

## Seznam příloh

**Příloha č. 1: Hlubkový rozhovor se Stefanem Carinim**

**Příloha č. 2: Hlubkový rozhovor s René Volfíkem**

**Příloha č. 3: Fotoreportáž Margaret Bourke-Whiteové z prvního vydání magazínu Life - obrázky**

**Příloha č. 1: Hlubkový rozhovor se Stefanem Carinim**

*Hlubkový rozhovor vedený s bývalým fotoeditorem NOOR Images Stefanem Carinim. Carini zároveň se svými spolužáky založil v roce 2013 fotokolektiv PanAut. Rozhovor byl vedený prostřednictvím internetové služby Skype 18. prosince 2013.*

**Popsal byste mi co je Noor Images?**

Noor Images je vcelku nová agentura, která byla založena před šesti lety. Předně je třeba říci, že je to elitní fotografická agentura, což znamená, že pro Noor Images pracují jen ti nejlepší fotografové, kteří už jsou delší dobu známí ve fotografickém byznysu. Částečně je to také kolektiv, protože fotografové jsou zároveň vlastníci agentury. Tvoří ji deset fotografů, kteří jsou zodpovědní za chod agentury. Mimo to zaměstnávají čtyři lidi, kteří v kanceláři zajišťují chod agentury.

**Jaký je tedy rozdíl mezi fotokolektivem a fotoagenturou?**

Agentura reprezentují vaši práci. Respektive je zodpovědná za prodeje vaší práce, autorská práva, archivování vašich prací. A za každý prodej si vezme nějakou část výtěžku a fotograf se nemusí starat o ostatní věci.

**Co je tedy fotokolektiv?**

Jeho definice není úplně jasná. Ale v kostce je to skupina fotografů, kteří sdílí alespoň jeden zájem nebo společný cíl, na němž spolupracují.

Dalo by se říci, že Magnum byl na začátku kolektiv, Noor Images je kolektiv. Zato ale pařížská Agence Vu kolektivem není. Vu hledá talentované fotografy, kterým nabídnou spolupráci a rozesílají jejich snímky médiím. Vu ale nepracuje na skupinových projektech.

Jde také o propojení jednotlivých členů. Celá Noor Images uskutečňuje videohovory přes Skype a jednou ročně se schází osobně, aby diskutovali o vývoji fotoagentury. Každý fotograf je součástí agentury, je jejím vlastníkem a podílníkem a má rozhodovací moc. Tím pádem se podílí na směřování vlastní společnosti.

**Proč si myslíte, že se objevuje v současné době tolik fotokolektivů?**

V současné době se nejen fotografové musí vyrovnávat s mnoha obtížemi. Obavy o nejistotu budoucnost, nutnost se nějak uživit, apod. Zároveň hovoříme o krizi tištěných médií, které jsou hlavním příjemcem fotografií od fotoagentur. Například Noor Images ještě tento rok měla většinu příjmů právě od tištěných médií. Jak to bude příští rok, nikdo neví.

Na druhou stranu v současné době se přímo u fotografie již nějakou dobu objevuje široká paleta možností a nástrojů, které mohou fotografové používat. Velká dostupnost profesionální fotografické techniky, jednoduše naprogramovatelné internetové stránky, blogy a podobně.

Jde i o zkušenosti, know-how. Ještě třeba před deseti lety člověk musel být součástí fotografické komunity, aby věděl, jak to funguje. Dneska si lze všechno najít na internetu.

Myslím si, že nikdy nebylo přítomno tolik možností jako dnes. To ale přineslo velkou konkurenci. Média chtějí za produkty samozřejmě platit co nejméně. Když se toto všechno sečte, dochází k velké devalvaci fotografická práce a pro jedince-fotografy je obtížné se prosadit a hájit svoje práva.

Nehledě na to, že pocit sounáležitosti pomáhá cítit se bezpečněji. S bývalými spolužáky jsme založili kolektiv Panaut, protože jsme věděli, že spolupráce urychlí nejen kreativní proces.

### **Takže spolu často diskutujete o problémech?**

Přesně tak. Mimoto má každý člen silnou jinou vlastnost nebo stránku osobnosti, takže se potom člověk nemusí soustředit na všechny aspekty produkce fotografie zároveň.

