

МАНИПУЛАЦИЈЕ ФОТОГРАФИЈОМ У МЕДИЈИМА У БИХ

Апстракт: Од свог настанка у првој половини 19. вијека, фотографија је имала моћ визуелног описа. Њен задатак био је пренијети поруке, привући пажњу посматрача и потаћи на размисавање. У штампи фотографија илустрије садржај ријечи и представља брзу информацију намијењену широкој читалачкој публици. Фотографије су присутне у свим рубрикама штампе и од великог су значаја за масовне медије, јер је њихов задатак истинито и тачно, објективно и уравнотежено обавјештавати јавност о тренутним збивањима. Понекад је то тешко постићи ријечима без фотографије, јер управо она употпуњује приказ збивања о којем се говори и без ње вијест није довољно увјерљива, а ни потпуна. Крилатицу “фотографија вриједи хиљаду ријечи” нико не оспорава ако пред собом има фотографију која је djело професионалца и која самостално или у контексту говори о одређеној теми, пружа јасне одговоре на актуелна питања, изазива различита осјећања. С друге стране, фотографија је и гледање на ситуацију кроз очи фоторепортера и уредника који својим избором фотографисања/фотографије могу утицати на читаоца без његовог сазнања, у смјеру у којем они то желе. Начин на који се у медијима графички и текстуално презентују поједине информације може у великој мјери утицати на то како ће ту информацију, односно фотографију разумјети јавност. Фотографија у новинарству је специфична социолошка порука, она је представник стварности, јер посматрачима омогућава да свједоче о догађајима којима нису присуствовали. У посљедње вријеме истинитост фотографија се често преиспитује, јер фотографија може намјерно или случајно навести посматрача на погрешан закључак. Појавом дигиталне фотографије и могућности рачунарске обраде фотографија, сумња у њихову истинитост увелико се повећала. На рачунару је лако манипулисати садржајем фотографије. Могуће су знатне измјене и монтаже, а да се на финалном производу не примијети да фотографија није потпуно стварна. Са дигиталним процесуирањем нема скоро никаквих ограничења шта се може учинити на фотографији и многе измјене су урађене на фотографијама са намјером да се да љепота фотографији.

Кључне ријечи: *фотографија, манипулација, медији*

¹ cokorilo@hotmail.com

Увод

Од свог настанка у првој половини 19. вијека, фотографија је имала моћ визуелног описа. У контексту наведеног, дефинисан је проблем истраживања: недовољно истражена проблематика у идентификацији (не)манипулативних фотографија. У складу са проблемом истраживања дефинисан је предмет истраживања: објављене фотографије у дневној штампи у Босни и Херцеговини. Имајући у виду дефинисани проблем и предмет истраживања, постављена је основна хипотеза – објављене фотографије у дневној штампи у БиХ су већином манипулативног карактера. Главна хипотеза ће накнадно бити провјерена кроз истраживање. За потребе анализе садржаја користиће се издања пет дневних листова (Независне новине, Прес РС, Дневни аваз, Ослобођење, Вечерњи лист – издање за БиХ) објављених у периоду од 3. до 9. децембра 2012. године. На основу анкетног испитивања прикупиће се дескриптивни подаци о положају и значају фотографије. Да бисмо истражили феномен фотографије израђена је слободна класификација тематике (политика, привреда, црна хроника, култура, спорт и туризам). На основу наведеног нацрта праћен је квантитет објављених фотографија одређене тематике. У овом сегменту истраживања пошли смо од тезе да се фаворизују позната лица, градови, ситуације на неки препознатљив (схематизован) начин, па се самим тим изграђује стандард близак читаоцу (нпр. стандардна фотографија Сарајева, Бањалуке, појединих функционера и сл.). Све то доводи до стереотипије, што говори о сиромаштву инвенције и подређеном положају новинске фотографије као поруке и информације. Циљ истраживања је усмјерен на формирање квантитативне базе података о заступљености манипулативних фотографија у дневној штампи у БиХ. На основу добијених емпиријских података путем анализе садржаја и личних интервјуа створиће се могућност утврђивања заступљености манипулативних фотографија. На овај начин ће се установити узрочно-последични односи између фотографије и посматрача. Након евидентирања свега што обухвата предмет истраживања, овај рад ће се фокусирати и на анализирање (не)манипулативних фотографија у босанскохерцеговачкој штампи.

Историја фотографије

Човјек је од давнина осјећао потребу да трајно забиљежи догађаје, појаве, предмете. О томе свједоче бројни цртежи на стијенама пећина, из античког периода сачувани су цртежи на вазама, призори клесани у облику камених рељефа, ликови на мраморним споменицима или фрескама. Сви они били су израђени у једном примјерку и били су доступни само мањем

