

Fotografija kao nositelj informacije u novinarstvu

Jurleta, Ivan

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Graphic Arts / Sveučilište u Zagrebu, Grafički fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:216:052227>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-27**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Graphic Arts Repository](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
GRAFIČKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

Ivan Jurleta



Sveučilište u Zagrebu
Grafički fakultet

Studij: Grafička tehnologija – tehničko-tehnološki

ZAVRŠNI RAD
FOTOGRAFIJA KAO NOSITELJ INFORMACIJE U
NOVINARSTVU

Mentor:

doc. dr. sc. Mikota Miroslav

Student:

Ivan Jurleta

Zagreb, 2019.

SAŽETAK

Fotografija ima izuzetnu vrijednost u životu ljudi i novinari to dobro znaju, ali i koriste. Upravo ona privlači pozornost čitatelja i potiče ga na daljnje čitanje teksta. Bez fotografije sam tekst izgleda nezanimljivo, prazno i neupečatljivo, a ako naslov sam po sebi nije privlačan, tekst neće biti dovoljno zamijećen. No, iako često govori više od riječi, fotografija ponekad može prenijeti pogrešnu poruku i stvoriti pogrešnu sliku o događajima i ljudima. Kako bi medij dobio što veću čitanost, novinari trebaju brzo reagirati i prvi plasirati sadržaj kojim će pridobiti što veći broj čitatelja. Ipak, način na koji mediji koriste fotografije i prenose vijesti često je problematičan i etički upitan. Urednici zahtijevaju što zanimljiviji sadržaj, žele nešto izuzetno, nesvakidašnje, priču koja će šokirati javnost i privući njihovu pozornost. Žele da se upravo njihove vijesti prenose i čitaju, a u cijeloj toj utrci za što većom čitanosti, mediji često koriste senzacionalistički sadržaj i fotografije, ne uzimajući u obzir da su pritom možda nekome nanijeli štetu.

Ključne riječi: fotografija, mediji, novinarstvo, sadržaj

SUMMARY/ABSTRACT

Photography has a remarkable value in people's lives and journalists know that very well and of course using it in their own way. It's the photography that attracts the attention of the reader and encourages him to keep reading the article. Without the photography the article looks uninteresting, empty and unimpressive and if the title isn't enough attractive, the text won't even be noted. Although usually a picture can say more than words, sometimes it can transmit the wrong message and therefore create a wrong image about events and people. For the media to gain a high percentage of people reading their news, the journalists need to react quickly and be the first ones to publish the news which will help them to gain more audience. Still, the way how the media use photos and broadcast the news is often very problematic and ethically questionable. The editors demand for the content to be as interesting as it can be, they want something unique and extraordinary, a story that will shock the public and draw their attention. They want for their news to be broadcasted and read, whereas in that hole race for more audience, they often use sensationalist content and photos not considering that they have might caused damage to someone.

Key words: photography, the media, journalism, content

Sadržaj

1. UVOD	1
2. TEORIJSKI DIO.....	3
2.1 ULOGA FOTOGRAFIJE U NOVINARSTVU	3
2.1.1. Pojava fotografije i prvog fotoaparata.....	5
2.1.2 Razvoj tehnologije, daljnjih procesa i metoda.....	8
2.1.3 Počeci fotonovinarstva u svijetu.....	10
2.1.4 Fotonovinarstvo u Hrvatskoj.....	15
2.2 MEDIJSKI PRIKAZ STVARNOSTI.....	21
2.2.1 Utjecaj fotografije na percepciju žene.....	24
2.2.2 Objektivizacija žena i stvaranje nedostižnih ideala ljepote.....	25
3. EKSPERIMENTALNI DIO.....	26
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I RASPRAVA.....	26
5. ZAKLJUČAK.....	31
6. LITERATURA.....	32
7. POPIS SLIKA.....	33

1. UVOD

Tema ovog rada je fotografija kao sredstvo komunikacije i medijski prikazi stvarnosti. S obzirom na to da se razvojem tehnologije mnogo toga promijenilo u načinu života i percepciji društva, cilj ovog rada je predstaviti razvoj fotografije i fotonovinarstva te način na koji mediji prikazuju stvarnost poseban je naglasak dan na vijesti vezane uz žene i djecu. Fotografija je od svojih početaka uvelike pridonijela razvoju društva i općoj informiranosti o raznim događanjima koji su se odvijali u bliskoj okolini, ali i diljem svijeta. Postala je medij kojim je moguće prenijeti mnogo više od riječi i upravo zbog toga danas se nalazi svuda oko nas – u knjigama, časopisima, novinama, na ulici, u uredu ili nečijoj kući. Gotovo je nemoguće zamisliti život bez fotografije, kao i bilo kakav medij bez slike. Fotografija ima izuzetnu vrijednost u životu ljudi i novinari to dobro znaju, ali i koriste. Upravo ona privlači pozornost čitatelja i potiče ga na daljnje čitanje teksta. Bez fotografije sam tekst izgleda nezanimljivo, prazno i neupečatljivo, a ako naslov sam po sebi nije privlačan, tekst neće biti dovoljno zamijećen. No, iako često govori više od riječi, fotografija ponekad može prenijeti pogrešnu poruku i stvoriti pogrešnu sliku o događajima i ljudima. Kako bi medij dobio što veću čitanost, novinari trebaju brzo reagirati i prvi plasirati sadržaj kojim će pridobiti što veći broj čitatelja. Ipak, način na koji mediji koriste fotografije i prenose vijesti često je problematičan i etički upitan. Urednici zahtijevaju što zanimljiviji sadržaj, žele nešto izuzetno, nesvakidašnje, priču koja će šokirati javnost i privući njihovu pozornost. Žele da se upravo njihove vijesti prenose i čitaju, a u cijeloj toj utrci za što većom čitanosti, mediji često koriste senzacionalistički sadržaj i fotografije, ne uzimajući u obzir da su pritom možda nekome nanijeli štetu. Kroz ovaj se rad utvrđuje je na koji način mediji prikazuju stvarnost putem fotografija stavljajući u središte pozornosti žene i djecu u medijima. Žene u medijima najčešće su prikazane kao objekti čijim se tjelesnim atributima osvaja muška publika. Njihovo obrazovanje ni uspjeh nisu bitni – žene su pretežito prikazane kao kućanice ili zavodnice sa savršenim frizurama, licima i tijelom. No, problem nije samo u prikazu punoljetnih žena, već i onih mlađih. Djevojčice su sve češće dotjerane i našminkane iako to u njihovoj dobi nije primjereno. Umjesto da naglasak stavljaju na obrazovanje i igru u tim godinama, mediji pridaju pozornost savršenom izgledu i načinima kako udovoljiti muškoj populaciji. [9]

Osim toga, problem nije samo u objektivizaciji, seksizmu i stvaranju spolnih i rodnih stereotipa, već i u općenitom prikazu djece u medijima. Često se zaboravlja da su upravo djeca ta koju je potrebno posebno zaštititi, pa se krši privatnost i razotkriva njihov identitet bez mnogo pitanja. Nakon prvog, uvodnog dijela rada, u drugom se dijelu rada govori o ulozi fotografije u novinarstvu, predstaviti i analizirati procese nastanka prve fotografije i prvih fotoaparata, razvoj tehnologije, fotografskih procesa i metoda, te prikazati početke i razvoj fotonovinarstva u svijetu i Hrvatskoj. Dio rada namijenjen je analizi prikaza žena i djece, utjecaju fotografija na percepciju žena, njihovoj objektivizaciji, seksizmu i rodnim stereotipima te stvaranju nedostižnih ideala ljepote. U ovom dijelu također ćemo ukratko objasniti koja su prava djece u hrvatskom novinarstvu vezana uz privatnost te zaštitu identiteta djece na fotografijama. [9]

