

ELEMENTE DE ETICĂ A FOTOJURNALISMULUI

**traducere din limba
engleză de
www.fotojurnalism.ro**

1. Ce este un Fotojurnalist?

Fotojurnalistul profesionist Mark M. Hancock discută despre fotojurnalism și despre excentricitățile asociate cu strângerea de imagini pentru cotidiene.

<http://markhancock.blogspot.com/1996/01/what-is-photojournalist.html>

Această înregistrare a fost scrisă inițial în 1996. Pe vremea aceea, eu reprezentam întregul personal foto al unui ziar tipărit de două ori pe săptămână. De atunci, am lucrat la ziare cu tiraj zilnic citite în metrou și am câștigat mai multe premii internaționale. Deși experiența și situația mea s-au schimbat, informațiile prezentate aici sunt încă valabile în cazul fotojurnaliștilor profesioniști nou apăruiți în breaslă.

Cuprins:

- 1.1. Introducere
- 1.2. Ce îți trebuie să ajungi un fotojurnalist celebru?
- 1.3. Ce este un fotojurnalist?
- 1.4. Mai multe detalii despre fotojurnaliști
- 1.5. Care este diferența dintre un fotojurnalist și un fotograf?
- 1.6. Sarcini și goluri care trebuie umplute de imagini
- 1.7. Notă privind competiția
- 1.8. Grefe și atenții
- 1.9. Zonele de acoperire
- 2.0. Opinie personală asupra acestei meserii

1.1. Introducere

Am fost rugat de câteva ori să explic ce înseamnă fotojurnalismul, știrile însoțite de fotografii, și opinia mea despre acestea. În general, aceste informații sunt privite ca o introducere pentru studenții care se gândesc să urmeze o carieră de fotojurnaliști sau pentru alții, care nu știu ce presupune această profesie.

Alții, care se gândesc să mă angajeze, pe cont propriu sau altfel, ar vrea, de asemenea, să știe mai multe despre filozofia după care mă ghidez, și despre etica mea profesională. Aceste informații ar trebui să ofere răspunsuri la majoritatea întrebărilor care mi se pun.

Dar aceste informații nu trebuie considerate ca fiind absolute. Ele reprezintă doar o fațetă a *OPINIEI* mele privind fotojurnalismul, fotojurnaliștii și fotografiile de știri, fiindcă sunt valabile doar în virtutea cunoștințelor și experienței mele prezente.

Notă: "Fotojurnalismul" ar trebui să fie practicat de fotografi editorialiști/de știri, activi, care dețin sau nu o anumită diplomă în fotojurnalism. Termeni ca „el, al lui”, etc., nu se referă la un gen anume.

1.2. Ce îți trebuie să ajungi un fotojurnalist celebru?

Unui jurnalist celebru îi pasă de oameni și și-ar dori o lume ideală. Un jurnalist celebru poate aborda un subiect la fel de vast ca întregul univers și îl poate face să fie simplu și interesant atât pentru Einstein, cât și pentru noul emigrant, care încearcă să învețe limba.

Cuvântul scris deține puterea. Datorită priceperii lor, reporterii pot da în vileag lucrurile ascunse ale lumii și le poate aduce la lumină. Totuși, jurnalismul se limitează la oamenii non-apatici, vorbitori ai unei singure limbi, care au suficient timp pentru a comite crime și și cărora le-au mai rămas doar câțiva neuroni activi.

În schimb, intraiți în lumea fotojurnalismului. Acesta distruge aproape toate barierele. Dreptatea își poate scoate sabia din teacă în același timp când se uită cu un ochi pătrunzător în miezul lucrurilor. O imagine este mai presus de timp, de limbă sau de inteligență.

1.3. Ce este un fotojurnalist?

Un jurnalist spune povești. Un fotograf face poze cu substantive (case, locuri și lucruri). Un fotojurnalist redă ceea ce este mai bun din amândouă și redă această esență în cel mai puternic mediu care a existat vreodată – o singură imagine nemișcată.

Fotojurnaliștii redau "verbe." Acest lucru poate suna simplist, dar o cameră plină de fotografi profesioniști au rămas ca trăzniți când și-au dat seama de acest lucru. Chiar dacă citesc o documentație întreagă, însoțită de dovezi vizuale, jumătate dintre fotografi încă nu au nici cea mai vagă idee despre diferența dintre cele două.

La sfârșitul prezentării. S-a auzit o voce (chiar așa a fost), "Deci, care-i diferența dintre fotografie și fotojurnalism?" Din fericire, alte două voci (doar două) s-au îndreptat spre aceasta și au strigat, "Verbele!"

Deși fotojurnaliștii pot face fotografii cu o expunere adecvată și cu o compoziție corespunzătoare, cât e ziua de lungă, tot ceea ce vânează aceștia sunt verbele. Le vânează, le împușcă și le arată cititorilor acestora. Apoi se apucă din nou de vânat.

Un fotojurnalist are mii de perechi de ochi îndreptați constant în spatele acestuia. Cititorii întreabă cu insistență: "Și ce fac?" "Ce vezi?" și "Ce s-a întâmplat?"

Cititorii îi trezesc pe FJ-i în toiul nopții. Cititorii țin FJ-ii treji. Ochii vor întotdeauna să știe ce le-a scăpat. Cititorii nu pot vedea ce le-a scăpat dacă privesc un substantiv. Acest lucru merge doar dacă întrebarea este destul de explicită, iar majoritatea răspunsurilor au nevoie de verbe.

Când spui o poveste, o propoziție are nevoie de un subiect, de un verb și de un complement direct. Știrile dublate de fotografii sunt bazate pe același schelet. În mod similar, cuvintele sunt utilizate mereu în conjuncție cu imaginile fotojurnaliștilor.

Cuvintele de desubtul unei imagini sunt cunoscute sub denumirea de [legendă](#). Eu scriu legendele care îmi însoțesc majoritatea imaginilor. La multe ziare, fotografiile se limitează doar la nume. Ei nu scriu legende. Uneori nu pot scrie nici măcar titlul unei povești. De asemenea, nu sunt în stare nici măcar să fotografiez o propoziție (în afară de sport, și există o mulțime de imagini însoțitoare care îmi pot demonstra punctul de vedere și în acest gen).

Ca să fii un fotojurnalist, trebuie să înțelegi care este relația dintre imagini și aceste elemente de bază ale limbii (toate limbile – de pe întreg globul).

Fetele lovesc (sau ratează) mingea. Nu mai există alte opțiuni.

Este ușor de fotografiat fetele. Și mingea este ușor de fotografiat. Însă verbul este partea cea mai grea de fotografiat.

În calitate de om în serviciul cetățenilor, fotojurnalistul are OBLIGAȚIA de a reda întreaga propoziție implicită din spatele FIECĂRUI eveniment. Nu există scuze. Ai reușit sau nu. Unor fotografi nu le pasă. Aceștia fotografiază doar bâta. „Hei, cu asta au încercat să lovească mingea”. Pentru ei acest lucru este prea greu de înțeles.

1.4. Mai multe detalii despre fotojurnaliști

Un fotojurnalist este un reporter care redă faptele în imagini. Locurile publice își pun toată speranța în reporteri pentru a spune adevărul. Aceeași doză de încredere este acordată însutit fotojurnaliștilor, în calitate de reporteri vizuali.

Această responsabilitate reprezintă scopul principal al unui fotojurnalist. În orice moment, există multe mii de oameni care văd prin ochii noștri și care vor să cunoască adevărul. Majoritatea oamenilor înțeleg imediat o imagine.

În lumea de astăzi, plină de ziare de scandal de duzină și de manipulare prin imagini, fotojurnaliștii sunt cei care trebuie să spună adevărul. Un fotojurnalist este într-o continuă vânătoare de imagini (sau de verbe), care spun care sunt luptele și realizările de zi-cu-zi ale comunității în care acesta trăiește. Aceste întâmplări au loc în mod natural. Nu este nevoie să „se pună în scenă” realitatea. Nu este nevoie să minți o societate care și-a pus speranța în tine. Pe scurt: Dacă un fotojurnalist nu are de gând să însceneze un incendiu sau scena unei înjunghieri în plină stradă, de ce ar înscena momentul în care „persoana A” îi dă „persoanei B” un obiect (premiu, cec, trofeu, etc.)?