### **Troufnete si říct, co byl první takovýto kolektiv?**

Magnum byl první fotografický kolektiv, ale pokud se podíváte do historie umění, naleznete i starší kolektivy malířů, sochařů nebo spisovatelů. A jde pořád o to samé. Lidé chtějí být spolu, navzájem si pomáhat, a tím tak tvořit lepší práce. Když pracuji se svými kolegy, vím, že jsem efektivnější, než kdybych to dělal sám. Když se spojí síly, výsledky jsou lepší, rychlejší a distribuce může být širší. Například vidím svoje snímky jinými očima, očima mých kolegů, což je inspirující.

### **Jak vás tak poslouchám, nepříjde vám, že je fotožurnalismus v krizi?**

V současnosti se často mluví o krizi fotožurnalismu nebo fotografie vůbec. Trh se proměňuje. Magazíny mají méně peněz. Fotografové se vyhazují. Neustále slyším svoje kamarády, kteří pochybují, jestli se fotografováním uživí.

Ale nikdy jste mě neslyšel říci, že fotožurnalismus je mrtvý, protože by na něj nebyly peníze. Myslím si, že nikdy dřív nebylo víc peněz než dnes. Jen jsou distribuovány jiným způsobem. Staré modely přestaly fungovat. Protože méně lidí si kupuje časopisy, protože je dražší věci tisknout, protože je méně inzerentů. Náklady časopisů sice klesají, ale rozhodně to neimplikuje, že by byla fotografie mrtvá. Jen to znamená, že se musíme znovu přizpůsobit.

### **Zaznamenal jste, že deník Liberation vydal jedno listopadové číslo bez fotografií?**

Ano to byl velice zajímavý moment. Fotografie je důležitá z mnoha důvodů. Pokud je spojená s informací, je dokonce životně důležitá. Kvalitní informaci nepředáte bez fotografie. Fotografie přináší důkaz, že se to stalo. Deník Liberation udělal dobrý krok, když lidem názorně ukázal, že pokud nezaplatíte fotografům, nic vám nezbyde. Ano, text je samozřejmě důležitý, ale bez fotografií by byla půlka časopisu pryč.

## **Ano, pokud člověk vidí fotografii, snadněji si představí, co se opravdu děje, nemyslíte?**

Na druhou stranu ale většina zpravodajských fotografií přináší stejné, plytké fotografie, které se stále opakují. A bohužel není ani dostatek fotoeditorů. Nebo alespoň kvalitních fotoeditorů, kteří by se dokázali správně rozhodnout a tvrdě odfiltrovat špatné snímky a ne je publikovat, protože publikované být musí. Uveřejňování průměrných fotografií je velmi rozšířené. Já s tím nesouhlasím.

## **Proč?**

Ne každý by měl publikovat v médiích. Stejně jako se z každého fotbalisty nestane světový šampion. Myslím si, že je tu příliš mnoho fotografií, ale málo lidí, kteří by jejich práci nějak filtrovali. Role fotoeditorů je vskutku podceňovaná. Občas se zapomíná na to, že část fotografického procesu je právě i editování, které často udělá lépe někdo jiný než sám fotograf.

## **Mají tedy foto kolektivy budoucnost?**

Myslím si, že do budoucna bude vznikat kolektivů čím dál víc. A to nejen ve fotografii. Lidé spojují síly. Místo dlouhé práce na svém projektu se jedinci zapojují do kolektivů, které poskytují pocit bezpečí, protože nepracujete sám. A i výsledný produkt pak bývá silnější a hodnotnější.

## **Jaké jsou nevýhody kolektivu?**

Nevýhody jsou výdaje. Znamená to mít pronajatou kancelář, zaměstnance. Fotoagentura tak musí vydělávat víc, než to co byste si vydělal sám.

Noor Images také pracuje spíše na dlouhodobých dokumentárních projektech než na denním zpravodajství. Takže cesta k výslednému hotovému projektu je často delší a pomalejší. Fotografování tvoří a není čas odevzdávat nové věci. V tu chvíli to ale znamená, že přichází období, kdy je málo příjmů.

Také je obtížnější svoje práce prodat několikrát (několika médiím). Třeba před dvaceti lety jste nafotili reportáž v Mosambiku, mohli jste pak soubor prodat třeba dvaceti novinám. Výdělek tedy nejen pokryl náklady, ale vydržely vám i celý rok.

Dnes je situace úplně jiná. I když je reportáž velice dobrá, i když zachycuje velice nepřístupné nebo nebezpečné místo, neprodáte ji víc jak jednou či dvakrát. Média mají totiž dnes možnost si vybrat z tolika snímků od tolika fotografů.

