

Marija Vujović
FOTOGRAFIJA U MEDIJIMA



<https://doi.org/10.46630/fum.2021>

Glavni i odgovorni urednik
Prof. dr Dušan Stamenković

Recenzenti:
Prof. dr Dejan Pralica
Prof. dr Ivan Cvetanović
Prof. dr Nataša Simeunović Bajić
Prof. dr Anita Krstić

Marija Vujović

FOTOGRAFIJA U MEDIJIMA



Filozofski fakultet u Nišu
2021.

Nastavno-naučno veće Filozofskog fakulteta u Nišu, na elektronskoj sednici održanoj 9. decembra 2020. godine, usvaja izdavanje udžbenika *FOTOGRAFIJA U MEDIJIMA*, autora doc. dr Marije Vujović, pod brojem 434/1-6-2-01.

SADRŽAJ

PREDGOVOR	7
SAŽETA ISTORIJA MEDIJA	9
SAŽETA ISTORIJA FOTOGRAFIJE	15
POČECI FOTOGRAFIJE U SVETU	15
POČECI FOTOGRAFIJE U SRBIJI	25
FOTOGRAFIJA U MEDIJIMA	29
NOVINSKA FOTOGRAFIJA	29
Razvoj novinske fotografije	29
Foto-novinarstvo	34
Razvoj foto-novinarstva u Srbiji	38
Profesija foto-novinar	40
Ratna fotografija	44
Sportska fotografija	46
Portretna fotografija	49
Građansko foto-novinarstvo	53
Foto-novinarstvo i nagrade	55
REKLAMNA FOTOGRAFIJA	56
MODNA FOTOGRAFIJA	60
STOK (STOCK) FOTOGRAFIJA	61
FOTOGRAFIJA I PRAVNI PROPISI	63
FOTOGRAFIJA I MANIPULACIJE	63
Verifikacija fotografije	66
ETIČNOST FOTOGRAFIJE U MEDIJIMA	68
FOTOGRAFIJA I AUTORSKO PRAVO	74

FOTOGRAFIJA I INTERNET	79
POSTFOTOGRAFIJA (DIGITALNA FOTOGRAFIJA)	79
FOTOGRAFIJA I DRUŠTVENE MREŽE	84
SELFİ FOTOGRAFIJA	87
FOTOGRAFIJA I ARHIVI	91
FOTOGRAFSKA KOMPOZICIJA	93
PRAVILA KOMPOZICJE	93
PLANOVİ I UGLOVİ SNIMANJA	95
DIGITALNA OBRADA FOTOGRAFIJE	99
FOTO-NOVINARI I FOTOGRAFI: INTERVJUI	101
Aleksandar Kelić	102
Igor Čoko	105
Zvezdan Mančić	108
Vanja Keser	111
Nemanja Pančić	114
Irfan Licina	117
Saša Čolić	121
RADNI LISTOVI	127
LITERATURA	145
ILUSTRACIJE	151
O AUTORKI	155

PREDGOVOR

Fotografija u medijima ima dvostruki cilj: da popuni prazninu u stručnoj literaturi na srpskom jeziku o novinskoj fotografiji i da bude nastavni materijal studentima Departmana za komunikologiju i novinarstvo koji slušaju predmet Digitalna fotografija u medijima. Ovaj kurs je 2018. godine uveden kao izborni predmet na trećoj godini osnovnih akademskih studija Novinarstva Filozofskog fakulteta u Nišu, zahvaljujući projektu pod nazivom Razvoj visokog obrazovanja Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja.

Digitalna fotografija u medijima je jednosemestralni kurs, čiji je osnovni cilj da studente upozna sa osnovnim pojmovima i karakteristikama digitalne fotografije u medijima. Pored istorijskog razvoja fotografije, studenti upoznaju i aktuelnu ulogu i položaj ovog medija. Trebalo bi da studenti budu kreativni i praktično osposobljeni da, kada prepoznaju značajnu temu, kreiraju (uz poštovanje osnovnih principa i tehnika kreiranja fotografija), obrade (uz poznavanje osnove rada u programu za obradu fotografije) i plasiraju fotografiju ili galeriju fotografija putem interneta. Osim toga, trebalo bi da poznaju pravnu regulativu koja obuhvata oblast fotografije, da budu sposobni da pretražuju onlajn baze, da razumeju i kritički procenjuju sadržaj fotografije u medijima. Takođe, trebalo bi da budu osposobljeni da učestvuju u onlajn zajednicama, čija je tema fotografija u medijima, da timski rade, razmenjuju iskustva i znanja.

Reakreditacijom studijskih programa Novinarstvo i Komuniciranje i odnosi s javnošću, studenti će dobiti mogućnost da pohađaju kurs Fotografija u medijima.

Fotografija u medijima bi mogla biti ineresantna i široj javnosti, jer je reč o mediju koji je ljudima uglavnom blizak. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku i istraživanja pod nazivom Upotrebe informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji, 2019. godine, mobilne telefone je koristilo više od devedeset tri odsto sta-

novništva¹. Dakle, većina ljudi danas ima pametan mobilni, a samim tim i kameru pri ruci koju koristi. Rezultat toga je nikad veća produkcija fotografija u istoriji.

Fotografija u medijima obuhvata različite teme, od sažete istorije fotografije do intervjua sa savremenim foto-novinarima i fotografima. Osim novinske, ratne, sportske i portretne fotografije, predstavljena je i reklamna, modna i stok fotografija. U poglavlju Fotografija i internet neizostavna je bila i priča o odnosu fotografije i novih tehnologija. U udžbeniku su predstavljeni i pravni propisi i etički kodeksi koji se odnose na fotografiju. Na kraju, predstavljena su i pravila kompozicije fotografije. Studentima koji slušaju kurs Fotografija u medijima posebno će biti dragocena iskustva uglednih foto-novinara i fotografa sa kojima su urađeni intervjui za ovaj udžbenik, kao i radni listovi pomoću kojih će moći da provere usvojena znanja i veštine.

Udžbenik *Fotografija u medijima* ima otvoren pristup (open access), dostupan je online i nije napravljen za komercijalnu upotrebu. Dostupan je u elektronskom formatu na sajtu Filozofskog fakulteta u Nišu.

¹ Dostupno na: <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G201916014.pdf>, posećeno 20. juna 2020. godine.

SAŽETA ISTORIJA MEDIJA

Fotografiju u medijima moguće je odrediti kao vizuelni tekst, značenjski vredan zapis (Šuvaković et al., 2011: 272). Reč je o jednom od najrasprostranjenijih medijskih sadržaja. Zbog široko dostupne tehnologije, mobilnih telefona, interneta i jednostavnosti njihovog korišćenja, gotovo svako može da napravi i javno objavi fotografiju i to za manje od jednog minuta. Pritom, nije potrebno biti profesionalni fotograf ili foto-novinar², svako može da bude građanski foto-novinar. Ova činjenica je fascinantna, ali i zapanjujuća. Dnevna produkcija fotografija meri se milionima, bilo da je reč o fotografijama u medijima, komercijalnim fotografijama ili fotografijama na društvenim mrežama.

Jedan od razloga ovakve rasprostranjenosti fotografije je njena komunikativna moć. Poslovice kaže da „slika vredi više od hiljadu reči”, a istraživanja potvrđuju značaj vizuelne komunikacije.

„Za ljudska bića vizuelni osećaj je obično najvažniji - na primer, značajniji od sluha, mirisa ili dodira. Više od 80 odsto informacija koje dopiru do naših mozgova su vizuelne informacije. Vizuelne informacije poput fotografija i slika obrađujemo mnogo brže od teksta. Slike mogu ostaviti snažne i trajne utiske. Oni izazivaju snažne emocije i emocije nas snažno privlače” (Braesel & Karg, 2018: 63).

Moć novinske fotografije da izazove emocije kod posmatrača ističe i Ninković Slavnić. Autorka kao važnu karakteristiku novinske fotografije ističe i veru u njenu objektivnost (Ninković Slavnić, 2015: 164-165). Ova karakteristika je osnova za sveprisustvo fotografije u medijima.

Učestala vizuelna komunikacija, prema Meri Čejko, počinje krajem devedesetih godina XX veka i početkom XXI veka. Međutim, posle 2010. godine razmena fotografija i video sadržaja postaje „način samoopredeljenja, izražavanja i dokumentovanja. Vizuelni sadržaj ne poznaje jezičke barijere, prenosi mnogo informacija efikasno i u jedinstvenom maniru,

²Termini foto-novinarstvo, foto-žurnalizam i foto-reporterstvo koriste se kao sinonimi.

a pošto nema potrebe za razvijanjem filma, proizvodnja i masovno slanje relativno su jeftini” (Čejko, 2019: 143). Osim toga, „ljudi vole da gledaju fotografije koje su objavili drugi korisnici. Slike privlače pažnju ljudi. Kako se raspon pažnje sve više skraćuje, fotografije često služe da privuku pogled i pomažu u odluci da li ćete nešto skenirati ili pogledati detaljnije” (Braesel & Karg, 2018: 63). Navedeno potvrđuju i istraživanja.

„Posmatrač ne dešifruje poruku reč po reč, on samo baca brz pogled na celokupno grafičko rešenje i zaustavlja se samo ako ga neki element zainteresuje. Putanja kojom se kreće oko čitaoca: fotografija -zaglavlje -grafikon (ako ga ima) -tekst. Dakle, fotografija mora najpre zainteresovati, privući, a zatim izazvati reakciju u primaocu poruke-čitaocu” (Veselinović, 2005: 50).

Interesantno je primetiti da „fotografija, čak i u doba montaža u Fotošopu, filtera na Snapčatu i animacija, i dalje ima moć da dokumentuje” (Vajdijanatan, 2018: 55). Ipak, pored moći dokumentovanja, značajan je i uticaj na primaoca vizuelne poruke. „Značaj fotografije nije u preciznosti značenja, već u njenoj ulozi svedoka, koji nam približava događaj prenoseći njegovu najneposredniju dimenziju izgleda, a on pobuđuje doživljaj, od koga zavisi dalja akcija primaoca poruke” (Ninković Slavnić, 2006: 128).

Da bi se fotografija kao vizuelni tekst, značenjski vredan zapis u medijima, razumela, potrebno je posmatrati je u odnosu na ostale medije u istorijskom kontekstu. Istorija medija može da se posmatra kroz nekoliko komunikacionih revolucija. U širem smislu, od trenutka kada je čovek progovorio i izumeo pismo, a u užem, od pronalaska Gutenbergove štamparske prese, preko pojave elektronskih medija masovnog komuniciranja, pa sve do pronalaska interneta (prema Radojković i Miletić, 2005: 119). Od štampanih, kao najstarijih, do novijih medija na internetu, fotografija je bila i ostala medijski sadržaj.

Reč medij potiče od latinske reči *medius* – što znači u sredini. U našem kontekstu, reč je o posredniku u komuniciranju. „Zato pod medijem, kao posredujućim faktorom u komuniciranju i neizbežnim strukturalnim elementom svake komunikacione situacije, treba podrazumevati prirodnu i/ili veštačku supstancu, odnosno sklop prirodnih i/ili veštačkih uslova posredstvom kojih se ostvaruje komuniciranje“ (Radojković i Miletić, 2005: 95). Mediji se mogu klasifikovati prema načinu percepcije na:

vizuelne, auditivne i audio-vizuelne. Fotografija je vizuelni medij. Ukoliko primenimo Makluanovu (Marshall McLuhan) podelu na tople i hladne medije, u zavisnosti od stepena pažnje koja je potrebna za prijem poruke koju medij prenosi, fotografija spada u topao medij, jer je za recepciju potrebno jedno čulo, čulo vida (prema Radojković i Miletić, 2005: 96).

Štampa, hladan medij, najstariji je masovni medij. To je i medij koji prvi uvodi fotografiju u svoj sadržaj. Tehnologija štampe menjala se kroz vekove, od Gutenbergove prese iz XV veka, do digitalnih izdanja u XXI veku. Kao masovni medij, štampa se razvijala uporedo sa razvojem industrijalizacije, kao i sa povećanjem broja pismenih ljudi, koji su mogli da čitaju njen sadržaj. Prve štampane novine javljaju se u razvijenim kapitalističkim zemljama zapadne i srednje Evrope (Bjelica & Jevtović, 2006: 33). Danas raste broj digitalno pismenih ljudi, pa je sve više čitalaca štampe u internet izdanju³.

Najstariji štampani medij je knjiga. Osim nje, u štampane medije spadaju i plakat i letak, ali kao najrasprostranjeniji štampani medij izdvajaju se dnevne i periodične novine, koje su postale masovni, pre svega interpretativni medij. „Prve novine pojavile su se početkom 17. veka, dakle više od 150 godina posle Gutenbergovog otkrića. Bile su malih dimenzija i često imale samo jedan list. Nisu imale naslove niti oglase i sličile su više letku nego današnjim zamašnim novinama sa istaknutim naslovima, brojnim fotografijama i ilustracijama” (Radojković & Miletić, 2005: 114). Prema nekim istorijskim izvorima, prve novine u svetu štampane su u Strazburu, na nemačkom jeziku, pod naslovom *Relation* (Bjelica & Jevtović, 2006: 29).

Ono što je zajedničko svim štampanim medijima jeste da, osim verbalnih, prenose i ikoničke poruke, najčešće udružene, kako bi stvorile novo značenje. Ta mogućnost stvorena je pojavom fotografije, čiji je pronalazak podstakao razvoj štampanih medija.

Fotografija je bila i uvod u razvoj filma, sledećeg masovnog medija u hronološkom nizu. Film se može posmatrati kao masovni, u početku vizuelni, a kasnije audio-vizuelni medij ili kao medijski posredovan sadržaj. „Pre nego što je postao najdominantniji kulturni proizvod savremenog doba, film je svoju istoriju započeo kao žurnalistička forma. Prvi snimljeni filmovi braće Auguste and Louis Lumière,

³ Dostupno na: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/overview-key-findings-2020/>, posećeno 22. juna 2020. godine.

krajem XIX veka, bili su dokumentarne prirode” (Vujović & Mihajlov Prokopović, 2019: 144). Na prvoj javnoj projekciji filmova u Parizu 1895. godine, prikazano je nekoliko filmova „nijedan duži od nekoliko minuta, među kojima su bili i *Izlazak radnika iz fabrike Limijer*, koji se smatra i prvim filmom, *Bebin doručak*, *Ulazak voza u stanicu*, oko koga postoje suprotstavljena mišljenja da li je izazvao strah kod publike koja je videla voz koji ide ka njima ili ne, a svakako je vredan pomena i *Poliveni polivač*, film koji bi se mogao shvatiti kao prvi igrani film, čak i kao prva komedija” (Prnjat, 2016: 253-254). Nekoliko decenija kasnije bilo je moguće snimiti i zvuk, pa se snimaju i prvi zvučni filmovi (1927) i film u boji (1935) godine (Radojković & Miletić, 2005: 124).

Mogućnost beleženja zvuka bila je od suštinske važnosti i za prvi elektronski, auditivni masovni medij – radio. Prema Prnjat, prvi radio-program emitovan je u Sjedinjenim Američkim Državama 1906. godine, gde je osnovana prva radio-stanica KDKA 1920. godine. BBS, prva radio-stanica u Evropi, pokrenuta je kao komercijalna radio-stanica 1992. godine, da bi nekoliko godina kasnije prerasla u javni servis (Prnjat, 2016: 254). Savremeni radio odlikuje velika rasprostranjenost, što se može objasniti činjenicom da je „najeftiniji u tehničko-tehnološkom, produkcionom i recepcijskom smislu, [...] Rasprostranjenost radija posledica je i dve njegove prednosti na recepcijskoj strani masovnog komuniciranja – prilagodljivosti i neposrednosti” (Radojković & Miletić, 2005: 133). Danas većina radio stanica, kao i ostali tradicionalni mediji, ima internet izdanja, na kojima je i fotografija pronašla svoje mesto.

Dvadesetih godina XX veka dogodio se i prvi eksperimentalni prenos televizijske slike, ali je BBC tek 1936. godine počeo sa emitovanjem prvog redovnog televizijskog programa u Velikoj Britaniji. Sredinom prošlog veka, 1953. godine, televizija je doživela svoje „zlatno doba”, sa pronalaskom televizije u boji, a posebno od 1962. godine, kada je rođena satelitska televizija. Televizija je do danas, uz digitalizaciju, još uticajniiji medij masovnog komuniciranja⁴.

Poslednje decenije XX veka obeležila je tehnološka revolucija, razvoj interneta i tehničkih uređaja. „Pojava interneta dovela je do tektonskih promena u svim sferama ljudskog života, a sasvim sigurno one najznačajnije desile su se u komunikaciji i informisanju” (Vujović & Ob-

⁴ Dostupno na: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/overview-key-findings-2020/>, posjećeno 22. juna 2020. godine.

radović, 2017: 61). Prva računarska mreža, preteča interneta, razvijena je u Sjedinjenim Američkim Državama tokom šezdesetih godina XX veka. Istraživanja je sprovodila Agencije za napredne istraživačke projekte (The Advanced Research Projects Agency) u saradnji sa Ministarstvom odbrane. Posebno značajan bio je pronalazak protokola za kontrolu prenosa, internet protokola - TCP/IP, koji je omogućio povezivanje računara i razmenu tekstualnih, auditivnih i vizuelnih sadržaja⁵.

Većina tradicionalnih medija danas ima i svoja internet izdanja. Takva izdanja pristupačnija su publici, mogu se pratiti u pokretu putem mobilnih uređaja, brža su i jeftinija. Multimedijalnost (istovremeno prikazivanje teksta, zvuka i slike), hipertekstualnost (mogućnost postavljanja linkova koji vode do drugih sadržaja na istom ili na drugim sajtovima) i interaktivnost (mogućnost da publika reaguje na sadržaj, ali i da kreira i postavlja svoj) takođe su prednosti internet izdanja medija. Čikago tribjun (Chicago Tribune) je prvi medij u svetu koji je pokrenuo svoje internet izdanje (Bidgoli, 2004: 756). U Srbiji je prvo internet izdanje pokrenuo Radio B92 1995. godine (Mihajlov Prokopović, 2016: 199-200). Najposećeniji sajtovi u Srbiji upravo su sajtovi medija, a posećivanje takvih sajtova vrši se najčešće putem mobilnih telefona. Prema podacima sajta Genius Audience⁶ najviše poseta imaju sajtovi novina *Blic*, *Kurir* i *Telegraf*. Pored teksta, objavljuju i fotografije, video i audio - zapise, ilustracije i animacije.

Suštinska promena, koju je internet doneo jeste način komuniciranja među ljudima. „Medij, u ovom slučaju kompjuterska mreža, više nije faktor razdvajanja komunikacionih centara i mase recipijenta, nego tačka ravnoteže neograničenog broja emitera/recipijenata ili recipijenata/emitera” (Radojković & Miletić, 2005: 165). Došlo je do konvergencije svih medija, a svi učesnici su komunikaciono ravnopravni subjekti. Tako, svako od nas može da snimi fotografiju, koja u određenim okolnostima može postati viralna⁷ i ući u istoriju.

⁵ Dostupno na: <https://www.britannica.com/topic/ARPANET/A-packet-of-data>, posećeno 15. juna 2020. godine.

⁶ Dostupno na: <https://rating.gemius.com/rs/tree/32>, posećeno 18. maja 2020. godine.

⁷ Viralna je reč koja označava brzo širenje informacije na internetu. Dostupno na: <https://www.dictionary.com/browse/viral>, posećeno 15. juna 2020. godine.

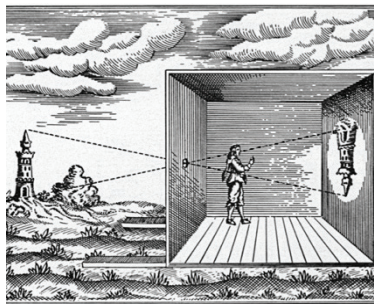
SAŽETA ISTORIJA FOTOGRAFIJE

POČECI FOTOGRAFIJE U SVETU

Reč fotografija nastala je od grčkih reči *fotos* – svetlost i *grafein* – pisati, crtati. U doslovnom prevodu znači pisanje svetlošću. Naziv fotografija i glagol fotografisati prvi put pominje naučnik Džon Heršel (John Herschel) 1839. godine (Gernsheim & Gernsheim, 1973: 27).

Kao zvaničan datum nastanka fotografije uzima se 19. avgust 1839. godina. Tada je u Parizu na zajedničkoj sednici Akademije lepih umetnosti i Akademije nauka široj javnosti predstavljen izum Dagera (Louis Jacques Mande Daguerre) – dagerotipija⁸. Francuska vlada otkupila je ovaj pronalazak i poklonila ga čovečanstvu. Bilo je jasno da „fotografija predstavlja jednu od oda industrijskom društvu XIX veka i najavu doba u kojem ona neće biti samo umetnost nego svojevrsni jezik i pismo bez kojeg čovek neće moći da živi, osmišljava, čita

i tumači svet oko sebe” (Matić, 2017: 11). Zasluga za to što je fotografija postala javno dobro pripada naučniku Fransou Aragu (François Arago), koji se bavio politikom. Kao liberal, predstavnik demokratske opozicije i intelektualaca, zastupao je ideju da sve što doprinosi napretku, posebno naučnom, treba podržati. Zbog toga je predložio vlastima tadašnje Francuske da otkupe prava na fotografiju (Freund, 1981: 26).



A 17th century camera obscura illustration

Slika 1 Ilustracija Kamera opskura
(<http://www.cameraobscura.nz>)

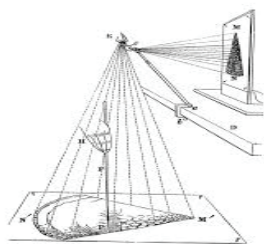
⁸ Dager je u postupku stvaranja fotografija koristio metalne ploče, emulziju od srebra i joda i živina isparenja. Njegove fotografije bile su precizne i detaljne reprodukcije stvarnosti. Fotografije su se čuvale u svećanim kutijama i nisu mogle da se reprodukuju. Dagerov doprinos je i u skraćivanju vremena ekspozicije. Osim toga, Dager je napisao i priručnik o korišćenju dagerotipije i svoje znanje preneo pristalicama širom Evrope i Amerike.

Pre 1839. godine, kada je fotografija zvanično nastala, bilo je mnoštvo pronalazaka koji su doprineli njenom razvoju. Među najznačajnijim je pronalazak kamere opskure (camera obscura), koja u prevodu znači „mračna soba”. Reč je o prostoru koji na jednoj strani ima rupičasti otvor, kroz koji prolazi svetlost i projektuje spoljašnju sliku na zid nasuprot otvoru. Projektovana slika je obrnuta, ali realna. Ovaj izum potiče još iz XI veka, zahvaljujući arapskom naučniku Alhazenu (Ibn Abu Ali al Hasen al Haitam), a široko je primenjivan u umetnosti u narednim vekovima.

„Do osamnaestog veka upotreba camere obscurae bila je opšte poznata među obrazovanim ljudima; dugi opisi te naprave nalazili su se u većini dela o optici, raspravama o slikarstvu, i knjigama o popularnoj razonodi. Konstruisali su se bezbrojni tipovi kamera u raznim veličinama, od prvobitne zamračene sobe - sada obično u kakvoj kuli, da bi se dobila široka panorama okoline - sve do džepnih kamera dužine od samo 15 do 20 cm i širine 5 do 7,5 cm. Neke su bile u obliku knjige, druge skrivene u vrhu štapa za poštapanje. Kao pomoć umetniku prilikom slikanja portreta, mrtvih priroda i enterijera, postojale su kamere u obliku stola, dok su se za slikanje pejzaža koristile prenosne kamere u obliku kutije i kamere-nosiljke” (Gernsheim & Gernsheim, 1973: 14-15).