Fotojurnalistul vrea, pur și simplu, să fie prin zonă, să fie uitat și să aștepte momentul potrivit. Apoi, acesta își va începe din nou vânătoarea.

Întocmai ca în cazul unui ofițer de poliție sau al unui pompier, ceea ce îl preocupă pe fotojurnalist este propria comunitate, dacă acest lucru înseamnă să își sacrifice propriul confort și propria viață. Mulți fotojurnaliști mor în fiecare an în timp ce colectează imagini vizuale, care le arată oamenilor atrocitățile, pericolele și lumea

care îi înconjoară.

1.5. Care este diferența dintre un fotojurnalist și un fotograf?

Fotografiile pozează substantive (oameni, locuri și lucruri). Fotojurnaliștii pozează verbe de acțiune ("lovește", „explodează," "țipă," etc.). Fotojurnaliștii nu pozează unele substantive. Aceste substantive pot reprezenta fotografiile standard ale unor persoane ([portrete](#)), ale unor locuri și ale unor lucruri (care vreți). Totuși, dacă există substantive pe care le căutăm, acestea trebuie să spună o poveste.

1.6. Sarcini și goluri care trebuie umplute cu imagini.

Reporterii și editorii ar trebui să știe care este metoda mea de lucru (de ex: fără înscenări, fără cuvinte, fără rahaturi inutile). Am "goluri" pe care trebuie să le umplu în fiecare zi. Detectez evenimente din comunitatea noastră și anticipez ceea ce ar dori cititorii să știe.

Ca o regulă generală, multe cotidiene se așteaptă la trei imagini de Copertă și la una la patru imagini bidirecționale știri/afaceri în interiorul ziarului, dar și la una la nouă imagini din viața Mondenă, și la două la cinci imagini pentru rubrica Sport. Ziarele care se citesc în metrou se așteaptă la mai mult și mai au și alte secțiuni.

Sarcinile sunt onorate în funcție de gradul de prioritate al secțiunilor. După ce o secțiune și-a atins cota inițială de imagini, prioritatea cade pe o altă secțiune, până când fiecare secțiune este „în siguranță”. După aceea, imaginile suplimentare sunt colectate pentru numerele următoare.

În principal, comentariile privind știrile editoriale sunt aplicate la gradul de prioritate al imaginilor (o crimă este mai importantă decât alte evenimente planificate). Însă, spre deosebire de reporterii care se bazează pe text, reporterii vizuali trebuie să fie la fața locului, în mijlocul evenimentelor. Așadar, evenimentele cu durate flexibile au un nivel mai scăzut al priorității, dar au o prioritate editorială generală mai mare (și pot depăși evenimentele cu restricții de timp).

Mai mult, orice are potențial de a fi prezentat pe prima pagină de obicei are prioritate față de imaginile de la începutul și din interiorul secțiunii.

Deoarece vorbim despre un ziar, iată care este în linii mari prioritatea fotografiilor:

- Știri de ultimă oră (crime, luări de ostatici, dezastre naturale, accidente majore, etc.)
- Știri de interes general (înmormântări, procese, imagini cu arestări, vizitele demnitarilor, etc.)
- Eseuri fotografice
- Evenimente majore
- Evenimente sportive
- Festivaluri
- Evenimente educaționale

- Fotografii artistice
- Publicitate (non-spec.)
- Ilustrații
- Portrete fotografice cu arestați
- Articole specifice
- "Oportunități fotografice" și alte gunoaie menite a mulțumi măcar un singur cititor

1.7. Notă privind competiția.

Majoritatea fotojurnaliștilor cad pradă vanității și caracterului competitiv al [concurșurilor](#). Spre deosebire de alte competiții jurnalistice, care deosebesc poveștile în funcție de tiraj, majoritatea fotojurnaliștilor și fotografilor se întrec pentru a vedea care a făcut cele mai tari poze. Câștigătorul ia totul.

Prin urmare, se depune un entuziasm și un efort deosebit înspre imaginile cu potențial competițional mai degraba decât înspre cele fără acest tip de potențial.

Următoarele chestiuni sunt în general necompetitive: înscenările ("evenimentele unde se zâmbește mult pentru poză"), portretele fotografice cu arestați, vorbitorii ("capetele care vorbesc"), exterioarele de clădiri, actorii/spectacolele de teatru, imagini publicitare și cu produse.

Iată care sunt categoriile lunare ale Asociației Naționale a Fotografilor de Presă:

- [știri în premieră](#)
- [știri de interes general](#)
- [sport](#) (evenimente și imagini artistice)
- [imagini artistice-exclusiv](#)
- [imagini artistice-multiple](#) (eseu fotografic)
- [ilustrații](#) (analizate trimestrial)

1.8. Grefe și atenții

Tot ceea ce ar trebui fotojurnaliștii să solicite este accesul nelimitat și documente. Fiind în slujba cetățenilor, fotojurnaliștii [nu pot accepta nimic](#) altceva decât apă și o ceașcă de cafea, ocazional în pauza unui campionat de fotbal sub-zero, desfășurat pe ploaie („Mai bine era pe ninsoare."). Dacă un fotojurnalist acceptă cadouri – de orice fel – atunci fotojurnalistul este perceput ca fiind corupt și ca perpetuând mitul „presei malefice."

Așadar, le sunt oferite cadouri și favoruri imediate, oricând. Dar FJ-ul le refuză cu politețe, și, la sosirea în camera de conferințe, este criticat că "nu a acceptat nenorocitul de cadou."

Personal, folosesc permise de intrare la evenimente în zilele mele libere, deoarece prezența mea nu costă gazda nimic în plus. Organizatorul de obicei obține bani din

ceea ce cumpăr eu și încă mai poate apărea în ziar, fiindcă mi-am adus aparatul foto.

1.9. Zonele de acoperire

În ziare există zone de acoperire. Ziarele mai mari au substraturi mai mari. Această zonă a fost creată în urma geografiei circulației fizice, a zonei de influență asupra zonei circulate și a intereselor predominante în zonă.

În afara acestei zone, povestea trebuie să garanteze că fotojurnalistul nu va participa în interesul comunității, la producerea unui eveniment neașteptat în premieră. De obicei, evenimentele atribuite în afara zonei de circulație au inclus: știri în premieră, știri de interes general, (înmormântări, procese, etc...), părți din eseuri fotografice, evenimente sportive la nivel de campionat, și evenimente majore (târguri, festivaluri, și expoziții) la care se așteaptă participarea sau urmărirea din zona de circulație.

2.0. Opinie personală asupra acestei meserii.

Aceasta nu este o meserie „strălucitoare”. Un fotojurnalist este un servitor (ca și o ospătăriță sau un muncitor). Aceștia trebuie să fie tot timpul în slujba cetățeanului și să îl servească neconținut.

Știrile nu se opresc niciodată. Din nou, **ȘTIRILE NU SE OPRESK NICIODATĂ**. Dormi când poți. De fapt nu ești niciodată liber.

Fotojurnaliștii sunt formatori de opinie. Ei nu vor să fie așa, ci sunt pur și simplu.

La un ziar mediu sau mic, un fotojurnalist nu poate ieși într-o seară în oraș, neglijându-și astfel orașul. Toată lumea, de la copiii mici la cetățenii respectabili, de la oamenii străzii la debutante, îl cunosc pe fotojurnalist. Fotojurnalistul este partea vizibilă a ziarului.

Reporterii pot rezolva orice vorbind la telefon. Editorii pot sta la birou și pot să nu schimbe o vorbă cu nimeni. Operatorii de presă și artiștii grafici pot merge direct la bar după muncă dacă doresc. Însă fotojurnalistul trebuie să se târască prin bălegar pentru a face o poză bună și să fie prezent la gala anuală a celebrităților, o oră mai târziu.

Îmi iubesc orașul și oamenii care îl fac să fie atât de minunat. În majoritatea timpului: casele nu iau foc, toată lumea are grijă de semeni, nimeni nu adoarme flămând, copiii merg la facultate și devin CEO (sau fotojurnaliști – asta e o poveste lungă și ciudată), arta înflorește, mai marii orașului sunt respectați, și trecerea pe roșu este cea mai mare infracțiune.

Îmi iubesc meseria. Nu există o meserie mai „meserie”.