2. TEORIJSKI DIO

2.1 ULOGA FOTOGRAFIJE U NOVINARSTVU

Sama riječ fotografija dolazi od grčke riječi phos (svjetlo) i grapho (crtam, pišem) što u doslovnom prijevodu znači da je fotografija postupak crtanja pomoću svjetla. Upravo nam svjetlo omogućuje osvijetliti objekt ili scenu koji želimo vidjeti – da njega nema, ne bi se moglo dobiti fotografiju pomoću koje se taj osvijetljeni objekt ili scenu može zauvijek zadržati u danom trenutku i iznova mu se vraćati. Unatoč raznim manipulativnim metodama na fotografijama koje prikazuju iskrivljenu sliku svijeta, za fotografije se smatra da predstavljaju svojevrsan dokaz da se neki događaj dogodio u određenom trenutku prostora i vremena. One su zapravo trajan otisak nekog događaja, a kako kaže umjetnički fotograf Zdravko Balentić fotografija je i «emocija ili misao iskazana pomoću energije svjetla, djelić prostora zabilježen u djeliću vremena, u kome su svi elementi kompozicije u ravnoteži». Fotografiranje je s vremenom postalo uobičajeni način izražavanja gotovo svake osobe, a široka dostupnost fotografskog aparata i mobilnih uređaja s ugrađenim kamerama, uzrokovala je sve veću potrebu za bilježenjem pojedinih trenutaka – od rođenja djeteta, procesa njegova odrastanja, rođendana, godišnjica, vjenčanja, koncerata, putovanja i svih onih bitnih, ali i manje bitnih događaja. Kako slika ponekad govori više od riječi, fotografiranje postaje poput skupljanja i čuvanja suvenira, razglednica i drugih uspomena s putovanja, a osim što se fotografije čuvaju kao uspomene na proživljene trenutke, one su iznimno važne i zbog svoje informativnosti. Susan Sontag [17] navodi da se na fotografije prije gledalo kao na način informiranja onih ljudi koji rijetko ili nikada ne čitaju. Tako su novine Daily news dobile status novina u slikama, dok su novine Le monde sadržavale samo čisti tekst bez slika te su bile namijenjene upućenim i dobro obaviještenim čitateljima. Od fotografije se u ranim desetljećima očekivalo da postane idealizirana slika, a čini se kako se od tada nije puno toga promijenilo. Sontag [16] to pripisuje činjenici da kroz fotografiju nitko nikada nije otkrio nešto ružno, dok su mnogi otkrili lijepo. Ističe da ljude na fotografiranje potiče

dojam da je nešto lijepo, a upravo su fotografski aparati pomoćna sredstva kojima je moguće uljepšati sliku svijeta:

«Uobičajeno je da netko, kada zapazi nešto lijepo, izrazi žaljenje što to nije mogao slikati. Fotokamera je odigrala toliko uspješnu ulogu u uljepšavanju svijeta da su fotografije, a ne svijet, postale mjerilom ljepote. (...) Fotografije stvaraju lijepo i – kroz generacije fotografiranja – iskoriste ga».

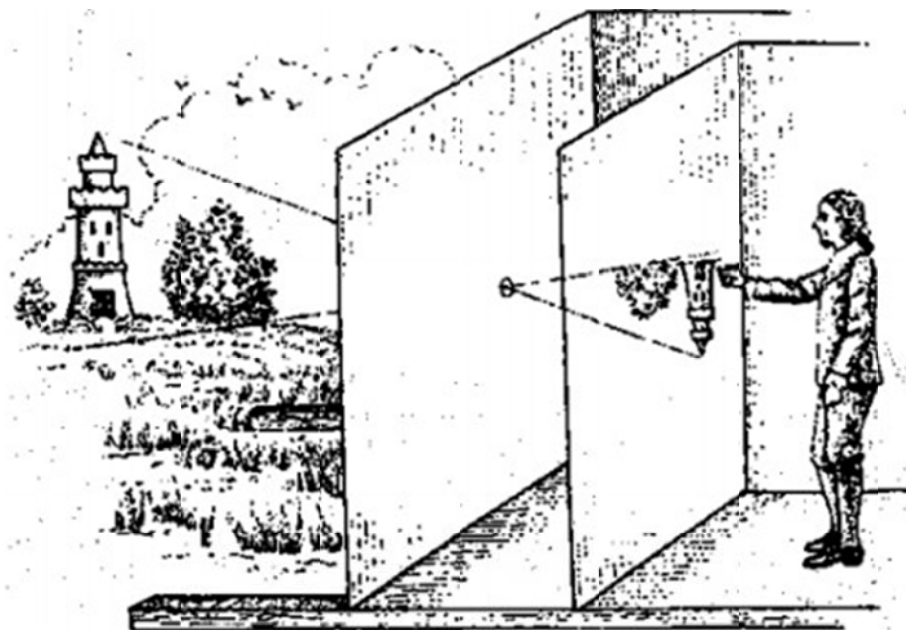
Sontag [17] smatra da industrijska društva pretvaraju građane u ovisnike o slikama te da im na taj način zagađuju svijest. Ljudi više ne traže ispod površine već stalno tragaju za ljepotom i idealom, pri čemu svoja iskustva pretvaraju u načine gledanja. Upravo iz tog razloga iznimno je važno kakve fotografije novinari plasiraju u medije jer one mogu ostaviti snažan trag na poimanje događanja i ljudi. Iako novinska fotografija treba biti informativna, ona se često koristi kao puka ilustracija u vijesti, dodatan grafički element ili reklama proizvoda i usluga određene tvrtke ili osobe. Kao i kod pisanih vijesti, Stjepan Malović [6] ističe da je osnovna zadaća fotografije u medijima «istinito, točno, pošteno, nepristrano i uravnoteženo obavještavati javnost o zbivanjima». U želji da se događanja u povijesti prenesu u vizualnom obliku, nastalo je i fotonovinarstvo koje se od ostalih grana fotografije razlikuje po pravovremenosti. Danijel Labaš i Maja Maljković [10] navode da fotografije imaju značenje u kontekstu tiskanog kronološkog zapisa o događajima, objektivnosti (točno i nepristrano predstavljanje događaja) i narativnosti (fotografije u kombinaciji s ostalim elementima vijesti kako bi informirale i pružile uvid gledatelju ili čitatelju). Posao fotonovinara je da bilježiti vijest i kao takvu ju originalnu plasira u medij, a ne da je naknadno stvara u programima za obradu fotografija i izmjenjuje stvarnost i pravo stanje stvari ili nekog događaja.

2.1.1 Pojava fotografije i prvog fotoaparata

Preteča prvih fotografskih aparata bila je kamera obscura (lat. mračna soba ili kutija) čiji počeci sežu još iz doba Aristotela kada je po prvi puta spomenuta u 4. stoljeću prije nove ere. Iako se izgledom današnji fotografski aparati ne mogu usporediti s kamerom obscurom, sam proces dobivanja fotografija i način rada vrlo je sličan. Prema podacima koje iznosi Žerjav [15] kamera obscura izumljena je tek u 11. stoljeću od strane arapskog znanstvenika Ibn-al Haythama, a njen princip rada i izrade bio je poprilično jednostavan. Dovoljno je bilo imati tamnu prostoriju ili kutiju, obojenu u crno radi eliminacije refleksije, koja je na sebi imala malenu rupu kroz koju je prolazilo svjetlo, a na zidu nasuprot nje se projicirala naopaka slika vanjskoga svijeta (Slika 1). Snježana Šimić [17] ističe da je princip dobivanja fotografije unutar kamere obscurae sličan načinu kreiranja slike u ljudskome oku, a upravo zato ju je i koristio Ibn-al Haytham kako bi objasnio na koji način nastaju slike koje vidimo:

«Radi se o centralnoj projekciji na čijem principu nastaje i slika u ljudskom oku. Zrake svjetlosti koje se odbijaju na sve strane od vanjskih predmeta prolaze kroz maleni otvor na jednoj strani camere obscurae te projiciraju sliku tih istih predmeta na suprotnu površinu (ekran)».

Kako su godine odmicala, interes za korištenjem kamere obscurae i objašnjavanjem njenih principa rada sve je više rastao, a razlozi korištenja bili su različiti. Šimić ističe da postoje zapisi prema kojima su je u 11. stoljeću koristili Arapi za promatranje zvijezda, u 13. stoljeću koristio ju je Roger Bacon za promatranje solarnih eklipsi, a u renesansi ju je detaljno opisao Leonardo da Vinci, pa su se njome počeli služiti i slikari kako bi postigli što vjerniji prikaz stvarnosti. S vremenom se kamera obscura sve više počela usavršavati te su u nju u 16. stoljeću stavljani leća i zaslon. No, iako su njenom nadogradnjom ljudi konačno uspjeli dobiti fotografiju, Davor Žerjav [15] navodi da su i dalje postojala dva problema – nemogućnost zadržavanja nastale fotografije te statičnost same naprave. Ovim problemima nije se moglo doskočiti dugi niz godina, a fotografija je tek od 1826. godine dobila značenje koje i danas ima – postala je trajni oblik bilježenja stvarnosti i čuvanja uspomena.