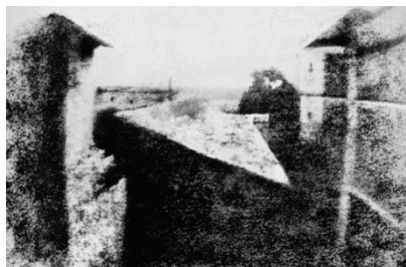
Paralelno sa razvojem kamere opskure vršeni su i foto-hemijski eksperimenti, koji će biti ključni za proces fiksiranja fotografije.

Još jedno od značajnih otkrića jeste i kamera lucida (camera lucida), što u prevodu znači „svetla soba”. Vilijam Hajd Valoston (William Hyde Wollaston) predstavio je ovaj uređaj 1806. godine. Reč je o staklenoj prizmi, čija je jedna od tri strane prekrivena srebrom sa efektom ogledala, postavljena pod uglom od 45 stepeni. Kamera lucida pre svega bila je namenjena umetnicima, kojima je omogućavala da istovremeno gledaju prizor koji crtaju i papir na kome rade, a rezultat je bio veran prikaz.



Slika 2 Ilustracija Kamera lucida
(https://commons.wikimedia.org/wiki/File:The_Camera_Lucida_in_use_for_microscopical_drawings-Wellcome_M0011259.jpg)

Prva fotografija pod nazivom *Point de vue* (Point de vue) snimljena je 1826. godine. Njen autor je Nisefor Ni-



Slika 3 Prva fotografija Pogled s prozora, Nisefor Nijeps
(<https://www.digitalphotomentor.com/20-most-famous-photographs/>)

od oko 8 časova jednog letnjeg dana” (Gernsheim & Gernsheim, 1973: 20). Ubrzo se Nijeps upoznaje sa Dagerom i sklapaju ugovor o međusobnoj saradnji. Dager, preduzimljiv i ambiciozan, doprineo je i širokoj popularnosti fotografije. „Kao direktor jedne diorame (a uostalom i njen pronalazač) razumeo se u reklamu, te je svom imenu dodao najvidnije mesto u oglasima u kojima je reklamirao izum fotografije. Tako je uspeo da fotografija postane omiljena tema razgovora u krugovima otmenog društva i u salonima” (Freund, 1981: 28). Ubrzo nakon takvog interesovanja za nju, fotografija je postala vrlo primamljiva i siromašnim i manje obrazovanim ljudima, pa je, zahvaljujući daljem brzom napretku tehnologije, postala i njima dostupna.

Pored Dagera i Nijepsa, veliku ulogu u razvoju fotografije imao je i Škotlandanin Vilijam Henri Foks Talbot (William Henry Fox Talbot). Njegov ključni izum je tzv. „slani print”, ono što se kasnije naziva fotografskim papirom, koji je počeo da se upotrebljava umesto metalnih ploča, koje su do tada bile u upotrebi. Proces izrade fotografija Talbot naziva kalotipija, a kasnije je preimenuje u talbotipiju¹⁰. Po prvi put javljaju se koncepti kao što su: latentna slika, pojmovi negativa i pozitivna i umnožene fotografske slike. Upravo ovakva mogućnost re-

⁹ Reč heliogravura u prevodu znači sunčev crtež (nastala od grčke reči *helios* - sunce, i *gravira* – crtanje). Korišćena sredstva su judejski bitumen i lavandino ulje. Koristio je metalne ili staklene ploče, a ekspozicije su trajale i do deset sati.

¹⁰ Proces, koji je opisao u svojoj knjizi Olovka prirode (The Pencil of Nature), inače prvoj knjizi ilustrovanoj fotografijama, je bio patentiran što je donekle usporilo razvoj fotografije.

produkcije fotografije dovela je do razvoja fotografske produkcije, a potražnja za fotografijom već je bila velika.

Talbotipiju je 1851. godine zamenio postupak pod nazivom „mokri kolodijum”¹¹. Frederik Skot Arčer (Frederick Scott Archer) izumitelj je novog procesa, koji je doneo napredak u oštini fotografije i skraćenoj ekspoziciji. Korišćeni su stakleni negativ, koji su se premazivali emulzijom. Za svaku fotografiju menjalo se staklo. S druge strane, u tom procesu bilo je i nedostataka: stakleni negativ, bio je lomljiv, proces fotografisanja zahtevao je brzinu i spretnost fotografa, kolodijum se brzo sušio, bio je toksičan i lako zapaljiv.

Ove nedostatke prevazišao je Ričard Medoks (Richard Maddox) izumitelj „suvog želatinastog postupka”. Želatin je bio bezbedan za rad, netoksičan i nezapaljiv. Prednost je bila i ta što su fotografi unapred mogli da pripreme negative čija je senzibilisanost duže trajala i nije bilo rizika od brzog sušenja. Proces fotografisanja postao je jednostavan, dostupan i amaterima, što je fotografiju učinilo popularnom širom Evrope i Amerike.

Industrijalizaciji fotografije doprinelo je i otkriće Luja Dezire Blankar Evrara (Louis-Désiré Blanquart-Évrard) koji je izumeo albumski papir, i omogućio lako umnožavanje fotografija glatke i sjajne površine.

Trend napretka nastavljen je i u narednim godinama, i traje do današnjih dana, ali najveće priznanje za ekspanziju fotografije pripada Džoržu Istmanu (George Eastman), osnivaču Kodaka (Kodak)¹². Ovim imenom zvala se i prva boks kamera koja se na tržištu pojavila 1888. godine. Osim toga što je fotografski proces bio pojednostavljen, oprema je bila pristupačna, pa su ljudi masovno počeli da je koriste. Kamera je bila malih dimenzija i imala film na kome je bilo moguće napraviti stotinu snimaka. Filmovi su se razvijali u spe-



Slika 4 Reklama za Kodak fotoaparat (<http://americanhistory.si.edu/1896/ps05.htm>)

¹¹ Kolodijum je organska, zapaljiva materija kojom se premazivao negativ od stakla, što ga je činilo senzibilisanim za ekspoziranje.

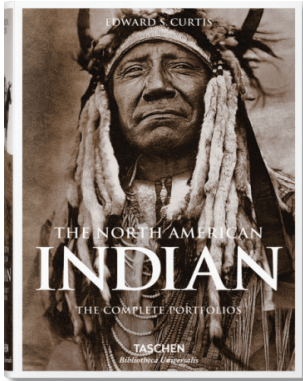
¹² Kodak je prvi veliki svetski proizvođač fotografske opreme.

cijalizovanim Kodak radnjama. Kodakov slogan bio je „Vi pritisnite dugme, mi ćemo uraditi ostalo”.

Ove inovacije u razvoju fotografske opreme uticale su i na razvoj posebnog fotografskog žanra - dokumentarne fotografije.

Pojam „dokumentarno” prvi put upotrebio je britanski filmski stvaralac Džon Grierson (John Grierson) 1926. godine. Jedna od najvažnijih odlika dokumentarnih fotografija jeste njena veza sa društvom u kome nastaje. „Namera ovih fotografa je bila da se publici skrene pažnja na sadržaj njihovog rada i, u većini slučajeva, da se utre put društvenim promenama” (Prajs, 2006: 95 prema Ohrn, 1980: 36). Ne samo da informiše, fotografija navodi na razmišljanje i budi osećanja.

Razvoj fotografije teče paralelno sa industrijskom revolucijom u Evropi. Razvoj građanske klase i rast njihovog standarda doprineo je i razvoju fotografije kao medija. Fotografija prestaje da bude prvenstveno portretna i počinje da prati razvoj prirodnih i društvenih nauka, ali i svakodnevnog života. Burne društvene promene motivisale su fotografe da ih zabeleže. Tako je nastala dokumentarna fotografija. Prve teme ovih fotografija bili su ljudi i načini njihovih života u raznim krajevima sveta.



Slika 5 Naslovna strana knjige Severnoamerički Indijanci (https://www.taschen.com/pages/en/catalogue/photography/all/45424/facts.the_north_american_indian_the_complete_portfolios.htm)

Fotograf Edvard Kertis (Edward Curtis) zabeležio je kulturu i običaje severnoameričkih Indijanaca na prelasku iz XIX u XX vek. Tokom tri decenije, Kertis je, zahvaljujući finansijskoj pomoći jednog od bankara i industrijalaca tog vremena, posetio oko osamdeset plemena i napravio četrdeset hiljada fotografija. „On je pridobijao poverenje svakog od ovih plemena tako što je mesecima pre kontakta proučavao njihovu istoriju i običaje i onda fotografisao njihove članove” (Sandler, 2002: 52-53). Najbolje fotografije objavljene su u setu od dvadeset knjiga pod naslovom *Severnoamerički Indijanci*. Tako je Kertis ostavio dokument o ovim jedinstvenim ljudima i jedinstvenom načinu života, kao dragoceno sveđoćanstvo za buduće generacije.



Slika 6 Italijanska majka i njena beba u ulici Džersi, Džejkob Rijs (http://www.loc.gov/exhibits/jacob-riis/images/90_13_4_160_enlarge.jpg)

Na prelasku između XIX u XX vek, na severnoameričkom kontinentu fotografišu Džejkob Rijs (Jacob Riis) i Luis Hajn (Lewis Hine), fotografi koji se mogu smatrati pretečama foto-novinarstva, a njihov rad predstavljao je ono što se danas naziva angažovanom fotografijom (prema Sandler, 2002). Njima su fotografije bile način kritike društva.

Džejkob Rijs je pre svega bio novinar koji je izveštavao o teškom položaju emigranata koji po dolasku u Njujork nisu imali krov nad glavom. Živeli su u neuglednim sklonštima i bili su siromašni. Rijs je i sam bio emigrant iz Danske. Radio je kao foto-novinar za *Njujork Tribjun* (New York Tribune), a kasnije i za *Ivning San* (Evening Sun).

„Puke reči’ su, po Rijsovom mišljenju, trebalo da ustupe mesto neporecivoj verodostojnosti koju je pružala kamera, i on je uvideo svoj doprinos jer je izneo na videlo dokaze o nečemu što bi, u suprotnom, moglo da bude problematično. Svoju ličnu viziju Rijs nije smatrao značajnom: činjenice su govorile same za sebe i ljudi iz sirotinjskih četvrti su, posredstvom moći i autoriteta kamere, bili pretvarani u ‘činjenice’ [...]” (Prajs, 2006: 106).

Kao rezultat dugogodišnjeg rada, 1890. godine, Rijs objavljuje knjigu sa napravljenim fotografijama pod naslovom *Kako živi druga polovina* (How the Other Half Lives), na koju je javnost reagovala pozitivno, a tadašnji predsednik Sjedinjenih Američkih Država, oduševljen ovakvim Rijsovim radom, naložio je izgradnju prihvatilišta za emigrante sa pristojnim uslovima za život. Njegove fotografije su vredno svedočanstvo o tadašnjim društvenim i ekonomskim prilikama u Sjedinjenim Američkim Državama.

I rad fotografa Luisa Hajna ostaće upamćen po realnim promenama koje je ostvario u američkom društvu. Hajn je napravio seriju fotografija ilegalno zaposlene dece koja obavljaju teške poslove u fabrikama, rudnicima, kamenolomima ili na ulici. Bio je čak angažovan od strane zvaničnika da istraži ovu pojavu, i godinama je obilazio Ameri-

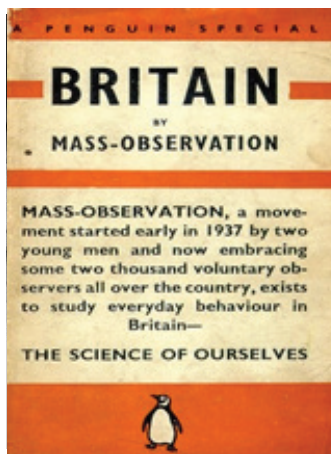
ku fotografišući decu na nelagalnom radu. Hajn je ustanovio da „skoro dva miliona dece od šest do četrnaest godina radilo je za peni dnevno” i „da nisu imali vremena za školovanje i radili su u najtežim uslovima” (Sandler, 2002: 85). Rezultat rada i izveštaja bila je izmena Zakona o zapošljavanju, koji je povećao starosnu granicu za rad.

Razvoju dokumentarne fotografije doprineće pojava 35mm foto-aparata, koji su bili manji, lakši i, zbog toga, jednostavniji za rad. Zahvaljujući njima, bilo je moguće napraviti spontane fotografije, bez znanja ljudi koji su fotografisani. Ermanox je bio prvi takav fotoaparat. Lajka aparat, izum Oskara Barnaka (Oskar Barnack), pojavio se na tržištu 1925. godine i predstaviće „pravu revoluciju u radu profesionalnog fotografa” (Freund, 1981: 116).

Tokom tridesetih godina XX veka raste i broj ilustrovanih novina, u kojima fotografija dominira, a publika postaje sve više zainteresovana za ovu vrstu sadržaja. To je bilo i vreme bezuslovnog verovanja u fotografsku istinu. Dokumentarno nije bilo podložno kritičkoj analizi. „Ono se nama, kao svojoj publici, suprotstavlja empirijskim dokazima takve prirode da je skoro nemoguće pokrenuti bilo kakav spor, dok svaka interpretacija ostaje izlišna. Akcenat je u potpunosti na doka-

zu. [...] Suština dokumentarnog nije u formi ili stilu, pa čak ni u mediju, već isključivo u sadržaju” (Prajs, 2006: 123 prema Stott, 1973: 14).

Dokumentarna fotografija tih godina postaje važna i različitim organizacijama pa i državnim vlastima. Organizaciju Masovno posmatranje (Mass Observation) osnovali su 1937. godine antropolog Tom Harison (Tom Harrison), pesnik i novinar Čarls Medž (Charles Madge) i slikar i filmski stvaralac Hemfri Dženings (Humphrey Jennings). Cilj je bio socijalno istraživanje svakodnevnog života u Velikoj Britaniji, posebno na javnim mestima. Na ovom projektu je, između ostalih, bilo angažovano i mnogo fotografa koji su



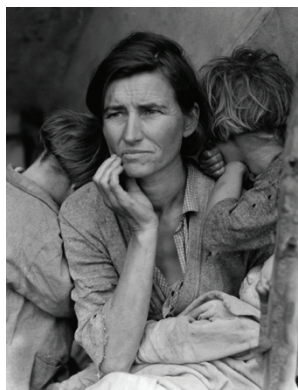
Slika 7 Naslovna strana knjige *Masovno posmatranje* (http://www.sussex.ac.uk/library/speccoll/collection_descriptions/massobs_access.html)

imali različite stilove rada, a među njima Bert Hardi (Bert Hardy) i Hemfri Spender (Humphrey Spender). Spender je opisao svoj rad ukazujući na problem sa kojim se suočavaju mnogi foto-novinari.

„Teškoća čitave misije bila je u tome što sam morao da izigravam nevidljivog špijuna što je bilo veoma nepraktično. [...] Konstantna svest o tome da pravite tip fotografija o kojima govorimo, čak i kad ljudi nisu uopšte svesni fotografisanja izazivala je u meni osećaj da sam iskorišćavao te ljude fotografišući ih, čak i onda kada sam hteo da im pomognem” (Spender, 1978: 16 prema Prajs, 2006: 125).

Mnoge od ovih fotografija objavljivane su i na stanama britanske štampe, kao što su časopisi *Pikčr Post* (*Picture Post*) i *Dejli Mirror* (*Daily Mirror*). U okviru ovog projekta fotografisao je i Bil Brant (Bill Brandt). Prema Matić, njegova knjiga *Englezi kod kuće* (*The English at Home*), koju je objavio 1936. godine, predstavlja najbolju ilustraciju društvenih nejednakosti britanskog društva. Fotografisao je bogate i ljude srednjeg sloja, s jedne strane, i njihovu poslugu s druge.

U Sjedinjenim Američkim Državama organizovan je sličan projekat. Godine 1935. osnovana je vladina agencija Uprava za zaštitu farmi (FSA). To je bio „najznačajniji svetski primer velikih dokumentarnih projekata koje je finansirala država [...]” (Prajs, 2006: 128). Cilj je bio oživljavanje privrede zemlje, posle velike ekonomske krize.

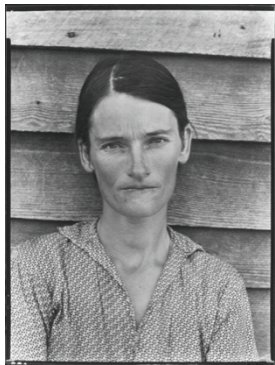


Slika 8 Majka, sezonska radnica, Dorotea Lang (<https://rarehistoricalphotos.com/migrant-mother-1936/>)

Formirana je fotografska sekcija, na čijem je čelu bio sociolog Roj Strajker (Roy Stryker), a među angažovanim fotografima bili su Voker Evans (Walker Evans), Dorotea Lang (Dorothea Lange), Artur Rostajn (Arthur Rothstein), Rasel Li (Russell Lee), Ben Šan (Ben Shahn), Gordon Parks (Gordon Parks), Džek Delano (Jack Delano). Njihov zadatak bio je da prikažu zaposlene ljude, njihov napredak, ali rezultat rada bio je suprotan. Na fotografijama je prikazano siromaštvo, pustoš zemlje, strah ljudi koji putuju u potrazi za poslom.

Jedna od fotografija koja je obeležila ovaj projekat nosi naslov Majka, sezonska

radnica (Migrant Mother), fotografkinje Doroteje Lang. Na njoj je prikazana majka Florens Ovens Tomson (Florence Owens Thompson) sa decom zabrinutog izraza lica i izgubljenog pogleda.



Slika 9 Eli Me Barouz, Voker Evans (<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/275876>)

Tokom tridesetih godina XX veka fotografi dokumentuju i velike gradove. U Sjedinjenim Američkim Državama fotografiše Berenis Abot (Berenice Abbott). Zabeležene fotografije arhitekture grada objavljene su u knjizi *Menjanje Njujorka* (Changing New York). Ta knjiga bila je deo Državnog umetničkog projekta (Federal Art Project, FAP) i Uprave za javne radove (Work Progress Administration, WPA), a cilj je bio zabeležiti svakodnevicu i razvoj grada tokom Velike depresije (Matić, 2017: 97).



Slika 10 Tramvaj Nju Orleans, Robert Frenk (<https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2010/apr/27/photography-and-or-book-award>)

Iste godine Voker Evans fotografisao je Eli Me Barouz (Allie Mae Burroughs). Ove fotografije mogu se smatrati simbolom Velike depresije u Sjedinjenim Američkim Državama (Matić, 2017: 95). Prajs smatra da „ove dokumentarne fotografije, kao i sve druge, jesu kompaktno konstruisana dela koja se služe izvesnim tehnikama i formama kako bi proizvela željene reakcije posmatrača. [...] Pozvani smo da prihvatimo da su u pitanju 'iskrene' slike preuzete iz stvarnog života [...]” (Prajs, 2006: 130–131). Krupni planovi, prirodni položaji tela, sve što je vezano za siromaštvo, samo su neke od tehnika fotografa koji su učinili da se posmatrači identifikuju sa prikazanim ljudima.

U kasnijim godinama dokumentarna fotografija prestaje da, kao isključiv cilj, ima političke i društvene promene, beležeći bedu i nevolju, već počinje da dokumentuje svakodnevni život.

Život u Sjedinjenim Američkim Državama tokom pedesetih godina XX veka dokumentuju fotografi. Fotograf Robert Frenk (Robert Frank) objavljuje

publikaciju *Amerikanci* (The Americans) u kojoj predstavlja izabrane fotografije nastale tokom putovanja po Americi i fotografisanja svih slojeva društva. Njegove fotografije bile su kritikovane zbog sadržaja i načina snimanja, jer je razotkrivao probleme američkog društva, zbog čega je publikaciju prvo objavio u Francuskoj. „On jeste fotografisao za-ljubljene parove, prodavnice, bioskope na otvorenom, parade, groblja, restorane brze hrane, enterijere, ulice, kuće, porodice, svakodnevicu, ali svakodnevicu koju su, ma koliko društvo to odbijalo da prihvati, činili i rasizam, konzumerizam i veoma velike klasne razlike” (Matić, 2017: 118). Prema Matić, pored Roberta Frenka, Vilijam Klajn (William Klein), Dajana Arbus (Diane Arbus), Li Fridlender (Lee Friedlander) i Geri Vinogrend (Garry Winogrand) smatraju se najznačajnijim fotografima druge polovine XX veka.

Autori su u dokumentarni rad počeli da unose dozu subjektivnosti. Polako nestaje mit o objektivnosti dokumentarne fotografije i postaje jasno da je ona uvek reprezentacija stvarnosti, konstrukt. Osim toga, ona više nije bila rezervisana uglavnom za važne događaje i ljude, već i za svakodnevni život običnih ljudi.

Fotografija se od sedamdesetih godina XX veka posmatra kao tekst, znakovni sistem u koji se značenja upisuju i različito čitaju. Fotografija ne otkriva, već stvara stvarnost. „Ali nije u pitanju nasumično stvaranje, jer se ono odigrava u okviru ideoloških pozicija koje čine diskursi, i sami deo sistema moći” (Prajs, 2006: 142). Fotografija je postala sredstvo nadzora i kontrole.

U tom smislu, dokumentarna fotografija je blisko povezana sa ratnom fotografijom i foto-novinarstvom.

Od dokumentarnih fotografa možemo izdvojiti još Ežena Atžea (Eugene Atget), Žaka Anrija Lartiga (Jacques Henri Lartigue) iz Francuske, Tomasa Anana (Thomas Annan), Džona Bendžamin Stona (John Benjamin Stone), Pol Marina (Pol Marin) iz Velike Britanije. Helen Levit (Helen Levitt), Artur Felig Vidži (Arthur Fellig Weegee). U novijoj istoriji i Džoel Mejerovic (Joel Meyerowitz), Toni Rej Džons (Tony Ray Jones), Tod Papageorg (Tod Papageorge), Vilijam Egkston (William Eggleston), Meri Elen Mark (Mary Ellen Mark), Brus Dejvidson (Bruce Davison).

POČECI FOTOGRAFIJE U SRBIJI

Iste godine kada je svetu predstavljen pronalazak fotografije, novine u Srbiji pisale su o tom dostignuću. Milanka Todić navodi da je novina *Magazin za hudožestvo, knjižestvo i modu*, 5. aprila 1839. godine pisala o pronalasku dagerotipije, skoro pet meseci pre zvaničnog objavljivanja izuma fotografije. Sledeće godine, 12. maja 1840. novina *Serbske novine* objavila je vest o prvoj fotografiji u Srbiji, vest da je snimanje Beograda obavio Dimitrije Novaković, koji je postupak dagerotipije učio od samog Dagera u Parizu (Todić, 1993:18).



Slika 11 Anastas Jovanović, autoportret (Todić, 1993: 127)

Prvim srpskim fotografom smatra se Anastas Jovanović, koji se školovao u Beču. Fotografiše od 1841. godine kada je kupio prvu kameru. Pored bogatog opusa nastalog tokom četrdesetogodišnje karijere, slikajući portrete znamenitih ličnosti i pejzaže, Anastas ostaje upamćen i kao prvi foto-reporter zbog objavljenih fotografija sa proslave pedesetogodišnjice Takovskog ustanka (Matić, 2017: 157). Anastas je napravio desetak fotografija, koje su bile praćene

tekstom i legendom, što će i ubuduće biti odlika foto-reportaža.

Do otvaranja prvih stalnih ateljea u Srbiji, fotografijom su se bavili putujući fotografi. Godine 1844. u *Serbskim novinama* izlazi oglas Josifa Kapilerija (Josif Kappileri), koji je u Beogradu boravio dve nedelje. Oglas je glasio:

„Dole potpisani uzima slobodu javiti počtaemu publikumu ovdašnjemu da on ima osobito važnu novoizobretenu mašinu za dagerotipiranje (malanje) lica koja vrlo dobro i sa najboljim izgledom tako izlaze, da je dosad svaki koji je god ovom mašinom portretiran, savršeno zadovoljan bio. Malanje ovo biva za 20 do 40 sekunada. Cena je istog rada na platini od metala po veličini ove od jednog lica 5 f., a od više lica ujedno 8 f. srebra. Obitava u kavani Dunavovića do varoš kapije” (Debeljković, 1977).