## **Máte nějaký příklad?**

Znám fotografa na volné noze, který strávil měsíc v Sýrii. Vrátil se zpět, uveřejnil svoje snímky. A z toho, co vydělal, se mu sotva vrátily náklady.

Na tomto příkladu je vidět, že starý model nefunguje. Není možné prodávat věci víckrát, protože už je tolik příběhů.

## **A jak tedy dál dělat tuto práci?**

Myslím si, že fotoagentury už dávno nejsou řešením. Méně a méně bude potřeba někdo, kdo bude prodávat vaše práce.

## **Nevidíte třeba cestu u zmiňovaných fotokolektivů? Když se podíváme na jejich webové stránky, často začínají používat multimédia.**

Ano, fotografové by si měli být vědomi multimédií, které jsou stále v šedé zóně. Nejsou pro to dosud nastavená pravidla, jak to prodávat, jakou si říct cenu apod.

V současné době by také měla fotoagentura spolupracovat s tvůrci, kteří zvládají multimediální produkci. Nejen fotografie, ale i videa a ostatní. Není nutné, aby fotografové natáčeli video, ale je nutné, aby je produkovala fotoagentura. Například Magnum má multimédia sekci Magnum in Motions. V současnosti se vás totiž magazíny zeptají, jestli umíte také natáčet. Takže pokud se chcete pohybovat v této sféře, měli byste znát tyto nové nástroje.

### **Jsou i jiné cesty, než fotokolektivy?**

Třeba Anastasia Taylor-Lind. Je to nejen skvělá fotografka, ale i velice chytrá, protože nachází cesty, jak dělat projekty, aniž by pracovala pro nějakou redakci. Často žádá o různé granty, fondy nebo stipendia. Pracuje teď na projektu, který se týká devatenácti evropských zemí.

Zatím zdokumentovala během padesáti dní dvě země a utratila při tom patnáct tisíc liber. To je velký rozpočet. A projekt v podstatě financuje jen z grantů a cen.

### **Nebo je tu také možnost crowdfundingu. Tak funguje například holandský The Sochi Project.**

Přesně. The Sochi Project je dalším skvělým příkladem toho, jak si udělat věci po svém. Lze vidět určitý trend, kdy si fotografové, kteří chtějí pracovat po svém, si najdou jakoukoliv cestu. Nevěřím, že crowdfunding je budoucnost, ale může to pomoci.

Opravdu věřím, tomu, že je možné fotografovat vlastní projekty, za něž dostanete zaplacené, aniž by byl člověk ve stresu z holého přežití. Není to ale jednoduché ani pro každého.

### **Jak se adaptuje Noor Images?**

Noor Images se také snaží žádat o granty. Mimo to žádá státní, neziskové i soukromé instituce o podporu. Není to sice nový model, ale stále víc se začíná využívat. Protože pak máte rozpočet, který si mohou rozdělit fotografové, jako plat a zbytek se využije na produkci fotografií. A ty práce pak musí být dokonalé. Protože pak musíte institucím, které vás nějak podpořily, dokázat, že jste si je zasloužili.

### **Jak vůbec vypadá komunikace s klienty? Stačí poslat email?**

I když žijeme ve společnosti 2.0, ve které se Facebook a Skype používají více než osobní kontakt, právě osobní setkání je velice důležité. Pokud jste výkonný ředitel fotografické agentury, musíte znát vaše hlavní klienty. Protože stejně jako jakýkoliv jiný obchod je i tento založený na partnerství a důvěře. Pokud vás klient zná osobně, snadněji se s ním komunikuje, ale také je ochotnější za práci zaplatit přiměřenou částku. Takže setkání jako třeba v Perpignan, Arles, Paris Photo nebo Unseen jsou tak skvělou (ne-li nutnou) možností, jak se s klienty seznámit.

Internet v tomto ohledu může být velice ošidný. Všechna média, magazíny, noviny, vydavatelské domy dostávají denně stovky emailů, newsletterů a reklamních nabídek. Proto většinu z elektronické korespondence ani nečtou, protože to znamená příliš práce. Ale když navážete osobní kontakt a každý měsíc jim pošlete newsletter, vědí, kdo je odesílatelem a že váš materiál je dobrý. Tento vztah je ale potřeba neustále obnovovat a připomínat se. Že jste naživu, na čem pracujete. Protože mimo vás existuje spousta jiných institucí i nezávislých fotografů i jiných agentur, které produkují obrazy. To může to být obtížné a otravné, ale je to nutné, protože jinak na vás magazíny zapomenou.

