnego? To zawieszanie automatyzmów to sprawa bardzo ważna. Inaczej grozi nam sztywność myślenia. A z tym nic ciekawego nie osiągniemy.

Filarami kreatywności są: ciekawość świata, chęć bycia oryginalnym i płynność myślenia. Dobra informacja, Drogi Czytelniku! Skoro masz tę książkę w ręku, to masz ciekawość świata. To warunek sine qua non. Nad resztą można pracować. Nad resztą warto pracować. Ostatni wyraz jest kluczem.

Z tą pracą nad kreacją jest ciekawie. Po wstępnym okresie przygotowania, kiedy to gromadzimy informacje wokół zadania, zabieramy się za nicnierobienie. W głowie Problem się inkubuje. By doczekać się, w zupełnie niespodziewanych okolicznościach, iluminacji. To piękny moment, gdy nagle widzimy rozwiązanie. A jeśli weryfikacja się powiedzie, to: mamy to! Gorzej, gdy terminy gonią i nie można sobie pozwolić na luksus pracy w tle. Wtedy trzeba stosować inne metody. Szybsze. Tak czy tak, czas poświęcony kreacji zawsze procentuje.

W naukach psychologicznych istnieje teoria 10 000 godzin. Mówi ona, że tyle czasu trzeba poświęcić na naukę, aby osiągnąć poziom mistrzowski. W dowolnej dziedzinie. I w zasadzie to już wszystko. Nie trzeba być geniuszem. Wystarczy być systematycznym i pracowitym. Jediną przeszkodą mogą być tylko deficyty na poziomie fizjologicznym. Mając na przykład kłopoty z widzeniem raczej nie da się zostać fotografem. Dobrą, a nawet wprost świetną informacją jest fakt, że na twórczość nigdy nie jest za późno. Ani za wcześniej.

Patrząc szerzej. Tempo zmian cywilizacyjnych bardzo w ostatnich latach przyspieszyło. Kolejne pokolenia wychowują się w szybko ewoluującej przestrzeni społecznej. I nic nie wskazuje, że to zwolni. Już teraz światy: młodości dziadka i jego wnuczki są bardzo, ale to bardzo, odległe. Ostatnie pół wieku odpowiada kilku wiekom wcześniej.

I abstrahując od ocen, ktoś te zmiany tworzy i wtłacza na wielką skalę. Tą siłą napędową jest ekonomia, ale źródłem pomysłowość i innowacyjność człowieka. Takie natężenie zmian dotąd chyba nigdy nie występowało. Jesteśmy zarówno podmiotem, jak i przedmiotem tych zjawisk. Czyli kreacja to poważna sprawa. Taki duch czasu.



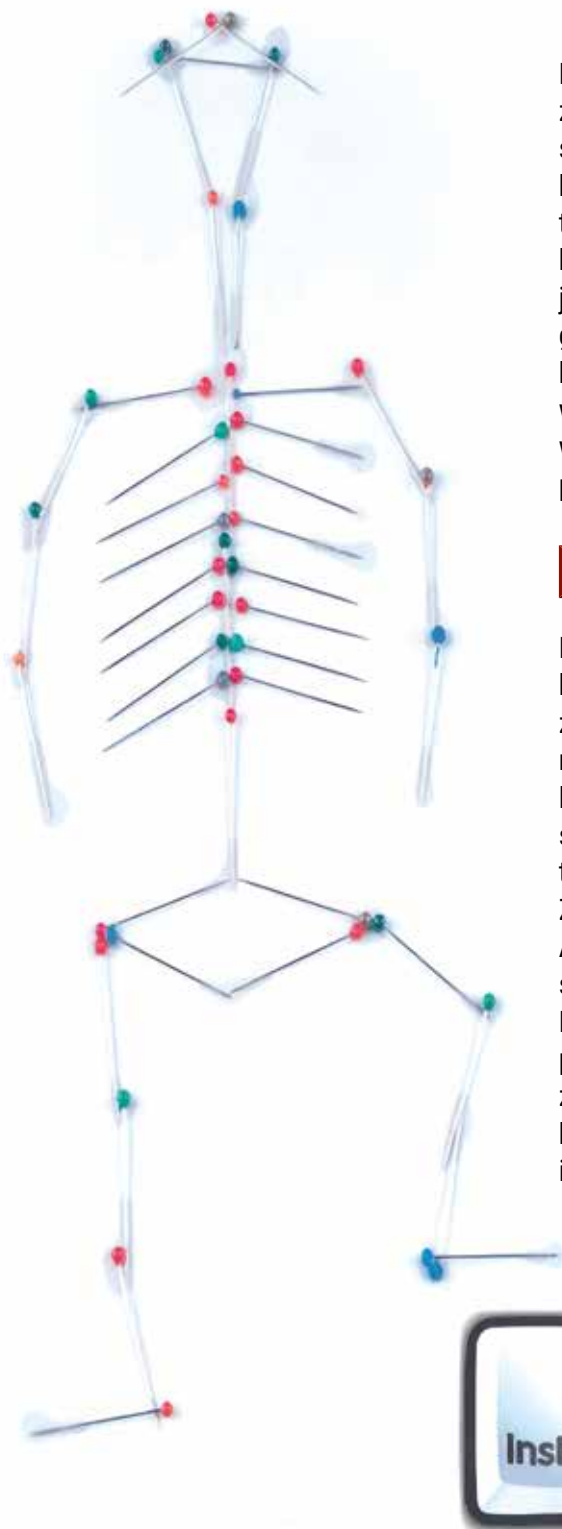
## **Fotograficzny kod wizualny**

Pod tym pojęciem rozumiem spójny zestaw zdjęć używany w całej komunikacji, najczęściej firmowej lub instytucjonalnej. Należałoby go traktować jako ważny składnik SIW (System Identyfikacji Wizualnej). Najlepiej, aby był bardzo charakterystyczny, tak aby szybko jednoznacznie kojarzył się z używającą go organizacją. Powinien to być wyrazisty Pomysł, który można łatwo przenieść na komunikację wizualną firmy. Na etapie wyboru koncepcji warto sprawdzić aplikowalność i elastyczność powstałego rozwiązania.