броју људи. „Ни отисци знакова и слова, најприје у иловачи, затим на кожи и пергаменту, а касније на папиру, на којем су се текстови украшавали сликама, нису могли задовољити широки круг људи жељних знања и образовања“ (Физи, 1982: 5). Када је Гутенберг 1453. године изумио штампарску пресу његов систем је олакшао умножавање текстова, који су се до тада преписивали и због тога били доступни у врло мало примјерака. На основу Гутенберговог изума књиге су постале јефтиније и приступачније људима. Писана ријеч је дјеловала исувише апстрактно, и није давала вјерну представу онога о чему се пише. За то је била неопходна фотографија. Из те тежње 1839. године родила се фотографија. Као и многи други, проналазак поступка који је довео до фотографије није резултат рада једног човјека, ни једног тренутка. Поједини природни феномени на основу којих је дошло до формирања фотографске технике били су на разним странама свијета познати, неки од најдавнијих времена, прије него што је дошло до тога да буду повезани у један систем којим се постиже фотографија. Фотографија је процес, почиње већ при запажању субјекта/мотива/објекта преко визуализација, бирања поставки, услова свјетла, карактеристике коришћених материјала, одабира процеса развијања, манипулације у комори итд., а завршава са изложеном фотографијом. Сама ријеч фотографија долази од грчких ријечи *phos* (свјетлост) и *graphis* (оловка, кист), и могла би се дословно превести као цртање помоћу свјетлости. Према овој дефиницији почетком фотографије може се сматрати камера опскура (camera obscura). Камера опскура² је затамњена комора, уз чију помоћ је умјетник могао да ухвати фотографију природе. Њени први облици били су висине човјека и, осим малене рупе у зиду, били су потпуно мрачни. Сунчеви зраци, који су упадали кроз мали отвор, су на супротни зид бацали (на основу ефекта дифракције) тачкасту фотографију свијета изван коморе, а та фотографија је била преокренута. Тако је умјетник могао без проблема да прецрта стварне просторне односе. Камера опскура није имала могућност трајног биљежења фотографије, то је био занимљив начин пројектовања свјетлости. Принцип рада данашњих камера и фотоапарата заснива се на уласку свјетлости у тамну комору кроз малени отвор и биљежењу те свјетлости. Ефекат камера опсуре су користили неки сликари да би што вјерније пренијели обресе пејзажа или портрета неке особе, а затим би на основи тих обреса лакше долазили до увјерљивих слика. Та пракса је трајала све до 19. вијека, а у међувремену је било много експеримената којима се настојало трајно забиљежити фотографија камере опсуре. Експериментисало се разним хемијским средствима осјетљивим на свјетлост, али тек је Француз Жозе Нисефор Ниепс (Joseph Nicéphore Niépce) 1825. открио технику којом је могуће трајније забиљежити фотографију. Његова метода је захтијевала вишесатну експозицију уз јако дневно свјетло. У бројним экс-

² *Camera obscura* (лат. тамна соба) је претходница фотоапарата. У основи то је кутија или мрачна соба у коју кроз мали отвор улази свјетлост.

периментима којима је покушавао усавршити своју технику помагао му је паришки сликар Луис Жак-Манде Дагер (Louis-Jacques-Mandé *Daguerre*). Након Ниепсове смрти Дагер је сам наставио са експериментима, па је 1839. године објавио да је пронашао начин да се сачува позитив фотографије. Француска влада је откупила права на његов изум (назван дагеротипија) и понудила свима који су били заинтересирани могућност да се баве “фотографијом”. У исто вријеме у Енглеској Вилијам Фокс Талбот (William Henry Fox *Talbot*) је открио поступак назван калотипија, којим је било могуће произвести негатив који се затим могао неограничено умножавати. Његов поступак се састојао од експозиције папира премазаних сребреним хлоридом, и затим хемијског развијања тих негатива. Он је свој изум патентирао што је ограничило развој и популарност те методе. Након тога живот је провео водећи судске парнице којима је покушавао заштитити свој изум и забранити осталима да се користе његовим сазнањима, да би на крају сасвим разочаран одустао од фотографије.

Фотографија у комуникацији и манипулацији

Од њеног открића 1839. године, јединствена моћ фотографије да визуелно описује се користила за записивање, извјештавање и информисање. Фотографија, као невербално средство комуникације, може да превазиђе језичке препреке и да комуницира кроз универзалне визуелне симболе. Фотографије су погодне за коришћење у масовним медијима. Данас се репродукују у милијардама, и могу се свудје наћи: на страницама новина, магазина, књига, каталога и брошура; приказане на билбордима, изложбама и постерима; емитовани преко телевизије; организоване у слајдовима и стриповима. У раним данима фотографије, неке од жељно тражених фотографија су биле оне које су доносили истраживачи и путници. Оне би задовољиле људску радозналост према удаљеним мјестима као што су Кина, Египат и Амерички запад. Та иста радозналост постоји и данас. Људи су фасцинирани фотографијама површине мјесеца, пејзажом Марса, и појављивањем других планета у соларном систему. Фотографије у медијима масовног комуницирања су створиле лица политичких лидера, популарних забављача, и осталих личности. Када се деси догађај вриједан објаве, фоторепортери су на лицу мјеста да то забиљеже. Фотографије су, такође, јако битне у рекламној индустрији. Основни смисао фотографије јесте да се она не треба објашњавати ријечима, а порука фотографије настаје њеним садржајем. Облик, величина и положај објеката из природе биће пренесени на дводимензионалну фотографску подлогу. Битно је да међу њима постоји ред и међусобни однос како фотографија не би била само сувопарна плоча пуна линија и боја. Добра фотографија мора имати смисао и садржај, јер ће само тако порука фотографа стићи до