Slika 1. Prikaz rada camere obscurae

Prva osoba koja je uspjela zadržati fotografiju nastalu unutar kamere obscurae je Joseph Nicéphore Niépce koji je uz pomoć fotoosjetljivog papira stabilizirao sliku te tako uspio dobiti prvu fotografiju (Slika 2). Gert Koshofer i Heinz Wedewardt [12] navode da je Niépce u tom procesu koristio snimke na pločama koje je nazvao heliografijama, odnosno sunčanim crtežima. Nakon njega, posebno je značajan Louis Jacques Mandé Daguerre koji je prvi uspio dobiti trajnu fotografiju koristeći bakrene ploče presvučene jodidom. Daguerre je pomoću živinih para razvijao sliku i stabilizirao ju otopinom kuhinjske soli. Navedeni postupak nazvao je dagerotipijom, a poznat je i po tome što je prvi u povijesti fotografirao čovjeka. Iako su Niépce i Daguerre svojim postupcima dobili pozitiv fotografije, oni ju nisu mogli reproducirati pa je ostalo još nešto prostora oko usavršavanja samih procesa. Sljedeći korak u razvitku fotografije napravio je William Fox Talbot koji je izumio prvi negativ na papiru, a kako ističe Žerjav [15] svoj postupak dobivanja više fotografija nazvao je kalotipijom. Još jedan značajan fotografski postupak izumio je Fredrick Scott Archer nazivajući ga kolodij postupkom. U navedenom su postupku upotrijebljene

staklene ploče kao nosači fotografskog sloja osjetljivog na svjetlo, a osim što je postupak bio znatno jeftiniji od dagerotipije, omogućavao je kopiranje negativa i započeo pravu revoluciju u fotografiji.



Slika 2. Prva fotografija na svijetu

2.1.2 Razvoj tehnologije, daljnjih procesa i metoda

Otkriće kolodij ploča potaknulo je ljude na aktivnije bavljenje fotografijom – nekad jednostavne fotografije postupno zamjenjuju umjetničke i dokumentarne fotografije, a javlja se i potreba za unaprjeđenjem prethodno razrađenih fotografskih postupaka i metoda. Kako navodi John Hedgecoe [7] zbog kompleksnosti kolodij postupka te radi očuvanja ploča i njihove osjetljivosti na period duži od šest mjeseci, fotografi su u to vrijeme ploče presvlačili raznim proizvodima poput meda, piva i vina, a kad im to nije uspjelo, pokušali su pronaći savršenu emulziju te takozvane suhe ploče. U Engleskoj je od 1878. godine započela proizvodnja želatinskih, suhih ploča koje su, kako ističe Hedgecoe, uz konstrukciju stroja za lijevanje na staklene ploče, omogućile brže ekspozicije te tako fotografiju učinile pristupačnijom. Osim toga, osamdesetih godina započela je i proizvodnja ručnih „detektivskih“ fotografskih aparata, boks-kamera, a 1888. godine je George Eastman osnovao tvrtku Kodak i započeo proizvodnju fotografskog filma u roli. Hedgecoe [7] ističe kako su se ubrzo nakon toga počeli javljati mali fotografskih aparata poput Nodarka, prvog fotografskog aparata u kojem se film i snimao i razvijao, te Ermanoxa, prvog i najljepšeg minijaturnog fotografskog aparata idealnog za brzo snimanje. Kako ističe Žerjav [15] Kodak je 1900. godine na tržište plasirao Brownie – prvi fotografski aparat dostupan javnosti u kojem je bio ugrađen film i koji se, nakon što se potrošio, slao zajedno s fotografskim aparatom u Kodakovu tvornicu gdje se razvijao i mijenjao s novim. Ovaj princip rada fotografima je olakšao posao budući da više nisu morali sami razvijati film, a upravo iz toga proizašao je i poznati Kodakov slogan: „Vi pritisnite dugme, a mi ćemo napraviti ostalo“. Kako ističu Koshofer i Wedewardt [12] nakon Kodakovog filma posebno značajni za razvoj fotografije su proizvodnja celuloidnog filma u traci, izum prvog 35 milimetarskog fotografskog aparata Leice, Kodakovog Instamatic fotoaparata na kasete te manjeg džepnog fotoaparata kojima ujedno započinje i razdoblje fotografije u boji budući da se sve do 1861. godine koristi samo crno-bijela tehnika fotografiranja. Dok su u 19. stoljeću slike bile prepune sivila, Vilém Flusser [4] navodi kako danas sve vrišti bojama:

«(...) zidovi, novine, knjige, košulje, alati, sve je to osciliralo između crnoga i bijeloga koje se stapalo u sivilo nalik na tiskane tekstove. Sad sve vrišti od nijansi svih boja, samo što smo

na to oglušili. Ono prodire u subliminalne zone, kako bi ondje funkcioniralo i programiralo naše ponašanje».

Jovana Filipović ističe kako je prvu color fotografiju dobio James Clerk Maxwell 1861. godine snimajući istu scenu tri puta uz različiti filter (crveni, plavi i zeleni). Sliku je projicirao na sve tri fotografije koristeći filtre kojima su fotografije snimljene, a njihovim preklapanjem dobio je prikaz u boji koji je naposljetku nazvao Tartan Ribbon (Slika 3). Kako ističu Koshofer i Wedewardt [12] do prvih kolor dijapozitiv filmova dolazi 1936. godine, a nešto kasnije dolazi do pojave kolor negativa i kolor fotopapira. Budući da su preduvjet za fotografiju u boji bili materijali za snimanje osjetljivi na sve boje, ubrzo i Herman Wilhelm Vogel započinje izrađivati pankromatske ploče i filmove, a tim je postupkom u crno-bijeloj fotografiji omogućeno prenošenje boja u razne vrijednosti sivog.



Slika 3. James Clerk Maxwell – „Tartan Ribbon“, 1861.

Sve ove metode i procesi doveli su do onoga što danas fotografija jest, a moguće ju je zbog toga moguće proizvesti na dva načina – analogno i digitalno. Klasična fotografija podrazumijeva bilježenje fotografija na film i njihovo kasnije razvijanje u fotografskom laboratoriju. Prema Žerjav [15] film je «(...) jedan od izuma u fotografiji koji je omogućio jednostavno zapisivanje svjetla na medij. Film je engleska riječ koja u prijevodu znači „tanki sloj“. Filmovi su zapravo prozirne plastične (celuloidne) vrpce koje na sebi imaju tanke premaze tvari koje su osjetljive na svjetlo». Zbog osjetljivosti filma na svjetlo, prije samog razvijanja on se ne smije osvjetljivati budući da će se na njemu tako izgubiti sav sadržaj. Film se razvija i fiksira u fotografskom laboratoriju pomoću posebnih tvari koje omogućuju razvitak negativa i pozitiva. Upravo kompleksnost i dugotrajnost ovog postupka zbog samih procesa te znanja i vještina koje zahtijeva, klasičnu fotografiju danas često čini manje poželjnom od digitalne koja je postupno postala prvi odabir pri fotografiranju. Dok klasična fotografija najčešće omogućuje pohranu samo 36 fotografija na filmu, digitalna fotografija omogućuje snimanje fotografija na fotoosjetljive medije kao što su memorijska kartica, prenosivi disk i CD, a umjesto filma i kemije u njoj se koriste svjetlosni senzori i električna energija.

2.1.3 Počeci fotonovinarstva u svijetu

Fotonovinarstvo uključuje korištenje fotografija radi izvještavanja u medijima. Iako služi kao dodatan element u medijima, fotografija sama po sebi mora biti informativna, objektivna i pričati neku priču – neovisno o tome je li uz nju napisan tekst ili stoji samostalno. Unatoč tome što poprima elemente drugih fotografskih smjerova poput dokumentarnog i umjetničkog, njena uloga u novinarstvu nije u ukrašavanju vijesti svojom umjetničkom notom već prenošenju što realnije slike nekog događaja kako bi javnost bila upućena u stvaran tijek događanja. Razlika između fotonovinarstva i drugih oblika profesionalne fotografije jest, kako stoji na internetskoj stranici Photography-schools.com [13], u tome što se fotonovinari pri snimanju fotografija moraju pridržavati određenih načela novinarstva kao što su «pravovremenost, točnost, pravedna zastupljenost u kontekstu događaja i izviještenih činjenica i odgovornost prema javnosti». Posebna pozornost mora se pridati odgovornosti prema javnosti budući da fotonovinari svojim