2. Ghid de etică în fotojurnalism: idei preliminare

Fotojurnalism, fo-to-jur-nal-ism (fo'to-jur'na-lis'm) subst. - Jurnalism care prezintă o poveste în principal prin intermediul fotografiilor

Fotojurnalismul este o formă a fotografiei (colectarea, editarea și prezentarea imaginilor în vederea publicării sau difuzării acestora ca materiale de știri), prin care se creează imagini care vor spune povestea unei știri. În prezent este înțeles de obicei ca făcând referire la imagini nemișcate și în unele cazuri la înregistrări video utilizate în jurnalismul TV. Fotojurnalismul este diferit de celelalte ramuri ale fotografiei (ca de exemplu de fotografia documentar, fotografia de stradă sau fotografia cu celebrități) în virtutea următoarelor aspecte:

- Relevanța — imaginile au o semnificație în contextul unei înșiriri cronologice de evenimente publicate
- Obiectivitatea — situația redată în imagini este o reprezentare fidelă și corectă a evenimentelor descrise.
- Naratiunea — imaginile se combină cu alte elemente de știri, în vederea informării privitorilor sau a cititorilor

Fotojurnaliștii trebuie să ia decizii fotografice în mod instantaneu și să știe să își mânuiască la perfecție echipamentul, adesea aflându-se în situații de risc (dezastre naturale sau provocate de om, războaie, răzvrățiri, crime, etc.) la care participă oameni și jurnaliști care colectează imagini. Faptul că adesea aceștia nu au posibilitatea de a sta și de a aștepta până la trecerea pericolului, adesea indică faptul că ei sunt expuși la riscuri și mai mari.

Ghid de etică în fotojurnalism

2.a. Codul de Etică al Asociației Naționale a Fotografilor de Presă (SUA) - NPPA

http://www.nppa.org/professional_development/business_practices/ethics.html

Preambul

Asociația Națională a Fotografilor de Presă este o organizație profesională care promovează cele mai înalte standarde de jurnalism, care recunoaște grija pentru nevoile fiecărui individ, atât pentru a fi informat complet asupra evenimentelor publice, cât și pentru a fi recunoscut ca făcând parte din lumea în care trăim.

Fotojurnaliștii operează în calitate de mandatar ai publicului. Rolul nostru principal este acela de a raporta vizual evenimentele semnificative și punctele de vedere diverse asupra lumii. Scopul nostru principal este de a descrie cu fidelitate și în mod exhaustiv

subiectul abordat. În calitate de fotojurnaliști, avem responsabilitatea de a documenta societatea și de a-i păstra istoria prin imagini.

Imaginile fotografice și video pot dezvălui adevăruri absolute, pot expune relele și pot neglija, inspira speranță și înțelegere și pot conecta oamenii de pe tot globul prin intermediul limbajului înțelegerii vizuale. Fotografii, însă, pot provoca și un rău foarte mare dacă intervin în mod grosolan sau dacă sunt manipulați.

Acest cod are drept scop promovarea fotojurnalismului de calitate, sub toate formele, și întărirea încrederii publice în această profesie. De asemenea, rolul codului este de a funcționa ca o ustensilă educațională, atât pentru persoanele care practică fotojurnalismul, cât și pentru cele care îl apreciază. În acest scop, Asociația Națională a Fotografilor de Presă a stabilit următorul Cod Etic :

Codul Etic

Fotojurnaliștii și persoanele care administrează producțiile vizuale de știri răspund de susținerea următoarelor standarde în cadrul activității zilnice a acestora:

1. Păstrarea fidelității și exhaustivității în reprezentarea subiectelor.
2. Rezistența la manipulare prin oportunitățile fotografice înscenate.
3. Asigurarea completitudinii și a contextului de fotografiere sau de înregistrare a subiectelor. Evitarea includerii persoanelor sau indivizilor în stereotipuri. Recunoașterea și lucrul în vederea evitării prezentării opiniilor personale care ar putea influența lucrarea.
4. Tratarea tuturor subiectelor cu respect și demnitate. Acordarea unei considerații speciale subiectelor vulnerabile și compasiunii pentru victimele crimelor sau tragediilor. Intervenirea în momentele personale de îndurerare doar atunci când publicul are o necesitate justificată sau dominantă de cunoaștere.
5. În timpul fotografierii, aceștia nu trebuie ca în mod intenționat să modifice, să caute să modifice sau să influențeze evenimentele.
6. Editarea trebuie să păstreze integritatea conținutului și a contextului imaginilor fotografice. Aceasta nu trebuie să manipuleze imaginile sau să adauge sau să modifice sunetul în niciun fel care ar putea induce în eroare spectatorii sau reprezenta greșit subiectele.
7. Fotojurnaliștii nu trebuie să plătească informatori sau persoane sau să le recompenseze material în vederea obținerii de informații sau de participări.
8. Fotojurnaliștii nu trebuie să accepte cadouri, favoruri sau compensații de la persoanele care ar putea căuta să influențeze acoperirea.
9. Fotojurnaliștii nu trebuie să saboteze intenționat eforturile altor jurnaliști.

În mod ideal, fotojurnaliștii ar trebui:

1. Să se străduiască să se asigure de faptul că afacerile publice sunt desfășurate în mod public. Să apere drepturile de acces ale tuturor jurnaliștilor.
2. Să gândească proactiv, cu un apetit vorace pentru evenimentele actuale și pentru mediile vizuale contemporane.
3. Să se străduiască să obțină accesul total și neîngrădit la subiecte, să recomande alternative la oportunitățile superficiale sau pripite, să caute diversitatea

- punctelor de vedere și să lucreze pentru a se asigura prezentarea unor puncte de vedere nepopulare sau neobservate.
4. Să evite implicarea în politică, în chestiunile civice și de afaceri sau altă angajare care ar putea compromite sau care ar putea da impresia compromiterii proprii independenței jurnalistice.
 5. Să se străduiască să nu prezinte subiectele cu un aer de plictiseală sau de umilinta.
 6. Să respecte integritatea momentului fotografic.
 7. Să se străduiască, prin exemplu și influență, să păstreze spiritul și standardele înalte exprimate în acest cod. Atunci când se confruntă cu situații în care nu este clar cursul de acțiune, să solicite consilierea din partea persoanelor care afișează cele mai înalte standarde de profesionalism. Fotojurnaliștii ar trebui să își studieze încontinuu meseria și etica ce ar trebui să îi ghideze în practicarea acesteia.

2.b. Abordarea Fotojurnalistică a Eticii - Organizația Fotojurnalismului Etic (SUA)

<http://www.DigitalPhotojournalist.org> - [Press Photographers Photojournalists and Photojournalism](http://www.DigitalPhotojournalist.org)

În opinia noastră, unica manipulare acceptabilă a imaginii care descrie evenimente de știri (fotojurnalismul direct) are următoarele caracteristici:

- Intensificare
- Culoare și Expunere Corectă
- Decupaj

Orice Postproducție Digitală care nu respectă aceste standarde este inacceptabilă. Fiind fotografi, nu deținem întotdeauna controlul asupra modului în care imaginile pe care le captăm sunt utilizate și manipulate, însă suntem răspunzători și trebuie să ne facem ascultate opiniile pe marginea acestui subiect.

Exemple de elemente de etică în fotojurnalism

Ghid de Etică pentru Protejarea Integrității Fotografiilor de Presa în Editarea Digitală

<http://digitalcustom.com/howto/mediaguidelines.asp>

(Versiunea 2.0 – 1 martie 2003)

Acest ghid a fost sponsorizat de DigitalCustom Group, Inc., în vederea asistării editorilor de știri pentru formularea politicilor interne de aplicare etică, obiectivă, a procedurilor de editare digitală a imaginii în fotografiile jurnalistice.

DigitalCustom caută comentarii privitoare la acest ghid, astfel încât, în timp, acesta să poată fi îmbunătățit, clarificat și dezvoltat odată cu tehnologia și industria. Pentru completări, scrieti la feedback@digitalcustom.com. Versiunea 2.0 reflectă comentariile primite de DigitalCustom pe o perioadă de un an, până în februarie 2003.

DigitalCustom Group, Inc. acordă publicului larg acces nelimitat la reimprimarea, copierea și distribuirea acestui ghid, cu condiția ca orice publicare generală a acestui ghid să identifice DigitalCustom ca sponsor, și să îl utilizeze sub denumirea DigitalCustom (inclusiv orice referență "Model Comentariu #__," cu data versiunii).