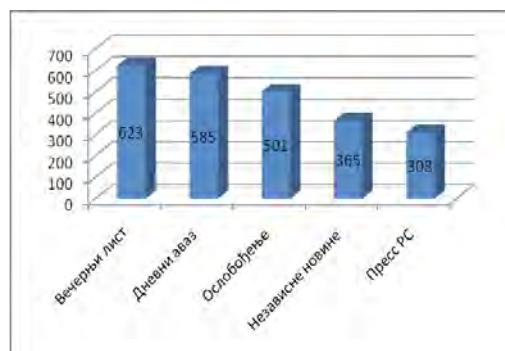
посматрача. „Све су фотографије `memento mori`. Судјелују у нечијој смртности, рањивости и промјењивости. Изрезивањем и замрзавањем једног тренутка фотографије свједоче о неумољивом отапању времена. Фотографија је истовремено и лажна присутност и знак одсутности. Оне могу створити морално стајалиште, али га могу поткријепити и пооћи у развоју новог који се појављује.“ (Зонтаг, 1982: 2) Према томе, свака фотографија садржи спољашње и унутрашње елементе. Спољашњи елементи су сви облици (боје и линије), који су видљиви на први поглед. Дневне новине су друштвена, политичка гласила која дјелују у конкретном друштву са конкретним друштвено-политичким системом и конкретним друштвеним порукама са одређеном садржином. У том смислу се наглашава изузетан значај „технологије“ новинске фотографије по садржају, фреквенцијама, величини, мјесту у листу, квалитету. „Већ површне анализе упућују да је новинска фотографија предмет фаворизовања и манипулације. Лансирање звијезда спектакла у огромном тиражу новина представља несумњиву фаворизацију и манипулацију која је карактеристична за потрошачки менталитет и тржишни карактер масовних медија“ (Демировић, 2006:19) Фотографија у новинама може својим садржајем постати предметом манипулације по својој пристрасној фаворизацији одређене тематике и угла посматрања. За новинску фотографију данас се могу упутити бројне критике, како у погледу квалитета, фаворизовања или неадекватности, као и стереотипије. Примјери стереотипије су видљиви без озбиљније анализе: фотографије са састанака, конференција, снимци „радног предсједиштва“, првог реда. У ескалацији ових стереотипија губи се карактер аутентичног збивања садржаја, те доминирају статички концепти. Прималац поруке је често у недоумици како да интерпретира фотографију у новинама. Постоји велики број „апстрактних тема“ које нису погодне за визуелну илустрацију. Модерна штампа не може замислити свој успјех без актуелних вијести и илустрација. У том правцу се ангажују професионални репортери, агенције и поједини експерти. Веома је повољна ситуација када постоји могућност избора актуелне визуелне илустрације међу већим бројем фотографија за конкретну вијест. Свједоци смо поновљених фотографија у новинама, немарности и неадекватности између актуелне вијести и неактуелне фотографије. При креацији и производњи дневних листова неопходно је поставити питање да ли је актуелно истовремено и краткотрајно. „За разлику од умјетничке, аматерске фотографије која успоставља често емотивну везу, новинска фотографија као и новине губи на актуелности већ следећег дана. Новинска фотографија има задатак дјеловања `hit et nunc` (сада и овдје) (Демировић, 2006:21). У складу са општим токовима масовне потрошње и пролазности вриједности новинска фотографија живи колико живе и дневне новине. Манипулација је поступак подчињавања појединца, друштвених група, јавности, комуникацијске процедуре и канала, медија и субјеката одређеној врсти интереса. Ријеч манипулација потиче од новолатинске рије-

чи *manipulatio* што значи вјешто, стручно руковати или управљати нечим; прављење пословних смицалица (Вујаклија, 1961:541). Фотоманипулација је техничка обрада фотографије у циљу стварања привида или обмане. Сврха фотоманипулације је техничким промјенама уклонити видљиве недостатке са фотографије, додати одређене елементе, додати и подесити боју и „оживјети“ старе црно-бијеле фотографије, подесити контраст, оштрину. Иако се у новије вријеме стално диже глас против обраде и манипулације у фотографији, чињенице говоре да је фотографска манипулација стара, практично, колико и фотографија. Глобално повезивање и доступност рачунарских програма за манипулацију нису донијели неке велике новости у том подручју, само су проширили сазнање и освијестили публику да су такве појаве могуће.

Анализа садржаја пет дневних новина у БиХ

Према подацима Вијећа за штампу Босне и Херцеговине у нашој земљи излази осам дневних новина, а то су: Дневни аваз – Сарајево, Ослобођење – Сарајево, Дневни лист – Мостар, Независне новине – Бањалука, Глас Српске – Бањалука, Еуро блиц – Бањалука (Београд), Вечерњи лист – Мостар, Прес РС (PRESS) – Бањалука (Београд). Велики број медијских аналитичара се слаже да је ријеч о превеликом броју дневних листова, с обзиром на то да у БиХ има око четири милиона становника. Посљедице националне подијељености, рата и сложеног државног и територијалог уређења земље су се одразиле и бројчано и садржински на штампу у земљи. Нереално је очекивати да БиХ има два до три дневна листа с обзиром на чињенице да се састоји од два ентитета и да има три конститутивна народа, која су унутар себе политички подијељени. Иако се у дневним листовима настоји развити дух тоталног информисања о универзалним темама, ипак је скоро свакодневно евидентна пракса регионализације новинске вијести и новинске фотографије. „Тржишни закони и региоалне подјеле имају ефекта на преференције читалаца. У том смислу фотографије у новинама добијају често локална обиљежја и атрактивност за уски круг конзумента ових порука“ (Демировић, 2000: 22). Полазећи од претпоставке да су објављене фотографије у дневној штампи у Босни и Херцеговини већином манипулативног карактера анализирали смо садржај пет босанскохерцеговачких дневних листова: Независне новине, Прес РС, Дневни аваз, Ослобођење и Вечерњи лист у периоду седам дана (од 3. до 9. децембра 2012. године). Како бисмо истражили феномен манипулативних фотографија, израђена је слободна класификација тематике: политика, привреда, црна хроника, култура, спорт и туризам. На основу наведеног нацрта праћен је квантитет објављених фотографија одређене тематике. У овом сегменту истраживања пошли смо од тезе да се

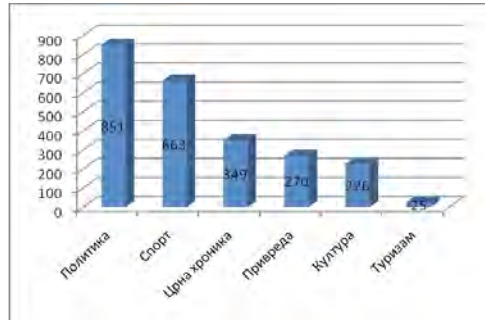
фаворизују одређене области, позната лица, градови, ситуације на неки препознатљив (схематизован) начин, па се самим тим изграђује стандард близак читаоцу (нпр. стандардна фотографија Сарајева, Бањалуке, појединих функционера и сл.). На основу анализе садржаја поменутих пет дневних листова у периоду од седам дана, објављене су укупно 2.382 фотографије из области политике, привреде, црне хронике, културе, спорта и туризма. Највећи број фотографија објавио је Вечерњи лист (623), затим Дневни аваз (585), слиједи Ослобођење (501), Независне новине (365) и Прес РС (308).