## **Wyszpilkuj swój świat**

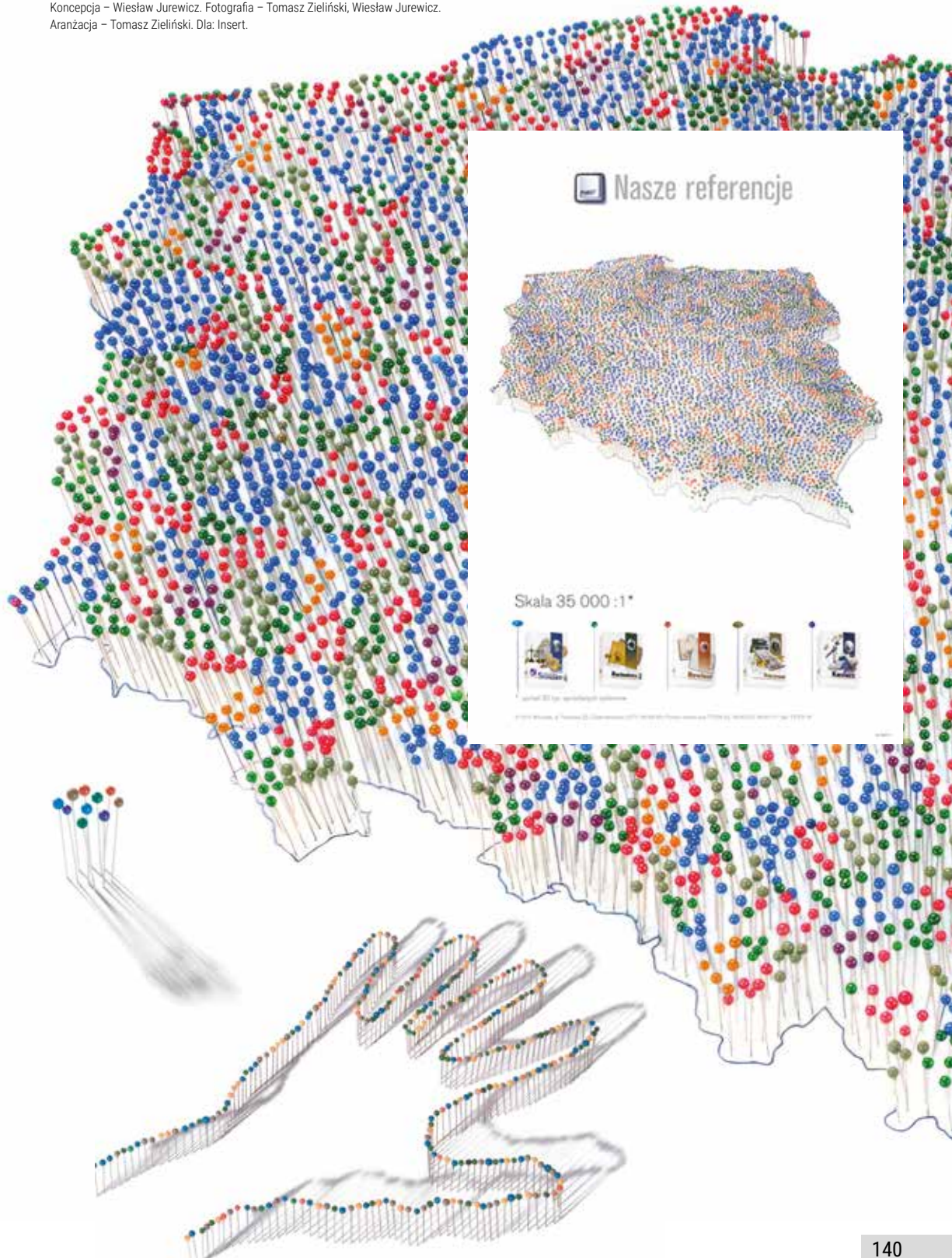
Bardzo ciekawa jest geneza koncepcji. Otóż klient bardzo chciał podkreślić, że jego rozwiązania księgowe są szeroko stosowane. Takie rozumowanie ma dobre osadzenie w psychologii. Nazywa się to społecznym dowodem słuszności. Skojarzyło mi się to, dość automatycznie, z mapami i wbitymi chorągiewkami. Zaproponowałem gęsto pokryty kontur Polski. A ponieważ tych wdrożeń były tysiące, to stanęło na szpilkach z kolorowymi łebkami. Pomysł wstępnie się spodobał. Można było przystąpić do dalszej pracy. Trzeba było pokazać, co można z tego zrobić dalej. Jak widać bardzo dużo. Koncepcja okazała się też łatwa i wygodna w aplikowaniu graficznym.

Powstały rozwiązania lekkie i nowoczesne. I co ważne, bardzo ładnie kojarzyły się nawzajem ze sobą. A to podstawowa cecha dobrego kodu wizualnego, czy węższej patrząc, fotograficznego.





Koncepcja – Wiesław Jurewicz. Fotografia – Tomasz Zieliński, Wiesław Jurewicz.  
Aranżacja – Tomasz Zieliński. Dla: Insert.









## W grupie siła

Zdjęcia mogą pełnić funkcję ikon, znaków lub symboli. Nie oznacza to trzech różnych rodzajów przedstawień, tylko to, że występują one w tych opisanych rolach. Funkcję ikonyczną tak naprawdę pełnią zawsze (poza cza-sem). Bo odnosi się ona do realnego przedmiotu zdjęcia. Choć stylizuje go na swój sposób. Niekiedy ten obraz jest niepełny lub zgoła abstrakcyjny. Ten ikoniczny charakter fotografii nie oznacza jednak, że w głowie Widza wizualizuje się wierny sfotografowany przedmiot. Wyobrażenie sobie dokładnego artefaktu to duży wysiłek. Widz raczej go nie podejmuje.

Trochę inaczej jest ze znakami. Tutaj realny przedmiot ma mniejsze znaczenie. Bo znak realizuje się przez treść jaką reprezentuje. Wobec tego ikoniczne przedstawienie nie musi nieść istotnych treści wizualnych.

Zdjęcie działa jako symbol tylko wtedy, gdy przedstawia rzeczy na wyższym poziomie abstrakcji niż ono same. Tak jak na zdjęciach obok. Popatrzmy pojedynczo jak wyglądają relacje między funkcją symboliczną a ikonyczną. W tej pierwszej, szybko czytane są cztery zdjęcia: środkowe oraz sąsiadujące z boków i od dołu. Na wszystkich tych obrazach jest dobra separacja kształtu od tła. Ciekawe jest szczególnie to centralne, bo mimo paru „zaśmiecających” artefaktów, błyskawicznie wyłapujemy intencjonalność naniesienia pasty. Projekt nad już nie jest oczywisty. Na pewno odczytujemy symboliczny nadruk, ale bez wątpienia też torbę z zakupami. Ta praca samodzielnie ekspozowana zostałaby chyba szybko zignorowana. Lewa górna ma pewną barierę wejścia, dopiero nóż pozwala dopowiedzieć celowość aranżacji. Prawa górna, po wykonaniu pewnego wysiłku, też mogłaby być czytana symbolicznie. Zupełnie inaczej jest z narożnymi na dole.



## Idea... obciążona kompromisem

To był kolejny kalendarz z tematyką agd. Poprzedni został uznany za najlepszy w Polsce, a nawet trafił do przeglądów projektowania w Europie. Apetyty były więc wielkie. Zarówno po stronie klienta, jak i moje. Opracowałem Pomysł z olbrzymim potencjałem kulturowym. Postanowiłem przekształcić sprzęty w magiczne kręgi, rytualne obeliski, czy kultowe rzeźby i tym podobne nadprzyrodzone klimaty. W taką scenografię miała trafić bohaterka. Czyli kapłanka, oblubienica, wybranka, szamanka, donna, strażniczka, szeptucha, wiedźma, Świtezianka, nimfa, rusalka itd., itp. Na życzenie przygotowałem sesję próbną, z której byłem bardzo zadowolony. Wynik się spodobał, ale... Było ale! Usłyszałem: ma pan całkowicie wolną rękę, ale warunek, nasze wyroby mają być dobrze widoczne.

I masz chłopie placek! Skąpo zarysowana bryła pralki może być monumentem, ale oświetlona przestaje nim być. Niemniej jednak, postanowiłem zmierzyć się z zadaniem. Oznaczało to znaczącą zmianę koncepcji. Co tam znaczącą, po prostu całkowitą. Skoro muszę coś pokazać, to w takim razie pokażę to maksymalnie atrakcyjnie. Będą to piękne bryły i nie do końca oczywiste interakcje z kobietą. Wynikowo: walorowa inwersja w stosunku do zamierzeń. Bo artefakty będą białe, a sylwetka czarna.