DigitalCustom Group, Inc. sponsorizează dezvoltarea acestui ghid ca făcând parte din misiunea acestuia de avansare a editării digitale a imaginilor din artă, știință a acestei profesii..

Politicile propuse supuse comentariilor materiale sunt prezentate cu asterisc (*), indicând faptul că propunerea se află în procesul de revizuire pentru modelul următor.

1. Proceduri de Potentare a Valorii Reale și a Utilității

Următoarele proceduri de editare digitală ale imaginilor sunt permise pentru compensarea limitărilor și a defectelor inerente procesului fotografic, cu condiția ca impactul să facă fotografia mai reală (de ex. mai fidelă):

- 1.0.1 Echilibrare/corectare a culorilor
- 1.0.2 Ardere
- 1.0.3 Corectare a gradului de deformare al obiectivelor
- 1.0.4 Eliminarea petelor
- 1.0.5 Eliminarea efectelor de mișcare
- 1.0.6 Optimizarea fișierului
- 1.0.7 Ajustările focalizării
- 1.0.8 Eliminarea luminii orbitoare
- 1.0.9 Iluminarea sau întunericul general
- 1.0.10 Eliminarea efectului de „ochi roșii”

2. Știri/Imagini Editoriale (Proceduri Permise)

Următoarele proceduri de editare digitală a imaginilor sunt permise în de știri/editoriale, doar dacă natura publicației nu necesită reprezentarea întocmai de către imagini a subiectului fotografiat.

- 2.0.1 Decupajul, întunecarea sau diminuarea focalizării în vederea reducerii/eliminării materialelor suplimentare într-un mod prin care să se păstreze contextul evenimentului.
- 2.0.2 Intensificarea unei imagini sau a unei părți a unei imagini, dacă aceasta are un rol investigățional. Utilizarea tehnicilor de intensificare trebuie divulgată.
- 2.0.3 Ascunderea solicitată prin lege (sau recomandată) a identității subiectului, executată în mod evident (de ex. prin tehnica opririi mișcării).
- 2.0.4 Adăugarea efectului realist proporțional de „mișcare” obiectelor în mișcare. (Unii comentatori au făcut excepție de la aplicarea acestui ghid și au declarat că nu trebuie „să se adauge un efect de mișcare” dacă acesta nu a fost captat de aparatul

foto. Acest punct, în esență, dispută faptul că fotografii și nu editorii digitali trebuie să determine dacă se va crea sau nu o imagine în mișcare. Aceeași chestiune rezultă și în privința aplicării efectelor create de obiectivele grandangulare și a altor efecte la post-producerea imaginilor. Aceste chestiuni importante trebuie decise între fotograf și editor. Un editor digital trebuie să respecte oricare dintre aceste politici îi este comunicată).

3. Știrile/Imaginile Editoriale (Procedurile Nepermise)

Următoarele proceduri de editare digitală a imaginilor nu sunt permise în scopuri de știri/editoriale:

- 3.0.1 Adăugarea, scoaterea sau mișcarea obiectelor în așa fel încât contextul evenimentului este modificat.
- 3.0.2 Imbatranirea sau intinerirea persoanelor (de exemplu schimbarea nuanței părului folosind culoarea gri)
- 3.0.3 Modificarea expresiei faciale, a gesturilor, a hainelor, a părților corpului sau a accesorilor personale.
- 3.0.4 Retușuri care potențează sau reduc calitatea sau dezirabilitatea aparentă a unui articol sau estetica unui loc.
- 3.0.5 Utilizarea „mișcării” pentru a crea o impresie greșită că subiectul se mișcă cu o altă viteză decât cea pe care o avea în timpul evenimentelor.
- 3.0.6 Utilizarea efectelor sau schimbarea culorilor într-un mod neclar, fie că efectele sau schimbarea culorilor au fost aplicate prin editarea digitală, fie că făceau parte din evenimentul original care era relatat.
- 3.0.7 Utilizarea oricărei alte proceduri digitale de editare într-un mod care creează o impresie greșită asupra evenimentelor, participanților sau a contextului.
- 3.0.8 În fotografiile cu peisaje, trebuie avută o atenție deosebită la reprezentarea animalelor și a plantelor în mediul, habitatul sau contextul acestora (de ex. nu se va amplifica planul secund pentru a da impresia că un animal nocturn este diurn sau nu se va plasa un animal într-un context geografic fabricat).
- 3.0.9 Nu este permisă manipularea unei fotografii din natură pentru a crea o ipoteză falsă de asociere a unor animale cu alte animale (sau oameni), de a grupa animale într-un mod nenatural sau de a crește numărul animalelor dintr-un grup.
- 3.0.10 Potențarea imaginilor din natură în scopul investigării sau vizualizării este permisă, cu condiția ca manipularea să aibă loc accidental, în mod evident sau să fie divulgat în mod specific privitorului.
- 3.0.11 Nu este permisă reprezentarea unui fenomen fabricat ca fiind natural (de ex. adăugarea unei comete sau a unui curcubeu).
- 3.0.12 Aceste proceduri nu sunt permise, fie că sunt realizate prin editare digitală, sau fizică („amortizare”) a imaginilor.

4. Imagini Promoționale pentru Publicațiile de Știri (Proceduri Permise)

Următoarele proceduri de editare digitală a imaginilor sunt permise în scopuri realizare a obiectivelor promoționale (de ex. pe copertele publicațiilor și în zonele de introducere ale unui articol) într-un mod care să nu inducă în eroare în ceea ce privește evenimentele, participanții sau contextul.

- 4.0.1 Modificarea compoziției unei imagini nu este încurajată și trebuie divulgată. Decupajul unei imagini pentru excluderea unor daune constituie o modificare.
- 4.0.2 Decupajul, rotația sau potențarea imaginii fără posibilitatea de reparare a daunelor de după fotografiere sau de deteriorare (inclusiv modificări ale contrastului) sunt modificări semnificative ale unei imagini, care trebuie aplicate imaginilor de arhivă doar dacă este necesar pentru obținerea unui scop adecvat de arhivare (de ex. analiza unei trăsături arhitecturale anume) și într-un mod care să respecte principiile din prezent.
- 4.0.3 Decupajul suportului secundar, al cadrelor sau al vignetele din original trebuie evitată, dacă este posibil. Suporturile secundare, cadrele și vignetele trebuie luate în considerare ca parte integrantă dintr-un artifact fotografic și pot avea informații istorice de valoare, cum ar fi semnalele integrate în datele digitale, semnăturile, denumirile studiourilor. O imagine digitală a unui suport secundar, cadru sau vigneta poate fi restaurat într-un mod care să respecte restaurarea fotografică.
- 4.0.4 Referirea la Etica în Jurnalism: nu este permisă modificarea unei imagini digitale într-un mod care să încalce etica referitor la manipularea imaginilor jurnalistice. Se face referire la „Regulile DigitalCustom de Păstrare a Integrității Imaginilor în Scopuri Jurnalistice” (Versiunea #2.0, 1 martie 2003)(disponibilă pe www.digitalcustom.com).
- 4.0.5 Înfrumusețarea pielii și a părului.
- 4.0.6 Recuperările titlurilor (sau ale altor texte).
- 4.0.7 Utilizarea altor proceduri de editare digitală într-un mod care să nu inducă în eroare în privința evenimentelor, a participanților sau a contextului.

5. Imaginile Promoționale pentru Publicațiile de Știri (Proceduri Nepermise)

La fel ca la 3.0.

6. Păstrarea Materialelor Sursă și a Principiilor Aditionale

Fișierele originale neditate, captate de fotograf (sau scanate), și toate fișierele integrate într-o imagine compusă trebuie păstrate ca dovadă a măsurii de editare.