Nijedna od tada napravljenih dagerotipija nije sačuvana. U Beogradu su, kao putujući fotografi, 1852. godine boravili Karlo Satmari

(Karlo Szathmari) i Toma Pacal (Toma Pacel). Satmari je bio poznat i po prvoj ratnoj reportaži (Todić, 1993: 20). U *Serbskim novinama* oglašavali su se i drugi putujući fotografi, koji su u Beograd dolazili iz Evrope, pa čak i iz Amerike. Njihov dolazak prekinulo je otvaranje stalnih fotografskih ateljea početkom šezdesetih godina XIX veka, u kojima su se uglavnom izrađivali portreti.

„Prvi fotografski atelje na teritoriji današnje Jugoslavije otvorio je Ištván Oldal (Istvan Oldal) 1854. godine u Zrenjaninu, a prvi foto-atelje u Beogradu kod Saborne crkve, otvorio je 1860. godine Forijan Gantenbajn (Florian Gantenbein) iz Švajcarske. Preko puta se nalazio atelje Anastasa Stojanovića knjaževskog dvorskog fotografa, a nedaleko ateljei Ane Feldman iz Beča, Lazara Lectera, Pante Hristića, Milana Jovanovića i drugih” (Netaj, 2003: 58).

Ateljei su otvarani i u ostalim gradovima Srbije. Atelje u Nišu otvorili su Lazar Lecter početkom sedamdesetih godina XIX veka i Petar Arandelović (Matić, 2017: 158–159).

Početak XX veka obeležio je razvoj i pojednostavljenje fotografske tehnologije, što je dovelo i do razvoja fotografskog amaterizma. Sada je bilo lakše izaći iz ateljea i slikati pejzaže, arhitekturu, ljude na ulici, njihovu svakodnevnicu, što je i početak reportažne fotografije. Na ulasku u novi vek, 1901. godine, organizovana je prva amaterska fotografska izložba u Beogradu. (Todić, 1993: 23) Iste godine osnovan je i Klub fotografa amatera Beograd, koji je te godine i ugašen. Ipak, raznolike amaterske fotografije videne su kao značajan doprinos nauci, etnografiji, istoriji ili geografiji. Štaviše, osnivač narednih izložbi amaterskih fotografija bilo je Srpsko geografsko društvo.



Slika 12 Naslovna strana *Fotografski arhiv*, 1914. godine ([https://sr.wikipedia.org/wiki/Фотграфски_архив_\(часопис\)](https://sr.wikipedia.org/wiki/Фотграфски_архив_(часопис)))

Fotografija je objašnjavana iz ugla nauke i kroz mnoge priručnike i časopise koji su izlazili. Gvozden Kljajić i Vladislav Stevanović 1902. godine objavljuju knjigu pod naslovom *Savremena fotografija, Uput u veštinu fotografisanja*. Knjigu *Uputstva u fotografiji, njezini najnoviji pronalasci*, 1904. godine objavljuje Vladislav Cvetanović. *Fotografski pregled* iz 1911. godine prvi je ilustr-

vani fotografski časopis u Srbiji, koji je bio namenjen profesionalcima i amaterima, a čiji je osnivač bio Sreten Obradović. Mesečna novina za praktičnu fotografiju, *Fotografski arhiv*, izlazi 1914. godine, a izdavao je Arandel St. Jotić u Nišu. Obe novine nisu izlazile duže od godinu dana. Od 1928. godine izlazi novina *Fotograf*, namenjena profesionalnim fotografima, a od 1930. godine izlazi *Jugoslovenska fotografija*, novina namenjena amaterima. Od 1948. godine izlazi novina *Fotografija*, kasnije preimenovana u *Foto-kino revija* (Matić, 2017: 168–184).



Slika 13 Beogradske ilustrovane novine, 1866. godine (http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/beogradske_ilustrovane_novine/1866/0/1/01#page/0/mode/1up)

stasa Jovnovića. Učestalije se fotografije u štampi javljaju početkom XX veka u Malom žurnalu, Nedelji, Večernjim novostima, Balkanu, a kasnije i u drugim novinama. Politika je prve tri godine, od 1904. izlazi-



Slika 14 Demonstracije 27. marta 1941. godine u Beogradu, Milan Roglić ([https://sr.wikipedia.org/sr-ec/Милан_Розлић_\(фотограф\)#/media/File:Demonstracije_u_Beogradu_27._marta_1941.jpg](https://sr.wikipedia.org/sr-ec/Милан_Розлић_(фотограф)#/media/File:Demonstracije_u_Beogradu_27._marta_1941.jpg))

la bez fotografija, a prva fotografija štampana je 1907. godine. Štampa počinje da objavljuje različite žanrove fotografija, a među njima i ratnu fotografiju. U izveštavanju o ratnim događajima počinje da se koristi fotografija. „U objavljivanju slika iz Balkanskog rata prednjače Pijemont i Mali žurnal, koji počinje da štampa i foto-dodatak ‘Naše slike’” (Milosavljević, 1992: 59).

Iako je druga i treća decenija XX veka u svetu bila ključna za razvoj fotografije kao medija, u Srbiji

je fotografija postala masovni medij tek posle Drugog svetskog rata. Fotografija je bila u službi nove ideologije, socijalističkog realizma. Na talasu upliva zapadne kulture, uspostavljena je saradnja sa foto-agencijama u Evropi i Americi, kao što je agencija Magnum. Fotografija sve više čini sadržaj štampanih medija, a osim onih koje prikazuju važne političke i društvene događaje i ličnosti, javlja se i lajf fotografija¹³. U prve foto-novinare u Srbiji ubrajaju se: Vojin Đorđević, Raka Ruben, Aleksandar Simić, Milan Roglić, Mihajlo Petrović (Matić, 2017: 171–184).

¹³ Lajf fotografija je fotografija običnih, malih događaja.

FOTOGRAFIJA U MEDIJIMA

NOVINSKA FOTOGRAFIJA

Razvoj novinske fotografije

Paralelno sa tehnološkim razvojem fotografije razvija se i štampa kao masovni medij. Kao deo dokumentarne fotografije razvija se novinska fotografija. Fotografija je zamenila ilustracije i gravure u štampi. Mogućnost da masovna publika na fotografijama vidi druge krajeve sveta, znamenite ljude, neobične pojave, bila je revolucionarna. Moć fotografije bila je velika. I to ne samo u informativnom smislu, kao dokaz, već i u propagandnom, kao mogućnost da utiče na javno mnjenje što će potvrditi i decenije koje slede. Tekst ilustrovan fotografijom bio je uticajniji, jer se fotografija smatrala verodostojnim svedočanstvom o nečemu što se dogodilo. „Pisana reč je apstraktna, a slika je konkretan odraz sveta u kome živimo” (Freund, 1981: 100). Po prvi put bilo je moguće vizuelno dokumentovati značajne događaje. Zbog ove karakteristike novinska fotografija je i danas jedan od najzastupljenijih fotografskih žanrova.

Pored sličnosti foto-novinarskog i dokumentarnog žanra, pre svega u objektivnom prikazivanju stvarnosti, ono što novinsku fotografiju razlikuje od dokumentarne fotografije jeste aktuelnost i česta povezanost sa tekstom koji fotografija prati.

Prve fotografije na stranicama štampe, štampane uz pomoć matrice gravure u drvetu, a napravljene na osnovu fotografija, objavljene su sredinom XIX veka u londonskim novinama *Ilustrovane*



Slika 15 Divlji grad, Stiven Henri Hogen (<https://www.loc.gov/item/2003662270>)

londonske vesti (The Illustrated London News), koji počinju da izlaze 1842. godine¹⁴. Prva mehanički reprodukovana fotografija¹⁵ objavljena je 1880. godine u novinama *Dejli Grafik* (Daily Graphic) u Njujorku. Stiven Henri Hogen (Stephen Henry Horgan) autor je fotografije pod naslovom *Divlji grad* (Shantytown). Nova tehnologija štampanja fotografija odmah je počela da se koristi u periodičnoj štampi jer je bilo više vremena za izradu klišeja fotografija i pripremu izdanja, a u dnevnu štampu je ušla tek dve decenije kasnije. „Tek je 1904. godine londonski *Dejli Miror* (Daily Mirror) počeo svoje stranice ilustrovati isključivo fotografijama da bi njegov primer sledio njujorški *Ilustrejtjd Dejli Njuz* (Illustrated Daily News), i to tek 1919. godine” (Freund, 1981: 100). Pravi procvat novinska fotografija doživljava posle Prvog svetskog rata, sa razvojem ilustrovane štampe i usavršavanjem fotografske opreme.

„Zadatak prvih fotoreportera sastojao se u tome da snime pojedinačne fotografije kojima će se prpratiti neka vest. Tek onda kada je samo slika postala vest, nastao je fotožurnalizam. Naime, za razliku od prvobitnog fotoreporterstva koje fotografijom ilustruje neki tekst, u fotožurnalizmu je događaj prepričan nizom fotografija, a prati ga oskudan tekst, često sveden samo na legendu” (Freund, 1981: 105).

Procvat foto-novinarstva desio se tridesetih godina XX veka. Časopisi *Berliner Ilustrete Cajtung* (Berliner Illustrierte Zeitung), *Lajf* (Life), *Luk* (Look), *Vi* (Vu), *Pikčr post* (Picture Post) bile su prve ilustrovane novine. Vreme ovih časopisa naziva se „zlatno doba žurnalizma i fotožurnalizma” (Matić, 2017: 89). Ekspanzija je zaustavljena šezdesetih godina kada mlađi medij, televizija, preuzima primat. Ipak, štampani mediji su ostali važan izvor informisanja, a fotografija u njima i dalje je imala važnu ulogu.

Časopis *Berliner Ilustrete Cajtung* (1891–1945) počeo je da izlazi još krajem XIX veka u Nemačkoj, ali najveći uspeh doživljava posle Prvog svetskog rata kada je vlast bila liberalnog duha. Foto-reportaže

¹⁴ Dostupno na: <https://www.britannica.com/topic/Illustrated-London-News>, posećeno 20. februara 2019. godine.

¹⁵ Fotografija je štampana zahvaljujući novom postupku koji se zove polutonski (half-tone) ili raster. Reč je o simulaciji tona fotografske slike upotrebom crnih tačaka različitih veličina (krupnije tačke su označavale tamniji, a sitnije svetliji ton). Korišćeni su beli, sivi i crni tonovi. Ovaj postupak omogućio je veće tiraže i veći kvalitet štampanih fotografija.



Slika 16 Naslovna strana Berliner Illustrierte Zeitung (https://nn.wikipedia.org/wiki/Berliner_Illustrierte_Zeitung)

objavljivane su iz svih oblasti života i krajeva sveta, a među fotografima koji su radili za ove novine mogu se izdvojiti Martin Munkaši (Martin Munkacsi), Saša Stoun (Sasha Stone), Alfred Ejzenštađ (Alfred Eisenstaedt), Oto Umber (Otto Umberh), Feliks Man (Felix Man), Erih Salomon (Erich Salomon) koji će ostati upamćen kao prvi paparaco fotograf jer je često fotografisao ljude bez njihovog znanja. „Biće to početak modernog fotožurnalizma u kojem vrednost slici neće više davati njena jasnoća, već njen siže i emocija koju budi” (Freund, 1981: 109). Takve fotografije bile su moguće zahvaljujući savremenoj fotografskoj opremi, koja je bila brza i nije koristila blic.

Erih Salomon će ostati upamćen i kao snalažljiv fotograf, koji je fotografisao scene i na mestima na kojima je to bilo zabranjeno, na primer u sudnicama. I danas su korisne njegove preporuke za rad foto-novinara.

„Delatnost novinskog fotografa koji želi biti nešto više od pukog radnika, neprestana je bitka za sliku. Kao što je lovac opsednut strašću za lovom, tako je i fotograf opsednut jedinstvenom fotografijom koju želi postići. To je neprekidna borba. Treba se boriti protiv predrasuda koje postoje zbog fotografa, [...] Treba se boriti protiv administracije, činovnika, policije i stražara, [...] Nadalje, treba se boriti protiv vremena jer svaka novina daje svoj krajnji rok koji treba poštovati. A najvažnije od svega je pravilo da fotoreporter bude beskrajno strpljiv i da se nikada ne nervira. Osim toga, treba uvek biti u toku događaja i na vreme znati gde će se oni zbivati. Ako to prilike zahtevaju treba se služiti svim mogućim lukavstvima, čak ako ona uvek i ne uspevaju” (Freund, 1981: 111).

Miniher Illustrete Prese (Münchner Illustrierte Presse) je novina koji je takođe izlazila u Nemačkoj. Jedan od urednika tokom tridesetih godina bio je Stefan Lorant (Stefan Lorant). Lorant je uveo praksu da se događaji predstavljaju preko niza fotografija, i to ne samo oni značajni, već i događaji iz svakodnevnog života. Feliks Man fotografisao je i za ove novine i ostaće upamćen kao začetnik moderne foto-reporataže, koje su za teme imale događaje iz svakodnevnog života.

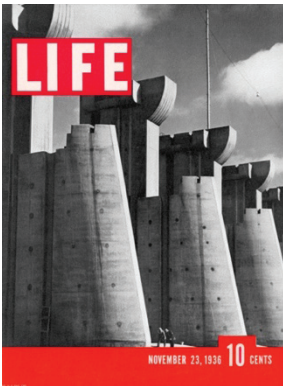


Slika 17 Naslovna strana Vu (<https://bigmedium.com/ideas/vu-magazine.html>)

Takav liberalni duh nestaje sa dolaskom Adolfa Hitlera i nacista na vlast, zbog čega će veliki broj fotografa emigrirati u ostale evropske zemlje i Sjedinjene Američke Države.

Vi (Vu) (1928-1940) su francuske ilustrovane novine, koje su preuzele model rada nemačke ilustrovane štampe. Ove novine osnovao je Lusijen Vogel (Lucien Vogel) 1928. godine. U najavi je stajalo:

„Koncipiran u novom duhu i ostvaren novim sredstvima, Vi donosi u Francusku novu formulu: ilustrovanu reportažu o svetskim događajima. [...] Sa svih mesta na kojima se bude dešavalo nešto značajno, redakciji će pristizati fotografije, telegrami i članci, tako da će Vi povezati svoje čitaoce sa celim svetom, [...] i učiniti ga pristupačnim oku, [...] Stranice pune fotografija francuskih i inostranih političkih događaja, [...] Senzacionalne ilustrovane reportaže, [...] Putopisi, prikazi velikih sudskih procesa, [...] Najnovija otkrića, strogo selektovane fotografije [...]” (Freund, 1981: 124-125).



Slika 18 Naslovna strana Life (<http://time.com/3764198/lifes-first-ever-cover-story-building-the-fort-peck-dam-1936/>)

Vi je bio karakterističan po apsolutnoj dominaciji fotografija. Foto-reportaže su zauzimale i po nekoliko strana. Među fotografima koji su radili za ove novine mogu se izdvojiti Robert Kapa, Andre Kertes (*André Kertész*), Man Rej (Man Ray), Anri Kartje Breson.

Ilustrovane novine *Life* (1936-1972) pokrenute u Sjedinjenim Američkim Državama i veoma su značajne u istoriji foto-novinarstva. Po ugledu na nemačke i francuske ilustrovane novine, Henri Lus (Henry Luce)¹⁶ objavljuje viziju novih novina sa fokusom na fotografiji, koji bi američkoj javnosti omogućio:

¹⁶ Pre ovog ilustrovanog lista Lus u partnerstvu sa Briton Hadenom (Briton Hadden) 1923. godine pokreće list Tajm.

„da vidi život; da vidi svet; da bude očevidac velikih događaja; da gleda lica siromašnih i gestove ponosnih; da vidi čudne stvari - mašine, voj-ske, mnoštvo, senke u džungli i na Mesecu; da vidi ljudski rad - njegove slike, kule i otkrića; da se stvari vide hiljadama kilometara daleko, stvari skrivene iza zidova i unutar prostorija, stvari opasne za dolazak; žene koje muškarci vole i mnogo dece; da vidi i uživa u viđenju; da vidi i bude zapanjena; da vidi i bude upućena [...]”¹⁷.

Life je bila osmišljena kao porodična novina, koja nudi raznolike teme. Redakcija je imala posebne rubrike za različite oblasti života. Fotografije su pružale verodostojnost ovim novinama. To je bilo još uvek vreme bezuslovne vere u realizam fotografije. Bilo je stalno zaposlenih slobodnih fotografa, ali su objavljivane i fotografije agencija. Margaret Berk Vajt (Margaret Bourke White) prva je žena fotograf u novinama *Lajf*, koja se bavila foto-novinarstvom, a njena fotografija se našla i na naslovnoj strani prvog broja. Pored nje, među fotografima bili su i Robert Kapa, Doroteja Lang, Vilijam Judžin Smit, čak i emigranti iz nacističke Nemačke.

Neizostavni deo istorije foto-novinarstva je foto-agencija Magnum (Magnum Photos). Agencija je osnovana 1947. godine u Parizu i jedna je od najstarijih i najprestižnijih foto-agencija u svetu. Osnivači su Robert Kapa (Robert Capa), Dejvid Sejmur (David Seymour), Anri Kartije Breson (Henri Cartier Bresson) i Džordž Rodžers (George Rodger). Foto-agencija je negovala lajf fotografiju i raznolikost. „Magnum’ je bila prva agencija koju su formirali fotografi različitog porekla i senzibiliteta za fotografije iz svih krajeva sveta. Cilj osnivača bio je da naprave instituciju koja bi svojim članovima obezbedila punu slobodu da fotografišu šta žele a ne da se fokusiraju samo na najvažnije događaje i protagoniste, ili isključivo na Ameriku i Zapadnu Evropu” (Matić, 2017: 105). Prema Matić, Magnum će ostati upamćen i kao prva agencija koja je zaštitila autorska prava svojih članova. „Njihov cilj nije bila isključivo zaštita autorskih prava i zarada. Oni su putem fotografije hteli izraziti lična osećanja i stavove o bitnim problemima epohe” (Freund, 1981: 154). Među značajnijim fotografima, koji su radili za ovu foto-agenciju, bili su Varner Bišof (Werner Bischof), Ernst Has (Ernst Haas), Eliot Irvit (Elliot Erwitt), Rene Biri (Rene Burri), Kornel

¹⁷ Dostupno na: <https://brbl-dl.library.yale.edu/vufind/Author?author=Life+magazine&type=Author&page=2>, posećeno 20. februara 2019. godine.

Kapa (Cornell Capa), Judžin Smit (Eugene Smith), Inget Morat (Inge Morath), Mark Ribu (Marc Riboud), Jozef Kudelka (Josef Koudelka), Sebastijano Salgado (Sebastiao Salgado). Foto-agencija Magnum i danas snabdeva fotografijama brojne novine širom sveta, ali saraduje i sa galerijama, muzejima, pa čak i reklamnim agencijama.

Foto-novinarstvo



Slika 19 Oslobođanje Rakitske reke kroz objektiv, Vanja Keser (<https://www.juznevesti.com/Drushtvo/Oslobadjanje-Rakitske-reke-kroz-objektiv-foto.sr.html>)

Najvažnija funkcija fotografije u medijima je informativna funkcija. Iako su ljudi skloni da veruju svojim očima, zna se da novinska fotografija nije doslovna slika stvarnosti, već da je uvek reč o konstrukt. Svaka medijska poruka može imati denotativno, bukvalno, očigledno značenje i konotativno, sekundarno, asocijativno značenje na koje utiče kultura, društvena i lična iskustva u zavisnosti od kodnih sistema. „Kodovi se mogu definisati kao grupe društvenih pravila i konvencija koje se uče tokom života u određenoj kulturi i koje su društveno i istorijski unapred određene. Medijske poruke mogu imati smisla samo unutar određenog kodnog sistema znakova” (Obrađović & Vujović, 2017: 40). Dak-

le, istinu je moguće tražiti na denotativnom (istina u smislu preciznog prikaza stvarnosti, bez režiranja scene) i konotativnom nivou (istina u smislu prikazivanja suštine, bez obzira da li je scena nameštena ili ne). O odnosu fotografije sa stvarnošću, o njenom denotativnom, bukvalnom značenju i konotativnom, asocijativnom značenju, pisao je Roland Bart u drugoj polovini XX veka (Bart, 1979, 2001).

Bez obzira na mogućnost čitanja različitih značenja, fotografija je izuzetno važan sadržaj medija.

„Fotografija daje celovitost izveštaju, ona nije samo ilustrativni deo teksta, nego istovremeno s tekstom upotpunjuje prikaz zbivanja u novinama. [...] Dovoljno je upoznati kako istraživanja pokazuju da vest bez slike objavljena u TV vestima nije uverljiva kao kada se objavljuje vest sa slikom. Čak kada slika nije autentična, postiže se veća uverljivost nego u slučaju izgovorenog teksta. Slično je u novinama (Malović, 2005: 340–341).

Prema Maloviću (Malović, 2005: 350–354), Džek Hilvig (Jack Hillwig), profesor foto-novinarstva u Sjedinjenim Američkim Državama, smatra da novinska fotografija podrazumeva višeslojni proces, koji uključuje rad foto-novinara, ali i rad urednika, grafičkih dizajnera, grafičara i svih ostalih koji učestvuju u procesima od pravljenja fotografija do njihovog objavljivanja. Hilvig ističe značaj timskog rada i definiše šest koraka u radu foto-novinara:

- ideja – dobra fotografija počinje dobrom idejom, kao i svaki drugi novinarski tekst. Fotograf koji na teren odlazi sa jasnom idejom, napraviće bolje fotografije. U tome mu može pomoći i urednik;
- radni zadatak – trebalo bi da svaka ozbiljna redakcija ima urednika fotografije, koji organizuje rad foto-novinara koji, u skladu sa svojim sposobnostima i afinitetima, kreiraju vizuelni sadržaj za potrebe svih rubrika;
- foto-novinari saraduju i sa urednicima pojedinačnih rubrika, kako bi bolje upoznali temu na osnovu koje stvaraju fotografiju;
- snimanje fotografije – najznačajnija je faza u procesu stvaranja i objavljivanja fotografije, koja će uspešnije biti sprovedena ako su prve dve dobro pripremljene. Foto-novinar mora biti dobro pripremljen i snalažljiv na terenu;
- selekcija (izbor) – foto-novinar na terenu obično napravi mnogo više fotografija nego što će biti objavljeno, zbog čega je nužna selekcija. Uz tekst u novinama objavljuje se najčešće samo jedna fotografija, ređe nekoliko. Zbog subjektivnosti foto-novinara, najbolje je da selekciju vrše urednik fotografije i pojedini urednici rubrika;

- grafičko oblikovanje (prelom) – novine koje su grafički dobro uređene usklađuju tekst i fotografije. Grafički dobro uređene i oblikovane novine privlače pažnju čitalaca;
- proizvodnja – važno je da se u daljim procesima fotografija ne ošteti, da bi se na stranicama štampe pojavila u što boljem kvalitetu¹⁸.