Časopisy už nejsou zvyklé hledat zajímavé fotografie, spíše čekají, co jim sami nabídnou. Takže základní pravidlo je znát svého klienta a potřást si s ním rukou. Tím vytvoříte lidské pouto.

### **Je tu i potenciál nových odběratelů fotografických agentur?**

Každý mediální dům se snaží vytvořit nějakou webovou platformu, na které by mohli sdílet obsah. Myslím si, že budoucnost je také v tom, že foto kolektivy a fotoagentury nebudou jen poskytovat svoje fotografie třetí straně, ale budou je distribuovat přímo publiku.

Noor Images a Magnum Photos začínají svoje webové stránky používat jako média. Z Noor Images se může stát vydavatelský dům, ale ne ve starém slova smyslu. Mohou přesto využít sociálních sítí a tak si vybudovat publikum. Samozřejmě, že nebude nikdy tak velké jako publikum Timeu. Ale třeba Magnum Photos má 500 000 followerů na Facebooku. To přiláká uživatele na web instituce a tam už jim může být nabídnuté nějaké předplatné, které nemusí být nutně vysoké. To, že je New York Times velký vydavatelský dům neznamena, že si jejich ekonomický model nemůžou dovolit i malá uskupení.

Na druhou stranu pokud umístíte na web svoje snímky, ve Spojených státech je už nikdo nebude chtít publikovat. Pokud v USA publikujete třicet snímků na osobní stránce, média nebudou chtít to koupit, protože vaši práci už někdo viděl, byla už publikovaná. V Evropě to ale zatím nikomu nevádí.

## **Příloha č. 2: Hlubkový rozhovor s René Volfíkem**

*Tento fotoreportér se narodil v roce 1971. Začínal jako fotograf v dnes již neexistujícím deníku Telegraf. Poté pracoval dvanáct let v ČTK a poslední tři roky strávil prací pro Hospodářské noviny. V říjnu roku 2013 byl v rámci personálních škrťů vyhozen. V současnosti pracuje jako fotograf na volné noze. Rozhovor byl vedený osobně 19. prosince 2013.*

### **Myslíte si, že je současný fotožurnalismus v krizi?**

Já si myslím, že krize je moc silné slovo. To je změna stavu. Když jsem odcházel z ČTK před třemi lety, tak minimálně dva roky před tím ČTK nevysílala vůbec fotografy do zahraničí, ačkoliv dříve jezdili například se státními návštěvami apod. Jen proto, že to začalo stát víc peněz. Ale ono to vždycky stálo víc peněz. Fotožurnalismus nikdy nebyl výdělečný v tom pravém slova smyslu.

### **Ano fotografové nikdy nebyli milionáři.**

Ale ani jejich zadavatelé nebo mediální domy neměli přímý zisk z toho, že jim fotograf přinesl nějaké fotografie ze zahraničí. Vždycky šlo jen o prestiž. Mladá fronta poslala člověka do Sýrie, podívejte, jak jsme dobří a přinášíme vám něco, co se nikde jinde nedozvíte. Ostatní média to mají z Reuters a z AP, ale my to máme od svého fotografa. Jenomže postupem času se důležitost této prestiže posunula.

### **Proč si myslíte, že k tomu došlo? Souvisí to podle vás s čím dál dostupnější zobrazovací technikou?**

To je sice pravda, ale je to jen jedna stránka věci. Pokud se bavíme o fotožurnalismu, tak se nemůžeme bavit o focení. To je tak široký pojem. Když stavíte dům, tak pokrývač není zároveň topenář a elektrikář. To, že se technika stala dostupnou je vlastně jenom dobře. Spousta lidí za slušné peníze získala výrazový prostředek k tomu, aby mohli artikulovat svoje představy nebo umělecké ambice.

Ale pokud se bavíme přímo o segmentu fotožurnalismu, nejde jen o samotné focení. To je o komunikaci, o psychologii, o zkušenostech, o rozhledu, o tom, že přijdete na nějaké místo a dokážete předvídat, co se kde stane, znáte lidi na místě, to se naučíte jenom časem. My co děláme tuto práci, máme z tohoto pohledu tu výhodu, že někdo si jen tak koupí fotoaparát a byť umí fotit, tak tohle stejně nemá. Jenže i přesto, že máme tuto výhodu, je v Čechách trh tak malý, že je fotografů víc, než trh dokáže zpracovat.