fotografijama mogu ostaviti snažan utjecaj i na one koji nisu direktno vezani uz sadržaj koji je objavljen u nekoj vijesti, posebice ako se radi o fotografijama vezanim uz crnu kroniku i druge osjetljive teme. Uz veću dostupnost fotografskog aparata i jednostavnije fotografske procese, među ljudima se razvila sve veća potreba za dokumentacijom raznih događaja i trenutaka zbog čega fotografije postaju glavno sredstvo informiranja – u početku obitelji, prijatelja i poznanika, a potom i javnosti. Gisèle Freund [5] smatra da je fotografija promijenila viziju svijeta masama – lica ljudi iz javnog života postala su im bliska, a probudila se i svijest o događajima u vlastitoj zemlji te izvan nje. Upravo je fotonovinarstvo odigralo vrlo važnu ulogu u prenošenju povijesnih događaja i pridonijelo boljoj informiranosti građana. Hedgecoe [7] ističe da je razvoj fotonovinarstva započeo izumom rusterskog klišea Fredrica Ivesa 1880. godine koji je prvi put upotrijebljen za tiskanje fotografskih novosti u dnevniku New York Daily Graphic. U to vrijeme je većina izdavača odbila dodati fotografije u svoje novine jer su vjerovali da tiskana riječ prenosi sve informacije koje su potrebne i važne njihovim čitateljima. Unatoč tome, britanski Daily Mirror je 1904. godine objavio potpuno fotografski ilustrirano izdanje, a mogućnosti fotografije u tisku ostvarili su i brojni američki modni časopisi. Freund [5] prenosi da je ilustrirano izdanje novina slijedio i Illustrated Daily News 1919., dok su u svojim izdanjima tjednici i mjesečnici počeli objavljivati fotografije tek 1885. godine. Kako ističe Freund, razlog zašto se fotografija u dnevnom tisku počela kasnije upotrebljavati je u tome što su se klišeji izrađivali izvan tiskare, a osim što dnevni tisak nije mogao čekati njihovu izradu zbog brzine objavljivanja vijesti, vlasnici nisu bili spremni uložiti goleme svote novca u nove strojeve kako bi njihove vijesti bile popraćene fotografijama. Rachael Towne navodi da su prve tiskane novinske fotografije morale biti gravirane i da je ta praksa započela pojavom prvih fotonovinara 1853. godine. Kako ističe Wanke, prvim fotonovinarom u svijetu smatra se rumunjski fotograf Carol Szathmari koji je aktivno djelovao za vrijeme Krimskog rata između Rusije i Turske. Szathmari je prvi fotograf koji je javnosti prikazao što se događa za vrijeme bitke, njegove su fotografije izložene u mnogim europskim galerijama, a s obzirom na to da su kopirane u velikom broju primjeraka, distribuirane su diljem svijeta. Posebno značajan fotograf u to doba bio je i američki fotograf Mathew B. Brady koji je svoju „putujući“ fotografski laboratorij nosio ravno na mjesta događanja. Wanke navodi kako je Brady u to vrijeme zabilježio značajne fotografije koje se danas smatraju najvažnijim vizualnim dokumentima Američkog građanskog rata i koje su mnogim Amerikancima tada bile prvi dokaz onoga što se realno događalo u ratu pa

su se tako, bez ikakvog umjetničkog uljepšavanja, na fotografijama nalazila mrtva tijela, spaljena zemlja, kuće u plamenu i slično (Slika 4).



Slika 4. *Mathew B. Brady – „Sunken Road“*

Fotoreportaža je bila posebno značajna za vrijeme rata, a Hedgecoe [7] navodi da je njen razvoj doveo do pokretanja nekoliko velikih ilustriranih časopisa kao što su *Berliner Illustrierte Zeitung*, *Münchener Illustrierte Press*, *Picture Post*, *Illustrated* i *Life*. Za vrijeme Drugog svjetskog rata, najdramatičnije fotografije o ratu dolazile su iz tjednih časopisa, a manje iz novina. Upravo iz tog razloga, Ross Collins ističe da je *Life* dobio titulu jednog od najutjecajnijih časopisa o fotonovinarstvu na svijetu. Časopis je počeo izlaziti 1936. godine, a osnovao ga je Henry Luce koji je doživio uspjeh i s časopisima *Time* i *Fortune*. Prva objavljena fotonovinarska priča u *Lifeu* bila je ona o građenju Fort Peck Dama u Montani. Tadašnji urednik vidio je potencijal u fotografijama Margaret Bourke-White zbog kojih je časopis ubrzo postao popularan. Osim što je radila za *Life* i *Fortune*, Bourke-White bila je prva ratna fotonovinarica koja se smatra legendom u polju

fotonovinarstva – jedina je američka fotografkinja koja je fotografirala bojišnice u Njemačkoj, Africi i Italiji za vrijeme Drugog Svjetskog rata te u Rusiji za vrijeme bitke za Moskvu, a osim što je fotografirala žrtve suše za vrijeme Prljavih tridesetih (Slika 5) i preživjele u koncentracijskom logoru u Buchenwaldu, zabilježila je i fotografiju Mahatme Gandhija nekoliko sati prije njegovog ubojstva.



Slika 5. Margaret Bourke-White – „Bread line“, 1937.

Osim nje, značajan je i jedan od najvećih ratnih fotografa Robert Capa te začetnik modernog fotonovinarstva Henri Cartier-Bresson koji je prikazao umjetničku stranu novinarstva i svijetu predstavio uličnu dokumentarnu fotografiju. Kako ističe Towne u doba Velike depresije mnogi su fotografi napustili svoj studio i krenuli dokumentirati surovu realnost ljudi koji su potpali pod teška vremena i siromaštvo. Neki od značajnijih fotografa koji su nastojali javnosti prikazati do sada neviđeno su Walker Evans, Dorotea Lange i Gordon Parks čije su fotografije objavljene u mnogim popularnim časopisima kao što su Life, Sports Illustrated, Paris Match i Picture Post, a danas čine vrlo značajnu povijesnu građu koja prikazuje važne događaje s kojima su se mnogi

morali suočiti. Na internetskoj stranici vodećeg muzeja za umjetnost i dizajn u Londonu Victoria and Albert Museum (u daljnjem tekstu V&A3) stoji kako od 1950. godine fotografske priče postaju izražajnim medijima, dok fotografi poput Ernesta Haasa i Briana Brakea pomoću boje stvaraju poluapstraktne fotografske priče. Tako fotografske priče polako prerastaju u fotografske eseje što kasnije rezultira razvojem televizije. Zbog dominacije televizijskih vijesti do 1970. godine propadaju mnogi veliki ilustrirani časopisi, a dolaskom 20. stoljeća publicitet igra veliku ulogu u životima umjetnika, glumaca, političara i drugih za čije su stvaranje imidža u javnosti bili zaslužni fotonovinari koji su, kako prenosi V&A, uživali u pristupu privatnim mjestima i trenucima. Tako je Erich Salomon, začetnik spontane fotografije, prvi fotografirao ljude bez njihovog znanja skrivajući svoj fotoaparat ispod šešira (Slika 6). Na taj način nastojao je fotografirati tajne političke skupove i konferencijske te sudske sporove.



Slika 6. *Eric Salomon – „Reception in Berlin“, 1931.*

Osim njega, na V&A stoji kako je značajan i Lucien Aigner koji je poznat po neformalnim slikama političkih osoba i objavljenim fotografskim pričama u vodećim ilustriranim časopisima u Francuskoj, Njemačkoj i Engleskoj. Također, na V&A istaknuti su još neki značajni fotografi poput

Ernesta Colea, prvog fotografa koji je otkrio uvjete života u Južnoj Africi pod aparthejdom i Briana Brakea koji je postao najpoznatiji dokumentarni fotograf u kasnim 1950-im i 1960-im godinama te jedini zapadni fotograf koji je fotografirao desetu godišnjicu slavlja osnivanja Narodne Republike Kine.

2.1.4 Fotonovinarstvo u Hrvatskoj

Fotografija se u Hrvatskoj pojavila 1840. godine u vidu dagerotipije, a kako navodi Nada Grčević začetnik ovog pokreta na našim prostorima je slikar Demeter Novaković koji je snimao prve panorame Zagreba i okolice. Marija Tonković navodi kako je Novaković ovu tehniku naučio od izumitelja u Parizu, dok su u gradovima na Jadranu dagerotipiju prvi prakticirali hrvatski studenti talijanskih učilišta. Grčević ističe da se zbog poboljšane ekonomske situacije polovinom 50-ih godina javljaju povoljni uvjeti za osnivanje stalnih fotografskih atelijera. Upravo iz tog razloga prvi su majstori fotografije dolazili iz slikarskih redova što je bilo vidljivo na njihovim najranijim radovima. Početkom 60-ih godina fotografija je postala pristupačna širem krugu građanstva što je dovelo do porasta broja fotografskih atelijera, a od polovine 70-ih do kraja 80-ih godina djelovali su brojni fotografi koji su svojim kvalitetnim radom bitno pridonijeli razvoju fotografije u raznim dijelovima Hrvatske. Dok se to razdoblje smatra najboljim razdobljem realističkog portreta u Hrvatskoj, Grčević ističe kako je početkom 90-ih prevladavala moda idealiziranih svijetlih portreta, a javila se i zanatska fotografija pa su se formirali veliki atelijeri te zavodi. Fotoklubovi su bili jedno od glavnih polazišta mnogih fotografa koji su ostavili značajan trag u povijesti hrvatske fotografije i koji su svoj put, osim u drugim smjerovima, pronašli i u fotonovinarstvu. Kako ističe Zdenko Kuzmić, veće značenje amaterskoj fotografiji dala je pojava prvog kluba amatera fotografa osnovanog pod okriljem Društva umjetnosti u Zagrebu 1892. godine. Počeci Fotokluba Zagreb bili su vrlo teški i prošlo je mnogo godina prije nego je počeo bilježiti prve uspjehe. Do tada je fotoamaterski pokret živio kroz fotosekcije planinarskih društava čiji su članovi inspiraciju i motive crpili iz prirode. Već se ovdje počinju javljati renomirani autori poput Toše Dabca, jednog od najutjecajnijih fotografa u povijesti hrvatske fotografije, osnivača i glavnog predstavnika Zagrebačke škole umjetničke fotografije koji je fotografirao preko 200.000