- 6.0.1 Publicarea trebuie să desemneze unul sau mai mulți editori în vederea luării de decizii privind problemele de etică aferente procedurilor de editare digitală a imaginilor.
- 6.0.2 Artiștii și tehnicienii care efectuează servicii de editare digitală a imaginilor conform principiilor de etică trebuie să cunoască aceste principii și să fie instruiți în mod prompt pentru divulgarea către publicație a oricărei devieri cunoscute de la aceste principii.
- 6.0.3 În lipsa informațiilor contrare, un editor digital poate presupune că instrucțiunile de editare primite de la o persoană de contact desemnată de o publicație respectă politicile publicațiilor.
- 6.0.4 Aceste principii nu se adresează persoanelor care se ocupă de editarea digitală a imaginilor jurnalistice pentru o anumită publicație (de ex. fotografi, editori, reporteri). Publicația trebuie să își prezinte clar politicile în acest sens.
- 6.0.5 Aceste principii se referă doar la imaginile jurnalistice și nu au drept scop limitarea procedurilor care se aplică imaginilor comerciale, artistice sau imaginilor în scopuri personale.

Drepturi de autor © 2000-2007 DigitalCustom Group, Inc. Toate drepturile rezervate.
Brevetare în curs.

DigitalCustom așteaptă orice comentarii la acest ghid. Pentru comentarii, scrieti la feedback@digitalcustom.com.

2.c. Utilizarea (etica a) Photoshop - David Schlesinger, Editor-sef Reuters

<http://blogs.reuters.com/blog/2007/01/18/the-use-of-photoshop/>

Photoshop este un program foarte sofisticat de manipulare a imaginilor. Utilizăm doar o mică parte din capacitatea potențială a acestuia, pentru formatarea fotografiilor, pentru decupajul și dimensionarea acestora și pentru echilibrarea tonului și a culorilor.

Modificarea semnificativă a unei fotografii în Photoshop sau în orice alt program de editare a imaginilor va conduce la concediere.

REGULILE SUNT URMĂTOARELE:

- Fără adăugiri sau ștergeri ale subiectului din imaginea originală (schimbând astfel conținutul original și integritatea jurnalistică a imaginii).
- Fără iluminare, întunecare sau estompare excesivă a imaginii (inducând astfel privitorul în eroare, prin distingerea anumitor elemente în imagine).
- Fără manipularea excesivă a culorilor (schimbând, astfel condițiile originale de iluminare din imagine).

PRINCIPIILE SUNT URMĂTOARELE:

În acest domeniu se va utiliza Photoshop doar în măsură foarte redusă (mai ales de pe laptop-uri). Solicităm doar decupaj, dimensionare și niveluri cu un set de rezoluție de 300dpi. Dacă este posibil, solicitați birourilor de fotografii regionale sau globale să execute orice modificare suplimentară cu Photoshop, pe ecranele de rezoluție înaltă, calibrate, ale acestora. Acest lucru declanșează în mod tipic iluminarea/întunecarea, clarificarea/îndepărtarea prafului și corectarea de bază a culorilor.

Atunci când se lucrează în condiții primare, se acceptă unele proceduri suplimentare minore de Photo-shopping (conform regulilor de mai sus).

Acest lucru include corecția de bază a culorilor, iluminarea/întunecarea subtilă a zonelor, clarificarea, îndepărtarea prafului și alte ajustări minore conform regulilor de mai sus. Recomandările Reuters privind contextul tehnic de ajustare sunt prezentate mai jos. Nivelul privilegiilor Photoshop acordate fotografiilor trebuie să fie stabilit

exclusiv de Fotografi Șefi/Seniori conform principiilor de mai sus. Toți fotografiile trebuie să înțeleagă limitele ecranelor de laptop și ale mediului de lucru al acestora.

Fotografiile trebuie să însărcineze birourile de fotografii regionale și globale pentru execuția funcțiilor de pregătire a imaginilor acestora care vor fi difuzate. Toți Editorii Șefi și sub-editorii din birourile regionale și globale vor fi pregătiți pentru a ști cum să utilizeze Photoshop, de către utilizatori calificați ai Adobe, pe un set standard. Fotografii pot face întotdeauna recomandări prin intermediul Editorului de Serviciu. Rugați biroul să lumineze fațetele, să întunece partea stângă, să ridice umbrele, etc. O comunicare bună cu biroul este esențială.

PRINCIPII TEHNICE:

- Ustensilele de Cloning, Healing sau Brush nu vor fi utilizate. Singura excepție la această regulă este îndepărtarea prafului de pe senzori. Ustensila de cloning va fi utilizată doar cu o setare a razei de sub 100 pixeli. Dacă nu este executată pe un ecran bine calibrat, în condiții optime de lucru, recomandăm fotografiilor să solicite îndepărtarea prafului de către birourile de imagini.
- Saturarea nu trebuie utilizată. Aceasta afectează calitatea imaginii și nu poate fi analizată bine de pe un ecran de laptop, adăugând nimic mai mult decât ceea ce se poate realiza în niveluri.
- Ajustarea Echilibrului Culoarelor trebuie păstrată la minim, mai ales pe ecranele de laptop-uri care tind să aibă o nuanță dominantă de albastru.
- Nivelurile trebuie ajustate doar la punctele de pornire ale graficului histogramei în ceea ce privește umbrele și plajele luminoase.
- Nivelurile Auto nu trebuie utilizate.
- Ustensila de Ardere trebuie utilizată în cele mai multe cazuri pentru întunecarea subtilă a zonelor care au fost supra-expuse. Atunci când se utilizează ustensila de ardere pentru umbre, un element vizibil al oricărui element ce poate fi văzut în fișierul neprocesat trebuie să rămână vizibil.
- Plajele de Lumini și Umbrele pot fi tonalizate prin utilizarea ustensilei highlihts și apoi ajustare în curbe.
- Ustensila Lasso Tool nu trebuie utilizată pe un laptop pentru imaginile din fișiere. Este esențială acordarea unei atenții deosebite acestor ustensile, în vederea evitării efectului de halo produs la adunarea unui număr prea mare de interlinii și la schimbarea tonală în zona neselectată. De asemenea, un număr insuficient de interlinii va produce o zimțare puternică a zonei selectate cu lasso. În mod tipic, setarea interliniilor între 5 și 20 pixeli se va utiliza, în funcție de dimensiunea și de amplasarea zonei. Recomandăm ca aceasta să fie executată de birouri.
- Ustensila Eye Dropper poate fi utilizată pe o zonă de gri neutru pentru setarea culorii. Dar aceasta depinde de culoarea ecranului computerului, care va determina dacă vedeți de fapt nuanța gri! Clarificarea (sharpening) trebuie setată la zero (0) pe aparatul foto. Fotografiile pot fi apoi clarificate apoi cu 300% la o rază (radius) de 0,3, la un prag (threshold) de 0, în Photoshop.
- Nu trebuie executată clarificarea (sharpening) niciunei zone selective.
- Nu se permit Plug-In-uri de clarificare (sharpening) de la Terți. Trebuie evitate Plug-In-urile de Reducere a Zgomotului de la Terți, dar se

acceptă dacă Fotografii Șefi sunt convinși că acestea sunt utilizate în mod adecvat.

- Setările Aparatului Foto, mai ales saturarea (și Stilurile Imaginilor, la aparatul Canon 5D) trebuie setate pe standard cu excepția clarității din aparat, care va fi ÎNCHISĂ. Setarea spațiului de culoare Adobe RGB este standardul utilizat de Reuters.
- Imaginile cu Expunere Multiplă trebuie identificate clar în legenda și trebuie notificate birourilor înainte de transmisie.

Recapitulare:

SUNT PERMISE:

- Decupaj
- Ajustarea Nivelurilor limitelor histogramelor
- Corectări minore de culoare
- Clarificare la 300%, 0, 3, 0
- Utilizarea cu atenție a ustensilei lasso
- Utilizarea subtilă a ustensilei de ardere
- Ajustarea plajelor de lumină și a umbrelor
- Eye dropper pentru verificarea/setarea nuanței gri

NU SUNT PERMISE:

- Adăugiri și ștergeri în imagine
- Ustensila de Cloning & Healing (în afară de corectarea prafului de pe senzori)
- Airbrush, pensulă, culoare
- Clarificare zonă selectivă
- Iluminare/întunecare excesivă
- Modificare excesivă ton culoare
- Niveluri Auto
- Estompare
- Ustensilă de ștergere
- Quick Mask
- Clarificare din aparat
- Saturare din aparat

Lista de mai sus nu este completă. Editorii de serviciu vor fi disponibili pentru a răspunde la orice întrebări privind utilizarea altor funcții care nu au fost menționate mai sus, inclusiv cele mai recente funcții ale CS2 și CS3.