Profesori novinarstva u Sjedinjenim Američkim Državama, Mekdugal (McDougall) i Hempton (Hampton), govore o svim aspektima foto-novinarstva i novinske fotografije (Malović, 2005: 355–357 prema McDougall & Hampton, 1990):

- svako „čita“ svoju poruku, fotografija nije univerzalni jezik, i neće svima preneti istu poruku. Svako je interpretira u skladu sa ličnim i kulturnim kontekstom;
- istinitost je osnovni preduslov – fotografija mora biti što vernija reprezentacija stvarnosti. Poverenje čitalaca u medije mora biti održano;
- i urednici su ljudi – urednik bira fotografije koje će objaviti na osnovu ličnih iskustava, znanja, afiniteta, uređivačke politike novine koje uređuje;
- čast tehnologiji, ali prednost poruci – tehnologija ubrzava proces izrade i štampanja fotografija, ali to ne utiče na sadržaj i poruke koje one nose;
- ništa bez reči, ipak – fotografiju u novinama gotovo uvek prati tekst, koji piše fotograf, a čija je funkcija da objasni ili osnaži poruku koju nosi fotografija;
- prvj slici prava veličina – fotografiju treba objaviti u odgovarajućoj veličini na što prikladnijem položaju u novinama, u zavisnosti od kvaliteta fotografije, aktuelnosti događaja i slično;
- grafičko oblikovanje u funkciji sadržaja – grafičko oblikovanje mora biti takvo da fotografije budu razumljive.

Mekdugal i Hempton nude i tri praktična testa za ocenjivanje kvaliteta fotografije:

- poruka – prvo proveriti da li fotografija ima jasnu poruku i da li je u skladu sa etičkim standardima;

¹⁸ Ovaj korak se odnosi na analognu fotografiju. O razlici između analogne i digitalne fotografije pisano je u poglavlju Fotografija i internet.

- estetika – proveriti da li je kompozicija fotografije dobra i da li pobuđuje estetski doživljaj;
- tehnika – proveriti da li je fotografija dovoljno kvalitetna za štampanje.

Autori nude i nekoliko pitanja za urednike fotografije, na osnovu kojih se procenjuje i vrednost fotografije:

- Da li je fotografija informativna?
- Da li je fotografija zanimljiva?
- Koje reči osnažuju poruku?
- Šta bi moglo da poboljša sadržaj ili kompoziciju fotografije?
- Koja veličina fotografije može biti najmanja, a da bude čitljiva.
- Da li je jedna fotografija dovoljna za ilustraciju teme ili je potrebno više?
- Kakav će prelom najbolje preneti poruku?

Novinska fotografija se može javiti u četiri forme (Veselinović, 2005: 34–35, Đurić, 2003: 454–455):



Slika 20 Protesti u Nišu, Vanja Keser (<https://www.juznevesti.com/Drushvo/Foto-vest-Treciniski-protest-miran-mladi-prosetali-i-izneli-zahteve.sr.html?c=Komentari>)

- foto-vest je najstariji foto žanr u novinama. Kao i ostale, i foto-vest, mora biti aktuelna i značajna. Sastoji se od fotografije i kratkog teksta, koji obično pruža informacije o mestu, vremenu i akterima događaja (pravilo je da je foto-vest bolja kada tekst nije potreban). Fotografija je postavljena vertikalno ili horizontalno i, osim na prvoj i poslednjoj strani, prisutna je na svim stranama novina;

- foto-intervju, koji obično zauzima polovinu ili celu stranu novina, pored teksta, čine i fotografije. Uobičajen pristup fotografisanju u prošlosti bile su tri fotografije: na prvoj je prikazana intervjuisana osoba kao centralna figura dok

- razgovora sa novinarom, druga fotografija prikazuje pokret, intervjuisanu osobu u afektu, a treća temu razgovora. Danas su pristupi fotografisanju intervjua raznovrsniji;
- foto-esej se javlja još u XIX veku u zapadnoj štampi. To je najčešće priča o životu neke znamenite osobe pisana beletrističkim stilom, obično na celoj strani novina i ilustrovana fotografijama. Foto-esej najčešće čini grupa fotografija koje prikazuju društveni i psihološki aspekt neke teme;
 - foto-reportaža gotovo uvek govori o aktuelnom događaju, a teme mogu biti najraznovrsnije, od skupštinskog zasedanja, sportskih događaja, do prvog dana škole. Zauzima središnji deo novina, najčešće objavljena na dve strane. Sadrži desetak fotografija poređanih hronološki. Tekst je vrlo oskudan.

Prema Todić, novinska foto-reportaža nije autonomni vizuelni jezik. „Ona je u čvrstoj povezanosti sa tekstom. Bilo da je on prisutan u formi kratke legende ili kao tekstualni izveštaj o istoj temi, prisustvo teksta je od veoma velikog značaja i, rekli bismo, čak, presudnog, za značenje i smisao fotografske slike. Jer, sasvim drugi smisao dobija fotografija grupe ljudi koji zevaju, ako ispod nje stoji legenda: Haška konferencija 1930, jedan sat ujutru” (Todić, 1993: 84).

Novinske fotografije ne pripadaju isključivo medijima. One se sve češće izlažu u galerijama i muzejima širom sveta. „Svakako, radi se delimično i o reakciji na opadanje interesovanja za medije koji štampaju fotografije foto-novinara, dok je drugim delom u pitanju posledica promene interesovanja fotografa kao odgovor na pritisak struktura savremenih komunikacija” (Prajs, 2006: 147). Izložbe novinskih fotografija često budu priređene i posle nagradnih konkursa.

Razvoj foto-novinarstva u Srbiji

Prema Milanki Todić, foto-novinarstvo se u Srbiji prvi put javlja 1907. godine, u nedeljniku *Nedelja*, ilustrovanim novinama za zabavu i pouku. Međutim, u godinama koje su usledile, tokom Prvog svet-skog rata, u novinama su objavljivane ratne fotografije foto-novinara Riste Marjanovića. Njegove fotografije bile su izlagane širom sveta još za vreme rata i prikazivale su junačke borbe i ekstremne patnje srpskog



Slika 21 Naslovna strana lista Nedelja (http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/casopisi_pretrazivi_po_datumu/nedelja/1907/08/b002-03#page/0/mode/1up)

naroda u borbi protiv mnogo jačeg protivnika (Debeljković, 1979: 252).

Foto-novinarstvo se intenzivno razvija od kraja dvadesetih godina XX veka, čemu je doprineo tehnološki razvoj fotografske opreme i tehnologije štampe. Fotografija postaje dokument, a njen sadržaj postaje važan. Značajna je tema fotografije.

„U želji da se događaj reprodukuje uz pomoć što većeg broja slika, koje će pratiti određene odlučujuće momente zbivanja, sasvim logično se došlo do foto-žurnalizma. Jednostavno su u ilustrovanoj štampi objavljene serije slika o jednom događaju. Foto-reportaža tridesetih godina je zapravo priča o aktuelnom događaju ispričana u slikama i prokomentarisana kratkim tekstualnim legendama” (Todić, 1993: 83).

Todić navodi da je jedan od foto-novinara tog vremena, Vojin Đorđević, 1936. godine objavio knjigu o značaju foto-reportaža u dnevnoj štampi. Foto-reportaže, posebno one koje izveštavaju o aktuelnim događajima, objavljujane su u tadašnjim dnevnim novinama, u *Politici*, *Vremenu*, *Pravdi*. Đorđević zaključuje da u Srbiji još nema pravih ilustrovanih novina koje neguju i u kojima dominiraju tematski razrađene fotografske priče. Dominirale su portretne fotografije, a foto-reportaže uglavnom su pravljene povodom važnih događaja, ponekad i o svakodnevnom aktivnostima običnih ljudi. Fotografijama je pridavan manji značaj od teksta, a o tome kakav su status imale govori podatak da nisu bile autorski potpisivane.

Ovakve fotografije, koje prikazuju obične ljude i njihove živote, ostaju važni socijalni dokumenti. Fotografije sa ulica, pijaca i vašarskih okupljanja u prestonici u prvoj polovini XX veka ostavili su foto-novinari Mihajlo S. Petrović i Aleksandar Aca Simić.

U savremenom dobu svaki ozbiljan medij ima urednika fotografije. „Danas je nepojmljivo da bi ma koja publikacija bez slika, dnevna ili periodična, mogla zadržati više od nekoliko hiljada čitalaca” (Makluan, 1971: 288).

Jedan od najznačajnijih foto-novinara u Srbiji je Tomislav Peternek. Novinskom fotografijom počeo je da se bavi sredinom XX veka, u novini Svetlost u Kragujevcu. Od 1970. godine bio je urednik fotografije u nedeljniku *NIN*, u kome je proveo više od dve decenije. Fotografisao je za najuticajnije foto-agencije, kao što je Rojters (Reuters). U karijeri je zabeležio najznačajnije domaće i međunarodne političke i ratne događaje. Bavio se i primenjenom, reklamnom i modnom fotografijom. Dobitnik je brojnih nagrada u oblasti fotografije. Njegov veliki doprinos novinskoj fotografiji ogleda se u osnivanju obrazovnog smera za foto-novinare pri Jugoslovenskom institutu za novinarstvo 1985. godine. (Malić, 2009).

Neki od značajnih foto-novinara u Srbiji danas, predstavljeni su u poglavlju „Foto-novinari i fotografi: intervjui”.

Profesija foto-novinar

Naziv foto-novinar je „složenica grčke i francuske reči, a označava čoveka dvostruke stručnosti: fotografske i novinarske. [...] Dok je fotograf posebno zanimanje, fotoreporter je profesionalni novinar koji je novinarske zahteve ugradio u fotografisanje za list” (Đurić, 2003: 453). Od foto-novinara se očekuje da poseduje i novinarsku i fotografsku stručnost.

Stjepan Malović, u knjizi *Osnove novinarstva*, takođe ističe važnost novinarskog znanja u foto-novinarskom poslu: „Fotoreporter i snimatelj jesu i moraju biti novinari. Zato svakom snimanju pristupaju kao novinari i služe se temeljnim načelima novinarske profesije” (Malović, 2005: 339). Foto-novinari su čak u situaciji da prate različite događaje, pa često moraju da budu bolje informisani od novinara.

Profesija foto-novinara nije imala uspešan početak na prelasku iz XIX u XX vek. Freund u svojoj knjizi *Fotografija i društvo* navodi da su foto-novinari za osvetljenje enterijera koristili magnezijum u prahu, koji je stvarao neprijatnu svetlost i neugodni miris. Zbog takve svetlosti, ljudi bi na fotografijama ostajali otvorenih usta i u nesprenim pozama. Osim toga, fotografski aparati bili su još neobično teški, pa je za posao foto-novinara bila važna fizička snaga. (Freund, 1981: 102–103).

Zbog toga, foto-novinari nisu bili dobrodošli na zvaničnim događajima.

Prema Veselinoviću, danas možemo razlikovati tri pozicije foto-novinar (Veselinović, 2005: 50):

- stafer (staffer) – stalno zaposlen;
- frilenser (freelancer) – fotograf ima potpunu slobodu u radu i bira poslove;
- stringer (stringer) – obezbeđuje fotografije za jedan izvor, ali se plaća po pojedinačnom prilogu.

Na kojoj god poziciji da se nađu i fotografišu, foto-novinari:



Slika 22 Požar u magacinu boje i lakova Geox u Nišu, Aleksandar Stankov (<https://www.juznevesti.com/Hronika/Gori-magacin-na-Mramorskom-brdu-u-Nisu.sr.html>)

„gotovo uvek rade u teškim, a često i u mukotrpnim okolnostima. Uvek su ograničeni vremenom. Moraju imati dobro zdravlje, hrabrost i dobre reflekse da bi se mogli prilagoditi svim situacijama. Često su u opasnosti i mnogi su životom platili svoju smelost. Budući da kontaktiraju sa ljudima iz svih klasa, moraju se znati s istom ležernošću ponašati na kraljevskom dvoru kao i među pripadnicima nekog divljeg plemena” (Freund, 1981: 139).

Na kojoj god da je poziciji, od foto-novinar se očekuje „da ispolji inicijativu, da nađe živu fotografiju i na monotonom skupu nezanimljivog govornika, da donese dobre fotografije iz prizemlja urbanog i ruralnog života, iz čekaonica železnice i ambulante, iz školskog dvorišta i muzejskog mira” (Đurić, 2003: 454).

Kao proizvod selebriti (celebrity) kulture, pojavila se posebna kategorija foto-novinar – paparaco (paparazzi) fotografi. Paparaco fotografije najčešće su fotografije javnih ličnosti, koje su fotografisane bez njihovog znanja, u uobičajenim aktivnostima, bez poziranja. Zbog specifičnosti fotografisanja, često je reč o fotografijama lošeg kvaliteta. Neki autori jasno odvajaju posao paparaco fotografa od posla foto-novinar.

„I jedni i drugi koriste se istim fotoaparatom, filmovima i blicevima. Izgledaju slično, a ponekad se i njihove fotografije objavljuju u istom časopisu. Ipak, uloge tih dvaju fotografskih zanimanja prilično se razlikuju. Fotoreporter fotografiše kako bi informisao javnost. Paparaco fotografiše kako bi zabavio ili uzbudio čitaoce, [...] Fotoreporter nastoje da prenesu informaciju i pokažu događaje koje čitaoci sami nisu videli. Paparaci snimaju fotografije kako bi iskoristili nezasićenost radoznalosti javnosti kada su u pitanju životi i ljubavne afere slavni ljudi” (Gelb, 2008: 136–137).

Rad paparaco fotografa neprestano je na ivici zakona i etike, čak su mnogi tragični događaji povezani sa njihovim beskrupuloznim ponašanjem tokom fotografisanja¹⁹, ali jedan od najneobičnijih njihovih akcija dogodila se 1972. godine na ostrvu Skorpis u Grčkoj. Džeki Kenedi Onazis (Jackie Kennedy Onassis), bivša supruga ubijenog američkog predsednika, uslikana je naga na ostrvu uprkos velikom obezbeđenju. Paparaco fotografi su u ronilačkim odelima krišom došli do ostrva, napravili fotografije uz pomoć teleobjektiva i objavili ih u italijanskim erotskim novinama *Plejmen* (Playman). Fotografije su odmah objavljene širom sveta (Freund, 1981: 178–179). Ramamurti smatra da ovakav tip fotografije „oskudeva u moralnoj svesti i ne ohrabruje gledaoca/konzumenta da razmišlja o ozbiljnim društvenim konfliktima. Naprotiv, potpuno je okrenuta ka ostvarivanju profita” (Ramamurti, 2006: 279).

Međunarodna studija pod nazivom *Budućnost profesionalnog foto-novinarstva* svedoči o tome da je percepcija rizika, koja je sprovedena na uzorku od hiljadu i pet stotina profesionalnih foto-novinara iz više od stotinu zemalja, istraživala trenutno stanje i budućnost profesionalnog foto-novinarstva, sa posebnim fokusom na rizik i percepciju rizika među fotografima. Rezultati pokazuju da foto-novinari moraju da se prilagode novim tehnologijama, društvenim medijima, novoj medijskoj ekonomiji i građanskom novinarstvu.²⁰

Studija pod nazivom *Stanje novinske fotografije* sadrži sledeći podatak: stavovi foto-novinara prema radnim praksama, tehnologiji i

¹⁹ U svetskoj javnosti je smrt britanske princeze Dajane u saobraćajnoj nesreći 1997. godine povezana sa paparacima koji su jurili za automobilom u kome se nalazila.

²⁰ Istraživanje dostupno na: <https://dspace.stir.ac.uk/bitstream/1893/23053/1/JP%20Article%20on%20Photojournalism%20Final%20Draft.pdf>, posećeno 10. maja 2020. godine.

životu u digitalnom dobu²¹, sprovela je organizacija World Press Photo (WPPF)²² u saradnji sa Rojtersovim institutom za studije novinarstva (Reuters Institute for the Study of Journalism²³). Tokam četiri godine, od 2015. do 2018, anketirano je pet hiljada dve stotine dva fotografa iz više od stotinu zemalja.

Ključni nalazi su sledeći:

- najveći procenat, više od sedamdeset odsto foto-novinara, ima fakultetsko obrazovanje iz novinarstva, umetnosti i humanističkih nauka;
- registrovan je trend opadanja broja foto-novinara sa punim radnim vremenom, a sve je više stringera;
- sve je manje foto-novinara koji se deklarišu kao foto-novinari, a sve više onih od kojih se zahteva i video zapis;
- zabeležen je porast upotrebe nove tehnologije – dronova;
- Zabeležen je trend prelaska foto-novinara sa društvene mreže Facebook na društvenu mrežu Instagram, kao i mogućnost zarade na društvenim mrežama;
- gotovo polovina foto-novinara smatra da su u teškom materijalnom položaju, ali, uprkos toj činjenici, većina je srećna dok obavlja svoj posao;
- većina foto-novinara je muškog roda, više od osamdeset odsto, a gotovo sedamdeset odsto žena foto-novinara suočene su sa diskriminacijom na radnom mestu;
- većina foto-novinara, dve trećine njih, starosti je između 30 i 49. godina (Hadland & Barnett, 2018).

Foto-novinari, iako najčešće fotografišu svakodnevne događaje za informativne rubrike, tokom svoje profesionalne karijere mogu se naći u i ulozi ratnih foto-novinara.

²¹ Istraživanje dostupno na: https://www.worldpressphoto.org/getmedia/4f811d9d-ebc7-4b0b-a417-f119f6c49a15/the_state_of_news_photography_2018.pdf, posećeno 10. maja 2020. godine.

²² Dostupno na: www.worldpressphoto.org, posećeno 15. juna 2020. godine.

²³ Dostupno na: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>, posećeno 15. juna 2020. godine.

Ratna fotografija

Dokumentovanje ratnih sukoba oduvek je bila potreba ljudi širom sveta. „I dan danas, mnogi ljudi baziraju svoje razumevanje prirode rata na fotografskim slikama, pre nego na pismenim izveštajima” (Prajs, 2006: 117).



Slika 23 Dolina senki, Rodžer Fenton (<https://blogs.loc.gov/picturethis/2017/03/witness-to-history-roger-fentons-photographs-of-the-crimean-war/>)

Krimski rat (1853-1856) bio je prvi rat dokumentovan fotografijom na zahtev tadašnje britanske kraljice Viktorije (Victoria of the United Kingdom)²⁴. Tražeći opravdanje za učešće svoje zemlje u ratu Ministarstvo rata Velike Britanije angažuje Rodžera Fentona (Roger Fenton) da dokumentuje rat, ali bez scena krvo-prolića. Fenton je putovao brodom na Krim sa dva pomoćnika. „Sa sobom su poneli pet kamera, 700 staklenih ploča, hemikalije za razvijanje fotografija, alate i hranu. Fenton je takođe uzeo specijalno konstruisani karavan koji je bio opremljen kao mračna soba. Često se našao u stvarnoj opasnosti, posebno kada su granate eksplodirale oko veoma vidljivog vagona” (Sandler, 2002: 105-106). Zbog složenosti procesa, a i specifičnih zahteva vlasti, da sadržaj ne bude uznemirujuć, fotografije akcija u ratnim sukobima nisu mogle biti napravljene, ali su fotografisani vojnici, rovovi, logori. Ipak, i takve fotografije svedočile su o strahotama rata. Neke od njih objavljene su u novini *Ilustrejtid London Njuz* (*Illustrated London News*), zahvaljujući drvorezima napravljenim na osnovu fotografija. Jedna od čuvenih fotografija pod nazivom *Dolina senki smrti* (*The Valley of the Shadows of Death*), prikazuje polje bez ljudi, ali zemlju prekrivenu topovskim đuladima, što je govorilo o stra-

²⁴ Viktorijanskim dobom je označeno vreme: „... koje traje od 1837. do 1901. godine i predstavlja jako važan period u istoriji Engleske. U to vreme Engleska je bila zemlja tehnološke inovacije, najjača industrijska i ekonomska sila, ali i zemlja u kojoj se prešlo sa manufakture na industrijalizaciju i u kojoj su se smenili konzervativci i liberali”, prema: <https://www.nationalgeographic.rs/vesti/12619-viktorijanska-nauka.html>, posećeno 13. februara 2019. godine.

hotama ratnih dejstava. Fenton će u istoriji ostati upamćen kao prvi ratni foto-novinar.

Američki građanski rat (1861-1865) je rat iza kog je ostalo najviše fotografija, čak nekoliko hiljada. Metju Brejdi (Matthew Brady) bio je uspešan fotograf portretista (sa studijima u svom vlasništvu u Njujorku i Vašingtonu), ali kada je rat počeo, uložio je svu svoju imovinu motivisan potencijalnom zaradom od kasnije prodaje fotografija. Brejdi je angažovao nekoliko fotografa za fotografisanje ratnih scena, a među njima su bili: Timoti Saliven (Timothy H. O'Sullivan), Aleksandar Gardner (Alexander Gardner) i Džordž Bernard (George Barnard). Njihove fotografije ostaće upamćene i po prvom prikazivanju mrtvih tela. Akcije još nisu mogle biti zabeležene. Ove fotografije se mogu, prema Prajsu, smatrati i kamenom temeljcem foto-novinarstva. Slike u štampanim medijima, koje su rađene na osnovu fotografija, bile su ravnoprвне sa pisanom rečju i pružale su verodostojne uvide u dešavanja na ratištu (prema Prajs, 2006: 118).



Slika 24 Smrt vojnika lojalnih snaga, Robert Kapa (<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/283315>)

U XX veku nije bilo rata koji nije bio dokumentovan fotografijama. Posle Prvog svetskog rata i stotine hiljada napravljenih fotografija, 1936. godine Robert Kapa (Robert Capa) beleži jednu od najpoznatijih ratnih fotografija tokom Španskog građanskog rata (1936-1939), koja nosi naziv Smrt vojnika lojanih snaga (Death of a Loyalist Soldier). Kapa je, prema rečima Matić, postavio temelje ratne i reportažne fotografije. Njegova izjava „Ako vaše slike nisu dovoljno dobre, niste dovoljno blizu” postala je krilatica foto-novinarima (Matić, 2017: 103). Kapa će ostati upamćen i kao fotograf koji nije samo posmatrao sa strane, već je ulazio u sukobe i bio deo vojske.

Drugi svetski rat (1939-1945) fotografisali su: Robert Kapa, Bert Hardi (Bert Hardy), Judžin Smit (Eugene Smith), Dejvid Dagleas Dankan (David Douglas Duncan), Džo Rozental (Joe Rosenthal) i drugi. Fotografije su prikazivale, ne samo ratna dejstva, već i žrtve rata i njegove posledice, koje su zabeležili Li Miler (Lee Miller) i Margaret Berk

Vajt (Margaret Bourke White). I nadalje „tek u posleratnom periodu, počev od Korejskog rata naovamo, neposrednost ratnih fotografija počinje da poprима veći značaj. Od tada nas bujica autentičnih slika preplavljuje svojom kumulativnom snagom. Slike iz Koreje, sa Kipra, iz Izraela, Konga, Bijafre i Vijetnama, ostavile su neizbrisiv trag na našu uobrazilju” (Lewinski, 1978: 12 prema Prajs, 2006: 120).



Slika 25 Napalm devojčica, Nik Ut
(<http://time.com/4485344/napalm-girl-war-photo-facebook/>)

Mnoge od ratnih fotografija imale su uticaj i na sam ishod rata, kao na primer u Vijetnamu. Jedna od najpoznatijih ratnih fotografija fotografa Nika Uta (Nick Ut) pod nazivom Napalm devojčica (Napalm Girl)²⁵, prikazuje nugu i ranjenu devetogodišnju devojčicu, koja beži od napalm bombe. Fotograf je za nju dobio Pulicerovu nagradu. Fotografi su postali svesni razornih posledica rata i počeli su da objav-

ljaju potresne fotografije i budili savest javnosti. Vijetnamski rat promenio je dotadašnju praksu foto-novinara i urednika novina, pa se više nisu objavljivale šokantne fotografije, koje bi mogle uplašiti i obeshrabriti javnost, čija je podrška neprestano bila važna za nastavak ratnih sukoba.

Sportska fotografija

Sportska fotografija jedna je od najatraktivnijih i, verovatno, najzahtevnijih formi novinske fotografije. Njen cilj je da pruži informaciju o sportskom događaju ili događaju koji je na neki način povezan sa sportom. Ova vrsta fotografije zadovoljava najviše profesionalne standarde, jer je, kao i sam sport, često komercijalizovana i u vezi sa korporacijama sportske opreme.