fotografija socijalnog smjera (Slika 7). Želimir Košćević ističe da Dabac nije bio klasičan novinar već fotoreporter – nije surađivao s novinama i radio reportaže već se, s obzirom na to da je pripadao krugu profesionalnih fotografa, bavio stručnim fotorevijama, lokalnim izložbama fotografskih klubova i salona te velikim međunarodnim smotrama moderne fotografije u inozemstvu. Košćević navodi da je novinska fotografija 1937. godine pokazivala određenu konvencionalnost i nemar prema fotografiji budući da je tada kulturom masovnih komunikacija dominirala pisana riječ u obliku reportaže. Kako ističe Tonković u razvoju novinske fotografije doprinijeli su ilustrirani časopis Svijet, kao i dnevnik Novosti «čiji bogato ilustrirani napisi nude i mogućnost rekonstrukcije početka fotožurnalizma i novih žanrova novinske fotografije.» Osim u Zagrebu, u 30-im godinama fotoamaterski pokret zaživio je i u drugim gradovima poput Ivanca, Sušaka, Osijeka i Daruvara. U ovo vrijeme je posebno značajan Milan Pavić, osnivač Fotokluba Daruvar, ujedno fotoreporter zagrebačkih Novosti i beogradske Politike, koji je zabilježio brojne značajne trenutke hrvatske povijesti.



Slika 7. *Tošo Dabac – „Prosjakinja s djetetom“, 1932.*

Patricia Kiš [16] ističe kako je Pavić bio zaposlen u Agenciji za fotodokumentaciju, a umjetničku fotografiju snimao je u duhu „nove objektivnosti“, koja je bila dominantna 30-ih godina, a karakteriziraju je neobični rakursi i objektivnost, naspram sentimentalnosti i falsificiranja. Kako prenosi Kiš, Pavić je posebice imao smisla za dokumentarnu i reportažnu fotografiju, snimio je brojne suvremenike poput Vladimira Nazora i Dobriše Cesarića, a bio je i jedan od onih koji su mogli snimati Josipa Broza Tita izbliza. Među njegovim najpoznatijim fotografijama nalazi se „Veliki miting u oslobođenom Zagrebu“ iz 1945. godine kada je s prozora nebodera snimio euforičan trenutak – okupljanje nepregledne mase ljudi na Trgu bana Josipa Jelačića (Slika 8). Uz Milana Pavića potrebno je istaknuti i njegovu ženu Slavku koja je također cijeli svoj život usmjerila ka fotografiji, a osim što je bila članica Fotokluba Zagreb, Vinko Šebrek ističe da je s tadašnjim predsjednikom Fotokluba Gjurom Griesbachom, 1937. godine osnovala Žensku sekciju Fotokluba Zagreb.



Slika 8. *Milan Pavić – „Veliki miting u oslobođenom Zagrebu“, 1945.*

Mnoge njene fotografije nagrađivane su i zauzimaju neupitno mjesto u različitim udžbenicima i pregledima povijesti hrvatske fotografije, a slika „U prolazu“ nalazi se u stalnom postavu Muzeja za umjetnost i obrt u Zagrebu (Slika 9). Širenju razvoja fotografije u Hrvatskoj, posebice među mladima, priključio se i zagrebački Klub studenata elektrotehnike (KSET) koji unutar 9 sekcija Kluba od 1965. godine broji i Fotosekciju KSET-a u kojoj se i dan danas uz digitalnu njeguje i klasična fotografija. Kako ističu Marko Kaplan, Sanja Ribarić i Lasta Slaviček [11] osim fotografiranja raznih događanja unutar i izvan Kluba, standardna djelatnost sekcije bila je (i ostala) održavanje i organizacija tečajeva i izložbi te sudjelovanje na raznim natjecanjima. Posebno značajna je i činjenica da je Fotosekcija KSET-a bila domaćin Revije amaterske fotografije Jugoslavije kada je žirijem predsjedala ugledna Marija Braut, jedna od najznačajnijih hrvatskih fotografkinja te učenica i suradnica Toše Dabca. Kako prenosi portal Pogledaj.to [14] njeno značenje za povijest hrvatske fotografije je neupitan – ova majstorica fotografije izlagala je na više od stotinu izložbi, njene fotografije objavljene su u raznim tiskovinama (novinama, časopisima i umjetničkim katalozima), surađivala je s brojnim kazalištima, dobitnica je brojnih nagrada i priznanja (poput Nagrade grada Zagreba, 1972. i Nagrade za životno djelo, 2008.), a njene fotografije i negativi čuvaju se u zbirkama u Muzeju grada Zagreba, Muzeju za umjetnost i obrt, Muzeju suvremene umjetnosti i Hrvatskom državnom arhivu.



Slika 9: Stavka Pas ić – abstrakcijski – 1951.

Značajno mjesto u hrvatskoj fotografiji zauzeo je i Đuro Janeković, prvi profesionalni fotoreporter u Hrvatskoj. Janeković ističe kako je njegov stvaralački opus duže vrijeme bio potpuna nepoznanica te ga je tek izložba njegovih radova 2009. godine osvijestila kao «rodonačelnika svih žanrova suvremene fotografije: angažirane umjetnosti, fotoreportaže, sportske moment fotografije i fotoreklame». Janeković je 1933. godine zakoračio u svijet profesionalnog fotoreporterstva tise, unatoč diktiranoj tematici novinske fotografije, na svojim fotografijama trudio zabilježiti posebne scene uočavajući segmente naizgled nevažnih predmeta koje izdvaja iz cjeline i pritom fotografijama daje umjetničku notu, umjesto opće i izvještajne (Slika 10). Osim njega, važno je istaknuti i Mladena Tudora, majstora novinske i reportažne fotografije. Kako navodi Krešimir Mikić [11] Tudor je radeći u Vjesniku i drugdje stvorio više od uobičajenog pristupa fotografiji u novinama – zanimala ga je društvena zbilja, a skoro svaka fotografija koju je snimio prelazila je okvire novinskog zadatka, a osim što je bila dokumentarna, naglašavala je umjetničko izražavanje stvarnosti. Ipak, kako ističe Košćević [11] šezdesetih godina 20. stoljeća, kada je Tudor bio aktivan, u glavnim dnevnim glasilima u Hrvatskoj prevladavale su stereotipne i loše reproducirane fotografije pa su tako stalno zaposleni ili privremeno angažirani fotografi u tiskanim medijima, svoje umjetničke note vizualnog dokumentiranja događanja i dostignuća, trebali ostaviti za izložbe i salone fotografija. U ovom nadasve kratkom popisu fotografa koji su ostavili svoj trag u povijesti hrvatske fotografije potrebno je istaknuti još i Pavla Cajzeka, znamenitog zagrebačkog fotoreportera koji je izgradio zavidnu novinarsku karijeru u Večernjem listu. Prema Mateji Šobak, Cajzek je 2004. godine uvršten u Kuću slavnih hrvatskog fotonovinarstva, po njemu je nazvana nagrada za fotoreportera godine Hrvatskog novinarskog društva, a za vrijeme svog djelovanja u Večernjem listu snimio je više od deset tisuća fotografija.



Slika 10. Đuro Janeković – „Dama u prolazu“, oko 1934.

2.2. MEDIJSKI PRIKAZI STVARNOSTI

Mediji su se odavno odmaknuli od svoje prvotne funkcije – više ne služe samo za potrebe informiranja javnosti već su postali svojevrsan kanal za reklamiranje utjecajnih osoba, korporacija, proizvoda ili usluga. Iako svakodnevno produciraju velike količine vijesti, urednici pažljivo biraju na što će staviti naglasak i kojoj će vijesti pridati najviše važnosti, a što je naglasak na nekom sadržaju veći, raste i njegovo značenje i utjecaj u javnosti. Medijska industrija svjesna je koje vijesti „hrane“ publiku, kao i svih njihovih slabosti i mana koje mogu iskoristiti kako bi što bolje plasirali informacije. Svatko tko iole prati vijesti ili čita novine, zdravorazumski može zaključiti da u medijima prevladavaju reklamni i senzacionalistički sadržaji te crna kronika. Znanost, znanje i postignuća malog čovjeka stavljeni su u drugi plan – sve se vrti oko novca, lijepog izgleda i uspjeha, a upravo to troje često ne ide jedno bez drugoga te se postavlja kao preduvjet za život iz snova.