Дијаграм 1. Укупан број објављених фотографија

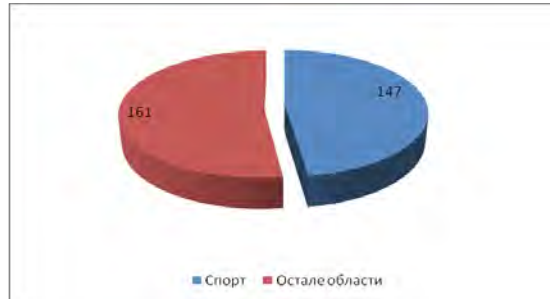
У посматраном периоду највећи број фотографија објављен је из области политике, укупно 851. Највећи број објављен је 7. децембра када је било 153 фотографија, док је најмањи број објављен 9. децембра (66 фотографија). Из области спорта објављене су 663 фотографије. Највише их је објављено 9. децембра (149), а најмање 5. децембра (94). Трећа по броју објављених фотографија је област црна хроника са 349 фотографија (8. децембра је објављено 60 фотографија, док је 9. децембра објављено 27). Из области привреде у овим дневним листовима објављено је 270 фотографија (највише је објављено 53 фотографије 4. децембра, а најмање 9. децембра 22). Укупно 226 фотографија објављено је из области културе, при чему је највише фотографија објављено 4. децембра (47), док су 6. децембра објављене 24 фотографије. Најмање објављених фотографија је из области туризма. Пет дневних листова у периоду од 3. до 9. децембра објавили су укупно 25 фотографија из туризма, од чега је највећи број (14 фотографија) објављен у недјељу, 9. децембра (укупно 14), а 7. децембра није објављена нити једна фотографија из ове области.³

³ С обзиром да је у току била зимска туристичка сезона, током истраживања је постојала могућност да ће бити објављен већи број фотографија из области туризма



Дијаграм 2. Укупан број објављених фотографија по областима

Мостарски Вечерњи лист је обавио највећи број политичких фотографија, њих 231, што представља више од трећине укупно објављених фотографија овог листа за наведени период. Када је ријеч о спортским фотографијама, највећи број је објавио Дневни аваз, укупно 166, а занимљиво је да га слиједи Прес РС (који иначе има најмање објављених фотографија) са 147 објављених фотографија, што чини скоро половину његових укупно објављених фотографија.



Дијаграм 3. Однос објављених фотографија из спорта и осталих области Прес РС

Из области црна хроника највећи број објављених фотографија имао је Дневни аваз, (112). Из области привреда највећи број имале су Независне новине (66). Вечерњи лист објавио је највећи број фотографија из културе (67) и туризма (14). На основу добијених резултата може се закључити да дневни листови дају предност одређеним областима, док су друге области мање заступљене. Када је ријеч о диференцијама између пет посматраних листова у погледу фреквенција одређених тема, постоји генерални закључак да се на приближно подједнак начин врши дистрибуција фотографија по темама у свих пет листова. Вјероватно је да у томе постоји нека врста стандарда којег се држе посматрани листови, а вјероватно је значајан тржишни карактер новина. Анализом садржаја посматраних новина утврђено је да се у

појединим дневним листовима фаворизују позната лица, градови, ситуације на препознатљив начин, чиме се изграђује стандард близак читаоцу. На основу личних интервјуа урађених са уредницима Дневног аваза и Ослобођења прикупљене су информације да ова два „конкурентска“ листа фаворизују/запостављају одређене личности. Поредићи објављене фотографије Дневног аваза и Ослобођења утврђено је да Дневни аваз често објављује фотографије министра сигурности БиХ Фахрудина Радончића. У посматраном периоду од седам дана овај дневни лист објавио је пет фотографија министра које су пратиле позитивне вијести, док је Ослобођење у истом периоду објавило само једну фотографију која је пратила негативну вијест. Провјерене су информације прикупљене у интервјуима да Ослобођење фаворизује федералног министра пољопривреде, водопривреде и шумарства Јерку Иванковића Лијановића и члана предсједништва БиХ Бакира Изетбеговића, док их конкурентски лист запоставља. Анализом је утврђено да је Ослобођење објавило четири фотографије министра Иванковића Лијановића које су пратиле позитивне/неутралне вијести, док је Аваз објавио двије фотографије као пратњу негативним вијестима. У поменутом два листа у периоду од седам дана није било могуће утврдити да ли постоји фаворизација или запостављање личности Бакира Изетбеговића, јер су објављене укупно три фотографије које су пратиле неутралне вијести. Када је ријеч о фаворизовању појединих личности (у позитивном или негативном контексту) утврђено је да је мостарски Вечерњи лист од 3. до 9. децембра 2012. објавио осам фотографија премијера Хрватске Зорана Милановића, док остали дневни листови обухваћени у овом истраживању нису објавили ни једну фотографију поменутог премијера. Анализом садржаја дневних листова утврђено је да су објављене фотографије појединих градова стереотипне (фотографија Мостара на којој је Стари мост, фотографија Сарајева на којој је Чаршија, Бањалука на којој је Трг Крајине). Све то говори о сиромаштву инвенције и подређеном положају новинске фотографије као поруке и информације. Анализом садржаја бањалучких Независних новина утврђено је да је иста фотографија Сребренице објављена четири дана узастопно (у периоду од 4. до 7. децембра). Иста фотографија једном је објављена и у Дневном авазу. Примјер поновљених фотографија у свих пет дневних листова су фотографије које прате текстове објављене у вези са суђењем Мевлиду Јашаревићу, осумњиченом за кривично дјело тероризма. Укупно 24 пута, од чега пет пута на насловној страни, објављене су двије фотографије Јашаревића.