W sferze fabularnej na niektórych zdjęciach pozostało coś z pierwotnego zamysłu: kromlech (str. 153), kultowy obelisk, ołtarz z wybranką, nawiązanie do Świętowita czy tańców rytualnych. Ale przynajmniej dwie prace nie wpisują się w ten nurt: z okapem i ta w locie. Choć może się wpisują, w jakieś wiedźmowe możliwości. Autor nie wie. O dziwo, całość się bardzo spodobała, nagrody z projektowania były. I nawet tytuł najlepszej fotografii w Polsce w 1998 r.











## **Dziejowa okazja**

Nie jestem zwolennikiem numerologii ani miłośnikiem magii liczb. Ale cóż z tego, skoro wszyscy wokół kochają te liczebniki! Może ma to jakiś związek ze stanami konta lub stanem portfela? Nie wiem, w każdym razie zbliżające się kolejne tysiąclecie (w zapisie rzymskim MM) było tematem gorącym. Co i rusz przewijającym się w Mediosferze. Warto było wobec tego zawalczyć o małeńki odprysk tego zainteresowania. Kalendarz, jako miernik upływu czasu, wydawał się najlepszym pomysłem.

Jednocześnie te równe cyferki wzywały do jakiegoś zgrabnego podsumowania. Paru mądrych komunalów, pochylenia się nad losem jednostki i świata. Ale w sumie jednoznacznie optymistycznego. Tak optymistycznego jak cała ta nasza cywilizacja. Zrozumiałem, że trzeba mocno mózg przetrzepać, bo stawka jest historycznie historyczna.

A skoro ma być z grubej rury, to będzie. Na tapetę wzięłem cywilizację.

Ten jej ciągły triumfalny pochód. Opanowaliśmy z początku ogień, kamień, metalurgię, wymyśliliśmy papier. Nauczyliśmy się kontrolować zasoby wodne i poruszać się w powietrzu. Wytwarzać włókna i tkaniny, światło, a na końcu elektronikę.

Od tej konkluzji było blisko do koncepcji. Pomogło spojrzenie przez okno. A tam równiutkie pudełka blokowisk, pełne mniejszych szufladek mieszkań. W nich kolejne przepastne szafy z szufladami. A w szufladach... pudełka, z butami. Na przykład. Pełna kontrola. Jej symbolem są wszechobecne linie proste. A prostopadłościennymi bryłami, to najsilniejszy jej wyznacznik. Można to rozumieć dosłownie, bo tak ten nasz świat wygląda. Ale też symbolicznie, jako układ kartezjański. Wygodne narzędzie matematyczne. Tak wrosło w nasze życie, że nikt się tu nad metryką nie zastanawia.

Od tego bezwiednego spojrzenia był już tylko mały krok człowieka do wielkiego podsumowania ludzkości.

Tak, pokażę i dam te ukochane prostopadłościanny uświadamiające ten nasz awans.

## **4 + 1 – 1 = Żywioty**

Klasycznie mówi się o czterech (ziemia, ogień, woda, powietrze), choć od zarania nauki postulowany był też piaty (eter).

Mam wrażenie, że najpełniejszej kontroli podlega żywioł ziemi. Przerabiamy różnorodność powierzchni świata na miliony multiplikowalnych form. Ta działalność nie jest jednak w 100% doskonała, podlega erozji. To ciągły bój z siłami przyrody. Dlatego forma, którą stworzyliśmy, też nie była doskonała.

Z zupełnie innej bajki są projekty żywiołu eteru i ognia z następnej rozkładówki. Ten pierwszy występował w koncepcjach naukowych przez drobne 2000 lat i był dzieckiem Arystotelesa. Później w wyniku nowych naukowych koncepcji poległ na 100 lat. By odrodzić się w niektórych nowych modelach naukowych, w postaci elastycznej czasoprzestrzeni. Nawet jak eteru nie ma, to był obecny przez tysiące lat rozwoju cywilizacji. Warto pamiętać o tych różnych uschniętych konarach rozwoju nauki, bo taka jest logika jej rozwoju. Niebieska, lekka przestrzenna, nieważka praca, moim zdaniem, znakomicie odpowiada temu dziwnemu żywiołowi.





**PARALELIZM** **METAFORA** **ADVERTORIAL** **KALENDARZ**

Koncepcja – Wiesław Jurewicz. Fotografia – Wiesław Jurewicz, Tomasz Zieliński, Piotr Gielec, Lukasz Rajchert. Dla: Polar S. A.







W pracy z ogniem pokazaliśmy nie tylko ten pierwotny, gwałtowny proces spalania, znany z ogniska. Innym wymiarem naszej kontroli jest „produkcja” bezpiecznego ciepła.

Zupełnie szalona jest realizacja z żywiołem wody. Wycięliśmy symboliczny prostopadłościan z płytkiego zbiornika wodnego. Kawałek niżej opiszę tę realizację, bo jest zupełnie nietuzinkowa.

Ostatnim żywiołem miało być powietrze. Temat wisiał przez cały czas, kolejne realizacje wpadały do kompletu. A w temacie wiatru panowała długo-trwała umysłowa flauta. Nie wiało! Można było to pokazać symbolicznie, przez jakieś artefakty. Na przykład papierowe chińskie balony z Święta Lampionów (Latarni). Tylko kulturowo i cywilizacyjnie trochę nie siedziało. A ponieważ było dużo innych ciekawych alternatyw, to z tej, bez żalu, zrezygnowałem.

## Podwodne klimaty - realizacja fotograficzna

Przy okazji tej pracy opowiem, czym się kieruję przy doborze narzędzi realizacyjnych. Pewnie zauważyliście, że w publikacji jest mało montaży, a dużo prac retuszowanych. Przez ten pierwszy rozumiem przenoszenie dużych fragmentów jednych fotografii do drugich, a przez drugie usuwanie (raczej niewielkich elementów) z wyjściowego zdjęcia. Pierwsza metoda ma tę wadę, że komponent do montażu należy fotografować dokładnie w tych samych warunkach, jakie będą panowały w miejscu wstawiania. Jeśli się tego nie zrobi, to nie zgadzają się zjawiska na konturach, na przykład odbicia tła na artefakcie i przebiegi tonalne. Można to niby korygować, ale tak naprawdę tylko w pewnym zakresie i przy prostych pracach, gdzie obiekty bardzo na siebie nie wpływają. Z reguły można trochę zamaskować oszustwo. Bardzo często to wystarczy dla większości Odbiorców. Niestety, nie dla mnie, bo takie zabiegi przeważnie wyłapuję w ułamku sekundy, niczym uderzenie pałą w głowę. Dlatego w trosce o dobrostan mój i tych, którzy to widzą, staram się unikać takich prowizorek. Robię to po swojemu (co już wiecie). Najśmieszniejsze, że pracując chwilę dłużej na planie, ma się 100% gwarancji dobrego efektu, a zainwestowany czas przeważnie z nawiązką się zwraca. Ale głównym motywem jest fotorealistyczna jakość.

Tak jest na zdjęciu obok, gdzie blok wody stoi na dnie zbiornika wodnego. I dokładnie taka była realizacja. Szklany pojemnik z cienkich tafli szkła stał na odpowiednio uformowanym piasku. Nie był nawet duży, około 20 x 20 x 35 cm. Efekt podwodnego oświetlenia dała warstwa falującej wody z płaskiego akwarium. Umieszczone zostało ono między reflektorem a planem. Jedyne co należało zrobić w post produkcji, to usunąć podwójne krawędzie szkła zbiornika. Nie było to całkiem banalne, bo należało korygować od razu perspektywę. Ale Tomasz Piotrowski zrobił to perfekcyjnie.