FOTOGRAFII ÎNSCENATE

Fotografii, personalul și colaboratorii Reuters nu trebuie să însceneze sau să reitereze evenimentele de știri. Aceștia nu pot controla subiecții imaginilor sau adăuga, îndepărta sau mișca obiectele la atribuirea unei știri. Fotografiile noastre de știri trebuie să descrie realitatea. Orice încercare de modificare a acestei realități constituie o fabricare și poate conduce la acțiuni disciplinare, inclusiv concedierea.

Fotografiile pot controla subiecții în portrete, în interviuri formale și în imagini artistice fără caracter de știri, necesare pentru ilustrarea unei povești. Titlul nu trebuie să inducă cititorul în eroare, care va crede că aceste imagini au fost spontane.

Prezența presei poate influența adesea modul de comportare al subiecților. Atunci când comportamentul indicat în rezultatul prezenței presei, titlurile noastre trebuie să prezinte acest lucru în mod clar.

Cele mai bune fotografii de știri sunt executate atunci când prezența aparatului foto nu este observată. Fotografii ar trebui să se ascundă cât mai mult posibil pentru a evita influențarea evenimentelor și ar trebui să utilizeze teleobiective.

Imaginile compuse care indică progresia unui eveniment (de ex. eclipsa de lună, trecerea timpului) trebuie să indice tehnica în titlurile acestora. Acestea nu sunt acceptate niciodată în cadrul unei știri. Titlurile trebuie să prezinte, de asemenea, în mod clar, atunci când s-a utilizat un obiectiv special (de ex. lensbabies, obiective tilt-shift) sau o tehnică specială (de ex. soft focus, zooming), în vederea creării unei imagini portret sau a unei caracteristici.

Imaginile handout obținute de la sursele externe trebuie examinate cu grijă în ceea ce privește acuratețea și valoarea știrilor. Imaginile handout îndoielnice vor fi revizuite de Editorul de Serviciu, a cărui decizie este finală, dacă acestea vor fi sau nu publicate. Fotografii sau Editorii care acceptă imaginile handout trebuie să alerteze Editorii Sefi de serviciu dacă imaginea este suspectă.

ACURATEȚEA LEGENDELOR

Așa cum fotografiile noastre de știri trebuie să reflecte realitatea, așa trebuie să facă și titlurile/legendele. Aceștia trebuie să adereze la regulile de bază ale Reuters, privind acuratețea și neinfluențarea și trebuie să răspundă la întrebările de bază pentru un jurnalism de calitate. Cine este în fotografie? Când a fost făcută fotografia? Unde a fost făcută fotografia? Ce indică fotografia? De ce un anumit subiect face un anumit lucru?

Legendele sunt scrise la timpul prezent și trebuie să utilizeze un limbaj simplu și concis. Acestea sunt formate în general dintr-o singură propoziție, dar a doua propoziție trebuie adăugată dacă sunt necesare contexte sau explicații suplimentare.

Trebuie data sursa pentru informațiile controversate, cum ar fi numărul de morți într-un conflict. Legenda trebuie să explice circumstanțele în care a fost făcută o fotografie și trebuie să redea data corectă.

Legenda nu trebuie să conțină presupuneri făcute de fotograf privind ceea ce s-ar fi putut întâmpla, chiar dacă o situație poate avea acest potențial. Se va explica doar ceea ce ați văzut. Toate celelalte informații privind un eveniment trebuie să aibă sursa identificată, doar dacă nu sunteți siguri de informațiile dvs.

Legenda, de asemenea, nu trebuie să facă presupuneri privind ceea ce gândește o persoană, de ex. "Căpitanul echipei Angliei, David Beckham, se gândește la viitorul

echipei sale, după eliminarea acesteia din turneul final al Cupei Mondiale de fotbal..."
Limitați-vă doar la ceea ce indică fotografia și la ceea ce știți.

Editorul de Serviciu va reveni cu întrebări la fotograf sau la Fotograful Șef dacă legenda nu explică pe deplin imaginea. Din acest motiv, fotografiile trebuie să poată fi contactați până la publicarea lucrării.

IMAGINILE SENSIBILE ÎN MEDII CONTROLATE

Unele dintre fotografiile sunt făcute în condiții necontrolate în care fotografiile nu pot opera liber. Acest lucru este mai ales adevărat în timpul conflictelor și în țările în care mișcările presei sunt restricționate.

Asemenea fotografiile pot spune dacă fotografia a fost făcută în timpul unei vizite organizate sau escortate doar dacă fotograful a fost liber pe deplin să lucreze independent. Circumstanțele pot fi indicate de obicei într-o a doua propoziție, scurtă, din titlu. Pentru exemple, vă rugăm să consultați Anexa A la Ghidul Complet de Compunere al Legendelor pentru Reuters.

OPORTUNITĂȚILE FOTOGRAFICE

Reuters nu "pune în scenă" fotografiile de știri. Uneori, subiectele pot conține o imagine artificială, cum ar fi lansarea unui produs, un eveniment de afaceri sau o ceremonie de premiere sportivă, sau la solicitarea în acest sens, ilustrarea unei caracteristici. În unele circumstanțe, cum ar fi în timpul demonstrațiilor, tulburărilor civile, a sărbătorilor de stradă, prezența fotografiilor și a echipajelor de televiziune poate provoca un comportament artificial al subiecților.

Aceste imagini trebuie să fie în număr mic și pot fi și clișee. Acest lucru trebuie inclus în mod clar în legenda pentru a indica cititorului faptul că acțiunile nu sunt spontane și pentru a explica contextul. Există multe căi de a descrie situația fără a menționa faptul că subiectul pozează pentru o fotografie, deși ar trebui să menționăm acest lucru dacă este cazul.

A se vedea mai jos o selecție de exemple. Pentru un set complet, cu imagini, vă rugăm să consultați Anexa F la Ghidul Complet de Compunere a Legendelor pentru Reuters.

Biroul de fotografii va semnaliza orice posibile probleme Fotografului Șef care are răspunderea pentru regiunea în discuție.

Exemple de titluri:

- Un angajat al Samsung Electronics Co. Ltd prezintă presei noul card de memorie de 32 Gigabiți NAND (top) și chipul, create de societate, în timpul unei conferințe de presă în Seoul, la 11 septembrie 2006. Samsung a declarat că a creat primul dispozitiv de memorie de 32-Gigabiți NAND din lume. *REUTERS/Kim Kyung-Hoon (COREEA DE SUD)*
- Actrița Helen Mirren pozează cu Coppa Volpi la Festivalul de Film de la Veneția, în 9 septembrie 2006. Mirren a câștigat premiul pentru cea mai bună

actriță în filmul ‘Regina’, în regia lui Stephen Frears. *REUTERS/Fabrizio Bensch (ITALIA)*

- Un om mort zace în stradă pe 7 mai după un raid aerian al NATO, lângă o piață aflată la aproximativ 200 de kilometri la sud de Belgrad. Armata iugoslavă a convocat presa pentru a le indica daunele pe care afirma ca raidul le-a cauzat în două zone rezidențiale și la un spital. *REUTERS/Desmond Boylan*
- Câștigătoarea Premiului Nobel pentru Pace, Wangari Maathai, îmbrățișează pentru fotografi un copac, la Nairobi, pe 9 octombrie 2004. Maathai, o femeie din Kenya, a devenit prima africană câștigătoare a premiului Nobel pentru Pace, pentru prima oară acordat unui militant pentru mediu. *REUTERS/Radu Sigheti*
- Un fan mexican de fotbal, purtând pe cap sombrero-ul tradițional, își flutura steagul național în fața unui fotograf înainte de meciul din sferturile de finală ale Copei America împotriva Braziliei, pe stadionul Miguel Grau din Piura, 18 iulie 2004. *REUTERS/Henry Romero*

David Schlesinger este Editor Șef Reuters

2.d. Paul Martin Lester: Fotojurnalismul - O Abordare Etică

FOTOJURNALISMUL: O LECȚIE DESPRE UMANITATE

--extras din capitolul opt: "Jongland cu jurnalism și umanism"
<http://commfaculty.fullerton.edu/lester/writings/pjethics.html>

Un fotojurnalist este o combinație între un profesionist calculat, detașat, și un cetățean sensibil, implicat. A face fotografii înseamnă mult mai mult decât distanțe focale și viteza de expunere. Imprimarea fotografiilor înseamnă mult mai mult decât temperaturile substanțelor chimice și gradele de contrast. Publicarea fotografiilor înseamnă mult mai mult decât decupaj și luarea unor decizii privind dimensiunile. Un fotojurnalist trebuie să știe întotdeauna faptul că aspectele tehnice ale procesului fotografic nu constituie o problemă de ordin primar.