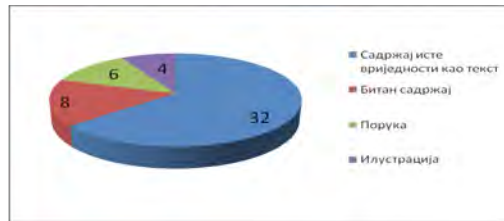
Онлајн новинарство и фотоманипулације

Трећи талас снажног отварања штампе, као и одређених електронских медија десио се крајем 20. и почетком 21. вијека. „Подстакнут је настанком нове ере, Интернета и јавног журнализма, започете 1983. године када је магазин Тајм (Time) своју насловну страну, до тада резервисану искључиво за значајне медијске личности, посветио једној машини – рачунару“ (Тодоровић, 2002:30). Тај период је окарактерисан као почетак четврте технолошке револуције, јер Интернет својом мрежом (World Wide Web) прожима цио свијет. Иако је још увијек недоступан великом дијелу планете, Интернет даје ријеч и онима који не посједују радио и телевизијску фреквенцију, нити штампарске машине и дистрибуцију. Зато се број његових корисника стално увећава. На тај начин настаје јавни журнализам. Прва фаза онлајн новинарства почиње почетком деведестих година 20. вијека. Једно од првих издања дневних новина на Интернету понудио је Чикаго Трибјун 1992. године. На Интернету је у том периоду било више од 3.600 свјетских листова, који су објављивали неколико десетина хиљада новинских чланака и текстова. У првој фази развоја интернет новинарства не уочава се предност мултимедијалних и хипермедијалних могућности Свјетске мреже, већ уредници користе исте садржаје као у традиционалним медијима. Овакву врсту рада теоретичари подругљиво називају згрталицом – суштински пребацивањем текста са штампаног на електронско издање, са мало осврта на то како би додатни web (веб) садржај читаоцима могао да обогати приче. Фаза иницирања посебних интернет новинарских сајтова почиње 1996. године, а пуни развој доживљава годину дана касније. Свјетска мрежа већ 1998. године има 4.925 посебних издања интернет новина. Интернет новинарство (онлајн новинарство) припада оном дијелу новинарства које своје садржаје дисеминује јавности посредством електронске технологије. Мрежно новинарство ствара медијски садржај, посједује засебну технолошку структуру, повезано је са већ конституисаним медијским институцијама и преноси информације у различитим формама до масовне публике. Настанак Интернета везује се за почетак шездесетих година прошлог вијека. Тада је Министарство одбране САД жељело безбједну размјену информација, при чему би компјутер могао да комуницира са компјутером, путем телефонских линија креирањем WWW (World Wide Web) са атрактивним графичким интерфејсом. Године 1990. године долази до масовније употребе мреже. Интернет нуди бројне могућности које олакшавају потрагу за информацијама, архивирање података. Предност Интернета је и, свакако, једноставнија комуникација којој простор није препрека. Захваљујући Интернету, „један клик мишем“ дијели особе коју су заправо физички веома удаљене једна од друге. Међутим, у сајбер простору оне су врло близу и могу да несметано комуницирају. Интернет корисници

су у могућности да размјењују поруке, фотографије, аудио и видео записе. Интернет отвара врата медијима будућности. Он сам по себи представља комбинацију свих до сада познатих медија. Због овог важног својства не изненађује чињеница да су данас јако популарне управо онлајн вијести. Све је више дневних новина и часописа који имају своја веб издања, као и телевизијских кућа које публика може да прати и на Интернету. Кључне предности су стално ажурирање података и потпуна доступност, нарочито када се има у виду долажење до информације као приоритет. Веб сајтови се праве тако да буду једноставни за коришћење. Садрже линкове који олакшавају претрагу и често се испод неке вијести налази листа са повезаним вијестима, не би ли се добила повратна информација (*Background*) како би представа о догађају била потпуна. Корисна ствар је што постоје линкови који се односе на неке кључне појмове из текста, који опет пружају додатне, подробније информације о датој теми. Осим изгледа сајтова, још је битнији садржај који мора бити потпун, мора да пружа довољно информација, те је неопходно да буде динамичан и да успије да задржи читаоце. Уредници медија су уочили да је предност интернет новинарства у могућностима мултимедијалне обраде и брзини извјештавања. Интернет новинарство је у старту имало предности које је искористило: медијске куће су имале репутацију на медијском тржишту до појаве интернет публикација; кроз властити претходни медиј створиле су своју публику и већ успоставиле контакт с јавношћу; стари медији користили су као оглашивач да најаве још једну своју медијску форму; веб-сајтови медијских фирми имали су и привилегију – већ спремне клијенте из традиционалних медија који се пребацују на глобалну мрежу. Интернет новинарство своје предности заснива на предностима интернет технологије са којом је уско повезано. Тржиште електронских медија у Босни и Херцеговини је неуређено, а највећи проблем представља што се код појединих електронских медија на званичној презентацији не може видјети ни ко је уредник, ни ко је новинар, а објављују се непотписани текстови (често пуни увреда, језика мржње) и фотографије без извора. Претражујући онлајн издања пет дневних новина у нашој земљи (Независне новине, Дневни аваз, Ослобођење, Прес РС, Вечерњи Лист) утврђено је да се исте фотографије објављују у штампаним и електронским издањима. Једина уочена разлика јесте вријеме објављивања фотографије. У периоду од 3. до 9. децембра 2012. године у поменутиим дневним листовима (као и у њиховим електронским издањима) није објављена ни једна не/потписана фотомонтажа. За разлику од дневних новина, на интернет порталима у БиХ објављене су бројне фотомонтаже.

Резултати истраживања и закључак

Анализом фотографија у дневним листовима Ослобођење, Независне новине, Дневни аваз, Прес РС и Вечерњи лист прикупљени су квантитативни подаци. Због тога је постојала потреба да се предмет истраживања (новинска фотографија) освијетли и са становишта друге методе, односно да се третман новинске фотографије разматра квалитативно, у смислу испитивања ставова уредника, новинара и фоторепортера о положају новинске фотографије, њеном значењу и условима преференција фотографије као специфичне поруке у односу на писани садржај у новинама. У циљу реализације задатка сачињена је анкета, која је имала за циљ да се испитају ставови уредника, новинара и фоторепортера. Анкетирано је укупно 50 испитаника који су непосредно у вези са новинском фотографијом. У анкети је учествовало 16 уредника, 30 новинара и четири фотографа штампаних медија у БиХ. На питање: Шта фотографија за Вас представља у дневном листу 32 испитаника су одговорила да представља садржај исте вриједности као и текст, осам испитаника је одговорило да представља битан садржај, шест испитаника је одговорило да представља поруку, док су четири испитаника навела да представља илустрацију.