### **Myslíte si, že je správné, že už se v dnešní době neposílají fotografové do zahraničí?**

Je to podle mého názoru logický krok. Místní fotograf je schopen o mnoho víc pochopit, co je důležité.

### **Ale nejsou pak místní fotografové jaksi neobjektivní. Když by třeba palestinský fotograf fotil v Gaze, chtěl by třeba proponovat jednobarevný pohled na věc?**

V tu chvíli přichází důležitá úloha fotoeditora, který to musí odlišit. Navíc když přijede do Gazy fotograf z Česka, tak co si budeme povídat, také je to subjektivní pohled na

věc. A konec konců není náhodou pro českého čtenáře zajímavější zjistit, jak to vidí právě ten Palestinec?

**Neměl pravdu David Rhode, který psal, že ikonické fotografie, které dokáží pohnout názorem většinové společnosti, stále tvoří profesionální fotografové?**

To sice ano, ale já sám jako fotograf jsem těchto fotografií přesycený. Všechno jsem již někdy viděl. A s tím bohužel nejde nic dělat. Tento výrazový prostředek má určité hranice, které se časem naplní.

Ale nehovoříme tu jen o krizi fotožurnalismu. Zažíváme obecnou krizi médií a bude zajímavé sledovat, co se stane. Protože jak sám dobře víte, se vyhazují nejen fotografové, ale i redaktoři, kteří hodně stojí. Nahrazují je pak studenti za málo peněz, kteří možná jednou budou dobří, ale v současnosti nejsou a číst se to skoro nedá.

**A jakou vidíte cestu ven z této krize?**

Já si myslím, že cesta není. Že je to konec. Je to pozvolný konec zaměstnání fotožurnalisty tak, jak jsme ho doposud znali.

**Ale nejde jen o nějakou transformaci?**

Ano, musí se to nějak transformovat. A na Západě se to již děje. Ale u nás toho nejsme zatím schopni. A to z mnoha důvodů. Ať už je to špatný management v médiích, klientelismus nebo úporné bránění vlastních postů. Na západě, jak jistě víte, vyhodili plno fotografů zaměstnaných na plný úvazek a místo toho si je najímají. To je outsourcing. Což ve své podstatě správně, tak by ten trh měl fungovat. Lépe se pak pozná, kdo je dobrý a kdo ne. Všichni se na tom trochu přiživí, nikdo nebude mít hodně peněz z toho jako doposud. Dosud když jste byl fotograf v médiích, tak jste se neměl špatně.

**Ale neuvrhne to fotografy do ještě větší nejistoty než teď?**

Už teď ale přibírají fotografové vedlejší práce. Už teď valná většina z nich fotí svatby. Bez toho se to nedá. Pokud se ale podíváme na situaci v České republice, mohu z vlastní zkušenosti, nebo co slyším od kolegů říci, že v současnosti nejsou naše mediální domy ochotné investovat do cizích fotografů. Chtějí extrémně vytěžovat. Takže vlastně ten fotograf lítá z jedné akce na druhou a to se automaticky musí projevit na výsledku. A také se to projevuje.

**Co to přesně znamená, extrémní vytížení?**

Třeba čtyři pět akcí denně. Jenomže nežijeme v ideálním světě. Demontrace se opozdí a vy musíte zas na jiné místo, takže si prostě nepočkáte, až dav začne převracet popelnici.

Najímání také nefunguje z toho důvodu, že tu není vůle najímat kvalitní fotoprodukční, kteří by to vlastně korigovali.

**Jak vlastně vedení zdůvodnilo váš odchod?**

Nijak. Řekli mi, že to nesouvisí s kvalitou mojí práce. Tak jsem se zeptal: „Asi jsme drahejší, co?“ a vedení odpovědělo, že ano. Já kdybych byl majitelem firmy, tak bych asi prvně za fotografem zašel a zeptal se ho, jestli by to nedělal levněji.

### **A vy byste to dělal levněji?**

Asi ano, protože pro mě je ta práce velkou zábavou a miloval jsem to, co jsem dělal. To skočilo a asi se to nikdy nebude opakovat. Ne že bych byl zničený z toho, že mě vyhodili, ale je mi tak trochu smutno za ta média. Svoje povolání beru jako poslání, takže jsem to dělal od rána do večera.