## Zarządzanie uwagą

Tekst z poprzedniej strony mógł wydać się akademickimi, hermetycznymi i abstrakcyjnymi rozważaniami. Ale płyną z niego niezwykle istotne wnioski. Otóż uwagę Widza powinniśmy traktować jako trudno dostępne dobro. Zasób, do którego możemy czasem uzyskać dostęp. Na początku na małą chwilę. Jeśli się postaraliśmy, ta chwila przekształci się w dłuższą. I być może jeszcze dłuższą. To ostatnie wymaga już uruchomienia ciekawości, albo odwołania się do indywidualnych doświadczeń jednostkowych lub społecznych. Jeśli cokolwiek przez ułamek sekundy zazgrzyta w tym procesie, to Widz pójdzie sobie dalej. Zrobi to odruchowo, mimowolnie, prawie jak przy mrugnieniu powieką, bo ma ewolucyjne przystosowanie do szybkiej selekcji danych. Nasz umysł w każdej sekundzie przetwarza niekończące się ciągi obrazów i zdecydowaną większość dopływających odrzuca już na etapie ogólnego rozpoznania kształtu. Albo milisekundę później, gdy zakwalifikuje je do nieinteresującej kategorii. Tę oszczędną gospodarkę zasobami należy szanować. Zadajmy sobie wobec tego kluczowe pytanie: cóż takiego nadzwyczajnego oferujemy, aby żądać więcej uwagi?

### Zdobywanie uwagi

Ta książka, każde jej zdjęcie, jest rozpaczliwą walką o uwagę. Usuwaniam wszystkiego zbędnego z obrazu, aby nie obciążać klarowności przekazu, ale jednocześnie nadziewaniem smaczkami, kontrastami, budzeniem skojarzeń. Dostarczaniem głębszych treści dla tych, którzy będą chcieli je odnaleźć. Operowaniem na symbolach. W warstwie zaś wizualnej: obrazów ekspresyjnych, obrazów klasycznie pięknych, obrazów czytelnych, ale intrygujących, i z maksymalnym wykorzystaniem przerzutności uwagi, o czym pięknie napisał Albin na poprzedniej stronie. I co zilustrowałem zdjęciem posiadającym, w mojej ocenie, tę cechę w stopniu wybitnym.

To zdobywanie uwagi jest coraz trudniejsze. Tymczasem fotografowie pozostają w hibernacji. Nie znam drugiej branży tak oderwanej od realiów jak ta zdjęciowa. Fotografowie produkują swoje obrazki dla fotografów. Zajmują się nieistotnymi szczegółami technicznymi, guziko- i sprzętologią, odrywają się od Widza, ale jednocześnie chcieliby więcej uwagi, i aby każdy oglądający zagłębiał się w jakieś niezauważalne smaczki. Często są one nawet ciekawe, tyle tylko że nie mogą przebić się przez gadatliwość tych zdjęć. Dlatego olbrzymia część tej branży to getto wytwarzające ruch na swoje potrzeby. I nawet występuje takie wewnętrzne zdziwienie tym, co oglądają przeciętni zjadacze chleba. I co im się podoba. Ale to Widza należy postawić w centrum uwagi. Jeśli oczywiście chcemy wyjść z tego ogrodzonego poletka.

Za każdym razem, gdy robię zdjęcie przeznaczone dla innych, odczuwam strach. Czy uda się zrobić coś, co będzie się podobało? Moim Widzom i mnie jednocześnie? Czy będzie nośne i nowe? Czy będzie zastanawiające? Czy powie to, co ma powiedzieć?

Po mojej stronie płyną godziny, a po stronie Widzów ułamki sekund. Taki relatywizm.

Chciałbym umieć tak umiejętnie wykorzystać czas, jak Mistrzynie obok...





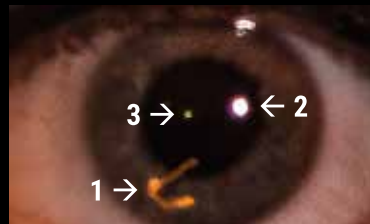
## ■ Czytanie ze zrozumieniem

Pamiętam z młodości Cyganki, czytające przyszłość i przeszłość z dłoni. Magiczna czynność! Zupełnie jak odszyfrowywanie treści z jakiejś zagadkowej fotografii. Kwalifikacje potrzebne do obu zajęć są zupełnie podobne. Trzeba być uważnym obserwatorem, mieć wiedzę o życiu i świecie. To bardziej psychologia niż literatura. Dla mnie te umiejętności odgrywają niezwykle istotną rolę podczas pracy ze zdjęciami (dotyczy projektantów, dziennikarzy, designerów). Mam tutaj na myśli wszystkie poziomy, na których możemy analizować fotografie. A więc ich wartość komunikacyjną, zdolność do przykuwania i utrzymania uwagi, siłę projektową czy przypasowanie do stylu publikacji.

Ale oprócz warstwy komunikacyjnej, ważna jest też realizacyjna. I warto nauczyć się ją czytać. Samodzielnie. W dobie wszechobecnych tutoriali wydaje się, że to jakaś archaiczna umiejętność. Przecież wszystko jest w necie! W teorii, bo w praktyce to nic nie ma. Znaczna część tych materiałów jest bardzo niskiej jakości. Niektóre zaś są wprost wybitnymi przykładami, ale jak nie należy pracować. Jest też drugi problem. „Podobne” zdjęcie referencyjne, to jest „inne” zdjęcie. Jeden zmieniony element może całkowicie wyrzucić realizację. Dlatego warto budować kompetencje na poziomie fundamentalnym. Zamiast kopiować dydaktyczne przykłady, przyjrzeć się takim, jakich nie ma w podręcznikach lub w necie, ale wzbudziły nasze zainteresowanie.

Popatrzmy obok. Fotografia utrzymana w klasycie filmów noir. Sprawia wrażenie portretu wykonanego przy świecy. Niestety, takie zdjęcie jest wręcz niemożliwe do wykonania. Powody są dwa. Po pierwsze, duża różnica odległości między płomieniem a poszczególnymi fragmentami twarzy. Broda byłaby bardzo jasna, czoło ciemne, a dalsze włosy niewidoczne. Nie wchodząc w szczegóły, mała luminacja też mocno utrudniłaby poprawne naświetlenie. Z tej pobieżnej analizy wnioskujemy, że to zdjęcie udaje inne. Chcielibyśmy jednak wiedzieć, co tu zostało zrobione. Na szczęście wszystko jest jak na dłoni.

Mamy trzy źródła informacji: oczy, świecznik i przebieg tonów na portrecie. W oczach widzimy trzy odbicia, jedno wyraźnie słabsze. Dolne pochodzi od świeczki (kąć i poruszenie), wyższe i silniejsze wygląda na jakiś punktowy reflektor. Trzecie, słabe odbicie mamy dokładnie w centrum gałki ocznej. Konfrontujemy to ze świecznikiem. Linia z prawej wygląda na silniejszy, raczej punktowy reflektor. Druga dokładnie w środku podobnie. O tym, że są to punktowe źródła świadczą poprzerwany charakter odbić. Z tą wiedzą analizujemy zdjęcie. Główne światło jest gdzieś na wysokości nosa i znad świeczki. Widać to z kąta cienia przy nosie. Dość tajemnicze jest za to drugie światło, bo nigdzie nie widać cienia od niego. Ale skutek pracy jak najbardziej: zarysowująca się nieźle ręka, świeczka, partia włosów w głębszych cieniach. Rozwiązaniem (widocznym też w powiększeniu gałek ocznych) jest lampa pierścieniowa. Reguluje ona kontrast oświetlenia, wydobywając partie cieni. Świeczka oświetla sama siebie, robi tunę i odbija się w oczach. Ponieważ jest nieporuszona, to musiała stabilnie stać, a modelka tylko udawała, że ją podnosi. Odbicie świeczki w oczach jest poruszone. To świadczy, że czas naświetlania był dość długi. Zajrzałem do exifa, wynosił 1s. Jeszcze można zastanowić się bliżej nad charakterem głównego reflektora. Jest mały, ale nie ma ostrej krawędzi. Pewnie to parabol z plastrem miodu i, patrząc na równy charakter przebiegów tonalnych, użyty z większej odległości. Tyle.