²⁵ Društvena mreža Fejsbuk (Facebook) je 2016. godine, na osnovu “algoritamske” odluke uklonila objavu norveškog lista Aftenposten (Aftenposten) koja je sadržala ovu istorijsku fotografiju. Zbog brojnih kritika, Fejsbuk je ubrzo promenio odluku i vratio fotografiju. Dostupno na: <https://www.theguardian.com/technology/2016/sep/09/facebook-reinstates-napalm-girl-photo>, posećeno 11. februara 2019. godine.

Razvoj sportske fotografije naročito je bio uslovljen napretkom tehnologije, jer je pokret njen osnovni motiv. Osim pokreta, sportska fotografija beleži i emociju, što je čini posebno zanimljivom. „U sportskim snimcima želimo videti: prikaz skladno građenog tela, elan sportiste, njegovu snagu, borbu i težnju za pobedom, želimo videti najuzbudljiviji momenat, najvažniju fazu nekog pokreta, moment u kojem se oseća napetost, brzina i dinamika pokreta. Jedan događaj odigra se u sportu samo jedanput i više se na isti način ne ponavlja” (Fizi, 1966: 165).

Savremena sportska fotografija teži i umetničkom izrazu. „Sport se takođe može definisati kao umetnost koja zahteva da svaki sportista da sve od sebe da bi se prikazao kao vrhunski sportski umetnik, jer je zadužen za vrlo složenu motoričku aktivnost koja uključuje sve delove njegovog tela. Zbog toga fotografija ima složen zadatak, to jest složen zadatak ‘zamrzavanja’ pokreta sportiste” (Stamenković, 2018: 104).



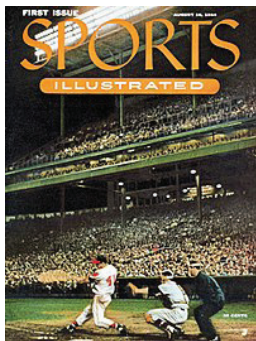
Slika 26 Teniser Laine pozira u studiju (https://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/who_shot_sports)

Prema Stamenkoviću, prva sportska fotografija snimljena je 1843. godine. Snimili su je fotografi David Octavius Hill (David Octavius Hill) i Robert Adamson (Robert Adamson) (prema Stamenković, 2018: 105). Na njoj je prikazan teniser Laine.

Sportski fotografi moraju, poput sportista, biti fokusirani, jer ne smeju da propuste ključni trenutak, pokret ili ključnu emociju. „Kao i svi fotografi, sportski fotografi traže interesantne, neobične, emotivne i neočekivane događaje na terenu i van njega. Događaji na klupi mogu biti podjednako interesantni kao i događaji na terenu” (Kobre, 2017: 216). Kobre smatra da kamera vidi više nego što ljudsko oko može da primeti u trenutku. Kamera stvara sliku koja se može iznova gledati.

Značajan događaj za razvoj sportske fotografije je pojava časopisa *Sports Illustrated* (Sports Illustrated) 1954. godine u Sjedinjenim Američkim Državama. To je bio časopis bogato ilustrovan fotografijama, kako sugerise i sam naziv, i prvi je koji je dostigao tiraž od više od milion primeraka²⁶.

²⁶ Dostupno na: https://en.wikipedia.org/wiki/Sports_Illustrated, posećeno 25. maja 2020. godine.



Slika 27 Prvi broj časopisa Sports Illustrated (https://en.wikipedia.org/wiki/Sports_Illustrated)

Sportske rubrike zauzimaju značajan prostor u gotovo svim medijima. Poslednje strane novina rezervisane su za sportski sadržaj, a vesti o sportu na televiziji imaju značajan udeo u emitovanju programa. Sportske emisije, prenosi takmičenja, svečanosti, dokumentarne emisije o sportu, emitovane na prvom programu Javnog medijskog servisa Srbije, u 2018. godini, imale su čak 26,5 odsto udela u gledanosti (Jovanović, 2019: 22). U dvadeset najgledanijih televizijskih emisija u Srbiji u 2019. godini, prvih pet su prenosi sportskih takmičenja (Jovanović, 2019: 27).

Malović ističe ključna obeležija sportskog novinarstva; izveštavanje o sportskim takmičenjima, profil - priče i portreti sportista, a govori i o negativnim pojavama u sportu, kao što su doping, nameštanje rezultata i sl. (prema Malović, 2005: 305-306). Jedan od problema,



Slika 28 Fudbalska utakmica Partizan-Vojvodina na stadionu Čair u Nišu, Vanja Keser (<https://www.juznevesti.com/Sport/Od-20-prekopenal-serije-Vojvodina-stigla-do-trofeja-Kupana-Cairu-neredi-i-kratak-prekid.sr.html>)

kada je reč o izveštavanju medija o sportu, jeste stereotipno prikazivanje žena sportistkinja. „Mediji kroz svoje narativne i vizuelne poruke grade rodnu hijerarhiju u sportu, u kojoj dominiraju ‘snažni’ muškarci nad ‘slabim’ ženama, a muški sport vrednuju više od ženskog” (Vujović, Mitrović & Obradović, 2017: 1137).

Kada je reč o vrstama sportskih fotografija, pored standardne foto-vesti (jedna fotografija pruža informaciju o sportskom događaju), foto-reporataže (više fotografija pruža informacije o sportskom događaju) i foto-eseja (više fotografija pruža informacije o sportskom događaju ili životu sportiste, uz slobodniji stil foto-novinar), Kos u završnom radu *Sportska fotografija* izdvaja i sledeće forme:

- sportski portret;
- foto-komentar;
- foto-zanimljivost;
- foto-sekvenca;
- foto-priča.

Sportski portret je fotografija samog sportiste snimljena tokom sportskog događaja ili na treningu, koja se objavljuje u dnevnoj ili periodičnoj, specijalizovanoj štampi. Foto-komentar podrazumeva prikazan stav foto-novinar na fotografiji. Foto-zanimljivost je fotografija na kojoj je prikazan neobičan događaj. Foto-sekvenca čini nekoliko fotografija koje predstavljaju neki događaj ili ličnosti u kratkom vremenskom intervalu. Foto-priču čini nekoliko fotografija koje pričaju priču kroz uvod, kulminaciju i rasplet, tj. početak, sredinu i kraj. Ovaj koncept može se dodatno proširiti fotografisanjem lokacije događaja i njenih učesnika. Kroz foto-priču prikazani su sportisti, tok sportskog događaja, ali i proslava pobeđe, reakcije publike i sl. (Kos, 2019: 16–17).

Danas je popularna i forma selfi (selfie) sportke fotografije. Većina sportista ima profile na društvenim mrežama, na kojima objavljuju fotografije snimljene van terena i sportskih događaja, tokom treninga, na primer.

Portretna fotografija

Portretna fotografija započinje svoj razvoj u većim gradovima Evrope i severnoameričkog kontinenta, sredinom XIX veka. Prve portretne fotografije pravljene su u fotografskim ateljeima, najpre fotografskim postupcima dagerotipija i tablotipija, a portrete su mogli da priušte imućni pojedinci i njihove porodice. Portretne fotografije postaju posebno popularne i doživljavaju masovniju proizvodnju kada je format portreta smanjen na format podsetnice. Nastale su takozvane *carte de visite*, tj. foto-podsetnice. „Svako je želeo i dobio sliku sebe, članova porodice ili bliskih prijatelja. Fotografije su počele da se razmenjuju među ljudima, sakupljaju i čuvaju u albumima, koji su se u to vreme i pojavili. Za predstavnike političkih i kulturnih krugova, foto-podsetnice su bile odlično sredstvo za promovisanje karijere i ugleda” (Matić, 2017: 32). Zbog masovne proizvodnje, fotografski



Slika 29 Foto-portret Sare Bernar (Sarah Bernhardt, Gaspar Feliks Turnašon Nadar, 1864. (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sarah_Bernhardt,_par_Nadar,_1864.jpg))

portreti često su rađeni mehanički, bez želje i truda da fotografije prenesu emociju ili karakter portretisane osobe. Međutim, bilo je i izuzetaka. Gaspar Feliks Turnašon Nadar (Gaspard-Félix Tournachon), novinar i karikaturista, napravio je fotografske portrete brojnih poznatih ličnosti. Njegov rad je obeležilo odbacivanje svih rekvizita. „Nadar je ‘razgolitio’ modela iskorišćavajući do maksimuma prazninu fotografskog ateljea, svetlost, crte lica, konture tela, i poze za kreiranje potpuno inovativnog prikaza ličnosti” (Matić, 2017: 33).

Prenošenje emocije i karakternih crta ličnosti ostala je odlika i savremenog foto-novinarskog portreta. Foto-novinarski portret ima za cilj da ispriča priču i prikaže osećanja osobe čiji se portret fotogra-



Slika 30 Predsednik Srbije Aleksandar Vučić, Vanja Keser (fotografiju na korišćenje ustupio autor)

fiše. Reč može da bude o političarima, umetnicima, sportistima i ostalim javnim ličnostima ali i ljudima iz svakodnevnog života koji su se našli u okolnostima vrednim medijske pažnje.

Portreti mogu biti spontani ili pozirani. Međutim, većina foto-novinara teži da napravi spontane portrete, prika-



Slika 31 Miloš Timotijević, Vanja Keser (fotografiju na korišćenje ustupio autor)

(prema Kobre, 2017: 105). Kobre takođe smatra da je teško istovremeno fotografisati i voditi smislen razgovor, a što je neophodno u opuštanju fotografisanog lica, kako bi se dobile što iskrenije fotografije. Zbog toga je važno obezbediti saradnika koji bi bio zadužen za razgovor sa onima čiji se portret fotografiše (Kobre, 2017: 105).

Od pripovedačkih elemenata važnih za uspešnu portretnu fotografiju, Kobre ističe:

- svetlost - svetlost u svoj svojoj raznolikosti obično određuje raspoloženje slike. Osvetljene fotografije nude optimistično raspoloženje, a mračniji efekat postiže se senkama, dok su dominantni tonovi fotografije tamno siva i crna;
- pozadina - pozadina utiče na „čitljivost“ fotografije. Čitljivost zahteva da se posmatrač ne izgubi u detaljima okoline. Pozadina može biti nebo, fotografsko platno ili papir. Savremena oprema foto-aparata ima mogućnost zamučanja pozadine. Pozadina će se i dalje prikazivati, ali biće meka i delimično nejasna. Uz mutnu pozadinu, pažnja gledaoca ostaće na osobi čiji se portret fotografiše;
- okruženje - na osnovu okruženja u koje je smešten onaj čija se portretna fotografija pravi, u svom životnom prostoru

zujući iskrena osećanja potretisane osobe. „Moje omiljene fotografije su stvarni trenuci kada su subjekti zaboravili da ste tu“, kaže Nikol Bengiveno (Nicole Bengiveno), foto-novinar *novine Njujork tajmsa* (The New York Times) (prema Kobre, 2017: 103). Foto-novinari koriste različite taktike u cilju pravljenja spontanih portreta: „Jednom kada postavite ljude na neko mesto, samo čekate i oni će se izgubiti u sopstvenim mislima. [...] Na kraju onima koji su fotografisani toliko dosadi da zaborave da se slikaju i opuste se“, kaže Artur Grejs (Arthur Grace), fotograf magazina *Tajm* (Time) i *Njuzvik* (Newsweek)

ru, okružen predmetima koje svakodnevno koristi, čitalac može da zaključi o njegovom načinu života, životnim problemima ili zadovoljstvima. Oronula koliba farmera priča posebnu životnu priču, kao i kancelarija obložena plišom novopostavljenog direktora nekog preduzeća;

- rekviziti – predmet koji osoba drži ili uniforma koju nosi može dokumentovati priču. Ovakvi rekviziti pružaju vizuelne informacije o osobi čiji se portret fotografiše, upućuju gledaoce na profesiju, hobi i interesovanje fotografisanog;
- lice – od svih elemenata na fotografiji, lice ima najveću psihološku težinu. Bilo istinito ili ne, ljudi pretpostavljaju da je lice „ogledalo duše“. Foto-novinar bira fotografiju na kojoj je emocija fotografisanog u skladu sa sadržajem poruke, koju fotografija prenosi;
- oči – na prvim foto-novinarskim portretima fotografisane osobe gledale su u kameru. Kasnije je pogled fotografisanih bio usmeren u daljinu. Portreti snimljeni u drugoj polovini XX veka često prikazuju fotografisane osobe u akciji, kao da ne primećuju prisustvo kamere. Kasnije su se portretni stilovi vraćali direktnom pogledu, jer fotografi veruju da će gledalac biti najviše povezan sa osobom na portretu kada njih dvoje stupe u kontakt pogledom;
- jezik tela – ruke pomažu da se priča neverbalno ispriča. Foto-novinar, koji fotografiše nečiji govor, neće fotografisati dok govornik ne podigne ruku da istakne nešto o čemu govori. Uvek je dobro fotografisati ruku u akciji, dok se igra kosom, dodiruje bradu ili lice. Osoba koja gricka nokte otkriva određenu napetost u situaciji u kojoj se nalazi (Kobre, 2017: 105–119).

Osim pojedinačnih, foto-novinari prave i grupne portrete, kod kojih je važno što je moguće jasnije prikazivanje lica svake osobe.

Građansko foto-novinarstvo

Iako su masovni mediji oduvek pružali mogućnost čitaocima (slušaocima, gledaocima) da reaguju na medijski sadržaj, da napišu pismo ili se uključe u program, građansko novinarstvo je fenomen XXI veka. Dominantan komunikacioni lanac u kome masovni mediji emituju poruke, a masovna publika ih prima, stvar je prošlosti.

Građansko novinarstvo (participativno, interaktivno, umreženo novinarstvo) omogućeno je razvojem informaciono-komunikacionih tehnologija, pre svega, razvojem interneta i mobilnih telefona. „Upravo ta tehnologija omogućuje svakom građaninu da sam napravi vest i distribuiraju je globalno, uz pomoć interneta, što je nekada bilo isključivo pravo i mogućnost profesionalnih novinara i medijskih kuća” (Krstić, 2011: 99). Građansko novinarstvo pruža priliku građanima, u ulozi neprofesionalnih novinara, da izraze svoje mišljenje na internetu o događajima ili ljudima iz javnog života kroz tekst, fotografiju ili video zapis. Pritom, „proizvodi građanskog novinarstva zadovoljavaju sve funkcije masmedija: informisanje, zabavu, infotejment, obrazovanje, itd.” (Radojković, 2015: 309).

Događaji koji su osnažili razvoj građanskog novinarstva su tragedije koje su svedoci snimali i objavljivali na internetu i pre dolaska profesionalnih novinarskih ekipa. Teroristički napad u Sjedinjenim Američkim Državama 11. septembra 2001. godine²⁷ i cunami u Indoneziji 2004. godine²⁸ neki su od tragičnih događaja, koji su građani fotografisali. Prve fotografije koje se mogu smatrati građanskim foto-novinarstvom u Srbiji, snimljene su 2006. godine, kada se dogodila eksplozija u vojnom skladištu u Paraćinu²⁹. Fotografije i video zapise napravili su građani, postavili ih na internet i tako postali preteče razvijenijeg građanskog novinarstva u Srbiji.

Profesionalni novinari mogu građansko novinarstvo doživeti kao pretnju, ali su mnogi mediji ovu novu mogućnost iskoristili da

²⁷ Dostupno na: <https://www.vreme.com/cms/view.php?id=1009660>, posećeno 15. maja 2020. godine.

²⁸ Dostupno na: <https://www.vreme.com/cms/view.php?id=401873>, posećeno 15. maja 2020. godine.

²⁹ Dostupno na: https://www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2006&mm=10&dd=19&nav_category=16&nav_id=216026, posećeno 15. maja 2020. godine.

svoja onlajn izdanja učine interaktivnim. Osim blogova i foruma, gde je moguće da građani ostavljaju komentare na objavljen sadržaj, mediji otvaraju i mogućnost da gledaoci samostalno kreiraju sadržaj. To je učinio i Javni medijski servis Srbije otvarajući rubriku „Gledaoci reporteri”³⁰, na kojoj se objavljuju odabrane fotografije potpisanih građana. I manji mediji pružaju ovu mogućnost, kao što su Južne vesti³¹, koje takođe insistiraju na fotografijama građana. „Najnoviji trend u participativnom novinarstvu je pojava tzv. hiperlokalnog novinarstva, u kojem na veb portalima lokalno stanovništvo izveštava o događajima u zajednici, koje konvencionalni mediji (posebno nacionalne novine i televizije) najčešće ignorišu ili im ne posvećuju dovoljno pažnje” (Krstić, 2011: 102).

Građansko novinarstvo neguju i mediji u regionu. „Zanimljiv je primjer hrvatskog dnevnika ‘24 sata’ koji čitatelja za atraktivnu fotografiju, objavljenu na naslovnici, honorira s 500 kuna.” (Mučalo & Šop, 2008: 54).

Osnovna prednost građanskog novinarstva je sloboda izražavanja mišljenja na internetu, ali postoje i nedostaci. Neke od njih navodi Radojković: identitet komunikatora u građanskom novinarstvu je diskutabilan, mnoge informacije koje su proizvod građanskog novinarstva nisu u javnom interesu, novinari amateri ne podležu nikakvoj internoj ili eksternoj kontroli, ne moraju da poštuju profesionalne etičke kodekse, nemaju odgovornost za javnu reč što im omogućava da šire lažne vesti i plasiraju skrivene reklame, bilo komercijalne ili političke (prema Radojković, 2015: 309-312). Radojković stoga veruje da građansko novinarstvo neće nadmašiti profesionalno. To bi značilo i da građansko foto-novinarstvo ne može da ugrozi profesionalno.

³⁰ Takvu mogućnost pruža Javni medijski servis Srbije RTS. Dostupno na: <https://www.rts.rs/page/magazine/ci/news/256/gledaoci-reporteri.html>, posećeno 15. maja 2020. godine.

³¹ Dostupno na: <https://www.juznevesti.com/problem/index.sr.html>

Foto-novinarstvo i nagrade



Slika 32 Milton Brooks, prva Pulicerova nagrada za fotografiju (<https://www.pinterest.co.uk/pin/531143349785734501/>)

Najprestižnija nagrada u novinarstvu jeste Pulicerova nagrada (Pulitzer Prize). Za najveća ostvarenja u dvadeset i jednoj kategoriji u oblasti novinarstva, književnosti i komponovanju muzike, Univerzitet Kolumbija iz Njujorka (Columbia University in the City of New York) dodeljuje priznanja i novčane nagrade. Nagradu je ustanovio Džozef Pulicer (Pulitzer Joseph), američki novinar mađarskog porekla, i dodeljuje se od 1917. godine. Pulicerova nagrada za fotografiju dodeljuje se od 1942. godine, a od 1968. postoje dve kategorije:

1. Pulitzer Prize for Feature Photography (reportažna fotografija koja nije direktno vezana za aktuelne, udarne vesti);
2. Pulitzer Prize for Breaking News Photography (aktuelna fotografija, nastala kao udarna vest)³².

Fotografije mogu biti crno-bele ili u boji, a novčana nagrada za obe kategorije je petnaest hiljada dolara.

Za živopisnu i zapanjujuću vizuelnu priču o važnosti, očaju i tuzi migranata na putu u SAD iz Centralne i Južne Amerike, fotograf poreklom iz Srbije, Goran Tomašević, radeći za Rojters agenciju, dobio je Pulicerovu nagradu 2019. godine, i tako ušao u istoriju kao prvi srpski foto-novinar nagrađen ovim prestižnim priznanjem.

World Press Photo je takmičenje za najbolju fotografiju ili grupu fotografija profesionalnih foto-novinara, koje se organizuje od 1955. godine. Nagrade se dodeljuju u nekoliko kategorija, među kojima su: savremeni događaji, vesti, dugoročni projekti, priroda, portret, sport.

Centar za razvoj fotografije u Srbiji (CRF)³³, u saradnji sa Udruženjem novinara Srbije (UNS) organizuje nacionalna takmičenja istog karaktera pod nazivom Press Photo Srbija. Već dvadeseti put

³² Dostupno na: www.pulitzer.com, posećeno 15. juna 2020. godine.

³³ Dostupno na: www.crf.rs, posećeno 15. juna 2020. godine.

raspisuje konkurs za najbolje fotografije u domaćim medijima, koje su snimljene na teritoriji Republike Srbije. Nagrade se dodeljuju u nekoliko kategorija, a neke od njih su: život reportaža, portret, vest, ilustracija, vesti reportaža.

Betina fotografija godine³⁴ je regionalno takmičenje za najbolju medijsku fotografiju profesionalnih foto-novinarara jugoistočne Evrope. Novinska agencija Beta ovaj konkurs raspisuje već 15 godina, a posebne kategorije nisu određen.

REKLAMNA FOTOGRAFIJA

Fotografije u medijima čine i reklamne fotografije. One nisu deo redakcijske produkcije i za njih važe druga pravila. Njihov cilj nije da informišu javnost, već da prodaju proizvod. Reklamna fotografija posebno je zastupljena u periodičnoj, specijalizovanoj štampi i u onlajn medijima.

Razvoj reklamne fotografije prati razvoj potrošačkog društva, društva spektakla (Debor, 2003). Uloga reklamne fotografije u promociji i prodaji različitih roba i usluga bila je jasna još od XIX veka, ali dominantna od prve polovine XX, posebno od kraja Prvog svetskog rata, kad su rođene ilustrovane novine, koje su se finansirale isključivo od rekalma. U prvom broju novina *Life* čak trećinu sadržaja činile su reklame (Freund, 1981: 140). Reklame i reklamne fotografije značajan su sadržaj i izvor prihoda i savremene periodične štampe.

Reklamna fotografija se može označiti kao parazitska, jer pozajmljuje postojeće žanrove. Prema Vilkinson, reklamna fotografija prisvaja dokumentarni, realističan stil, kako bi služila za identifikaciju sa potrošačima, ali usvaja i kinematografski, glamurozan stil, kako bi probudila želje u posmatračima (Ramamurti, 2006: 278 prema Wilkinson, 1997). Reklamne fotografije su sve manje realistične, a sve više simboličke; one su ujedno i nosioci određenih značenja u cilju uticaja na emocije potrošača, na njihove želje i potrebe. Danas je reklamna fotografija važan deo potrošačke kulture.

³⁴ Dostupno na: www.betafotokonkurs.com, posećeno 15. juna 2020. godine.



Slika 33 Reklama u časopisu *Žena i svet*, 1940. (https://digitalna.nb.rs/wb/NBS/casopisi_pretrazivi_po_datumu/zena_i_svet/1940/08/b008#page/0/mode/1up)

O načinima dekodiranja reklamne fotografije govorio je Roland Bart (Roland Barthes) ističući denotativno, bukvalno značenje i konotativno, asocijativno značenje, koje dominira u reklamama (Bart, 1979, 2001). Reklame su uvek ideološki obojene, a mi, kao posmatrači i potrošači učestvujemo u neprestanoj reprodukciji te ideologije. Kreatori kodiraju reklamnu fotografiju, a posmatrači je dekodiraju. Ovi procesi se poklope kada i jedni i drugi dele isti društveni i kulturni kontekst, u suprotnom, dekodiranje može biti i drugačije od namere kreatora³⁵. Ipak, takva situacija je retkost, reklamne fotografije se najčešće iščitavaju u dominantnom ključu.