Kvaliteta informacija je gotovo na zadnjem mjestu, a naglasak je na prodaji proizvoda. Najveći problem koji proizlazi iz toga je što se na takav način zanemaruju prave ljudske vrijednosti i što to postupno dovodi do nerealnih želja i slika u glavama pojedinaca. Stavovi koje mediji kreiraju dugoročno utječu na poimanje društva u cjelini i sustav vrijednosti svake osobe, a pri plasiranju informacija, medijima nije bitno krše li nekom viješću prava čovjeka i stvaraju li pogrešnu sliku u javnosti – bitan je profit, a senzacionalizam je upravo ono što medijima donosi najviše zarade. Labaš i Koščević [10] navode da mediji često posežu za atraktivnim, najčešće ženskim, osobama kako bi privukli pozornost javnosti na neki proizvod ili uslugu koji se vežu uz određene društveno poželjne karakteristike koje likovi u reklamama predstavljaju. Likovi iz reklama tako postaju uzori i modeli masama, a često su prikazani na stereotipan način ili s velikom dozom seksualnosti. Dok su žene prikazane kao nježne, ranjive, brižne i sramežljive, muškarci su snažni, hrabri, poduzetni i uspješni. Upravo iz tog razloga su žene, kao spol koji je okarakteriziran kao slabiji i ljepši, prve na meti medija koji će učiniti sve što je u njihovoj moći da plasiraju vijest i nagnaju mase da povjeruju u ono što žele. Žene su tako postupno postale žrtve medija, kao i djeca, a čini se da takvo poimanje seže još iz prošlosti kad su muškarci bili jedini s pravom glasa, jedini koje se tretiralo kao vrijedne, dok su žene i djeca ipak pripadali nižem sloju društva. Kako ističe Nada Zgrabljić Rotar mediji nisu ni dobri ni loši, no mogu biti oboje, ovisno o tome «koliko je društvo spremno za sučeljavanje s novim trendovima liberalnog i korporativnog novinarstva i ovisno o tome kolika je opća razina medijske pismenosti u društvu». Da nijedna dobna skupina nije lišena medijskih utjecaja, smatraju Labaš i Koščević [10] koji ističu da reklame postupno navode ljude na vjerovanje kako je svaka želja ostvariva, a put do uspjeha i zadovoljstva zajamčen kupnjom reklamiranog proizvoda ili usluge. Utjecaj medija zapravo najviše ovisi o karakteru osobe i njegovoj podložnosti da povjeruje u stavove i mišljenja koje kreiraju drugi. Budući da je stavove mladih koji su još u potrazi za svojim identitetom lakše pokolebati, Labaš i Koščević [10] smatraju da su mladi iz tog razloga postali taoci reklamiranja jer im mediji «putem raznih animacija, simbola i znakova usmjeruju pažnju na ispunjavanje umjetnih potreba koje su marketinški stručnjaci proizveli kako bi prodali određeni proizvod ili uslugu». Da bi mlada populacija bila u tijeku s najnovijim trendovima, u tome im pomaže sve veća dostupnost tehnologije te lakši protok i dostupnost informacija zbog digitalizacije. Kako ističe Niklas Luhmann: «Sve što znamo o našem društvu, o svijetu u kojem živimo, znamo iz masovnih medija» [10]. Dok su se djeca nekad igrala na ulici s prijateljima, imala bezbrižno djetinjstvo u kojem im je jedina tehnologija bila igračka na baterije, danas je djeci mobilni telefon

gotovo prva „igračka“ koju dobiju, a nadohvat ruke su im i svi ostali mediji što prije 20-tak godina nije bio slučaj. S čime će se djeca igrati i kako će biti odgojena, uvelike ovisi o njihovim roditeljima, no činjenica je da kako dijete sve više odrasta, sve je veća njegova svijest o ljudima i događanjima iz okoline. Iako će kroz razgovor mnoga djeca shvatiti zašto je neposjedovanje takve i slične tehnologije dobro za njih i da im roditelji ne žele zlo, mnogi će upravo zbog toga biti ismijani – posebice ako se nalaze u manjini. Na taj način otvara se začaran krug jer dobivanjem mobilnog telefona, djeca dobivaju lakši pristup informacijama, a sam proces korištenja uređaja postaje sve teže pratiti. Živimo u doba kada je za pristup informacijama potrebno samo nekoliko klikova, a gdje će tih par klikova odvesti određeno dijete teško je pretpostaviti. Samim time sve se teže boriti protiv utjecaja medija pa tako i filtrirati sadržaj koji je dostupan djeci na dnevnoj razini i putem raznih platforma. No, iako mnoge platforme zahtijevaju punoljetnost pri registraciji, objavi ili pristupanju nekom sadržaju, česte su zloupotrebe i lažna predstavljanja djece koja tako mogu upasti u „ralje“ interneta i pristupiti sadržaju koji nije namijenjen njihovoj dobnoj skupini. Osim toga, na ovaj način i oni sami mogu kreirati sadržaj, a budući da nisu dovoljno osviješteni o svim prednostima i manama interneta, objavljuju sadržaj koji im djeluje kao zanimljiv i relevantan, a upravo tako mogu pokrenuti lavinu neželjenih reakcija od drugih korisnika o kojima će se govoriti na svim društvenim mrežama, ali i u medijima.

2.2.1 Utjecaj fotografije na percepciju žena

Boje, slike i različiti multimedijски sadržaji kreiraju našu stvarnost, a to je posebice vidljivo u medijima koji su se napretkom tehnologije daleko odmaknuli od plasiranja čistog teksta na različitim platformama kroz koje provode svoje poslovanje. Danas je gotovo nemoguće zamisliti bilo kakvu vijest ili sadržaj bez fotografije ili drugoga vizualnog i grafičkog elementa. Bilo da se radi o članku u novinama, vijesti objavljenoj na web stranici ili Facebook statusu, tekst objave ostvarit će manje rezultata i ljudi će se na njemu kraće zadržati te mu posvetiti puno manje pozornosti nego sadržaju uz koji je objavljena fotografija. Svjesni činjenice da vizualan sadržaj privlači najviše pozornosti i da uz njega ljudi vežu različite vijesti, situacije ili događanja, urednici nastoje više uložiti u dizajn i pridati pozornost izgledu vijesti te elementima koji će biti objavljeni uz tekst. Sadržaj koji se objavljuje uz članak mora imati dodatnu vrijednost, a da bi fotografije bile zanimljive i privlačne, fotografi i dizajneri često će koristiti razne programe za grafičku obradu. Iako navedeni programi pomažu fotografima kako bi popravili kvalitetu fotografije ako istoj zatrebaju korekcije, problem se javlja kada upravo kroz grafičku obradu, fotografije promiču nerealan prikaz stvarnosti. Dok na fotografijama pejzaža i raznih objekata korekcije pretežito neće povući neželjene reakcije, isto se ne može reći za fotografije ljudi. Najveći problem javlja se kada naizgled obična žena ili muškarac postaju top modeli bez ikakvih nepravilnosti i kao takvi završe na naslovnici popularnog magazina ili dnevnih novina. Budući da su norme, ideali i standardi uvelike uvjetovani društvenom okolinom, očito je da će takve fotografije ostvariti velik odjek u javnosti i utjecati na njihov stav o pojedinim stvarima i situacijama. Ideali i standardi koje promiču mediji, postupno postaju ideali i standardi u koje vjeruje društvo i nastoji ga implementirati na sve životne razine. Normalno, idealno i poželjno je sve ono o čemu se najviše govori u medijima, a imperativ ljudskog uspjeha su upravo novac, ljepota i savršen izgled. No, iako medijskim trendovima teže podliježu osobe izgrađena identiteta i čvrstog karaktera, najranjivije su mlade osobe koje već kroz adolescentsko doba započinju živjeti nametnutim poželjnim životom. Kako ističu Inja Erceg Juković i Gordana Kuterovac Jagodić [3] upravo socijalna okolina utječe na percepciju tijela i stvara pritisak za uklapanjem u nametnute standarde ljepote, a što je veći raskorak između vlastitog i idealnog tjelesnog izgleda prikazanog u medijima, to je veće nezadovoljstvo vlastitim izgledom, ali i cjelokupnim životom.

2.2.2. Objektivizacija žena i stvaranje nedostižnih ideala ljepote

U medijima prevladavaju fotografije glumica, pjevačica, manekenki i modela koje gotovo da nemaju nijednu manu – njihova bespriječna ljepota graniči sa savršenstvom, a osim što odišu zdravljem, mladošću i snagom, vitke su i zategnute, a na licu i tijelu nemaju nikakvih nepravilnosti. Starost i debljina nisu poželjni u medijskoj industriji, pa se tako kroz reklame provlače razni proizvodi koji promiču naizgled zdrav i poželjan život. Tržište je prepuno proizvoda pomoću kojih je moguće postići savršenu liniju, smanjiti bore i sijedu kosu, a za bespriječan izgled tijela dovoljno je naručiti čaj ili provesti dijetu koja dovodi do zajamčenog gubitka kilograma – i to u samo nekoliko dana ili tjedana! Preplavljenost ovakvim tipom informacija navodi ljude na propitivanje sebe samih i svog tjelesnog izgleda, te ih postupno pretvara u nezadovoljne osobe opsjednute svojim izgledom. Ovakav sadržaj u medijima posebno pogađa žene, koje kao pripadnice ljepšeg spola, uvijek trebaju izgledati savršeno i bespriječno – bez ijedne vidljive mane na tijelu. Kako ističe Stephanie Nicholl Berberick [1] žene u medijima prikazane su kao objekti koje je potrebno osvojiti, a takvi prikazi kreirali su definiciju ljepote s kojom se žene često uspoređuju i za kojom svakodnevno teže. No, osim što mediji prikazuju kako bismo trebali izgledati, na dnevnoj razini nam daju prijedloge kako bismo postigli idealan tjelesni izgled i promijenili svoje tijelo.