Koncepcja, fotografia – Wiesław Jurewicz. Stylizacja, make-up – Miła Stojanowska. Na zdjęciu – IM Ekaterina Atalik. Dla Probit





## Subiektywny felieton o świetle polarnym

Chodzi mi oto aby światła promień zręczny,  
Pokazał wszystko co wymyśli głowa.  
A czasem był jak piorun jasny, demoniczny,  
A czasem smutny jako pieśń stepowa,  
A czasem jako skarga nimfy miętki,  
A czasem piękny jak aniołów mowa...  
Aby przeleciał wszystka ducha skrzydłem.  
Fota być winna cudem, nie straszylem

*Pieśni V, poemat Beniowski, Juliusz Słowacki  
dekonstrukcja Wiesław Jurewicz*

Ta maleńka przeróbka naszego Klasyka, której dokonałem, doskonale opowiada nam o roli światła w procesie fotograficznym. Wspomina o tym ostrym, skupionym, wiwiskcyjnym, też o ciemnej, ogniskowej tonacji. Porannym zawieszonym na mgłach, otulającym poświatą kształty. I wreszcie o świetle harmonijnym i anielsko pięknym. Ale najważniejsze jest na początku. Trzeba pokazać, co wymyśli głowa.

Tutaj wymyśliła koncepcję znaków. Ta sama głowa, po przełączeniu się ze sfery świadomej na wizualną, zwizualizowała sobie te abstrakcyjne formy. Jakkolwiek pierwszy etap wyznacza kierunek, to drugi często decyduje, czy jest, co pokazać. Dlatego do obu należałoby przywiązywać podobną wagę. W tej książce często wyraźnie akcentuję dominację Pomysłu nad realizacją. Po prostu jak każdy, nie cenię tego co mam łatwo dostępne. A szanuję deficyty. Realizację, i to na każdym poziomie metodologicznym, szybko widzę. Praca nad Pomysłem to jest wysiłek. I czasem całkiem frustrujący, gdy człowiek nieustająco zadaje sobie pytanie: czy już je znacie? Dlaczego jestem taki tępy? Ale nauczyłem się, że każdy opór można pokonać cierpliwością.

Wiem jednak, że deficyty u różnych ludzi rozkładają się różnie i są tacy, którzy woleliby posłuchać o realizacji oświetlenia.

### Low key

Zacniemy od krótkiego wprowadzenia. Użyta tutaj tonacja low key oznacza zastosowanie kontrastowego światła, które wydobywa linie lub partie obrazu z dominującego ciemnego tła. Wydają się one, skutkiem kontrastu równoczesnego, bardzo jasne. To ściąga wzrok. Taka tonacja jest przyjmowana jako ekspresyjna i elegancka. Jest też bardzo wygodna w realizacji, ograniczając do minimum czas i koszty budowy planu. Ale są wady, około 5% populacji nienawidzi czarnego koloru. W czasopiśmie na czarnym źle się czyta, w albumach trzeba się liczyć z przebijaniem na drugą stronę. Z mojego doświadczenia wynika, że można realizować tą metodą do 10% projektów. Tyle zresztą jest w tej publikacji. Low key to prawdziwa pułapka rozwoju fotografa. Niektórzy czasem na całe życie przyklejają się do tej tonacji, bo szybko im wychodzi i ładnie wygląda. Dlatego klasę fotografa poznacie po tym, jak radzi sobie w bardzo jasnych rejestrach. Te wymagają bardzo starannej pracy i umiejętności otwierania przestrzeni. Niemniej jednak, gdyby wszystko było robione w high key, to wtedy low key byłoby awangardowe i świeże. Stąd ten poziom równowagi, o którym wspominałem wcześniej.



## Realizacja serii

Szybko pominiemy etap wstępny. Ten, zanim dowiemy się, które linie chcielibyśmy zobaczyć, a co ukryć. Zawiaduje tym alingwistyczna apka mózgową. Trudno z niej wydusić jakieś info. Ale gdy już zwizualizujemy sobie obraz, to robota ruszy z kopyta. Bo ta realizacja wymaga tylko staranności w murzynowaniu światła. Wiem, że to brzmi jakoś tak... niepolitycznie, ale murzynowanie jest zupełnie jasne dla techników oświetleniowych z filmu. A w tym momencie także dla fotografów, którzy korzystali z literatury z tamtych regionów. Dla porządku, murzynowanie to korzystanie z czarnych zastawek. Tak aby odciąć każdy najmniejszy kawałek strumienia świetlnego, nie trafiający w zaplanowane miejsce. Korzystamy więc z podłużnych (tutaj) reflektorów, zakładamy na nich obcinacze strumienia (wrota) oraz żaluzje. Na drodze strumienia ustawiamy wąski prześwit (gobo). Jak jeszcze coś ucieka, to kolejny. Reflektor powinien być odstawiony daleko. Tak aby było bardzo równe natężenie oświetlenia na całej długości linii. No, chyba że zakładamy tintę. To blisko, wedle wizji.

Jeśli studio jest duże, obiekt ustawiamy daleko od ścian, a jeśli małe, to budujemy czarny namiot wokół niego. Tu było bardzo duże. Można świecić oczywiście dowolnym kształtem. Najczęściej były linie, ale też łatwo zidentyfikować użyte strumienie o przekroju trójkątnym i kątowym. Przy każdym zdjęciu podałem liczbę zastosowanych reflektorów. Średnio wyszło  $< 2,5$  na fotografię. Bardzo skromnie. A efekt, całkiem całkiem, dodam nieskromnie.

Dużo radości przyniosło nam (bo pracowaliśmy w trójkę) stopniowe przesuwanie trudności w grze „zrozumiałe – niezrozumiałe”. Tableau ustawiłem według rosnącej na kolejnych poziomach trudności odbioru w sferze ikonicznej (obrazowej). Fotografie w dolnej linii stanowiły już spory problem dla znacznej części oglądających. Dlatego znalazły się wyłącznie w komunikacji pogłębionej, będąc łamiętką wizualną.



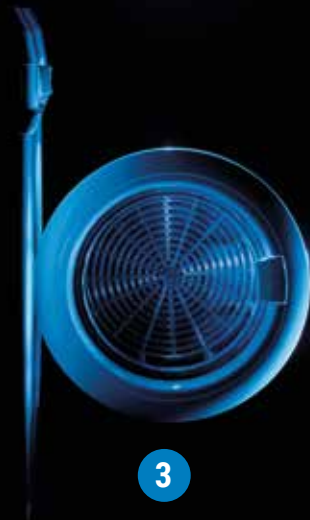




3



3



3



2



3



2



2



2



2

## ■ An i Syn, bieguny fotografii

Wróćę do „im bardziej martwy był trup, tym bardziej udana była autopsja” Singera. I do jego podziału utworów na analityczne oraz syntetyczne oraz szczególnego uznania dla tych drugich. Literatura i fotografia to niby różne dziedziny. Wiemy już jednak, że możemy przenosić skutecznie wzorce i struktury. Nawet między odległymi obszarami. Trzeba wyszukać analogie lub posłużyć się metaforami. W tym konkretnym przypadku wystarczy przenieść poruszany problem i ewentualnie odnieść się do ogólnej myśli/oceny.