Kroz reklamne fotografije moguće je čitati kulturu i ideologiju određenog društva. I one, kao i drugi kulturni tekstovi, mogu učestvovati u stvaranju i održavanju određenih stereotipa, kao što su rasni, klasni ili rodni, što nailazi na brojne kritike. „Jedna od glavnih kritika odnosi se na način na koji reklame uvek predstavljaju žene kao objekte za posmatranje. U pitanju je nastojanje da se intenzivira predstavljanje žena kao pasivnih objekata i kao objekata koji bude seksualnu želju” (Ramamurti, 2006: 298). Prikazivanje žena na reklamnim fotografijama, njihovu diskriminaciju, objektivizaciju i fragmentaciju istraživao je Erving Gofman (Erving Goffman) u knjizi *Reklamiranje roda* (Gender Advertisement). Dženis Vinšip (Janice Winship), u članku Rukovanje uslovljeno rodom (Handling Sex),

³⁵ Dekodiranje je, prema Stjuartu Holu (Hol, 2008), moguće na tri načina: 1. dominantno, koje se poklapa sa namerama kreatora fotografije; 2. dogovoreno, koje se donekle poklapa sa namerama autora; 3. opoziciono, koje je suprotno od namera stvaraoца fotografije.



Madame Gabrielle Chanel is above all an artist in living. Her dresses, her perfumes, are created with a faultless instinct for drama. Her Perfume No. 5 is like the soft music that underlies the playing of a love scene. It kindles the imagination, indelibly fixes the scene in the memories of the players.

LES PARFUMS

CHANEL

CLANON DE CHANEL GARDON DE CHANEL COB DE ROSE (ROSE SHIRAZ)

Slika 34 Reklama za parfem Chanel N°5, 1937 (https://inside.chanel.com/en/no5/campaigns/1937_no5)

proučava prikaz ženskih i muških ruku u reklamama i zaključuje da je prikazivanje stereotipno. Muške ruke su prikazane kao aktivne i dominantne, a ženske kao brižne i u dekorativne svrhe. Vinšip ukazuje i na sve izraženiju fragmentaciju ženskog tela, što ženu depersonalizuje (Winship, 1981). Na fragmentaciju, koja vodi objektivaciji, ukazuje i Robert Goldman (Robert Goldman) u knjizi *Društveno čitanje rekalmna* (Reading Ads Socially) (Goldman, 1992). Savremeno reklamiranje i objektivacija kroz vizuelno predstavljanje je, osim za žene, karakteristično i za muškarce (Grau & Zotos, 2016).

Na reklamnim fotografijama roba je često reklamirana nagim ili polunagim ženskim telom. O takvoj erotizaciji robe govori Edgar Moren:

„Možda je korisno da se erotizira sva roba, ali se sva roba ne da erotizirati; štaviše, erotizacija ima ne samo svoje granice (cenzuru), već i svoje opasnosti: ona rizikuje da pre izazove bol nego zadovoljstvo želje, ili da usmeri prema seksu želju koju treba da usmeri prema robi. Sve ovo sprečava potpunu erotizaciju reklame. Erotizam će naročito vladati tamo gde su prisutni drugostepeni seksualni činovi – odelo, šminka, frizura [...]” (Moren, 1979: 458-459).

Reklamne fotografije reprodukuju i rasne stereotipe kroz stereotipan prikaz Drugosti. Fotografi su prikazivali “primitivnost” ili egzotičnost kolonijalizovanih naroda u cilju dokazivanja sopstvene, evropske superiornosti. Ramamurti navodi primer fotografa Malek Alula (Malek

Alloula) koji je u Alžiru fotografisao alžirske žene, i pravio egzotične i erotske razglednice, koje su bile namenjene Francuzima koji su preko njih upoznavali Istok. Malek je fotografije objavio u knjizi *Kolonijalni harem* (The Colonial Harem) 1987. godine (prema Ramamurti, 2006: 306-307). Stereotipno viđenje Drugosti se održalo do današnjih dana.

Reklamne fotografije često su nosioci ideoloških poruka, za čije je razumevanje važno poznavati kontekst proizvodnje, kontekst u kojem su prikazane ali i kontekst recepcije. Modna kompanija (Benetton) i njene reklame su primer ideološkog upliva. Oliviero Toskani (Oliviero Toscani) sproveo je nekoliko faza u reklamnim kampanjama za ovu modnu kuću i doneo joj svetsku popularnost. Njegove reklamne fotografije „[...] promovisale su ideologije kapitalizma i imperijalizma, u trenutku kada je SSSR bio pred samim raspadom” (Ramamurti, 2006: 325). U ovoj fazi SSSR simbolično je prikazivan kao ratoboran, a zapadni svet kao miroljubiv. U fazi „šok reklamiranja” Toskani pravi rasno diskriminatorne fotografije. Na jednoj od njih tamnoputa žena, ogoljenih grudi, bez glave, doji dete bele puti. Ova fotografija razumevana je u kontekstu robovlasničke prošlosti i kao takva osuđena je od šire javnosti. U fazi reklamiranja u kome se koriste pseudodokumentarne fotografije, Toskani ponovo šokira javnost koristeći fotografije iz stvarnog života. Na jednoj od njih prikazan je David Kirbi (David Kirby) oboleo od AIDS-a, na samrtničkoj postelji uz roditelje.

Vizuelni element reklamnih poruka postao je dominantan u oglašavanju još od kraja XIX veka. „Uspavana i klišetirana pažnja čitalaca stare srpske štampe razbijena je u poslednjim decenijama XIX veka kada su se pojavili prvi oglasi sa ilustracijama. Naime, do ključne inovacije je došlo kada je informativni tekst pomeren u stranu, tačnije na marginu, kako bi se pojavila slika reklamiranog proizvoda u centralnom polju oglasa” (Todić, 212: 11). I ne samo da je postala dominantna, fotografija je promenila i prirodu reklamnih poruka. „Ako je tekst krajem XIX veka bio rasprisan u oglasima, između ostalog i zato što je bio nosilac faktografskih informacija, onda je slika otvarala prozor u asocijativnu i simboličku ravan značenja predstavljenog predmeta u štampanim reklamnim porukama već od početka XX veka” (Todić, 2010: 217).

Industrija slika pratila je proizvodnju industrijske robe, modernizaciju, razvoj građanskog društva, ali i razvoj medija. Digitalizacija medija i mogućnosti koje ona donosi, izmenile su i reklamnu fotografiju.

MODNA FOTOGRAFIJA

Reklamna fotografija obuhvata i modnu fotografiju. „Modna i reklamna fotografija zajedno sa fotožurnalizmom i dokumentarnom fotografijom predstavljaju na neki način vrhunac u oblikovanju društva i kulture XX veka” (Matić, 2017: 129). Modna fotografija datira iz XIX veka. „Godine 1856. objavljena je knjiga Adolphe Braun-a koja je sadržavala 288 fotografija Virginie Oldoini, poznate i kao grofica La Castiglione, plemkinje iz Toskane koja je boravila na dvoru Napoleona III. Grofica, koja je na tim fotografijama obučena u dvorsku odeću, u istoriji je ostala zapamćena kao prvi fotomodel” (Samardžić, 2012)³⁶.



Slika 35 Naslovna strana lista *Vogue*
(<https://www.vogue.com/article/vogue-125-1892-2017-compare-and-contrast-now-and-then>)

Prema Matić, još krajem XIX veka osnivane su modne novine, nosioci modnih fotografija. *Harpers Bazar* (Harper's Bazaar), osnovan 1867. godine bio je modni nedeljnik, koji je objavljivao tekstove i fotografije o kulturi i modi u SAD i Evropi. *Vog* (*Vogue*), osnovan 1892. godine bio je njegov najveći konkurent, koji je objavljivao priče iz kulture, umetnosti, i svakodnevnog života slavnih. Ove dve novine dugo su bile najuticajnije kada je reč o modnoj fotografiji. Među fotografima koji su radili za *Vog* izdvajaju se: Adolf de Mejer (Adolphe de Meyer), Edvard Stejhen (Edward Steichen), Sesil Biton (Cecil Beaton), Džordž Hojningen Hine (George Hoyningen Huene), Men Rej (Man Ray) i Martin Munkaši, koji je u modnu fotografiju uveo elemente foto-novinarstva.

Razlike među modnim fotografijama ne ogledaju se u modelima koji su na njima predstavljeni, niti u odeći koju oni nose, već se ogledaju u kontekstu u kome je fotografija napravljena. Neki fotografi prave studijske fotografije, a neki to čine na otvorenom, sa prirodnom svetlošću. Neki fotografi insistiraju na poziranju modela, a drugi pak beleže njegov prirodan pokret.

³⁶ Dostupno na: <http://www.crf.rs/rubrike/izdvajamo/20/2012/04/11/nastanak-i-zivot-modne-fotografije.html>, posećeno 26. marta 2019. godine.

STOK (STOCK) FOTOGRAFIJA

Stok fotografija bi se mogla definisati kao fotografija dostupna u datotekama fotografa (ili fotografskih agencija), koje se mogu pozajmiti za reprodukciju širokom spektru klijenata. Među klijentima su i mediji koji, u nedostatku sopstvene produkcije fotografija, po meri teksta ili rubrike, preuzimaju besplatne stok fotografije ili fotografije čije su cene značajno niže od produkcije fotografija. Ove fotografije najčešće se koriste za ilustriranje sadržaja koji se objavljuje.

Reč je o velikim bankama fotografija, koje se prikupljaju od brojnih autora, a one su najrazličitije sadržine, razvrstane u brojne kategorije, za najrazličitije potrebe klijenata, od ilustracija u štampi do marketinga. Neke od fotografija su besplatne, a neke se kupuju (kupuju se licenca za upotrebu) po različitim cenama.

Sajtovi koji nude stok fotografije su:

- <https://www.gettyimages.com/>
- <https://depositphotos.com/>
- <https://www.shutterstock.com/>
- <https://www.istockphoto.com/>
- <https://www.dreamstime.com/>
- <https://www.fotolia.com/>
- <https://www.bigstockphoto.com/>

Većina stok agencija prilikom registrovanja novih korisnika sprovodi mini test, traži probne fotografije, zahteva kopiju ličnog dokumenta. Često su potrebne i saglasnosti modela na fotografijama (Model Release), kada osoba prikazana na fotografiji daje saglasnost za fotografisanje i objavljivanje i saglasnost za prikazivanje lične imovine (Propert Release).

Treba razlikovati komercijalnu upotrebu fotografija, u okviru koje se razlikuju Rights Managed, gde cena zavisi od vrste upotrebe fotografije i Royalty Free, gde cena ne zavisi od namene. Postoji i Editorial upotreba, kada se fotografije koriste u edukativne ili novinarske svrhe, isključivo nekomercijalno sa javnim interesom³⁷.

Prednosti stok fotografije jesu:

- niska cena – nije potrebno uvek angažovati profesionalnog fotografa. Cene mogu biti veoma pristupačne;

³⁷ Dostupno na: <https://pcpress.rs/stock-fotografija/>, posećeno 20. juna 2020. godine.

- veliki izbor fotografija – kategorije fotografija su mnogobrojne, a željeni sadržaj je moguće naći pomoću ključnih reči;
- kvalitet fotografija – sve dostupne fotografije prošle su proveru, pa je moguće doći do dobrih fotografija visoke rezolucije;
- dostupnost – fotografije su brzo dostupne za preuzimanje.

Nedostaci stok fotografije su:

- ograničenost licence – svaka fotografija ima svoja ograničenja. Najbolje je kupiti fotografiju s licencom za višestruko neograničeno korišćenje. Neke su dostupne samo za jednokratnu upotrebu, neke ne smeju biti korišćene za oglašavanje, i sl.;
- nedostatak ekskluzivnosti – fotografije mogu biti kupljene više puta, pa, na primer, nemamo garanciju da ćemo imati ekskluzivnu fotografiju za reklamnu kampanju;
- šablonizirane fotografije – fotografije za ovakvu prodaju prave se šablonski, prateći aktuelne trendove.

FOTOGRAFIJA I PRAVNI PROPISI

FOTOGRAFIJA I MANIPULACIJE

Manipulacije na fotografijama postoje od njenog nastanka, a fotografija u štampi samo je usvojila tehnike. „Objektivnost fotografije je puka iluzija”, smatra Fren (Freund, 1981: 155). Najčešće manipulacije prisutne su u režiranju, obradi i kontekstu fotografije.



Slika 36 Fotografija portret Hipolit Bajarda i pismo upućeno zvaničnicima (<https://twitter.com/photohistorian/status/1052888350368124928>)

Prva „lažna” fotografija u istoriji jeste režirana fotografija Hipolit Bajarda (Hippolyte Bayard) iz 1840. godine, na kojoj je prikazano njegovo, navodno beživotno telo, uz poruku na poleđini fotografije da je reč o samoubistvu, jer nije usledilo priznanje zvaničnika za izum fotografije, nezavisno od priznatih izumitelja. Kasnije je Bajard dobio novčanu nagradu za svoj rad.

Prve foto-montaže zabeležene su još u XIX veku, tokom Pariske komune u Francuskoj, kada je Ežen Aper (Eugène Appert) vršio lažnu identifikaciju učesnika Komune. Naime, u objavljenoj knjizi *Zločini komune* (Les Crimes de la Commune) on je nevesto menjao lica navodnih počinilaca zločina, što je u to vreme i prihvaćeno kao istina (Prajs, 2006: 97).

Artur Rotštajn (Arthur Rothstein), američki fotograf, koji je tokom tridesetih godina fotografisao posledice ekonomske krize u američkom društvu, u okviru Uprave za zaštitu farmi, upamćen je po „vo-

lovske glavi”. Naime, kako bi pojačao utisak težine krize, on je lobanju vola premestio sa travnate na isušenu i ispucalu zemlju.

Manipulacije na fotografijama nastavljene su kroz istoriju, a posebno su bile prisutne u totalitarnim režimima, kakav je bio SSSR u drugoj polovini XX veka. Gruba obrada fotografije podrazumeva fizičko uklanjanje objekta ili osoba sa nje, kao što je slučaj sa uklanjanjem političkih protivnika sa fotografija.

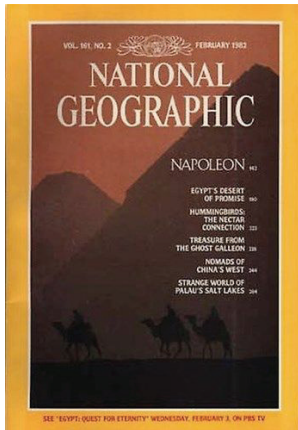


Slika 37 Fotografije pre i posle uklanjanja sovjetskog političara i obaveštajca Nikolaja Ježova (Никола́й Ива́нович Ежов) sa fotografije na kojoj je prikazan Josif Staljin (Иосиф Виссарионович Джугашвили Сталин)
(<http://www.alteredimagesbdc.org>)

Menjanje kontrasta, boja i sl. takođe je deo često neetičke obrade fotografija. Primer za takvu obradu je izmena boje kože čuvenom američkom ragbisti O. J. Simpsonu (O. J. Simpson) optuženom za ubistvo, tokom suđenja juna 1994. godine. Za razliku od naslovne strane časopisa *Njuzvik* (Newsweek), na kojoj je prikazan realistično, na naslovnoj strani časopisa *Tajm* (Time) prikazan je tamnijm nego što u stvarnosti jeste. Reč je o stereotipnom prikazivanju tamnopusitih ljudi, kao sklonijih kriminalu.³⁸

Primer manipulacije digitalnom obradom fotografije u medijima nalazimo februara 1982. godine, na naslovnoj strani časopisa *Nacionalne geografije* (National Geographic), koji je svoj imidž izgradio na dokumentarnoj fotografiji. Fotografija Gordona Gahana (Gordon Gahan) izmenjena je tako što su piramide “približene”, kako bi se horizontalna, originalna fotografija, uklopila na vertikalno postavljenu naslovnu stranu.

³⁸ Dostupno na: <http://www.alteredimagesbdc.org>, posećeno 20. juna 2020. godine.



Slika 38 Naslovna strana časopisa Nacionalna geografija, Gordon Gahan (<https://www.pinterest.com/pin/56576539041435046/?autologin=true>)

kontekst stranice, naslova i medija u kom se pojavljuje (prema Kedra, 2017).



Slika 39 Krvava subota, H.S. Vong <https://rarehistoricalphotos.com/bloody-saturday-a-crying-chinese-baby-amid-the-bombed-out-ruins-of-shanghais-south-railway-station-1937/>

Fren navodi manipulaciju fotografijom kada joj se značenje menja legendom. Naime, moguće je za istu fotografiju napisati legende sasvim suprotnih značenja. Po odluci urednika moguće je promeniti politička i ideološka uverenja prikazanih ljudi, ili žrtve priključiti odgovarajućoj strain. Kada foto-novinari prepuste fotografiju uredništvu, gube moć kontrole konteksta u kome će se fotografije upotrebiti.

Još jedan od načina manipulacije i menjanja značenja fotografije čini se izborom redosleda postavljanja fotografija. Ako su sadržaji previše u suprotnosti, na primer prikaz bogatih i siromašnih, siromaštvo će izgledati još teže, a bogatima će biti pripisan deo krivice. Za određenu interpretaciju novinske fotografije važan je

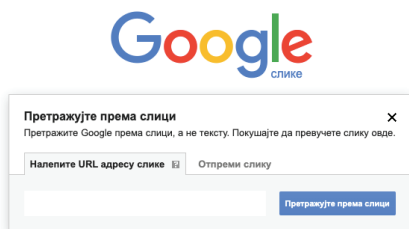
Manipulacije su moguće i kreiranjem pseudodogađaja i režiranjem scena koje će biti fotografisane (Freund, 1981: 154-164). Jedan od poznatijih primera nameštanja scene jeste fotografija Krvava subota (Bloody Saturday) nastala 1937. godine u Šangajju, kada je fotograf Vong (H. S. Wong) postavio uplakanu bebu na prugu bombama razorene železničke stanice, sa namerom da pojača efekat tragedije posle japanskog bombardovanja³⁹.

³⁹ Dostupno na: <https://rarehistoricalphotos.com/bloody-saturday-a-crying-chinese-baby-amid-the-bombed-out-ruins-of-shanghais-south-railway-station-1937/>, posećeno 25. marta 2019. godine.

Verifikacija fotografije

Pitanja na koja je potrebno odgovoriti za verifikaciju fotografija su:

- Da li je fotografija originalna?
- Ko je snimio fotografiju?
- Gde je nastala fotografija?
- Kada je fotografija snimljena i zbog čega?



Slika 40 Ilustracija Google slike (<https://www.google.rs/imghp?hl=sr&tab=wi&authuser=0&ogbl>)

Na ova pitanja moguće je odgovoriti primenom alata besplatno dostupnih na internetu. Najčešće korišćeni je Google images. Otpremanjem ili upisivanjem URL adrese fotografije u polje za pretragu, moguće je utvrditi da li je fotografija već javno publikovana, gde je ranije objavljivana i slično.



RevEye Reverse Image Search

Веб-сајт: www.squobble.com

★★★★☆ 124 | [Алатке за претрагу](#) | 30.000+ корисника

Slika 41 Ilustracija RevEye Reverse Image Search (<https://chrome.google.com/webstore/detail/reveye-reverse-image-search/keaacjhehbbapnphmpiklalshelgf>)

Osim ove mogućnosti, korisnici pretraživača Google Chrome imaju mogućnost instalacije dodatka RevEye Reverse Image Search, zahvaljujući kome je, desnim klikom na bilo koju fotografiju, moguće dobiti podatke o njoj: ko je izvor, gde je već objavljivana, postojanje vizuelno slične fotografije.



Slika 42 Ilustracija FotoForensics (<http://fotoforensics.com/>)

Za verifikaciju fotografija veoma je koristan sajt www.fotoforensics.com, na kome je, unošenjem URL adrese ili otpremanjem fotografije, moguće utvrditi EXIF informacije o fotografiji, koje podrazumevaju tehničke karakteristike fotografije: kada je nastala, kojim modelom foto-aparata je snimljena, ko ima autorska prava i slično.

ETIČNOST FOTOGRAFIJE U MEDIJIMA

U Srbiji još ne postoji kodeks koji uređuje fotografije u medijima, iako profesionalni foto-novinari najavljuju donošenje takvog dokumenta, tj. Etičkog kodeksa fotografa Srbije⁴⁰. Trebalo bi da se foto-novinari do tada oslanjanju na *Kodeks novinara Srbije*, koji svojim uputstvima i smernicama reguliše upotrebu fotografija u medijima.

U *Kodeksu novinara Srbije*, u odeljku „Istinitost izveštavanja”, navodi se:

- promene sadržaja fotografije nedopustive su bez saglasnosti autora:
 - mora se jasno naglasiti razlika između dokumentarne fotografije i foto-montaže. Čitaoci/gledaoci ne smeju da se dovode u zabludu;
 - nedopustive su drastične intervencije pri digitalnoj obradi dokumentarne fotografije. Dozvoljene su samo minimalne korekcije (u domenu boja, kontrasta, oštine, i slično) koje ne utiču na njen sadržaj (*Kodeks novinara Srbije*, 2015: 8).
- U delu *Kodeksa novinara Srbije* „Nezavisnost od pritiska”, navodi se:
 - bilo kakve intervencije (urednika, grafičkog urednika, dizajnera i drugih), u pogledu sadržaja fotografije, nedopustive su bez saglasnosti autora (*Kodeks novinara Srbije*, 2015: 10).

U poglavlju „Odgovornost novinara”, navedeno je:

- korišćenje tuđih informacija, ideja, istraživanja, fotografija i grafičkih prikaza bez adekvatnog navođenja izvora, smatra se plagiranjem i predstavlja jednu od najtežih povreda profesionalnih i etičkih standarda. Plagiranje ugrožava kredibilitet novinara/medijske kuće, i dovodi i do gubitka poverenja čitalaca/gledalaca/slušalaca u novinarsku profesiju (*Kodeks novinara Srbije*, 2015: 15-16).

Dalje, u odeljku *Kodeksa novinara Srbije*, „Poštovanje privatnosti”, navedeno je:

⁴⁰ Dostupno na: <http://mediareform.rs/fotografije-onlajn-medijima-potrebna-veca-odgovornost-medijskih-profesionalaca/>, posećeno 10. januara 2019. godine.

- prilikom izveštavanja o nesrećama i krivičnim delima nije dozvoljeno objavljivanje imena i fotografija žrtava i počini-laca koje ih jasno identifikuju. Takođe, nije dozvoljeno ni objavljivanje bilo kakvih podataka koji bi indirektno mogli da otkriju identitet bilo žrtve, bilo počinioca, pre nego što nadležni organ to zvanično saopšti;
- fotografi i snimatelji dužni su da se, prilikom fotografisanja žrtava nesreća i zločina, ophode sa obzirom i saosećanjem;
- novinar je obavezan da osigura da dete ne bude ugroženo ili izloženo riziku zbog objavljivanja njegovog imena, foto-grafije ili snimka sa njegovim likom, kućom, zajednicom u kojoj živi ili prepoznatljivom okolinom (*Kodeks novinara Srbije*, 2015: 23–24).

Takođe, u poglavlju *Kodeksa novinara Srbije*, „Korišćenje časnih sredstava”, navodi se:

- u prikupljanju informacija, fotografija, dokumenata, zvučnih i video zapisa novinar će se koristiti samo časnim sredstvima;
- novinar ne treba da nastavi sa postavljanjem pitanja, telefoniranjem, fotografisanjem ili snimanjem privatnog lica pošto je zamoljen da odustane (*Kodeks novinara Srbije*, 2015: 25).