### **Čemu se vlastně teď věnujete, poté, co vás vyhodili z Hospodářských novin?**

Chtěl bych rozjet vlastní byznys. Podle mých několika rešerší je u nás skutečných fotoreportérů na volné noze velice málo. Pochopitelně nejsem schopný z toho, co vidím, usoudit, jestli je to tím, že takoví lidé neexistují nebo není dostatečně velký trh. Když se ale podíváte do zahraničí, tam tento způsob funguje. Tam fotografové pracují na volné noze a kšefty evidentně mají.

### **Stefano Carini zmiňuje, že v současnosti je spousta fotografů, ale nedostatek zkušených fotoeditorů, kteří by byli schopni vybrat z té záplavy obrazů ty kvalitní a o něčem vypovídající. Souhlasíte s tím.**

Rozhodně. Podle mého názoru ani v Česku ještě nevznikla dostatečně profesionální a kvalitní skupina fotoeditorů. Z vlastní zkušenosti z Hospodářských novin musím říct, že fotograf je vždycky ten poslední v soukromí procesu publikování fotografie. I když na začátku tohoto procesu přinese fotograf kvalitní produkt, tak ve výsledku je několik stupňů, které mu ten produkt mohou zničit.

### **Může to tedy současný stav směřovat k jakési vizuální homogenizaci v českých médiích?**

Vždyť to už se dávno děje. Když byly v Hospodářských novinách potřeba fotky z události, kde byl i fotograf ČTK, tak se tam redakční fotograf neposílal. V důsledku pak fotografie doplňovaly fotografie, které se pravděpodobně objevily u konkurenčních médií.

### **Všímáte si nějakých nových přístupů nebo cest? Některé malé agentury například začínají produkovat vedle fotografií i videa.**

O to se snažili i v ČTK. Ale pochopitelně ve chvíli, kdy má fotograf zároveň fotografovat i natáčet, tak neudělá ani jednu věc dobře. Pokud to není něco, co si může dvakrát projít, jako třeba výroba nové škodovky, kterou si může fotograf projít nejprve s fotoaparátem a podruhé s kamerou. Ale na akci, kde jde o každou vteřinu, a nevíte, co se stane vzápětí, se člověk musí rozhodnout, jestli bude natáčet nebo fotograf. Z tohoto důvodu to fotografové v ČTK bojkotovali a tím pádem to nefungovalo.



**Příloha č. 3: Příloha č. 3: Fotoreportáž Margaret Bourke-Whiteové z prvního vydání magazínu Life - obrázek**

*Announcing*

**THE NEW  
FORD V-8 CARS  
FOR 1937**

New and modern in appearance, the Ford V-8 for 1937 is powered by a modern V-type 8-cylinder engine. But this year, two sizes of this engine are offered—an improved 85-horsepower unit for maximum performance—a new 60-horsepower unit for moderate economy. It is still one car, one standard of size and conduct. With the smaller engine optional in several body styles, a new low price is brought to the Ford line. The 1937 Ford is a beautiful car inside and out. It is loaded with many improvements for greater comfort—greater safety. It is more than ever **THE QUALITY CAR IN THE LOW-PRICE FIELD**

VOL. 1, NO. 1

**LIFE**

NOV. 22, 1936

**10,000 MONTANA RELIEF WORKERS MAKE WHOOPEE ON SATURDAY NIGHT**

As freedom has returned to the new country, but not with ease. In the dusty towns which have grown up around the great U. S. work-relief project at Fort Pick, Montana, there are neither longshore men here. But there is about everything else the West you know with the exception of the town's buildings. The back rows of the shanty towns are the modern multiple type of ten-overs. The shanties are as wide open as the old Halle Hotel at Chicago. The shanties are as new as they ever were at Lake-Reservoir. If the workers aren't as tough as they, the hell they are tough enough—particularly on pay day. Even the dancing has the old-fashioned flavor. These townships with the cheerful and dusty dance halls around with their lines in something full over between the old houses, shanty and the industrial strip of the relief zone at Fort Pick. They will sleep all night for a social occasion. Try to see the whole system. The law keeps his lady a live and four for a shanty. She drinks the beer and the management retards the market. If she can hold sixty hours she makes three dollars—and frequently she does.