Który utwór fotograficzny jest analityczny, a który syntetyczny? Pierwszym będzie na przykład album z pejzażami z gór. To zbiór obrazów o podobnej sile i randze. Różnią się one przeważnie porą oraz miejscem wykonania. Ale to z pewnej odległości te same zdjęcia. Syntetyczny będzie reportaż, gdzie pokażemy te same góry podczas górskiej wyprawy. Będzie tam mozół wspinaczki, wypoczynek na biwakach i radość na górze. I może zmęczenie po powrocie. Odciski na stopie. Podejście analityczne to mutowanie, dokładanie kolejnych podobnych przykładów, które mają się uśrednić do obrazu całości. Synteza to układanie puzzli. Każdy jest niezbędny niczym rozdział w książce. Temat, przy którym teraz jesteśmy jest podejściem analitycznym. Zadbalem w nim, najlepiej jak potrafiłem, aby kolejne ujęcia były zmienne i zaskakujące. Ale usunięcie poszczególnych obrazków nie demoluje utworu. Podobnie będzie w przypadku następnego (str. 201). Trzeci (str. 212), a także czwarty (str. 226) będą zupełnym przeciwstawieniem takiej metody.

Myśląc nad tym doszedłem do wniosku, że gros tzw. fotografii artystycznej sytuuje się w obszarze analitycznym. A szerzej rzecz biorąc, fotografowie najczęściej zajmują się zbieractwem. Ta kolekcjonerska działalność wpisuje się trochę w naszą homosapiensową naturę. Odczuwania przyjemności z posiadania i gromadzenia zasobów. Można zadać pytanie retoryczne: czy w tym przypadku ilość przekształca się w jakość? Czy do 100 pięknych obrazków trzeba dodać kolejnych 100 podobnych? Albo konsekwentnie, jak to bywa często w karierach artystycznych, przez lata powielać to samo?

Każdy może znaleźć swoje odpowiedzi.

Synteza oczywiście nie musi dotyczyć większych form. W „jednozdjęciowym” rozdziale XS zdecydowana większość prac jest minimalistyczno-skrótowa. Możemy na to popatrzeć od strony używanych ŚW: metafory i analogie są syntetyczne.

Być może Pomysł jest (na ogół) Syntezą? I może to dwa oblicza tego samego?







Koncepcja, fotografia – Wiesław Jurewicz.





**XL**





## **Bardzo duże formy fotograficzne**

To przedział 30-100 zdjęć. Znajdziemy w nim duże wystawy stacjonarne lub galerie internetowe, albumy i katalogi. Istotna jest tutaj obecność klajstra scalającego w całość zdjęciowe komponenty. Bank zdjęciowy z tego punktu widzenia nie jest dużą całością. Ale katalog z tematycznego konkursu fotograficznego jak najbardziej. Bardzo duże formy są wyzwaniem zarówno organizacyjnym, jak i artystycznym. Z reguły trzeba bardzo dokładnie wiedzieć, co się chce powiedzieć. Umiejętnie operować narracją, zmieniając nastroje i tempo.

Trzeba mieć świadomość, że nie powinniśmy od Odbiorcy oczekiwać utrzymania uwagi, gdy ma obejrzeć ponad 70 obrazów (w jednym ciągu). Jak liczymy na więcej, to trzeba mocno się postarać. W rozdziale znajduje się analiza albumu z Wrocławia. Drugi temat o silnym wydźwięku społecznym obejmował druk dwóch albumów oraz serię wystaw plenerowych w prestiżowych miejscach Polski.



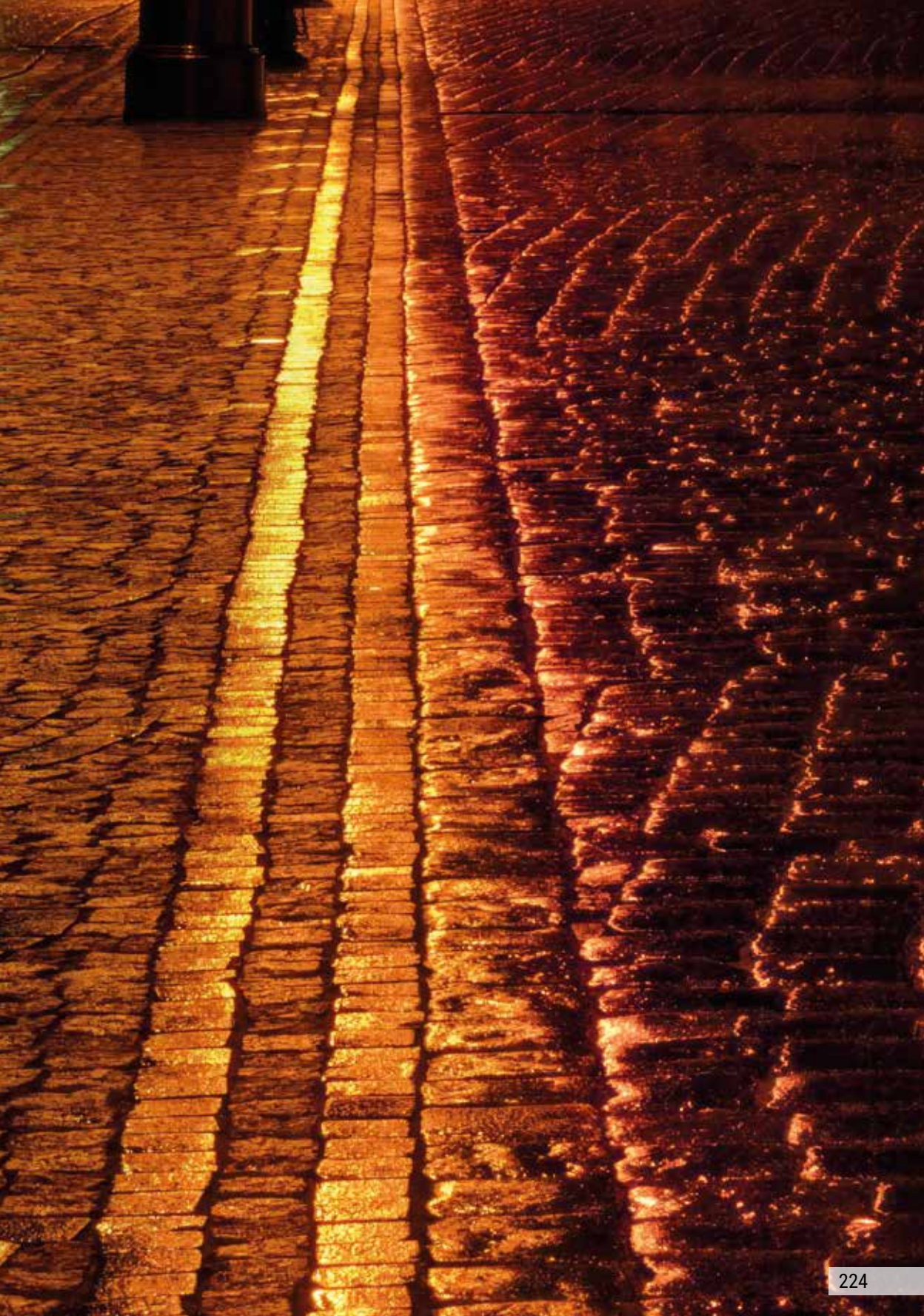
## LARGO

Largo. Bardzo wolno i pusto. Odpowiada minimalnej aktywności Rynku.