Дијаграм 4. Схватање фотографије у дневном листу

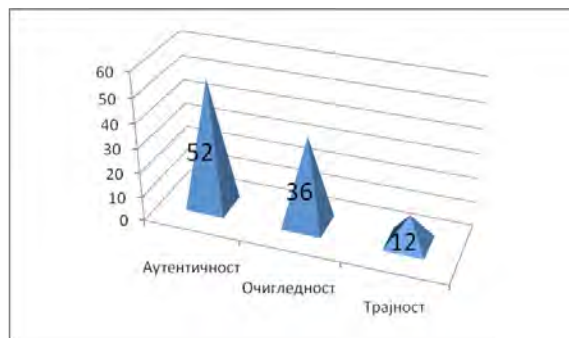
Иако се већина испитаника слаже да се о уврштавању фотографије често колективно одлучује, укупно 70 одсто (35 испитаника) се сложило да кључну одлуку доноси уредник рубрике. Њих 18 одсто (девет испитаника) сматра да главни и одговорни уредник одлучује о томе, док 12 одсто (шест испитаника) сматра да о уврштавању фотографије одлучује уредник фотографије. Могло би се претпоставити да у дневним листовима постоји пракса или правила која се примјењују при лансирању новинске фотографије и да селекцију фотографија врши квалификована екипа по постављеним критеријумима. С друге стране, понекад се стиче утисак да су објављене фотографије без икаквог правила и да то не ради посебан тим са одређеним принципима. У вези са наведеном дилемом испитаницима је постављено питање колико селекција фотографија утиче на квалитет листа у случајевима када то обавља квалификовано лице, или неко ко је мање квалификован. Упоређујући податке нису постојале значајне разлике у одговорима. Испитаницима је постављено питање: Да ли се у дневним листовима постоје правила за уврштавање фотографија? Одговори су били следећи:

таници су били сложни да је квалитет новине већи уколико селекцију фотографија врши стручно лице, међутим, у ситуацији када у редакцији нема таквог лица, квалитет зависи од индивидуалне склоности појединца (фото-репортера, уредника, новинара). На питање да ли фотографије у колору и црно-бијелој техници одражавају догађај на исти начин и дају исте ефекте већина испитаника (укупно 48) становишта је да у савременом штампаном новинарству предност имају фотографије у колору, али и фотографије у црно-бијелој техници имају велику вриједност и специфичну поруку. Да је фотографија „вјечна“ сматра 27 испитаника, 14 испитаника сматра да то зависи од квалитета фотографије и времена објављивања, док девет испитаника сматра да није вјечна и да је актуелна само у тренуцима када „прича“ актуелну причу.



Дијаграм 5. Трајност фотографије

Испитаницима је постављено питање која је, према њиховом мишљењу, највећа вриједности новинске фотографије. Укупно 52 посто испитаника сматра да је аутентичност највећа вриједност, док 36 посто сматра да је највећа вриједност очигледност, а 12 посто сматра да је то трајност.



Дијаграм 6. Највеће вриједности фотографије

Новинске фотографије у листу које су „без легенде“ за 36 испитаника губе на аутентичности, одузима им се пола вриједности, те немају једнаку јачину код читаоца као потписана фотографија. Прикупљени анкетни подаци показују да су испитаници запослени у редакцији дневног листа Ос-

лобођење сагласни да је фотографија без потписа само илустрација којој је потпис непотребан. Средствима масовних комуникација може се манипулисати конзументима у правцу наметања садржаја и форме. Безброј теоријских и емпиријских истраживања упућује на ове констатације, код анализирања било којег средства масовних комуникација. У томе ни дневни листови нису никакав изузетак, а новинска фотографија, као интегрални дио садржаја новина, као специфична порука, свакако може бити предмет манипулације. Фотографија као објективно осликавање спољашњег свијета, помоћу техничког уређаја, може бити коришћена било квалитативно, било квантитативно у правцу разноврсних манипулација (рекламирање, фреквенције појављивања, избором тема, величином, варијацијама теме). Анкетним испитивањем добили смо податке који недвосмислено изражавају ставове испитаника, да новинска фотографија може бити предмет манипулације. Закључна разматрања о презентованим резултатима могу се оријентисати у два смјера: први о феномену новинске фотографије, а други о резултатима добијених на основу емпиријских истраживања. Од самог открића фотографија је имала јединствену моћ – да визелно описује, да превазиђе језичке препреке и да комуницира кроз универзалне визуелне симболе. Пуну експанзију у развоју фотографија доживљава у комбинацији са штампом. Поред идеје да фотограф постане изјестилац са фотографијом, постојао је циљ да се промовише фотографија која ће дати информацију, али и изазвати одређене осјећаје код гледалаца. Појавом фотографије у штампи људи су могли видјети оно што би иначе конструисали као фотографију у елементу маште. Иако се раније сматрало да чланак садржи вијест, а фотографија је само њена допуна, данас је дошло до промјена: вијест је у фотографији, а чланак је само њено објашњење. Истинитост фотографија се почела преиспитивати, јер фотографија може намјерно или случајно навести посматрача на погрешан закључак. У новије вријеме диже се глас против обраде и манипулације у фотографији, а захваљујући глобалном повезивању и развоју рачунарских програма проширено је сазнање код људи да су такве појаве могуће. Свака обрада фотографије која не нарушава садржај фотографије, без превише мијењања боје, тона и контраста у новинској фотографији је дозвољена. При техничкој обради фотографије неопходно је водити рачуна о етици и естетици. Коришћење фотомонтаже у медијима је изазовно и ризично, па су многе новинарске организације успоставиле етичке стандарде који забрањују употребу фотомонтажа којима се ствара илузија реалног. Овај рад је великим дијелом оријентисан на третман новинске фотографије методологијом анализе садржаја. У критичком сагледавању рада потребно је нагласити да су у истраживању изабране само неке карактеристике новинске фотографије, као што су фреквенције по тематици (политика, привреда, црна хроника, култура, спорт и туризам), фаворизовање или запостављање појединих личности, стереотипне фотографије градова. Теоријска објашњења резултата истражи-