THE LAW THERE'S A GUN  
In the Wild West town of Wheeler, near Fort Pick, Montana, Frank Booth (left) is the law. The market is a nearby address in Helena City. Wheeler is Buckle Mail, Wham and Publisher Jerry Boudreau.

**FRANKLIN ROOSEVELT HAS A WILD WEST**

**A**ND you are looking at it in the photographs on these two pages. It is about as wild and about as hot as the Wild West which Franklin's cousin Theodore saw in the Empire. Its dark towns, all of which you see are remote, are as wild as you see in a picture on a sign—spook or Hell's Kitchen. The only real difference is that Theodore's frontier was the natural result of the Great Trek to the Pacific, whereas Franklin's is the natural result of 1936-1937.

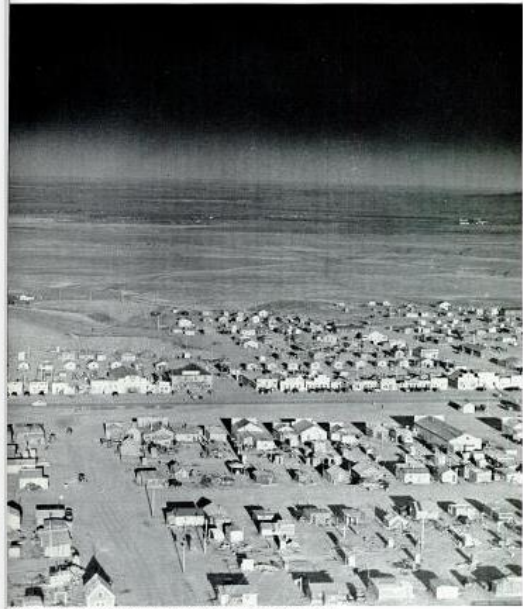
The \$110,000,000 is being spent on a work-relief project in Northwestern Montana. The project is an earthen dam—the world's largest—4000 miles up the Missouri from St. Louis. The dam is intended to give work to Montana's unemployed and incidentally to promote the carrying of commerce on the Missouri. Whether or not it will promote the carrying of commerce is a question, but as a work-relief it is a spectacular success. It has paid wages to as many as 100,000 workers, provided lunches and plain uncooked dinners at a time.

That it has also provided extraordinary work for a shantytown population of barkeepers, opium dealers, hash dispensers, milk processors, filling station operators and light-overs is partly the army's fault. Army engineers, loaded with a project they didn't want and badly recommended, resolved to put it through on a strictly business basis. They built a shanty town for their workers called Fort Pick City, fully equipped with dormitories, hospital, sanitary equipment, etc., but their quartermaster quarters only for the workers—and for all their families. For those quarters they charged rents which left the quartermaster without enough margin to support a second issue for his family somewhere else. Consequently, he kept his family housed and he dug himself in for the water issue, the married workers and his family moved a few miles off the reservation and back the shanty towns you see here.

There are six of them, about on midwestern, long on land and only notated by the kind of how you see at the top of this page. Wheeler, Montana, has 12,000 inhabitants and 40 small businesses of one kind or another—mostly another. A school is happily named New Deal. A third is Idaho Heights. A few miles away are Square Deal, Park Grove and Wilson. The Red light district is Happy Hollow. Margaret Bourke-White's picture made use to show us at close range the bleak and drearyness of their habitable.



THIS IS WHEELER, MONTANA



ONE OF THE SIX FRONTIER TOWNS AROUND FORT PICK IN 36. REPRESENTS NEW WILD WEST.



THE NEW WEST'S NEW HIGHWAY IS A TOWN CALLED 'NEW DEAL.'

THE COW TOWNS THAT GET ...

A wild project started the new Wild West. But you think a governmental law to build a horse farm. For 90 a credit you can rent a sky line lot in Whistler town. As Fraser, the father of the idea, says, "It's not easy. You had the fact that to build the road, you had to build a road on which skidder tracks have operated. You have had a load of green's bones. It's easy to see and building paper and look your shack together. That will set you back 400 to 500 more. You then try to live in it by another which you let reason for one way and plus 100" the other.

... THEIR MILK FROM KEGS

Water in the cities of the new Wild West comes from wells, many of them shallow, some condemned—and at that it may cost you a cent a gallon. (Average shipped in by the Chicago system.) Conspicuous typhoid investigations is widespread. From are frequent. Whistler has had 20 more or less this year. Nevertheless the workers have refused to move to the King's military barracks. Life in barracks is too expensive. Life in the shanty towns too gay. When the Army tried to move them away to Montana's frontier Whistler has shown their metropolis was saved. They win.