Ludzie zniknęli za sprawą magicznej sztuczki. Zostało samo miejsce. Nie ma też słońca. Ale są na szczęście reflektory i latarnie (jak to dobrze, że je wynaleziono). W skąpym oświetleniu przemykają spóźnione zjawy. Kończą się ostatnie rozmowy i spotkania. Wśród tych nielicznych pozostałych pojawiają się łowcy piękna zamieniający świat na obrazki. To fotografowie – ich mekką stała się fontanna, z którą umawiają się na podobieństwo zakochanych par. Ale nawet oni powoli kończą swoje wędrówki. Dienne rekwizyty związane z marketingiem tracą swoją dosłowność, nabierają jakiejś poetyki. Nierealnie wyglądają też pozostawione w wyludnionych ogródkach krzesła. Znikają gdzieś rynkowe zwierzęta zamykane na noc w zagrodach. Zostaje kamień i cisza... Po raz pierwszy w ciągu doby można sobie uświadomić, że istnieje cisza. Jest to zupełnie niezwykle doznanie w tym miejscu. Szczególnie po deszczu, gdy każda latarnia odbija się setkami refleksów w błyszczących kamieniach. I nagle wrocławski bruk, dotąd zasłonięty i zdeptany, jawi się w swojej pełnej krasie, stając się bodaj czy nie najważniejszym elementem tego miejsca. I można dostrzec urodę pokryw naszych studzienek. Bywają chwile tak samotne, że nie ma komu podziwiać tych urokliwych momentów. Tylko hrabia trwa na swoim posterunku nieruchomy, jakby odłany z brązu....









**XXL**



# Mastodonty fotograficzne

Największe, i chyba na wymiar, formy fotograficzne. Waga od 100 w górę bez ograniczeń. To formy bez litości dla Widza. I bez litości dla fotografa. Z punktu widzenia tego drugiego kluczowa jest logistyka, czyli efektywne „zdobywanie” ujęć. W innych przypadkach to może być praca na lata. W rozdziale znajdziecie opis dwóch takich publikacji. Choć druga... Eee, nie będę spojlerował.

## ■ Szpalta swobodna

Jedynym elementem stałym tego układu była belka z tytułem rozdziału oraz zdjęcie kucharza i lokalu w owalu. Położenie belki najczęściej od lewej, ale w sytuacji, gdy potrawa lepiej komponowała się z prawą, to także. Łamy tekstowe były dopasowane do kształtu zdjęcia. Miały bardzo zmienną objętość. A też kształt. Podobnie tytuł. Z reguły długi i opisowy, potrafił być czasem bardzo rozbudowany. Taki projekt był bardzo elastyczny, pokazywał doskonale całą potrawę i mieścił rozbudowane opracowania kulinariów dolnośląskich. I podkreślił to, były tam tylko elementy niezbędne. Psychologicznie podkreśliłbym lekkość i nowoczesność. W tym układzie było 45% albumu.



Zbigniew Kotlik



Restauracja Hotelu HP Park  
Plaza w Wrocławiu

Potęga smaku

### Wrocławskie pierogi z szybkami rakowymi i kiszoną kapustą

#### ● Składniki na 4 porcje

- **ciasto:** 60 dag mąki tortowej z Młyna Jordanów Śląski, 2 żółtka, 50 ml śmietany 36% i Okręgowej Spółdzielni Mleczarskiej w Międzybórz, 100 ml ciepłego mleka
- **nadzienie:** 5 dag jasnej części pora, 6 dag masła klarowanego z Międzybórza, 20 dag borowików świeżych lub mrożonych z firmy „Ranoland”, 20 dag oczyszczonych szypek rakowych, 30 dag ugotowanej kapusty kiszonej z Gospodarstwa Rolnego Kwadratnia Kapusty i Opórków Michała Sznajdera, sól, pieprz
- **emulsja kminkowa:** 100 ml wina białego, 150 ml wywaru z raków, 100 ml śmietany 36%, 10 g kminu
- **do dekoracji:** szczypce raków

#### ● Sposób przygotowania

**Przygotować ciasto:** mąkę tortową przesiać do dużej miski, dodać żółtka, śmietanę, ciepłe mleko i wyrobić gładkie elastyczne ciasto. Zawinąć w folię i wstawić do lodówki na godzinę. **Przygotować nadzienie:** pora pokroić i podlać na masle klarowanym. Dodać pokrojone borowiki i podsmażyć. Następnie włożyć szyki rakowe i posiekana kapusta. Przyprawić solą i świeżo zmieloną pieprzem. Całość podsmażyć. **Przygotować emulsję kminkową:** białe wino i raków i kminem. Dodać śmietanę i zredukować do konsystencji sosu. **Przygotować pierogi:** ciasto cienko rozwałkować i wycinać krążki, nałożyć nadzienie i dokładnie zlepiać brzoje. Pierogi gotować w osolonym wrzątku. Po ugotowaniu włożyć na ogrzany półmisku na emulsję kminkową. Udekorować szczypcami raków.

228



Marcin Kurzawa



Anna Cieślak

Potęga smaku



Akademia Kuraszków

### Regionalny ser z mleka krowiego z sosem z rokitnika, lodami truskawkowymi oraz żółtkiem confit

#### ● Składniki na 1 porcję

- 27 dag sera z mleka krowiego, żółtko
- **kruszonka z owsa i czekolady:** niewielka ilość płatków owsianych, czekolady 72%, maltodekstrynę, cukru pudru i soli himalajskiej
- **sos z rokitnika:** 24 dag owoców rokitnika, cukier brązowy, sól
- **lody truskawkowe:** 40 dag świeżych truskawek, 10 dag cukru, 20 dag syropu glukozowego, żelatyna
- **garnish:** chwasty jadalne: szczawik zajęczy, tatarak pospolity, krwawnik, liście nasturcji, piklowana rabarbar, piklowana dynia piżmowa, świeże małyce, miód wielokwiatowy

#### ● Sposób przygotowania

**Przygotować kruszonkę z owsa i czekolady:** Przygotowane składniki zmiksować z miodem do temperatury 65°C. **Przygotować sos z rokitnika:** szyki, owoce zasypać cukrem i gotować w gęstej sio. Masę włożyć do maszyny do lodów.



kie,  
smażyc  
pusze kiszona  
gotowac z wywacem  
alkowac, wyciac szklanką  
wanu wyjść łyżką cedzakową.



lady: płatki owiane uprażyc w piekarniku, a następnie ostudzic. Czekoladę piec 10 minut w temperaturze 160°C.  
sóltołdekstryna, cukrem pudrem oraz solą. **Przygotowac żółtko confit:** żółtko wlozyc na 55 minut do oleju nagrzanego  
z rokitnika: owoce zmkosowac. Dolozyc xantang, cukier i sól. Przetrzec przez sito. **Przygotowac lody truskawkowe:**  
n, a następnie wstawic do lodówki na 12 godzin. Zmkosowac. Dolozyc syrop glukozowy i xantang. Przetrzec przez  
lodow. Wszystkie komponenty ulozyc dekoracyjnie na talerzu.

## Constans fotograficzny

Od strony zdjęciowej największym sukcesem sesji kulinarnych była spójność wizerunku. To było szczególnie ważne, bo książka opisywała szlak w kategorii premium. Tę jedność udało się uzyskać. Jakkolwiek każdy kucharz i kucharka zachowali własny styl.