вања су на нивоу статистичке интерпретације, па су коментари и дискусије о резултатима директно у вези са статистичким показатељима. У дневној штампи фотографија илуструје садржај ријечи и представља брзу информацију намијењену широкој читалачкој публици. Фотографија у новинарству је специфична социолошка порука, она је представник стварности, јер посматрачима омогућава да свједоче о догађајима којима нису присуствовали. Новинска фотографија својим техничким, културним и информативним функцијама представља предмет и објекат манипулације. Данас се говори о томе како фотографија има противрјечну функцију: с једне стране је позитивна функција фотографије као специфичне поруке са својим обиљежјима (очигледност, аутентичност, трајност), а са друге стране могућност да се новинска фотографија стави у функцију манипулативног средства. Из нашег истраживања о новинској фотографији лако се може уочити да, у непристрасно изабраним узорцима фотографија у посматраним листовима, наилазимо на готово игнорисање неких тематских области (нпр. туризам), а на другој страни је очито фаворизовање тема као што су спортски и политички догађаји, разне личности и др. На одређен начин „политика“ уређивања фотографија у листовима показује тенденције тржишног менталитета и сензационализма. Из конкретних резултата у закључку издвајамо податак да је у пет посматраних дневних листова у периоду од седам дана објављено је укупно 2.382 фотографија од чега је највећи број фотографија објављен је из области политика, укупно 851, док су из области спорта објављене су 663 фотографије. Подаци показују да су политика и спорт доминантне теме фотографија и заузимају више од 50 посто од укупног броја објављених фотографија. Пет дневних листова је у посматраном периоду објавило 25 фотографија из туризма, од чега је 14 фотографија објављено у једном дану и у једном листу. На основу добијених резултата може се закључити да дневни листови дају предност одређеним областима, док су друге области мање заступљене. Када је ријеч о диференцијама између пет посматраних листова у погледу фреквенција одређених тема постоји генерални закључак да се на приближно подједнак начин врши дистрибуција фотографија по темама у свих пет листова. Очигледно је да у томе постоји нека врста стандарда којег се држе посматрани листови, а вјероватно је значајан тржишни карактер новина. Ипак, потребно је нагласити да постоје одређене разлике у погледу дистрибуције тематике фотографија. Анализом садржаја Независних новина, Пресс-а РС, Дневног аваза, Ослобођења и Вечерњег листа утврђено је да се у појединим дневним листовима фаворизују позната лица, градови, ситуације на препознатљив начин, чиме се изграђује стандард близак читаоцу. Према мишљењу већине анкетираних новинара, уредника и фоторепортера новинска фотографија представља садржај исте вриједности као и текст. О уврштавању фотографије често се колективно одлучује у редакцијама, ипак кључну одлуку доноси уредник рубрике. Квалитет новине је већи уколи-

ко селекцију фотографија врши стручно лице, међутим, у ситуацији када у редакцији нема таквог лица квалитет зависи од индивидуалне склоности појединца (фоторепортера, уредника, новинара). У савременом штампаном новинарству предност имају фотографије у колору, али и фотографије у црно-бијелој техници имају велику вриједност и специфичну поруку. Највеће вриједности новинске фотографије су аутентичност и очигледност. Фотографије у листу које немају легенду губе на аутентичности, одузима им се пола вриједности. Новинска фотографија може бити предмет манипулације, а средства масовних комуникација могу манипулисати конзументима у правцу наметања садржаја и форме. Безброј теоријских и емпиријских истраживања упућује на ове констатације, код анализирања било којег средства масовних комуникација. У томе ни дневни листови нису никакав изузетак, а новинска фотографија, као интегрални дио садржаја новина, као специфична порука, свакако може бити предмет манипулације. Фотографија као објективно осликавање спољашњег свијета, помоћу техничког уређаја, може бити употребљена било квалитативно било квантитативно у правцу разноврсних манипулација (рекламирање, фреквенције појављивања, избором атракција, величином, варијацијама теме). Новинска фотографија има значајно мјесто у бројним областима средстава масовних комуникација. Без обзира на пролазни карактер садржаја масовних медија, новинска фотографија, као аутентичан садржај и форма у вријеме брзих технолошких промјена и експанзије визуелне информације, нуди својеврсне информације и због тога заслужује значајну пажњу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бал, Ф. (1997). Моћ медија, Београд, Клио.
2. Бјелица, М. (1968). 200 година југословенске штампе, Београд, Књижевна издавачка задруга Слобода.
3. Бјелица М. и Јефтовић З. (2006) Историја новинарства, Београд, Мегатренд универзитет примењених наука.
4. Берелсон, Б. (1960). Анализа садржаја, Београд, Институт друштвених наука.
5. Буриан, Р. и Капуто Р. (2003). Фотографски водич National Geographic: тајне врхунске фотографије, Загреб, Егмонт.
6. Васић, П. (1962). Живот и дело Анастаса Јовановића, првог српског литографа, Београд, Народна књига.
7. Влајки, Е. (2007). Увод у комуницирање постмодернизма, Бањалука, Факултет за политичке и друштвене науке.