ONCE SAM TAKES CARE OF THE INDIANS: THE LITTLE LADY, HERZELLE.



THE ONLY PLACE REMAINING IN 'NEW DEAL' ARE THE BROWN STONES.



LIFE IN THE COWBOY COW TOWNS IS LEISURELY NOT CHEAP.

11

LIFE

No. 104

11

THE TIN CITY ROADS ...



ED COX, T. & LARKIN IN 1938

COMMITMENT between Ed Cox and the shanty towns of the 1930s Wild West is as keen as it is in New York. Edy's place (Edy's place) is an old favorite when he holds up. Edy's place (Edy's) is a place. Some say the madman was famous against Ed's words. But Ed is built to show. He knows that the public and the bookkeeping, arranged only to be a good. But Ed's place is almost as popular as Edy's. But Ed is more than half that but that doesn't prevent the madman from drinking or the fast-dancers either.



BAR X



BIEN'S PLACE

This is the bar bar. The only drink you can buy will be the glass in Whistler is here and you mustn't get that to Idaho. For the heavy liquor the customer goes another bar behind it's a party. The bar bar is just as open.



ONE-FOUR OF THE REMOVED TOWN

The operation goes into one of the four shanty towns, which will carry it. The operation of the P. & N. does this construction. Will the road be built. We're going to show the road with a few more.



THE NEW HIGHWAY TOWNS AROUND THE FIRST P. & N. ROAD

... RUN ALL NIGHT



ALL RUN THROUGH THIS "LARGE"

A road worker at P. & N. are building things like shanty towns. They're here are building Whistler and New Deal and the rest of the road. And here.



RE: IN BUILT BY ROAD FROM BILLINGS, MONTANA

LIFE in Montana's No. 1 road project is a long journey slightly jugged by you. One of its shanty towns has 10 all night construction. The workers are on night shift as well as day with the result that there is always someone going for a drink or calling on the 10th block of Shanty House. College boys struggle with some in the woods. Bill Whistler, at the bottom of the page, is a Texas U. basketball who leaves the Shanty House. He goes to get to be a football coach when he graduates but he is studying history and engineering just in case.



MARK CLARK KITTRELL IN No. 1



BIEN'S PLACE



BIEN'S PLACE

Edy, seated from the left in the center of the town of Whistler and its rock women. What he learned in the Knoxville bar has turned to good account. Bill Whistler of Texas U. One big fellow about 100 lbs in condition as he becomes.

11

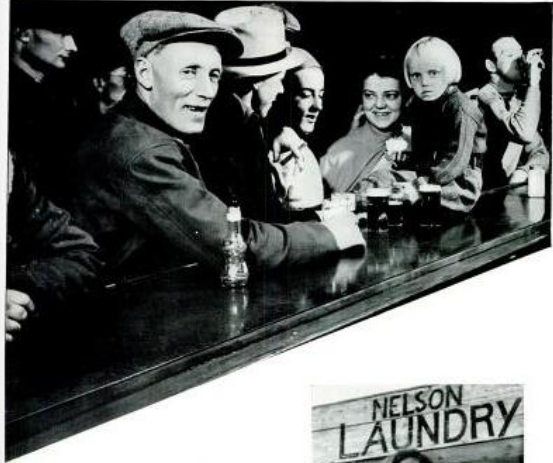
LIFE

No. 104

11



MONTANA SATURDAY NIGHTS: FINIS



THE pioneer mother was told by John-John Fuchs as well as in covered wagons, had the riverbanker hands in the fall water of 1908 as quickly as in the fall water of 1914. When the Fort Peck project opened in 1930 the much of Montana began to talk with woodshed was full of children, their mothers and their women. Most of them had right on rolling toward one another before long. Some of them parked in the dusty towns around Fort Peck. Then, their women pioneered out like the Mrs. Nelson (right) who worked New Deal with out raising water, or tried their best at fast-living like the girls on the preceding pages, or made money like Duke (right) who gave his family to children in one another in a crowd of 6 by being dead like many an unnamed woman of New Deal and Windsor. The girl on the bar (left) who works as a waitress ("baker" takes her child to work with her because she can't leave her at home. She sits on the bar with her mother like with the customer. The group on the right, it will be noticed, resembles a state assembly elected in the Pioneer Market of the old frontier. No station are expected at New Deal.