O mamă care plânge moartea fiicei sale nu este doar o imagine care trebuie focalizată, o poză care trebuie imprimată, o fotografie care trebuie publicată. Durerea mamei este o lecție de umanitate.

Dacă fotojurnalistul produce o fotografie fără a se gândi deloc la tragedia acesteia, lecția s-a pierdut. Dar dacă fotografului îi pasă, fotografia devine mai umană și face cititorii părtași la durere, iar fotojurnalismul își atinge astfel cel mai înalt potențial.

În ciuda frustrărilor și momentelor degradante, lecția despre umanitate este motivul pentru care fotojurnalismul e o profesie care aduce mari satisfacții. Din acest motiv, fotojurnalismul merită cele mai bune gânduri și acțiuni din partea participanților.

(c) Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, New Jersey, 1991

3. Cele mai Bune Practici în Meseria de Fotojurnalist Independent, așa cum au fost enunțate de Comisia pentru Cele mai Bune Practici în Meseria de Fotojurnalism a Asociației Naționale a Fotografilor de Presă (SUA) - NPPA

Nota trad.: Aceste bune practici au în vedere legile americane ale drepturilor de autor.

Sursa: http://www.nppa.org/news_and_events/news/2005/02/best_practices.html

DURHAM, NC (1 februarie 2005) – Comisia pentru Cele mai Bune Practici în Meseria de Fotojurnalism a Asociației Naționale a Fotografilor de Presă (SUA) - NPPA, după luni de deliberări și revizuri de către liderii din domeniu, au emis astăzi „Cele mai Bune Practici în Meseria de Fotojurnalist Independent”.

Documentul este format din două liste a câte cinci recomandări, împreună cu numeroase sub-puncte. O listă este destinată editorilor și directorilor care au contracte cu fotojurnaliștii independenți. Cealaltă listă este adresată fotojurnaliștilor. Ambele au drept scop prezentarea unor soluții corecte și practice la chestiunile de drepturi, taxe, cheltuieli și responsabilități. Și ambele au fost gândite în jurul noului [Cod NPPA de Etică](#), revizuit și actualizat.

"Cele mai Bune Practici în Meseria de Fotojurnalist Independent " este disponibil sub formă de fișier Adobe Acrobat .PDF, ce poate fi descărcat [aici](#), și este publicat mai jos în întregime:

[actualizată la 16 martie 2005]

Cele mai Bune Practici în Meseria de Fotojurnalist Independent

În continuare sunt prezentate două liste cu Cele mai Bune Practici, care trebuie avute în vedere la contractarea de fotojurnaliști care lucrează pe cont propriu. Aceste liste constituie principii și țeluri asemănătoare cu acelea andoasate de alte domenii, cum ar fi cel medical, agricol și de producție.

Un set de cinci puncte este destinat acelor care angajează fotojurnaliști independenți. Celălalt este menit a ghida fotojurnaliștii în eforturile acestora de a reda valoare maximă și portretizări fidele ale realității, clienților acestora, cititorilor și privitorilor acestora.

Aceste liste au fost create în urma discuțiilor, scrierii și rescrierii de către Comitetul pentru Cele mai Bune Practici din cadrul Asociației Naționale a Fotografilor de Presă. Intenționăm ca acest document să prindă viață, și să fie actualizat cu idei noi. Comentariile sunt binevenite. Andoasăm aceste practici deoarece considerăm că relațiile profesionale bazate pe schimb corect, pe respect și pe adevăr sunt esențiale în colectarea și diseminarea de rapoarte vizuale corecte, oneste și pătrunzătoare. Și mai considerăm că publicul nostru nu merită nimic mai puțin de atât.

Andoasări:

- Comitetul pentru Cele mai Bune Practici din cadrul NPPA: Greg Smith (președinte), Steve Berman, Dirck Halstead, Jeff Roberts, Joseph Sorrentino, Brian Storm, Jim Sulley
- Comitetul Executiv NPPA: Bob Gould (președinte), T.C. Baker, Alicia Wagner-Calzada, Sean Elliott, Ron Stover and Todd Stricker
- J. Bruce Baumann
- Ken Cooke, fotograf independent pensionat, fost președinte NPPA
- Kenny Irby, lider grup jurnalism vizual, Institutul Poynter
- Ed Kashi, fotojurnalist
- Mark Loundy, jurnalist fotografie de afaceri
- Maria Mann, director fotografie, evenimente curente globale, Corbis
- Scott Mc Kiernan, director/fondator, Zuma Press Inc.
- Julianne H. Newton, editor, Visual Communication Quarterly
- Selina Oppenheim, consultant/autor, Port Authority Inc.,
- David Rees, director, Fotografiile Anului; profesor asociat, Universitatea din Missouri, Facultatea de Jurnalism
- Rick Rickman, fotojurnalist

Cele mai Bune Practici de Lucru cu Fotojurnaliști Independenți

- 1) Respectați practicile etice în cadrul relațiilor de afaceri, așa cum ați face în reportaje – inclusiv spuneți adevărul complet și aderați la [Codul NPPA de Etică](#).
 - (1) Fiți onești și deschiși la cerințe, la riscuri și recompense.
 - (2) Dacă organizația dvs. vă solicită un contract, specificați clar acest lucru de la început. Nu vă așteptați ca fotografiile să semneze contracte în ziua unei misiuni. Drepturile necesare de utilizare trebuie să facă parte din negocierile inițiale, la fel și compensațiile.
- 2) Plătiți un salariu corect pentru valoarea primită de dvs. și de organizația dvs..

- a) Recunoașteți costurile unui fotograf independent ca fiind peste nivelul unui salariat din conducere.
 - b) Valoarea implică nu doar costuri, ci și factori cum ar fi unicitatea imaginii, dimensiunea la care este folosită imaginea, proeminența acesteia, circulația/numarul privitorilor și multe altele.
 - c) Plățiți sume pentru spațiu, la o valoare care să depășească onorariul pentru o misiune.
 - d) Cheltuielile trebuie rambursate corect și prompt, inclusiv cheltuieli de deplasare cel puțin egale cu taxele pentru stat și costurile cu produsele pe care fotografiile trebuie să le cumpere înainte, să le testeze și să le inventarieze.
 - e) Fotografia digitală economisește pentru publicații și timp și bani. Pe fotografi îi costă ambele. Taxele de închiriere digitală și de producție sunt taxe adecvate care trebuie achitate.
 - f) Fiecare misiune trebuie pregătită și urmată și de obicei exclude programarea altor proiecte. Dacă un fotograf independent acoperă în mod competent misiuni multiple într-o singură zi, acesta câștigă onorarii multiple pentru misiunile respective.
 - g) Orele suplimentare (peste ziua de lucru de 8 ore) trebuie răsplătite suplimentar.
 - h) Deplasările, timpul petrecut pre- și post-producție trebuie compensate cu cel puțin jumătate din valoarea unei zile de misiune.
 - i) Plățiți sume suplimentare pentru misiunile de risc ridicat – cum ar fi relatari din zone de luptă sau dezastre – care constituie costuri potențiale mai multe pentru fotografi și care oferă o valoare mai ridicată clienților presei.
- 3) Contractați doar drepturile de care aveți clar nevoie și remunerați-le în consecință.
- a) Standardul în industrie a fost acela că o misiune de știri pe cont propriu include drepturi unice de publicație. Fără un acord scris care să prevadă contrariul, aceasta este ceea ce licențiați.
 - b) Contractele în care drepturile de autor le revin angajatorilor (work-for-hire) sunt inadecvate în cazul fotografiei de știri executate de fotografi independenți.
 - c) Utilizarea imaginilor și a materialului needitat în medii multiple trebuie răsplătită cu onorarii multiple de licențiere.
 - d) Reutilizarea și utilizarea multiplă (inclusiv a sumarului) trebuie compensată cu onorarii suplimentare.
 - e) Embargourile afectează valoarea imaginilor de știri. Acestea ar trebui să reprezinte (după prima utilizare) nu mai mult de două cicluri de știri (de ex. două zile într-un ziar cu tiraj zilnic sau publicație radio/TV; două săptămâni într-o revistă săptămânală sau publicație radio/TV).
 - f) Lucrările contractate pentru „prima utilizare” nu trebuie supuse unui embargo nerezonabil. Atunci când este clar că imagini sau material neprelucrat nu vor fi utilizate într-o perioadă rezonabilă, eliberați-le fotografului pentru a le revinde.
 - g) Incheiați contract pentru reutilizarea imaginilor înainte de reutilizare.
 - h) “Uzul corect” al imaginilor conform legii drepturilor de autor este o "zonă gri" care necesită o examinare detaliată a tuturor faptelor legate de un anumit uz.