8. Велс Л. (2006). Фотографија: критички увод, Београд, Клио.
9. Врег, Ф. (1991). Демократско комуницирање, Сарајево, Народна и свеучилишна библиотека БиХ, Сарајево и Факултет политичких наука.
10. Вујаклија М. (1961). Лексикон страних речи и израза, Београд, Просвета.
11. Гоцини, Ђ. (2001). Историја новинарства, Београд, Клио.
12. Демировић, Е. (2006). Говор слике (Социолошки аспекти новинске фотографије као специфичне поруке, Сарајево.
13. Ђурић, Д. (1997). Интерпретативно извештавање, Енциклопедија новинарства, Београд, БМГ.
14. Еко, У. (1973). Култура, информација, комуникација, Београд, Нолит.
15. Зонтаг, С. (1982). Есеји о фотографији, Београд, СИЦ.
- 16. Келби, С. (2008). Књига о дигиталној фотографији, Загреб, Миш.**
17. Кобре, К. (2000). Photojournalism The professionals' approach, 2000.
18. Лајви, П. (2004). Фотографија, Београд, Лагуна.
19. Ленгфорг, М. (1997). Фотографија, Нови Сад, Панониа.
20. Лестер, П. (1991). Photojournalism: An Ethical Approach, Lawrence, Erlbaum Associates, Incorporated.
21. Малић, Г. (2009). Летопис српске фотографије 1839 – 2008, Београд, Фотограм.
22. Маркузе, Х. (1968). Човјек једне димензије, Сарајево, Веселин Маслеша.
23. Микота, М. (2000). Креација фотографијом, Загреб, В.Д.Т.
24. Морен Е. (1967). Дух времена – есеј о масовној култури, Београд, Култура.
25. Никић, Љ. (1956). Аутобиографија Анастаса Јовановића, Београд, Годишњак музеја града Београда.
26. Пленковић, М. (1998), Пословна комуникација, Загреб, Алинеа.
27. Радојковић, М. и Стојковић Б. (2004), Информационо-комуникациони системи, Београд, Клио.
28. Славковић, Д. (1979). Интерпретативна вест, Лексикон новинарства, Београд, Савремена администрација.
29. Славковић, Д. (1973). Увод у новинарство, Београд, РТВ Београд.
30. Тодић, М. (1993). Историја српске фотографије, Београд, Просвета.
31. Тодоровић, Н. (1998). Савремено новинарство, Београд, Чигоја штампа.
32. Тодоровић, Н. (2002). Новинарство интерпретативно и истраживачко, Београд, Факултет политичких наука.

33. Физи, М. (1982). Фотографија: теорија/пракса/креација, Загреб, Графички завод Хрватске.
34. Фројнд, Ж. (1981). Фотографија и друштво, Загреб, Графички завод Хрватске.
35. Хабермас, Ј. (1969). Јавно мњење, Београд, Култура.

ИНТЕРНЕТ ИЗВОРИ

1. Ројтерс фото-скандали доступно на http://www.zombietime.com/reuters_photo_fraud/ 23. септембра 2013.
2. Листа контроверзних манипулација доступно на http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_photo_manipulation_controversies 2. октобра 2013.
3. Вијек и по српске фотографије доступно на http://www.rastko.rs/isk/isk_26_c.html 3. октобра 2013.
4. Прве сарајевске фотомонтаже, доступно на <http://www.radiosarajevo.ba/novost/92632/prve-sarajevske-fotomontaze> 3. октобра 2013.
5. Историја фотографије, доступно на <http://photography.tutsplus.com/articles/a-history-of-photography-part-1-the-beginning--photo-1908> 25. октобра 2013.
6. Ретро фото доступно на <http://www.refoto.rs/broj-90/tehnika/kodak-legend-a-legendi.324.html> 3. октобра 2013.
7. Photographers blog доступно на <http://blogkrasnodar.wordpress.com/2009/11/16/magnum-ili-kako-je-stvoreno-fotografsko-novinarstvo/> 4. октобра 2013.
8. Политика онлајн доступно на <http://www.politika.rs/rubrike/Svet/Montiranje-istinne-u-Siriji.lt.html> 4. октобра 2013.
9. EA WorldView доступно на <http://www.enduringamerica.com/home/2013/2/25/iran-feature-top-iran-newspaper-protects-the-oscars-from-mic.html> 25. октобра 2013.
10. Блиц онлајн доступно на <http://www.blic.rs/Vesti/Svet/298829/Pogledajte-slike-Misteriozni-dzinovski-vojn-ik-na-sah-rani-Kim-Dzong-Ila> 2. новембра 2013.
11. Кодекс за штампу и онлајн медије доступно на http://www.vzs.ba/index.php?option=com_content&view=article&id=218&Itemid=9 2. новембра 2013.
12. Медија центар, Новиске фотомонтаже: подвале, похвале, сатира, Сарајево 2008. доступно на <http://www.media.ba/bs/etikaregulativa-novinarstvo-etika/novinske-fotomontaze-podvale-pohvale-i-satira> 5. новембра 2013.

13. Википедија слободна енциклопедија, Улога српских медија у југословенским ратовима доступно на http://sh.wikipedia.org/wiki/Uloga_srpskih_medija_u_jugoslovenskim_ratovima 5. новембра 2013.
14. Синдикат РТС Независност доступно на <http://www.nezavisnostrts.org.rs>

Radmila R. Čokorilo
Ljiljana Stokić

MANIPULATION OF PHOTOGRAPHY IN BOSNIA AND HERZEGOVINA'S MEDIA

Summary

Photography has constantly had a powerful visual effect ever since it was invented in the 19th century. Its main effect was to convey the message, catch the eye of the viewer and intrigue the reader. In the printing press, the main effect of photography is to illustrate and quickly convey the information to readers. Due to their task of truthful and impartial conveying of information, photographs are present in all newspaper columns and are of great importance to the mass media. This cannot always be possible just with words without photographs, which actually give the news and information credibility. The proverb that a photograph speaks a thousand words is valid only if it is professionally made and has a powerful informational effect in a particular context. On the other hand, the photographer and the editor of the newspaper may also use photography to manipulate the impression and opinion of the reader without him being aware of that. This very often happens through the specific graphic and textual presentation of the information. In the field of journalism, photography conveys a specific social message: it depicts reality, enabling the observers to testify on the events at which they were not present. However, the position of photography has recently been questioned, due to the possibility for deliberate manipulation and wrongful conclusion. With the appearance of digital photography and computer editing, doubt in the truthfulness of the picture has considerably grown. The digital processing of the picture leaves the possibility of completely transforming the picture and the information along with it wide open.