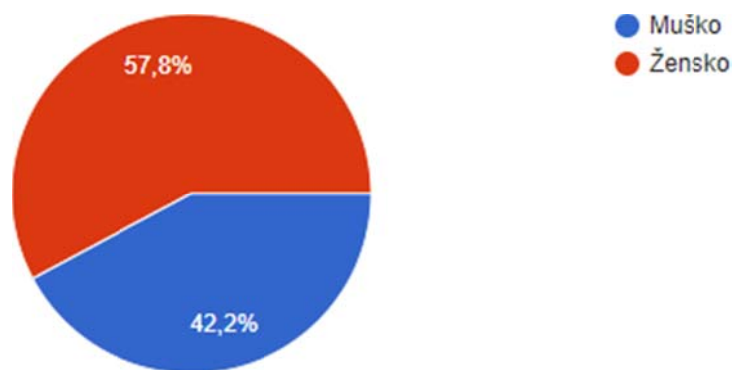
3.EKSPERIMENTALNI DIO

Kako bi se dobio uvid koliko je još čitanje papirnatih novina aktualno te koliko zapravo fotografija ima presudbu ulogu unutar određenog članka/vijesti, provedena je web anketa među pretežno mladom i zaposlenoj populaciji. Na anketu je povratno odgovorilo 100ak ispitanika. Anketa se sastoji od 7 pitanja kojima se htjelo dobiti uvid u spol i status ispitanika te kakve su njihove navike kupivine i čitanja novosti.

4.REZULTATI ISTRAŽIVANJA I RASPRAVA

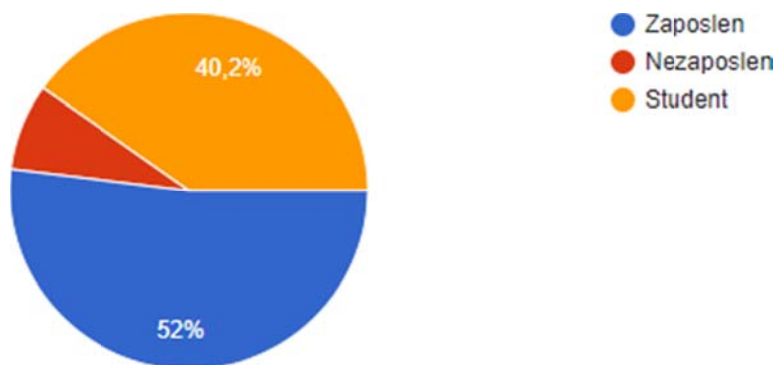
Tokom anketnog istraživanja, došao sam do sljedećih rezultata:

1. Spol



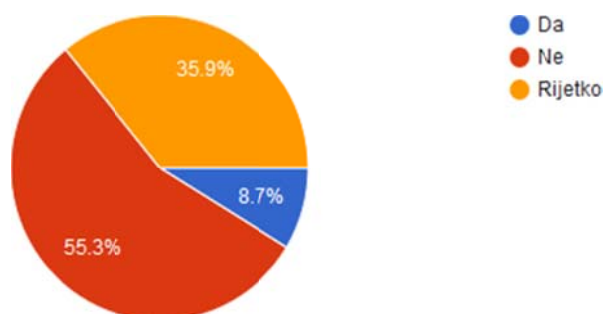
Slika 11. Grafikon 1. Spol

2. Status



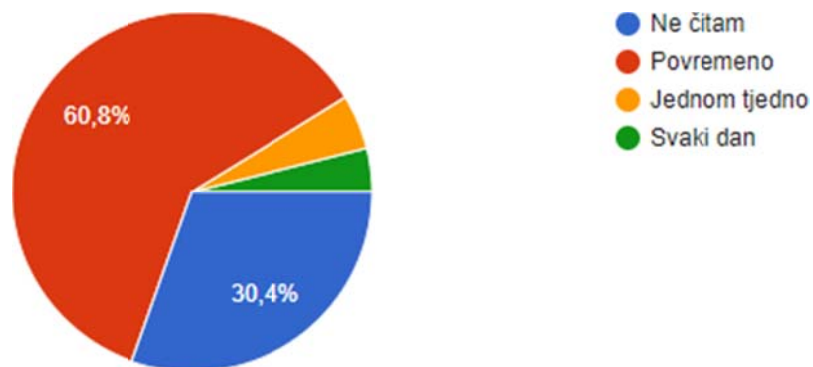
Slika 12. Grafikon 2. Status

3. Kupujete li novine/časopise?



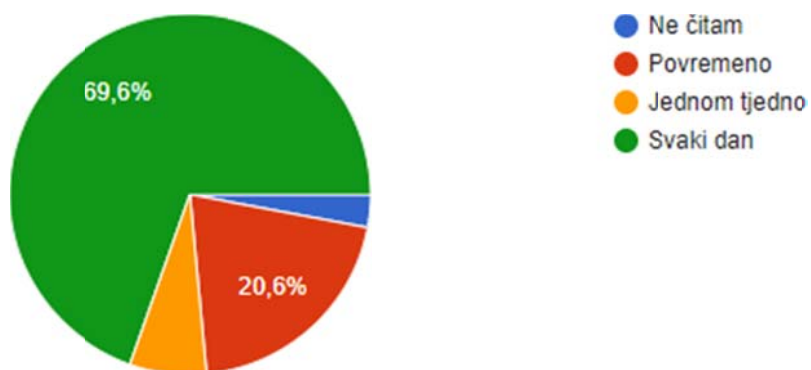
Slika 13. Grafikon 3. Kupnja novina

4. Koliko često čitate papirnate novine?



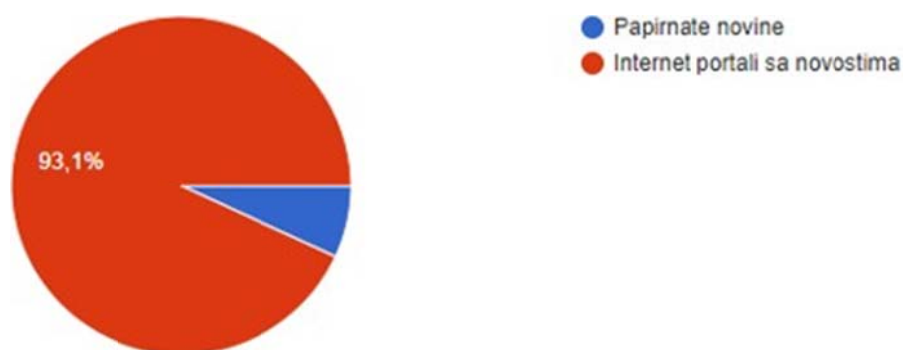
Slika 14. Grafikon 4. Učestalost čitanja novina

5. Koliko često čitate novosti na internet portalima?



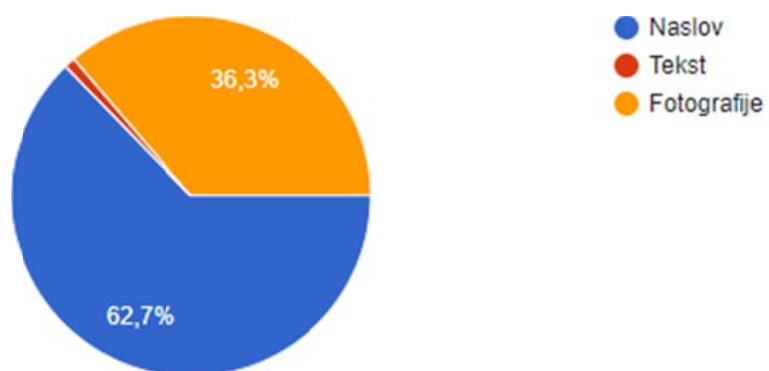
Slika 15. Grafikon 5. Učestalost čitanja novosti na internet portalima

6. Što je praktičnije?



Slika 16. Grafikon 6. Praktičnost

7. Što prvo zamijetite kod čitanja novina?