Bardzo konsekwentne jest światło, to jeden precyzyjnie dopracowany układ, oparty na 3 reflektorach. W niektórych potrawach (wyższych) był dokładany, w nieinwazyjny i mało zauważalny sposób, czwarty.

**Wspaniałym Klientom, bez których nie mógłbym się rozwijać,  
i bez których nie byłoby tutaj co oglądać:**

Małgorzata Jurewicz – MAWI, wydawnictwo  
Andrzej Krowiński – Polar S.A.  
Agata Lepkowska – Polar S.A.  
Maciej Glinka – MPP Polska  
Aneta Martynow – MPP Polska  
Jacek Papiernik – Dolnośląska Organizacja Turystyczna  
Monika Marchewka – DWSSP „Asesor”, ZSP we Wrocławiu  
Jakub Wilczek – Towarzystwo Pomocy im. św. Brata Alberta  
Wojciech Zawadzki – Probit  
Leszek Ciećwierz – JTT Computer  
Marek Ignor – DFR  
Wioletta Traczyk, Agata Sopuch – Jadwiga  
Bogumił Nowicki – Agencja Reklamowa B-en  
Zdzisław Smektała – dziennikarz, showman

**Wspólnikom, za 24 lata wspólnej drogi w amatorskim ruchu artystycznym  
i pierwszy etap pracy zawodowej:**

Tomasz Oko, Mirosław Pabjan – SpAF, Agencja Reklamowa, Mediapol  
Tomasz Piotrowski – SpAF, Agencja Reklamowa, Mediapol

**Współpracownikom, za przyjemność codziennej pracy  
oraz możliwość uczenia się razem z nimi:**

Tomasz Zieliński, Maciej Ślusarek – fotograf  
Piotr Gielec, Łukasz Rajchert – fotograf  
Beata Koleśnik – dyrektorka artystyczna  
Katarzyna Chir, Julita Gielzak – graficzka

**Za epickie 4 lata studiowania w artystycznej, inspirującej atmosferze, na Wyższym  
Studium Fotografii, pierwszej, niepodrabialnej, tego typu uczelni w Polsce:**

Andrzej Zygmontowicz – promotor, ZPAF  
Wojciech Zawadzki – wykładowca, ZPAF  
Urszula Czartoryska – wykładowca, Muzeum Narodowe Łódź  
Adam Sobota – wykładowca, Muzeum Narodowe Wrocław  
Wanda Mossakowska – wykładowca, Instytut Sztuki PAN  
Mieczysław Cybulski – wykładowca, FIAP  
Tadeusz Piotr Prociak – słuchacz, fotograf

**Za otwarcie i pokazanie świata fotografii artystycznej w Polsce:**

Jerzy Olek – Foto-Medium-Art

**Za organizowanie planów zdjęciowych i podniesienie mojej wrażliwości w dziedzinie aranżacji i stylizacji:**

Donata Kaufhold – aranżacja, stylizacja, produkcja

Mila Stojanowska – aranżacja, stylizacja, produkcja

Agnieszka Herbst – produkcja, aranżacja, MPP Polska

Agnieszka Czuma-Olszewska – produkcja, aranżacja, MPP Polska

Dominika Gawłowska – produkcja, aranżacja, MPP Polska

**Za konsultowanie książki, cenne uwagi i techniczną pomoc:**

Krzysztof Albin – psycholog społeczny, projektant

Barbara Jakimowicz-Klein – dziennikarka

Andrzej Kulesza – architekt

Robert Syta – grafik, konsultant WCDN

Andrzej Rutyna – artysta fotografik, ZPAF

Marcin Macher, Tomasz Feliński – fotograf

Jakub Pyrdek, Robert Latawiec – fotograf

Damian Cieśla – fotograf

**Za dwa lata waletowania w jego studiu i kolejnych 8 lat we wspólnym.**

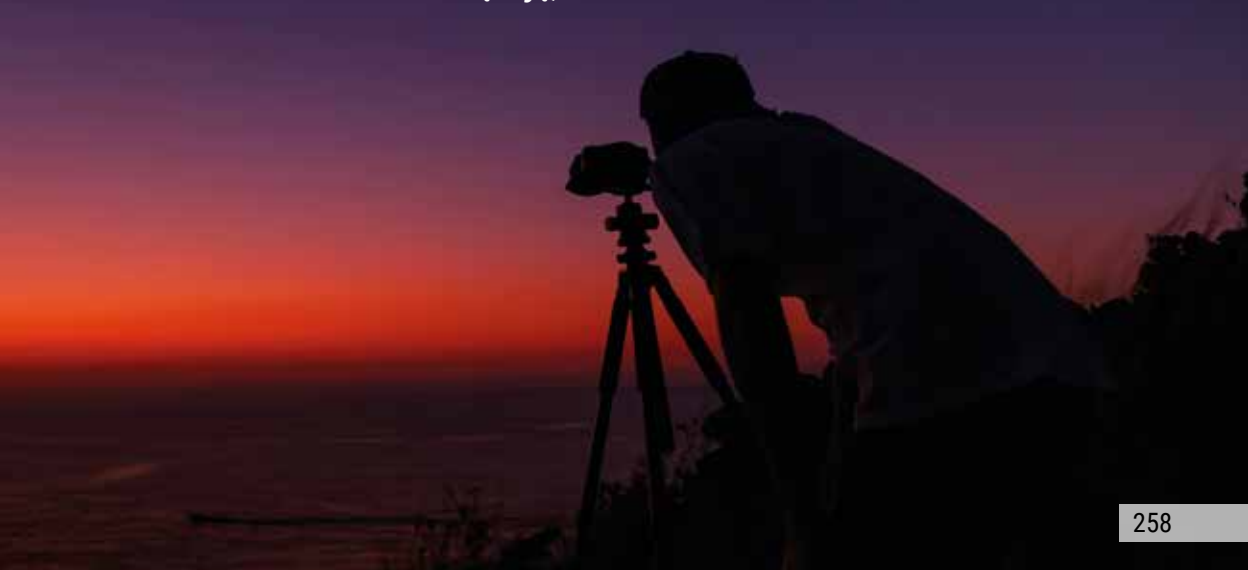
**Za rozmowy o kulturze i sztuce. Za cudowne inspiracje muzyczne:**

Bartek Szewczykowski – więcej jak fotograf

**Za lata wspólnej pracy, wrażliwość, cierpliwość do mnie i realizowanie komputerowe najdziwniejszych zachcianek. Specjalnie ciepło za frazę „właśnie kończę się za to zabierać”:**

Krzysztof Wronikowski – grafik 2D i projektant stron www

***Dziękuję, Wiesław Jurewicz***





## DLA

- studentów fotografii, Akademii Sztuk Pięknych, projektowania, psychologii, medioznawstwa, dziennikarstwa i komunikacji oraz dziedzin pokrewnych,
- fotografów, praktyków SM, influencerów, blogerów,
- szukających pomysłów nieszablonowych zdjęć oraz rozwiązań projektowych,
- wszystkich, których interesują związki między językiem wizualnym i werbalnym.

Jeżeli nie zaliczasz się do żadnej z wymienionych grup, to zaryzykuj!

Otwórz i zajrzyj w parę losowych miejsc.

Może zostaniesz na dłużej...



ISBN 978-83-65657-69-5



9 788365 657695



© Wydawnictwo MAWI  
Małgorzata Jurewicz  
[www.jurewicz.eu](http://www.jurewicz.eu)  
Wrocław 2024