U odeljku „Poštovanje autorstva”, navedeno je:

- fotografije moraju da budu potpisane imenom i prezime-nom autora ili vlasnika fotografije;
- kršenje autorskih prava neovlašćenim reprintom, kopi-ranjem fotografija iz štampanih medija, preuzimanjem (download) fotografija sa interneta, smatra se teškom povredom ovog *Kodeksa*;
- fotografije se ne mogu ustupati drugim licima, organizacija-ma, institucijama i medijima bez saglasnosti autora;
- novinar neće u svoje ime potpisivati tekstove, crteže, ilustra-cije, fotografije, video i zvučne zapise drugih autora;
- foto-montaže i obrađene fotografije moraju jasno da budu razgraničene od dokumentarne fotografije. Čitaoci/gledaoci ne smeju se namerno dovoditi u zabludu;

- novinar treba da odbije da potpiše tekst, fotografiju, crtež, ilustraciju, zvučni ili video zapis kada je uredničkom, lektorskom ili drugom intervencijom izmenjen, tako da je promenjen njegov smisao, ukoliko su te izmene suprotne mišljenju i uverenju novinara, i u slučaju kada za to novinar ima opravdani interes (lična sigurnost, itd);
- takođe, ne bi trebalo da se novinar potpiše ukoliko nije učestvovao u pripremi i izradi teksta, fotografije, crteža, ilustracije, zvučnog i video zapisa;
- ukoliko je promenom nadnaslova, naslova i podnaslova urednik promenio smisao i intonaciju teksta, fotografije, crteža, ilustracije, zvučnog i video zapisa, novinar je dužan da na to skrene pažnju uredniku, i da zahteva izmene. Ukoliko urednik ne prihvati zahteve novinara, on ima pravo da traži izostavljanje svog potpisa, odnosno da povuče tekst, fotografiju, crtež, ilustraciju, video i zvučni zapis;
- urednik je obavezan da usliši zahtev novinara da ga ne potpiše pod tekstem, fotografijom, crtežom, ilustracijom, zvučnim ili video zapisom ukoliko novinar smatra da bi time bila ugrožena njegova bezbednost;
- fotografija uz tekst/prilog koja nije nastala na samom događaju koji ilustruje, mora da bude naznačena kao arhivska;
- potrebno je jasno naznačiti svaku fotografiju, koja nije nastala neposredno na događaju, a služi njegovom ilustrovanju (*Kodeks novinara Srbije*, 2015: 26–27).

U Smernicama za primenu *Kodeksa novinara Srbije* u onlajn okruženju, u odeljku „Istinitost izveštavanja”, navodi se:

- osnovna uloga medija kao organizovanih entiteta, koji plasiraju medijske sadržaje, jeste da, pomoću video zapisa, fotografije, zvuka i teksta, prenose urednički oblikovane informacije, ideje i mišljenja, kao i druge sadržaje namenjene javnoj distribuciji i neodređenom broju korisnika. Takve informacije plasiraju se na takav način da se pravila novinarske profesije primenjuju uz puno poštovanje prava građana da budu istinito, potpuno i blagovremeno informisani o pitanjima od javnog značaja;

- sa obavezom poštovanja prava građana da budu istinito informisani o temama od značaja za javnost u onlajn okruženju, nespojivo je fabrikovanje digitalnih tragova. Nije dozvoljeno objavljivanje izmišljene komunikacije, kao ni izmena (i kasnije objavljivanje) komunikacije koja je takva da promeni njeno izvorno značenje, kontekst, smisao i prikaz (na primer: tendenciozno skraćivanje tekstova, kropovanje fotografija, montaža video zapisa i sl.), kao i druga izmena komunikacije bez dozvole učesnika u toj komunikaciji (pomoću elektronske pošte, SMS-a, platformi za komunikaciju ili drugih kanala komunikacije) (*Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju*, 2016: 4).

U poglavlju „Poštovanje privatnosti” u *Smericama za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju*, navedeno je:

- privatni podaci i zapisi, uključujući tu i privatne fotografije, video i druge zapise koje je privatna osoba objavila na društvenoj mreži ili drugoj platformi moguće je objavljivati samo uz prethodnu saglasnost te osobe, osim u slučajevima kada interes javnosti preteže nad pravom na privatnost, i to u meri u kojoj je to neophodno da se ostvari svrha izveštavanja (*Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju*, 2016: 11).

U odeljku „Poštovanje autorstva” u okviru *Smerica za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju*, navedeno je:

- prilikom objavljivanja tuđeg medijskog materijala – uključujući, ali se ne ograničavajući na novinarske tekstove, fotografije i video zapise – medij i novinar koji želi da objavi takve informacije po pravilu je dužan da pribavi prethodnu saglasnost nosioca autorskog prava ili samog autora. Preporučuje se mediju da o zahtevu za davanje saglasnosti i samoj saglasnosti obezbedi pisani trag;
- u okviru izveštavanja javnosti o tekućem događaju, u obimu koji odgovara svrsi i načinu izveštavanja o tekućem događaju, dozvoljeno je bez dozvole autora i bez plaćanja autorske naknade objavljivanje autorskih dela koja su sastavni deo tekućeg događaja o kome se izveštava. Ovo ograničenje odnosi se, po pravilu, samo na situaciju kada se autorsko delo

uzgredno nađe u medijskom izveštaju u kontekstu izveštavanja, na primer, u medijskom izveštaju o požaru kada se u kadru nađe logo neke kompanije, ili kada se javnost izveštava o izložbi umetničke fotografije. I u ovoj situaciji treba obavezno naznačiti autora i poštovati druga moralna prava autora (*Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u on-lajn okruženju*, 2016: 13 i 15).

Uprkos jasnim odredbama kodeksa profesionalne etike, istraživanja pokazuju da su kršenja etičkih normi u Srbiji česta, čak i kada je reč o fotografijama u medijima. "Najčešći prekršaji su nenaglašavanje ilustrativne prirode i nenavođenje autorstva fotografije, kada je o težim prekršajima reč, o nepoštovanju pretpostavke nevinosti i prava na privatnost. Etičkih prekršaja ima više na naslovnim stranama nego unutar novina (Vujić & Stojanović Prelević, 2015: 135).

Udruženje foto-novinarar Sjedinjenih Američkih Država (National press photographers association) postavilo je standarde za svakodnevni rad foto-novinarar⁴¹:

1. Biti tačan i sveobuhvatan u reprezentaciji subjekata;
2. Odoleti mogućnostima za manipulisanje fotografijama;
3. Biti kompletan i obezbediti kontekst prilikom fotografisanja ili snimanja subjekata. Izbjegavati stereotipno prikazivanje pojedinaca i grupa. Prepoznati i raditi na sprečavanju predrasuda u radu;
4. Tretirati sve subjekte s poštovanjem i dostojanstvom. Posebno obratiti pažnju na ugrožene subjekte i saosećati sa žrtvama zločina ili tragedije. Prikažite lične trenutke tuge samo kada je to u interesu javnosti;
5. Ne treba namerno menjati i uticati na događaje prilikom fotografisanja subjekata;
6. Uređivanje bi trebalo da zadrži integritet, sadržaj i kontekst fotografija. Ne treba manipulirati fotografijama, dodavati ili menjati sadržaj ili pogrešno prikazivati subjekte i dovoditi u zabludu gledaoce;
7. Ne treba plaćati izvore ili subjekte i materijalno ih nagradivati za informacije i učestvovanje;

⁴¹ Dostupno na: <https://nppa.org/code-ethics>, posećeno 22. februara 2019. godine.

8. Ne treba prihvatati poklone, usluge ili naknade od onih koji mogu tražiti uticaj na izveštavanje;
9. Ne treba namerno sabotirati napore drugih novinara;
10. Ne treba se baviti uznemirujućim ponašanjem kolega, podređenih ili subjekata i treba održati najviše standarde ponašanja u svim profesionalnim odnosima.

Zbog nedostatka svevažećeg kodeksa foto-novinarstva u mnogim zemljama, ozbiljne medijske organizacije kreiraju svoje kodekse. „Postojanje ovakvog dokumenta je koliko koristan vodič kroz problematične situacije istovremeno i permanentan podsticaj za preispitivanje i promišljanje uloge fotoreporterske profesije u društvu” (Ninković Slavnić, 2015: 175).

FOTOGRAFIJA I AUTORSKO PRAVO

Prema Zakonu o autorskom i srodnim pravima (član 1, stav 2)⁴² autorskim delom smatra se originalna duhovna tvorevina autora, izražena u određenoj formi, bez obzira na njegovu umetničku, naučnu ili drugu vrednost, njegovu namenu, veličinu, sadržinu i način ispoljavanja, kao i dopuštenost javnog saopštavanja njegove sadržine. Autorskim delom smatra se fotografija⁴³, ali i zbirka fotografija koja izborom i redosledom sastavnih delova predstavlja originalnu duhovnu tvorevinu autora (član 5, stav 1).

Da bi fotografija bila autorsko delo i predmet autorskopravne zaštite, mora da ispuni sledeće kriterijume:

- fotografija kao originalna tvorevina – Originalnost je prvi uslov autorskopravne zaštite fotografije. Fotografija mora biti jedinstvena i originalna;
- fotografija kao ljudska i duhovna tvorevina – U svetu je poznat primer britanskog fotografa Dejvida Slejtera (David Slater), njegove sudske bitke za autorska prava na selfi fotografiju majmuna makakija. Tokom jednog od fotografisanja u Indoneziji, 2011. godine, fotograf je spustio kameru, što je majmun iskoristio i napravio selfi. PETA udruženje (People for Ethical Treatment of Animals) tužilo je 2015. godine fotografa, tvrdeći da autorska prava pripadaju majmunu. Sud u Americi je sledeće godine doneo presudu da nosioci au-

⁴² „Sl. glasnik RS”, br. 104/2009, 99/2011, 119/2012 i 29/2016 – odluka US, dostupno na: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_autorskom_i_srodnim_pravima.html, posećeno 13. januara 2019. godine.

⁴³ Ovaj status fotografije osporen je 2016. godine kada je Srpska napredna stranka, preko Odbora za ustavna pitanja i zakonodavstvo, predstavila poslanicima Skupštine Srbije Autentično tumačenje Zakona o autorskom i srodnim pravima. Prema njemu, autorskim delom ne bi se smatrala rutinski izrađena fotografija, koja se pojavljuje i preuzima u elektronskom obliku, bez obzira da li je originalna duhovna tvorevina autora. Fotografije koje su deo novinarskog članka kao ilustracija, rezultat su mehaničke, rutinske, odnosno fizičke radnje, i ne bi trebalo da podležu Zakonu o autorskim i srodnim pravima. Protiv ovog predloga protestovali su fotografi i novinari, a na kraju nije usvojen (Dostupno na: <http://rs.n1info.com/Vesti/a129377/Protest-fotografa-ispred-Skupstine.html>, posećeno 13. januara 2019).

Praksa u Srbiji

Prema istraživanju sajta o slobodi medija Cenzolovka, autorskog teksta novinark Marije Vučić, mediji u Srbiji krše Zakon o autorskom i srodnim pravima i na osnovu sudskih presuda plaćaju naknade autorima fotografija koje nezakonito preuzimaju. „Zbog korišćenja fotografija bez dozvole i plaćanja, fotografi poslednjih godina sve češće tuže medije u Srbiji. Kazne su previsoke i dovode u pitanje opstanak medija, posebno lokalnih, koji i bez njih jedva preživljavaju. Pojedini fotografi smatraju da i treba da budu zatvoreni svi oni koji krađu njihova autorska dela. S druge strane, urednici tih medija fotografima koji ih tuže zameraju da nisu kolegijalni i da se služe 'nečasnim sredstvima'”, navodi se u tekstu.

Do kršenja prava najčešće dolazi, prema rečima sagovornika, iz neznanja novinara i urednika. Kada ne dođe do dogovora, autori fotografije tuže medije, koji pak smatraju da su novčane kazne, koje sud određuje, mnogo više od tržišnih cena fotografija. Da bi izbegli tužbe, mediji koriste svoje fotografije, one za koje imaju pismenu dozvolu autora ili besplatne, sa oznakom CC (creative commons). Koriste se i fotografije novinskih agencija, ali sa rizikom da po isteku pet godina, imovinsko pravo pređe sa agencije na autora fotografije, i da usledi sudski spor. Svi sagovornici saglasni su sa činjenicom da je edukacija novinara i urednika ključni korak u poštovanju autorskih prava fotografa.

(<https://www.cenzolovka.rs/trziste/lopovski-mediji-i-besni-fotografi-1-rat-koji-na-kraju-dobija-samo-drzava/> i <https://www.cenzolovka.rs/trziste/lopovski-mediji-i-besni-fotografi-2-zasto-mediji-krađu-fotografije/>)

torskih prava ne mogu biti životinje⁴⁴. Dakle, fotografija, nosilac autorskopravne zaštite, mora biti čovek. Fotografija mora biti nosilac smisla i značenja;

- forma fotografije – Fotografija mora biti materijalizovana. Reč je o vizuelnom mediju, koji se percipira isključivo čulom vida.

Zakon o autorskom i srodnim pravima razlikuje imovinska i moralna prava (član 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23). Imovinska autorska prava su prenosiva, autor ili njegov naslednik može ih ugovorom ustupiti drugom pravnom ili fizičkom licu na trajno ili privremeno korišćenje, sa ili bez naknade. Ova prava, kada je reč o fotografiji, podrazumevaju pravo na njeno umnožavanje, publikovanje, eksploataciju, stavljanje u promet. Moralna autorska prava, koja nisu prenosiva, svode se na priznavanje autorstva fizičkom licu nad delom. Ova prava obuhvataju: pravo paterniteta, priznavanje autorstva, pravo na naznačenje imena autora, pravo na objavljivanje, koje podrazumeva da autor samostalno odlučuje da li će

⁴⁴ Dostupno na: <https://www.nationalgeographic.rs/vesti/10743-okoncan-slucaj-selfi-majmuna-ko-je-autor-fotografije.html>, posećeno 14. januara 2019. godine.

i kako objaviti svoje delo, pravo na zaštitu integriteta dela, koje autoru omogućava da zaštiti svoje delo od eventualnih izmena i pravo na suprotstavljanje nedostojnom iskorišćavanju dela.

Kada je reč o medijima i njihovoj obavezi da poštuju navedena prava, treba istaći da autor fotografije može biti samo fizičko lice, a pravna lica, u ovom slučaju medijske kuće, mogu imati pravo samo na korišćenje autorskih dela, kakve su fotografije. Dakle, medijske kuće mogu postati nosioci imovinskih autorskih prava, ali ne i moralnih. Trajanje imovinskog prava, kojim raspolaže medijska kuća, je pet godina, nakon čega fizička lica, fotografi, postaju nosioci prava, ako ugovorom nije drugačije definisano. Autori fotografija nosioci su i moralnih autorskih prava, koja nisu prenosiva kao imovinska. U praksi, medijske kuće povređuju imovinska prava tako što bez dozvole, saglasnosti i nadoknade autorima objavljuju njihove fotografije, a moralna prava povređuju tako što povređuju integritet, menjaju svetlost, kontrast, boju ili isecaju fotografiju, ili ne navode ime autora fotografije⁴⁵.

Autorsko imovinsko pravo je ograničeno, tokom života i sedamdeset godina posle smrti autora (član 102, 103, 104 i 105 Zakona o autorskom i srodnim pravima⁴⁶) i po isteku delo prelazi u javni domen, svi ga mogu besplatno i slobodno koristiti. Ipak, i po prestanku imovinskih prava, moralna prava važe. Ona nisu vremenski ograničena. O njihovoj zaštiti brine autor, nakon njegove smrti (a dok traju imovinska prava) brinu naslednici, a posle toga udruženja za zaštitu autorskih prava ili ustanove kulture, umetnosti i nauke.

Autorsko pravo je nacionalno pravo, ne postoje opšteobavezujuće međunarodne norme i međunarodne institucije.

Prema odredbama Creative Commons Srbije⁴⁷ postoji šest osnovnih licenci:

⁴⁵ O odnosu medija i fotografa, o korišćenju fotografija u medijima, pišu Milić, D. (2016). Vodič kroz autorsko pravo za onlajn medije, Niš: Asocijacija onlajn medija; Adamović, J. i Krivokapić, Đ. (2017). Slobodna upotreba autorskih dela: vodič o autorskim pravima, Novi Sad: Share foundation.

⁴⁶ „Sl. glasnik RS”, br. 104/2009, 99/2011, 119/2012 i 29/2016 – odluka US, dostupno na: https://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_autorskom_i_srodnim_pravima.html, posećeno 13. januara 2019. godine.

⁴⁷ Dostupno na: http://creativecommons.org.rs/?page_id=74, posećeno 25. april 2020. godine.



Autorstvo
(Attribution – CC BY)

Autorstvo – ova licenca dozvoljava distribuciju, preradu, kao i komercijalno korišćenje dela, ako/dok se pravilno naznačava ime autora. Ovo je najfleksibilnija licenca. Upotrebljava se kako bi se, u najvećoj meri, dozvolilo korišćenje dela.



Autorstvo-Deliti pod istim uslovima
(Attribution-ShareAlike – CC BY-SA)

ako/dok se pravilno naznačava ime autora i ako se prerada licencira pod istim uslovima. Ova licenca se često upoređuje sa “copyleft” licenciranjem slobodnog softvera ili softvera otvorenog koda. Sva dela nastala na osnovu dela licenciranog ovom licencom, trebalo bi da budu licencirana istom licencom, koja, pored ostalog, dozvoljava komercijalno korišćenje. Ova licenca se upotrebljava u Vikipediji i sličnim projektima.

Autorstvo – deliti pod istim uslovima – ova licenca dozvoljava remiks i preradu, kao i komercijalno korišćenje dela,



Autorstvo-Bez prerada
(Attribution-NoDerivs – CC BY-ND)

ovilno naznačava ime autora i ako se delo uopšte ne menja.

Autorstvo – bez prerade – ova licenca dozvoljava distribuciju, komercijalno i nekomercijalno korišćenje dela, ako/dok se pravilno naznačava ime autora i ako se delo uopšte ne menja.



Autorstvo-Nekomercijalno
(Attribution-NonCommercial – CC BY-NC)

korišćenje dela na nekomercijalan način, ako/dok se pravilno naznačava ime autora, s tim što prerade ne moraju biti licencirane ovom licencom.

Autorstvo – nekomercijalno – ova licenca dozvoljava remiks, prerade, kao i

Autorstvo – nekomercijalno – deliti pod istim uslovima – ova licenca dozvoljava remiks i prerade, kao i nekomercijalno ko-



Autorstvo-Nekomercijalno-Deliti pod istim uslovima
(Attribution-NonCommercial-ShareAlike – CC BY-NC-SA)

rišćenje dela, ako/dok se pravilno naznačava ime autora i ako se prera-
da licencira pod istim uslovima.



Autorstvo-Nekomercijalno-Bez prerada
(Attribution-NonCommercial-NoDerivs – CC BY-NC-ND)

Autorstvo – nekomercijalno – bez prerada – ova licenca je najstrožija
CC licenca i dozvoljava samo preuzimanje i distribuciju dela, ako/dok
se pravilno naznačava ime autora, bez ikakvih promena dela i bez pra-
va komercijalnog korišćenja dela.



CC – 0 licenca – autor je svoje delo dao svi-
ma na korišćenje, bez ikakvih uslova i ogra-
ničenja. Na taj način, to delo je postalo javno
dobro.

FOTOGRAFIJA I INTERNET

POSTFOTOGRAFIJA (DIGITALNA FOTOGRAFIJA)

Termin *postfotografija* drugi je naziv za digitalnu fotografiju. Kako samo ime nagoveštava, postfotografija vezana je za razvoj tehnologije i interneta krajem XX veka. Digitalizacija⁴⁸ je proces koji je obuhvatio sve medije. Svi tradicionalni mediji transformisani su u skladu sa zahtevima koje postavlja digitalno doba. Digitalizacija je unela promene i u medij fotografije, a po mišljenju nekih teoretičara, promene su revolucionarne (Mitchell, 1994). „Onog trenutka kada je analogna fotografija prešla u digitalnu, a digitalna, zahvaljujući drugim tehničkim pomagalima kao što su kompjuter, softver, skener, štampač, započela inkorporaciju u umetnost i kulturu počeo se upotrebljavati termin ‘doba post-fotografije’ ili ‘fotografija posle fotografije’“ (Matić, 2017: 147). Prema Listeru, reč je o dva ključna tehnološka dostignuća i dve mogućnosti: Prva mogućnost je pravljenje novih fotografija digitalnim fotoaparatom, i mogućnost da se već postojeće, analogne fotografije digitalizuju pomoću skenera. Druga mogućnost je pravljenje fotorealističnih fotografija pomoću računara (bez referenta u stvarnom svetu) (Lister, 2006: 408). Ove nove mogućnosti poljuljale su poverenje u dokumentarnu fotografiju, ali su zato otvorile mogućnosti za razvoj reklamne fotografije.

Promenjeni su načini proizvodnje, obrade, čuvanja, transporta i objavljivanja fotografija. Digitalizacija fotografije učinila je ovaj medij

⁴⁸ „Pretvaranje kontinualnih podataka u numeričku predstavu naziva se digitalizacija. Digitalizacija se sastoji iz dva postupka: odmeravanja i kvantizacije. Najpre se podaci odmeravaju, najčešće u jednakim intervalima, kao što je mreža piksela koja se koristi za digitalnu predstavu slike...Posle toga svaki odmerak se kvantifikuje, to jest pripisuje mu se numerička vrednost koja je deo određenog skupa vrednosti (na primer, od 0 do 255 u slučaju osmobitne slike skale sivog)“ (Manović, 2015: 69). Jednostavnije rečeno, digitalizacija je pretvaranje analognih informacija u digitalnu formu, pa je medije moguće programirati. Tako je, uz odgovarajući algoritam, moguće odstraniti „šum“ iz fotografije, promeniti kontrast, razmere i slično.

još popularnijim i široko dostupnim. Film⁴⁹ je zamjenjem memorijskom karticom, što je pružilo mogućnost da se napravi znatno veći broj fotografija, a mračna komora računarom, što je pružilo mogućnost obrade kroz specijalizovane programe i elektronsku distribuciju, slanje putem internet mreže. Digitalna fotografija je omogućila i podešavanja više parametara na jednostavan način. „Tokom godina ‘digitalna obrada slike’ razvila se u veliku industriju i postala deo medijskog okruženja koji uzimamo zdravo za gotovo. Digitalne tehnologije i procesi postali su suštinski element post-produkcijskih praksi mnogih fotografa[...]“ (Lister, 2006: 409–410). U tehnološkom smislu, mogućnosti fotografije su proširene, ali ovakav napredak doneo je i nove dileme.

Novo vreme označeno je kao kraj doba nevinosti. „Lažna nevinost pripadala je periodu od sto pedeset godina. U to vreme su fotografije, nastale hemijskim putem, nudile slike, koje smo lagodno mogli da smatramo uzročno proizvedenim verodostojnim izveštajima o stvarima u realnom svetu [...]“ (Lister, 2006: 41 prema Mitchell, 1992: 225). Digitalizacija fotografije donela je promene koje su pobudile sumnju u realističnost i pouzdanost fotografije. Dok je analogna fotografija bila vezana za reprezentaciju, kao otisak stvarnosti, digitalna fotografija se povezivala sa konstrukcijom, tj. simulacijom. Jasnu granicu između stvarnog i izmišljenog više nije lako uspostaviti. „Jedna od čestih reakcija na tehnologiju digitalne slike bazira se na strahu od smrti fotografske istine. Tradicionalne težnje fotografije da poseduje kvalitet verodostojnosti oslanjale su se na uzročno-posledičnu vezu između fotografske slike i stvarnog sveta“ (Lister, 2006: 427). Reč je o indeksičnoj⁵⁰ prirodi fotografije.

Fotografija u medijima bila je posebno osetljiva i, kao takva, predmet diskusije, o čemu su pisali Fred Ričin (Fred Ritchin) i Marta Rozler (Martha Rosler). Baveći se fotografskom „istinom“, Rozler

⁴⁹ Izrada fotografija putem filma retkost je u savremenom svetu. Na mesto filma, sada se nalazi senzor koji prima svetlo i „pravi sliku“, koja se zatim prebaciju u memoriju fotoaparata, kao što je memorijska kartica.