Slika 17. Grafikon 7. Opažanje tokom čitanja novina

Od sveukupnog broj ispitanika (102 odgovora), 42,2% odgovora je dala muška populacija, a ženska populacija 57,8%. (slika 11.) Na pitanje o statusu, da je u radnom odnosu (zaposleni) navelo je čak 52% ispitanika, da se još uvijek školuju (studenti) navelo je njih 40,2% i preostalih 7,8% populacije je navelo da nisu u radnom odnosu (nezaposleni). (Slika 12.) Na pitanje kupuju li novine/časopise, najviše odgovora imamo da NE kupuju, čak 54,9%, 36,3% ispitanika je dalo odgovor da rijetko kupuju tiskovine, a da redovno kupuju novine/časopise je dalo samo 8,8% populacije. (slika 13.) Na pitanje, koliko često čitaju papirnate novine, čak 60,8% je dalo odgovor da povremeno pročitaju, 30,4% je reklo da ne čita uopće, dok su se ostali odgovori podijelili u vrlo malim postocima (u grafikonu naznačeno zelenom i žutom bojom) da čitaju svakog dana i jednom tjedno. (slika 14.) Na pitanje koliko često čitaju novosti na internet portalima, čak 69,9% populacije je odgovorilo da čitaju svakog dana, a samo 20,6% populacije je reklo da povremeno čitaju. U malim postocima su se podijelili odgovori (u grafikonu naznačeno plavom i žutom bojom) da ne čitaju novosti na internet portalima i da čitaju jednom tjedno. Iz navedenog možemo zaključiti da većina populacije redovno čita novosti sa internet portala. (slika 15.) Na pitanje što je praktičnije, čak 93,1% je odgovorilo da su internet portali sa novostima praktičniji od papirnatih novina. (slika 16.) A na zadnje pitanje što prvo primijete kod čitanja novina, 62,7% populacije je navelo da prvo zamijete naslov, zatim 36,3% njih je navelo da primijete fotografije, a na posljednjem mjestu, sa manje od 1 % se nalaze odgovori da prvo uoče tekst prilikom čitanja. (slika 17.)

Na temelju provedene ankete i ispitanom uzorku ljudi možemo zaključiti da su elektronički mediji većini ljudi praktičniji negoli su to papirnate novine.

5. ZAKLJUČAK

Razvoj fotografije ostavio je značajan trag na povijest i čovjeku proširio vidike – prikazao mu je svakodnevicu koja se događa u njegovoj blizini, ali i diljem svijeta i to na način na koji to nikad nije mogao ostvariti čisti pisani zapis. Fotografija je danas ostvarila značajnu ulogu i prožima sve dijelove života – uvukla se u naše domove, urede, škole, javni prijevoz, a već godinama zauzima i ulice. Budući da je vizualni sadržaj vjerodostojniji i privlači više pozornosti nego sam tekst, fotografija može puno otkriti čitatelju, pa se upravo zato rado koristi tehnika različitih profesionalaca i amatera. Polazeći od hipoteze da u dnevnim novinama prevladavaju priloge s fotografijama naspram onih koji sadrže čisti tekst, a koja je i potvrđena ovim radom, napravljena je analiza fotografija najčitanijih hrvatskih dnevnih novina (24 sata, Jutarnji list i Večernji list) kako bismo utvrdili na koji način mediji prikazuju stvarnost, posebice kada se radi o vijestima vezanim uz žene. Milivojević smatra da količina vijesti o ženama ovisi o ozbiljnosti novina – takve novine obrađuju važne teme i oslanjaju se na legitimne izvore u kojima je rodna isključivost veća. Prema dobivenim rezultatima, u svim analiziranim novinama očita je prisutnost seksizma i rodnih stereotipa, no budući da se stereotipi o ženama najčešće prikazuju u 24 sata, samim time je moguće zaključiti da takve novine sadrže najmanju dozu ozbiljnosti. Ako se izuzme rubriku Vijesti, u svim se izdanjima istraživanih novina, može primijetiti kako je najveći broj fotografija žena objavljen u rubrici Show ili potpada pod rubriku Drugo koja uključuje teme vezane uz život, dom i zdravlje i koje najčešće prenose vijesti vezane uz atraktivan izgled, majčinstvo ili brak i veze. Dakle, broj rodnih stereotipa dominantan je na fotografijama objavljenima u rubrikama koje su namijenjene ženskom čitateljstvu jer je, prema tradicionalnom vjerovanju, primarna uloga žene osnovati obitelj i brinuti o njoj te pritom lijepo izgledati. Budući da je lijep izgled imperativ za uspjeh, modeli koji se nalaze na tim fotografijama odabrani su kako bi svojim lijepim izgledom ilustrirali vijesti o domaćinstvu i djevojkama koje se vole zabavljati. No, kako ističe Milivojević, na tim fotografijama najčešće se nalaze samo njihovi fragmenti budući da se ne radi o stvarnom prikazu njihove osobnosti jer «što su žene ljepše za oko, lakše su za „upotrebu“.

6. LITERATURA

1. Berberick, S. N. (2010) «The Objectification of Women in Mass Media: Female Selfimage in Misogynist Culture», *The New York Sociologist*, sv. 5: 1-15.
2. Ciboci, L. (2014) «Zaštita privatnosti djece u Večernjem listu i Jutarnjem listu u 2013. godini u odnosu na 2010. godinu», *Medijske studije*, sv. 5 (9): 92-107.
3. Erceg Juković, I., Kuterovac Jagodić, G. (2016) «Percepcija utjecaja medija na sliku tijela kod djevojaka i mladića u adolescenciji», *Medijska istraživanja*, br. 22 (1): 145-162.
4. Flusser, V. (2007) *Filozofija fotografije*, Zagreb: Scrabeus-naklada.
5. Freund, G. (1981) *Fotografija i društvo*, Zagreb: Grafički zavod Hrvatske.
6. Gabelica Šupljika, M. (2009) «Psihološki aspekt prikaza djeteta u medijima», u: Flego, M. (ur.) *Zaštita privatnosti djece u medijima - Zbornik priopćenja s tribine*, Zagreb: Pravobranitelj za djecu, str. 19-32.
7. Hedgecoe, J. (1976) *Sve o fotografiranju i fotografiji*, Zagreb: Mladost.
8. Hlevnjak, B. (1996) «Fotografija devedesetih: iz perspektive hrvatske stvarnosti», *Život umjetnosti*, br. 58: 30-43.
9. Juka, S., Primorac Bilaver, I. (2013) «Identitet žene – antropološka i medijska slika», *Kultura komuniciranja – znanstveno stručni godišnjak*, sv. 2 (2): 11-31.
10. Kanižaj, I., Ciboci, L. (2011) «Kako je nasilje preko medija ušlo u naše domove: Utjecaj, učinci i posljedice nasilja u medijima na djecu i mlade», u: Ciboci, L., Kanižaj, I., Labaš, D. (ur.), *Djeca medija: Od marginalizacije do senzacije*, Zagreb: Matica Hrvatska, str. 11- 34.
11. Kaplan, M., Ribarić, S., Slaviček, L. (2010) *2 5 KSET-a: 32 godine Kluba studenata elektrotehnike*, Zagreb: SS FER.
12. Koshofer G., Wedewardt, H. (1990) *Suvremeni foto priručnik*, Ljubljana - Zagreb: Mladinska knjiga.
13. www.photography-schools.com
14. www.pogledajto.hr
15. Žerjav, D. (2011) «Promišljati fotografski», *Fotoklub Čakovec*
16. <http://www.crf.rs/rubrike/tekstovi/50/2012/02/29/dokumentarna-fotografija-kao-instrument-prikazivanja-istine-.html>

17. Opća enciklopedija, Jugoslavenski lekskografski zavod, Zagreb 1977., Umjetnička fotografija

7. POPIS SLIKA

Slika 1. Prikaz rada kamere opscure [1]

Slika 2. Prva fotografija na svijetu [2]

Slika 3. James Clerk Maxwell – ”Tartan Ribbon”, 1861. [3]

Slika 4. Mathew B. Brady – ”Sunken Road” [3]

Slika 5. Margaret Bourke-White – ”Bread line”, 1937. [3]

Slika 6. Eric Salomon – ”Reception in Berlin”, 1931. [3]

Slika 7. Tošo Dabac – ”Prosjakinja s djetetom”, 1932. [4]

Slika 8. Milan Pavić – ”Veliki miting u oslobođenom Zagrebu”, 1945. [4]

Slika 9. Slavka Pavić – ”U prolazu”, 1951. [4]

Slika 10. Đuro Janeković – ”Dama u prolazu”, oko 1934. [5]

Slika 11. Grafikon 1. Spol

Slika 12. Grafikon 2. Status

Slika 13. Grafikon 3. Kupnja novina

Slika 14. Grafikon 4. Učestalost čitanja novina

Slika 15. Grafikon 5. Učestalost čitanja internet portala

Slika 16. Grafikon 6. Praktičnost

Slika 17. Grafikon 7. Opažanje tokom čitanja novina