- 4) Loialitatea și profesionalismul functioneaza in ambele directii. Aveți grijă de cei pe care ii angajați.
 - a) Specificați detaliile misiunii în scris. Asigurați-vă că fotografiile au înțeles ceea ce trebuie să realizeze pentru ca misiunea să fie finalizată în mod competent și în siguranță.
 - b) Nu profitați pe nedrept de un fotograf care este nou în branșă. Fotografiile care merită să fie angajați o dată este posibil să merite și a doua oară. Dacă îi ajutați să intre pe un făgaș stabil, înseamnă că îi veți mai găsi în branșă și a doua oară când veți avea nevoie de ei.
 - c) Nu trimiteți fotografiile în situații periculoase nerezonabile. Ajutați fotografiile să se salveze, pe ei înșiși și echipamentele, din situații periculoase.
 - d) Atunci când cei în care aveți destulă încredere pentru a-i angaja se află în dispute, acordați-le credit.
 - e) Asigurați-vă că atât dvs. cât și fotograful dețineți toate informațiile necesare pentru ca fotograful să fie plătit. Înaintați prompt și corect toate solicitările de plată – și urmați-le.
 - f) Nu cereți fotografiilor să vă despăgubească organizația pentru situații pe care nu le-au putut controla.
- 5) Atribuiți explicit fotografiilor munca lor, lângă fotografiile sau împreună cu ele in difuzări radio/TV. Așteptați-va la onorarii mai mari sau la acționare în judecată dacă nu faceți acest lucru.
 - a) Asigurați-vă că datele privind drepturile de autor, titlul/legenda și atribuirea sunt incluse în datele informative ale oricăror fișiere de imagini arhivate.

Cele mai Bune Practici pentru Fotojurnaliștii Independenți

- 1) Fiți onești. Căutați adevărul. Aveți un comportament etic.
 - (1) Învățați și respectați Codul NPPA de Etică. (vezi www.nppa.org/professional_development/business_practices/ethics)
 - (2) Căutați fotografiile care spun povestea pe care o vedeti, nu doar ceea ce ati fost angajati (se așteaptă de la dvs.) să redați.
 - (3) Fiți conștienți de conflictele dvs. de interese și de modul în care acestea vă pot afecta relatarea. Gestionati-le eficient și refuzați misiunile în care aveți un conflict sau doar o impresie de conflict.
 - (4) Informați-vă clientul dacă aveți o relație de afaceri cu un potențial subiect.
 - (5) Dați-vă seama că acțiunile – sau absența acestora – pot afecta întreaga bransa: reputația dvs, eficiența, accesul dvs., drepturile noastre la imagini și remunerația dvs.
- 2) Cunoașteți-vă meseria și practicați-o la potențial maxim în toate misiunile dvs.
 - a) Promiteți numai ceea ce puteți livra.
 - b) Folosiți ustensilele corecte – inclusiv aparate foto, hărți, unelte de comunicare, transport, consumabile, îmbrăcăminte de protecție,

- produse de urgență și de acoperire – pentru misiune. Taxați-le în consecință.
- c) Faceți-vă temele. Cunoașteți subiectul, locația, semnificația și orice riscuri implicate.
 - d) Specificați cu claritate drepturile licențiate, onorariile, cheltuielile și responsabilitățile înainte de a începe o misiune.
 - e) Facturați prompt și corect. Cunoașteți și urmați procedurile de facturare solicitate de clientul dvs.
 - f) Adunați și predați informații corecte, complete, în titlu/legenda. Gramatica este importantă.
 - g) Organizați fișierele de imagini și media în locuri sigure, astfel încât acestea să fie disponibile pentru reutilizare și pentru licențiere către alte persoane.
- 3) Reprezentați-vă pe dvs. și pe clientul dvs. în mod profesional și corect.
- a) Îmbrăcați-vă corect pentru misiune sau situație.
 - b) Identificați-vă conform înțelegerii cu clientul.
 - c) Tratați-vă subiectele cu respectul și curtoazia adecvate.
 - d) Nu luați partea nimănui; nu ațișăți părtinire.
 - e) Nu faceți abuz de privilegiile de presă.
 - f) Păstrați un document clar pentru fiecare misiune sau licență, inclusiv acorduri înainte de misiuni sau vânzări, memo-uri de predare, facturi etc.
 - g) Includeți informații despre drepturile dvs. de autor, pe lângă titlu și legenda, în toate fișierele de imagini digitale.
- 4) Înțelegeți-vă costurile și valoarea muncii dvs. Taxați în consecință.
- a) Costurile includ atât cheltuielile cu misiunea, cât și costurile dvs. pentru activitate. (Vezi www.nppa.org/professional_development/business_practices/cdb)
 - b) Valoarea depinde de distribuția imaginii (circulație/vizibilitate), de tipul utilizării (publicitatea este mai "valoroasă" decât editorialul), proeminența (dimensiunea, poziția în pagină și/sau timpul pe ecran) și unicitatea/calitatea imaginii.
 - c) Reutilizările și utilizările multiple trebuie compensate cu onorarii suplimentare sau mai ridicate decât drepturile pentru o singură difuzare.
 - d) Fotografia de stoc reprezintă o valoare suplimentară pentru client, de vreme ce calitatea și caracterul adecvat al acesteia sunt clare înainte de licențiere.
 - e) Un preț sub valoarea pieței reprezintă subestimarea viitorului dvs. Este foarte greu să crești prețurile odată ce ești cunoscut ca fiind ieftin, și dacă alții coboară tarifele pentru a vă atinge, mărirea tarifului devine imposibilă.
 - f) Faceți-vă o asigurare personală adecvată, pentru dvs., afacerea dvs. și echipamentul dvs., împotriva pericolelor și a erorilor.
- 5) Înțelegeți drepturile de autor; lucrați cu un contract corect.
- a) Înregistrați-vă imaginile ca "nepublicate" înainte de publicare sau ca "publicate" în termen de 90 de zile de la prima publicare, pentru a beneficia de protecția deplină a Legii americane a drepturilor de autor. (Vezi www.nppa.org/professional_development/business_practices/copyright)

- b) Utilizați-vă contractul aprobat de avocat pentru fiecare misiune, specificând drepturile acordate, orice embargouri, responsabilitățile dvs., termenii de plată, legea guvernantă, limitarea responsabilității și alte detalii.
- c) Solicitați consiliere juridică din partea avocaților, nu a fotografiilor.
- d) Contractele în care drepturile de autor le revin angajatorilor (*work-for-hire*) sunt doar pentru angajați, nu pentru contractanți independenți.
- e) Contractele sunt prin definiție negociabile. Feriți-vă de oferte „ne-negociabile” care nu va respectă necesitățile.
- f) Contractele verbale sunt dificil sau imposibil de pus în vigoare. Asigurați-vă că toate contractele sunt în scris și că totul este conform înțelegerii verbale anterioare.
- g) “Uzul corect” al imaginilor, conform legii drepturilor de autor, este o "zonă gri" care necesită o examinare detaliată a tuturor faptelor legate de un anumit uz.
- h) Nu trimiteți facturi pentru utilizari neautorizate. Vorbiți cu un avocat. Zvonurile că utilizările neautorizate înseamnă onorarii duble sau triple de utilizare sunt doar zvonuri. Fiecare situație este diferită și încălcarea drepturilor de autor poate fi mult mai costisitoare.