⁵⁰ Prema Čarls Sanders Persu (Charles Sanders Peirce), prema odnosu znaka prema objektu, razlikujemo: 1) Ikonu - znak ima sličnost sa objektom koji predstavlja, znak upućuje na objekt na osnovu njegovih osobina; 2) Indeks - postoji direktna fizička veza znaka sa objektom, uzročno – posledično je povezan sa njim; 3) Simbol - znak je konvencionalno povezan sa objektom (Nöth, 2004: 65).

(Rosler, 1991) zaključuje da je istorija fotografije zapravo istorija manipulacije i da je manipulisanje na fotografijama postojalo i pre digitalizacije, navodeći primer reklamnih fotografija. Značenje fotografije ne zavisi od toga da li je nastala analognim ili digitalnim putem, već zavisi od politike, ideologije i kulture jednog društva i verovanja u realističnost fotografije. „Prava“ fotografija, kako naziva fotografiju u novinarstvu, ne bi trebalo da trpi manipulacije. Rozler ističe da ima i pozitivnih primera foto-montaža i kao primer navodi radove dadaista i njihove političke foto-montaže, koje su prikazivale neke društvene pojave. I Ričin izražava strah od narušavanja verodostojnosti dokumentarnih fotografija, posebno u digitalnoj eri. Iako je manipulacija na fotografijama bilo oduvek, one na analognim fotografijama nisu prelazile moralne granice. „Nova digitalna tehnologija, prema Ričinovom mišljenju, omogućava, pre svega, urednicima bilo kojih novina ili časopisa da imaju apsolutnu vizuelnu kontrolu nad fotografskom slikom i da na jedan mnogo suptilniji način promene značenje fotografije, značenje koje je njen autor imao na umu” (Matić, 2014: 62 prema Ritchin, 1990). Verodostojnost fotografije u medijima treba da potiče od reputacije fotografa i urednika. Za značenje fotografije nije važno da li je nastala analognim ili digitalnim putem. A fotografija nikada nije „nevina”. Zapravo, „normalne” fotografije nikada nije ni bilo, tvrdi Manović (Manovich, 1995). I Lister ističe:

„proces proizvodnje pojedinačne fotografske slike – put od kratkog otvaranja zatvarača na aparatu usmerenog ka nekom objektu ili događaju u fizičkom svetu, do dovršenog, izloženog ili reprodukovanog otiska, već je sam po sebi kompleksan proces, koji podrazumeva veliki stepen posredništva. Uopšteno gledajući, ustanovićemo da je svaki korak u ovom procesu (pozicija i ugao fotoaparata, žižna daljina objektiva, kontrola svetlosti, upotreba filtera, dužina ekspozicije, tip emulzije filma, način razvijanja, veština izrade pozitivskih kopija) momenat izbora između više opcija, intervencija koja će odrediti kako će se fotografska slika odnositi prema direktnom i neposredovanom beleženju fotografskog objekta” (Lister, 2006: 428–429).

Pored pitanja realističnosti fotografije i njene indeksične prirode, teoretičari otvaraju i pitanja prijema digitalnih fotografija. Činom gledanja fotografije, značenjem i osećanjima koja pobuđuje, bavio se Roland Bart u knjizi Svetla komora (Bart, 2011). U tom smislu, postaje

nevažno da li je fotografija nastala analognim ili digitalnim putem, a često je i nemoguće uočiti razliku. Zapravo, „Digitalna fotografija ne postoji“, tvrdi Manović (Manovich, 1995: 3). Informacije pruža i digitalni i analogni snimak. „I jedan i drugi su uslovljeni prilikom nastanka čvrstim prirodnim zakonima, strogim kodom koji je ugrađen

Analogna fotografija	Digitalna fotografija
<p>Analogna fotografija podrazumeva fotografski materijal: film i fotografski papir.</p> <p>Film je traka osetljiva na svetlost, jer je prevučena svetlosnoosetljivom emulzijom. Film može biti crno-beli ili kolor, različitog formata i različite osetljivosti.</p> <p>Posle hemijske obrade negativa, razvijanja filma u mračnoj komori u laboratoriji, dobijaju se slike. Sam proces se naziva i mokrim procesom, jer podrazumeva razvijanje, fiksiranje, ispiranje i sušenje filma uz pomoć opreme.</p> <p>Dalje se slika projektuje na fotografski papir koji je takođe osetljiv na svetlost i različitih je karakteristika. Sam rad u laboratoriji zahteva kompleksnu opremu i specifična znanja. Izrada fotografija putem filma je retkost u savremenom svetu.</p> <p>Osnovna razlika između analogne i digitalne fotografije je u postojanju negativa. Digitalna fotografija nema originalni fotografski zapis.</p>	<p>Na mesto filma, u digitalnim fotoaparatom nalazi se senzor koji prima svetlo, reaguje, pretvara ga u elektronski signal i „pravi sliku“, koja se zatim prebaciju u memoriju fotoaparata, najčešće na memorijsku karticu.</p> <p>Elektronski senzori razlikuju se po veličini i obliku.</p> <p>Memorijske kartice su elektronski uređaji koji čuvaju digitalne informacije, a razlikuju se po kapacitetu i brzini.</p> <p>Najmanja jedinica, element digitalne fotografije je piksel (picture element) koji nosi određenu informaciju.</p> <p>Formati digitalnih fotografija su različiti: <i>jpeg</i> (džejpeg) je format koji se najčešće upotrebljava, pogodan za slanje i postavljanje na internetu, <i>tiff</i> (tif) je format za profesionalnu upotrebu jer ga odlikuje nepromenljiv kvalitet slike i <i>raw</i> (rou) je sirov format (digitalni negativ), fotografije snimljene u tom formatu tek treba obraditi, a kao takve nose najveći broj informacija. pa se ovaj format koristi u profesionalnoj fotografiji.</p> <p>Materijal sa memorijske kartice se prebacuju na računar na kome se, zahvaljujući specijalizovanim softverima obrađuju (digitalno retuširaju) fotografije. Ovakvi postupci nisu poželjni kod fotografija u medijima, osim funkcije <i>crop</i> (krop), koja podrazumeva isecanje ili rekadriranje fotografije.</p>

u aparat i kodovima koje za enkodiranje poruke koristi fotograf. Proces nastanka poruke i formiranje njenog značenja su isti” (Ninković Slavnić, 2006: 137).

Bilo da teoretičari veruju u budućnost fotografije u eri digitalizacije, činjenica je:

„već više od sto pedeset godina okrećemo se fotografiji da bi nas izvestila o prirodi, izgradila znanje o drugima, zaustavila vreme, dokumentovala i zapamtila, približila nam ono što je prostorno udaljeno (da bismo mogli da putujemo u vremenu). [...] Dokle god ljudska bića imaju ovakva interesovanja, nema sumnje da će opstati i ‘fotografska kultura, ovakvog ili onakvog tipa’ [...] “ (Lister, 2006: 454–455 prema Batchen, 2001: 141).

Bez razlike da li je fotografija analogna ili digitalna i koja se tehnologija koristi pri proizvodnji, distribuciji ili čuvanju, fotografija nije nestala. Štaviše, digitalizacija joj je osigurala dobru poziciju u budućnosti.

FOTOGRAFIJA I DRUŠTVENE MREŽE

Prva fotografija na internetu pojavila se 1992. godine⁵¹. Na njoj su prikazane četiri članice komične muzičke grupe Užasne CERN devojke, koje su bile zaposlene u Evropskoj organizaciji za nuklearno istraživanje u Ženevi (European Organization for Nuclear Research). Fotografiju je postavio jedan od tvoraca interneta, koji je u to vreme radio u ovoj organizaciji, tokom testiranja novog programa koji podržava fotografije.

Prema statističkim podacima, 59 odsto ljudi na svetu koristi internet, 67 odsto koristi mobilni telefon, a 49 odsto koristi društvene mreže⁵². Najveći broj korisnika interneta je u najmnogoljudnijim zemljama, u Kini, Indiji i Sjedinjenim Američkim Državama. S druge strane, postoje i zemlje gde se internet ne koristi, kao što je Severna Koreja. Savremeni svet je nezamisliv bez interneta; on je osnovni stub modernog informacionog društva.

Internet je imao presudnu ulogu u razvoju participativne kulture, kulture svakodnevnog stvaranja, deljenja i konzumiranja sadržaja: priča, ideja, video zapisa, fotografija, muzike i sl. To su i razlozi korišćenja društvenih mreža, ali, pre svega, zbog komunikacije koja se ostvaruje i vizuelno, putem fotografija.

Prema Republičkom zavodu za statistiku Republike Srbije u 2019. godini, više od 93 odsto stanovnika ima mobilni telefon, više od 77 odsto je koristilo internet u poslednja tri meseca⁵³. Više od polovine stanovništva koristi društvene mreže, a posebno mlađe generacije. Istraživanja pokazuju da “više od devedeset odsto mladih redovno deli i objavljuje fotografije” (Čejko, 2019: 150 prema Madden et al., 2013).

Prema istom izvoru⁵⁴, najpopularnija društvena mreža u svetu je Fejsbuk⁵⁵ sa gotovo dve i po milijarde aktivnih korisnika mesečno. In-

⁵¹ Dostupna na: <https://www.foxnews.com/tech/this-is-the-first-photograph-ever-posted-on-the-web>, posećeno 10. januara 2020. godine.

⁵² Dostupno na: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>, posećeno 15. maja 2020. godine.

⁵³ Dostupno na: <https://publikacije.stat.gov.rs/G2019/Pdf/G201916014.pdf>, posećeno 15. maja 2020. godine.

⁵⁴ Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, posećeno 9. aprila 2020. godine.

⁵⁵ Fejsbuk je društvena mreža koju je 2004. godine osnovao Mark Zakerberg (Mark

stagram (Instagram)⁵⁶, društvena mreža koja je osmišljena za deljenje fotografija, ima milijardu aktivnih naloga mesečno. Ove dve društvene mreže najpopularnije su u Srbiji.

Prema Dastinu Stautu⁵⁷, statistika društvenih mreža, u kojima fotografija ima značajnu ulogu, u 2020. godini izgleda ovako:

Društvena mreža	Aktivni korisnici mesečno	Aktivni korisnici dnevno	Broj postavljenih fotografija dnevno
Facebook	2,4 milijarde	1,6 milijardi	300 miliona
Instagram	1 milijarda	600 miliona	95 miliona

Tabela 1 Društvene mreže Fejsbuk i Instagram, 2020. godine

Fotografije na Fejsbuku i Instagramu mogu biti postavljene u jednom od sledećih formata:



Slika 43 Formati fotografija za društvene mreže (<https://mojadigitalnaakademija.com/dimenzije-fotografija-za-drustvene-mreze/>)

Zuckerberg). Najpre je bila namenjena studentima Univerziteta Harvard (Harvard University) za internu komunikaciju, a potom je ušla u široku upotrebu.

⁵⁶ Instagram je društvena mreža koja je pokrenuta 2010. godine.

⁵⁷ Dostupno na: <https://dustinstout.com/social-media-statistics/>, posećeno 9. aprila 2020. godine.

Pored Fejsbuka i Instagrama, društvenih mreža na kojima fotografija ima značajnu ulogu, Flickr (Flickr) je društvena mreža, čija je osnorna namena razmena fotografija. Nastala je 2004. godine, a danas ima više od sto miliona korisnika.

Na ovim društvenim mrežama fotografije dominiraju, a često i tekstovi izgledaju kao dodatak fotografijama. Moguće je doživeti „Fejsbuk kao beskonačan sled nepovezanih i dekontekstualizovanih slika” (Vajdijanatan, 2018: 54). Fejsbuk, kaže Vajdijanatan, liči na uspravni niz uramljenih fotografija. Mali broj tekstova bude otvoreno, pa se iskustvo korisnika svodi na niz fotografija. Fotografije su moćni sadržaj jer podstiču komentare i emotivne reakcije.

Korisnici društvenih mreža koji objavljuju fotografije treba da znaju da društvene mreže, kao i drugi korisnici, mogu da koriste fotografije i u neke druge svrhe. Takođe, svako ko objavljuje fotografije mora biti spreman i da prihvati različite komentare, eventualne kritike ali i narušavanje prava na privatnost.

„Ako objavim niz fotografija snimljenih u Šarlotsvilu u Virdžiniji i obeležim tri prijatelja koji se na njima pojavljuju, Fejsbuk te podatke povezuje s onima koje je već prikupio o njima. Zatim može da iznese izvanredno tačne pretpostavke o učestalosti naših susreta, prirodi naših odnosa, bliskom krugu zajedničkih poznanika, pa čak i o našem relativnom dohotku i potrošačkim navikama. Sve to deluje bezazleno osim ako jedan Fejsbukov korisnik ne reši da naštetiti drugome ili ako se tih podataka ne domogne kakva agresivna državna sila. I jedno i drugo se dešava” (Vajdijanatan, 2018: 63).

Agenti za nadzor postali su svi korisnici mobilnih telefona sa ugrađenim foto-aparatom, koji pak vapi za upotrebom, zaključuje Vajdijanatan. „Sontagova bi razumela kako nas Fejsbukov vizuelni dizajn podstiče da redovno objavljujemo slike - simpatične ili strašne, očaravajuće ili nasilne. Poput oružja i automobila, fotoaparat je uređaj iz mašte, čija upotreba stvara zavisnost” (Sontag1977, prema Vajdijanatan, 2018: 57).

SELFI FOTOGRAFIJA

Selfi fotografija može se definisati kao fotografija autoportret. Nastaje kada osoba fotografiše sebe ili sebe sa drugim osobama, držeći aparat ili mobilni telefon u ruci, pomoću selfi štapa (Selfie Stick) ili u ogledalu. Selfi fotografija dovodi se u vezu sa društvenim mrežama, koje su i promovisale ovakvu vrstu fotografije. Kao takva, selfi fotografija privlači reakcije drugih u formi komentara i lajkova.

Reč selfi pojavila se 2002. godine, kada je upotrebio Nejtan Houp (Nathan Hope) iz Australije, praveći grešku u pisanju objave dok je tražio savet od drugih korisnika za lečenje povrede na licu prikazane na fotografiji koju je postavio. Međutim, reč je ušla u široku upotrebu. Oksfordski rečnik engleskog jezika (Oxford English Dictionary) 2013. godine proglasio je reč selfi za reč godine, pošto je njena upotreba porasla za sedamnaest hiljada puta nego u prethodnoj godini⁵⁸.



Slika 44 Robert Kornelijus, autoportret (<https://www.thevintagenews.com/2017/12/09/first-selfie/>)

Prema pisanju *ReFoto*⁵⁹, časopisa za kulturu fotografije, prvi autoportret, selfi, napravio je Robert Kornelijus (Robert Cornelius) 1839. godine u Sjedinjenim Američkim Državama.

Autor Hanter Voker (Hunter Walker), u časopisu *Biznis insajder* (Business Insider), nabraja trinaest

vrsta selfija koje koriste političari⁶⁰:

- donekle neprikladan selfi, kada situacija nije pogodna za fotografisanje;
- nenamerno dopušteni selfi, kada fotografija bude neplanski

⁵⁸ Dostupno na: <https://www.rts.rs/page/magazine/sr/story/511/zanimljivosti/1448664/selfie-rec-godine.html>, posećeno 11. aprila 2020. godine.

⁵⁹ Dostupno na: <http://www.refoto.rs/fotografisati-sebe/>, posećeno 15. maja 2020. godine.

⁶⁰ Dostupno na: <https://www.businessinsider.com/13-types-of-political-selfies-2014-4>, posećeno 15. maja 2020. godine.

- korišćena;
- trostruki selfi, kada se pravi više simultanih selfija;
 - revolucionarni selfi, nastao na protestima;
 - kancelarijski selfi, nastao u kancelariji sa posetiocima;
 - diplomatski selfi, nastao sa pripadnicima drugih država;
 - ugrađeni selfi, nastao sa ljudima koji presreću političare;
 - selfi za kampanju;
 - selfi parodija, koji oponaša opštepoznate scene;
 - selfi sa slavnima;
 - zabavni selfi;
 - selfi iskrivljenog lica, koji prikazuju osobu sa smešnim izrazima lica;
 - vintaž selfi, koji osobe prikazuje kao tradicionalne.

U radu Alis Tifental i Lev Manoviča, sa naslovom „Grad Selfija: Istraživanje fotografije i samostalno oblikovanje u društvenim medijima” (Selfiecity: Exploring Photography and Self-Fashioning in Social Media)⁶¹ istražuju se fotografije na društvenim mrežama. Autori pokušavaju da odgovore na pitanje da li aplikacije poput Instagrama stvaraju novi univerzalni vizuelni jezik, koji briše lokalne specifičnosti? „Da li lakoća snimanja, uređivanja i razmene fotografija dovodi do veće estetske raznolikosti? Ili, umesto toga, dovodi do više ponavljanja, uniformnosti i vizuelne društvene mimikrije, kao što je slučaj sa fotografijama hrane, mačaka, selfija i drugih popularnih sadržaja?” (Tifentale & Manovich, 2015).

Kroz projekat Grad Selfija (selfiecity.net), bili su uključeni medijski teoretičari, istoričari umetnosti, grafički dizajneri i programeri koji su radili u Njujorku, Nemačkoj i Kaliforniji. Oni su analizirali selfi fotografije (fotografije na kojima je jedna osoba), na društvenoj mreži Instagram, sortirajući i filtrirajući ih kako bi pronašli obrasce. Tokom nekoliko dana, uz primenu odgovarajućeg softvera, istraživane su objavljene selfi fotografije iz svih delova sveta, iz pet gradova: Njujork, Bangkok, Moskva, Sao Paolo i Berlin. Uzorak selfi fotografija proučavan je uz pomoć softvera za analizu lica, koji je analizirao karakteristike, među kojim su veličina i izraz lica, orijentacija pogleda, emocije, pol

⁶¹ Dostupno na: http://manovich.net/content/04-projects/086-selfiecity-exploring-selfiecity_chapter.pdf

i starost ljudi na selfi fotografijama. Kao rezultat projekta stvorena je aplikacija za interaktivnu vizualizaciju (<http://selfiecity.net/selfieexploratory>), koja omogućava posetiocima da istraže skup podataka o selfijima. Najznačajniji nalazi ovog projekta su:

- ljudi uslikaju manje selfija nego što se pretpostavlja (oko četiri odsto analiziranih fotografija su selfi fotografije);
- značajno je više selfi fotografija žena;
- selfi fotografije prave uglavnom mlađi ljudi (prosečna starost iznosi 23,7 godina);
- Bangkok i Sao Paolo imaju najviše selfija nasmejanih ljudi;
- žene se fotografišu u ekstremnijim pozama, naročito u Sao Paulu (žene imaju izražajnije poze, na primer, nagib glave je kod žena pedeset odsto veći nego kod muškaraca).

Tifental i Manović odgovaraju i na pitanje zašto pojedinci prave selfi. „Razlog postojanja selfija je deljenje na društvenim mrežama, [...]. Deleći svoje selfije, korisnici Instagrama grade svoj identitet i istovremeno izražavaju svoju pripadnost određenoj zajednici. Dakle, objavljivanje je istovremeno i privatan čin, kao i javna aktivnost zajednice” (Tifentale & Manovich, 2015). Zbog toga je selfi veoma popularan među javnim ličnostima, jer “selfi im omogućava da sebe prikažu na društveno prihvatljiv način, [...] kao obične ljude, kao nekog od njih” (Stojanović Prelević, 2020: 80).

Selfi fotografije mogu imati i kulturološki i dokumentarni značaj, jer mogu svedočiti o učešću na nekom događaju.

FOTOGRAFIJA I ARHIVI

Fotografija je najrasprostranjeniji medij „jer može biti prezentovana svuda i na bilo koji način: albumi, novine, časopisi, muzeji, galerije, bilbordi, flajeri, knjige, katalozi, internet, uramljena ili ne, velika ili mala, u formi instalacije, slajd projekcije ili objekta” (Matić, 2017: 153). Ipak, digitalne tehnologije i pojava interneta promenili su način pravljenja, čuvanja i distribucije fotografija. Internet je postao najveća baza fotografija u istoriji, koju prave najbrojniji stvaraoci, za najbrojniju publiku.

Pored tradicionalnih arhiva, galerija i muzeja, pojava interneta omogućila je i virtuelne arhive, galerije i muzeje, sajtove fotografa, udruženja, kulturnih i umetničkih institucija. Danas, svaka veća i ozbiljnija ustanova u svojim fondovima ima i fotografije.

Najznačajnije arhive za izučavanje fotografije u svetu, prema Matić (Matić, 2017: 155), su:

- Metropoliten muzej umetnosti (Metropolitan museum of Art) u Njujorku, sa više od 75 hiljada fotografija u kolekciji, među kojima ima i onih iz XIX veka, <https://www.metmuseum.org/about-the-met/curatorial-departments/photographs>;
- Muzej moderne umetnosti (MoMA – Museum of Modern Art) u Njujorku, koji baštini više od 25 hiljada fotografija od prve polovine XX veka, <https://www.moma.org/collection/about/curatorial-departments/photography>;
- Muzej Džordž Istmen (George Eastman Museum) u Ročesteru, <https://www.eastman.org/>;
- Umetnički institut Čikaga (Art Institute) u Čikagu, <https://www.artic.edu/>;
- Muzej Viktorija i Albert (Victoria and Albert Museum) u Londonu, <https://www.vam.ac.uk/>;
- Nacionalna galerija portreta (National Portrait Gallery) u Londonu, <https://www.npg.org.uk/>;

- Centar Žorž Pompidu (Centre Pompidou) u Parizu, <https://www.centrepompidou.fr/en>;
- Geti institut za istraživanje (Getty Research Institute) u Los Angelesu, <http://getty.edu/>.

Najznačajnije arhive za izučavanje fotografije u Srbiji su:

- Vizuelni arhiv Jugoistočne Evrope (VASE) – baštini vizuelni materijal iz ovog dela Evrope. Cilj je, kako navode na svom sajtu, skretanje pažnje na sliku kao primarni izvor i promovisanje vizuelnih studija i razvoj istorijsko-antropoloških istraživanja. Arhiv čuva fotografije značajne istorijske vrednosti sa prostora jugoistočne Evrope, <http://gams.uni-graz.at/archive/objects/context:vase/methods/sdef:Context/get?mode=hom>;
- Arhiv Jugoslavije – zbirka fotografija obuhvata oko 50 hiljada fotografija. Najznačajnije su zbirke fotografija iz perioda Kraljevine Jugoslavije i vremena vladavine Komunističke partije, http://www.arhivyu.gov.rs/active/sr-latin/home/glavna_navigacija/izlozbe/internet_izlozbe/galerija_fotografija.html;
- Narodna biblioteka Srbije – u svojoj Digitalnoj biblioteci ima odeljak Fotodokumenti u kome, u elektronskom obliku, čuva oko 13 hiljada fotografija velike istorijske, dokumentarne i umetničke vrednosti, <http://www.digitalna.nb.rs/sf/NBS/Fotodokumenta/Fotografije>;
- Fotomuzej, virtuelni muzej srpske i svetske fotografije – u elektronskoj arhivi ima oko 100 hiljada fotografija, iz svih istorijskih perioda razvoja, <http://www.fotomuzej.com/>;
- Narodna biblioteka „Stevan Sremac” u Nišu – u Digitalnoj biblioteci čuva i Slikovnu građu, u kojoj se nalaze i 244 fotografije iz porodičnih kolekcija ili sa javnih događaja, od kojih neke potiču iz XIX veka, <http://www.nbss.rs/>.

FOTOGRAFSKA KOMPOZICIJA

PRAVILA KOMPOZICJE

Fotografska kompozicija je važna jer od nje zavisi da li će fotografija privući pažnju posmatrača. U vezi je sa likovnom umetnošću i može se porediti sa likovnom kompozicijom.

„Kompozicija nekog umetničkog dela predstavlja raspored likovnih elemenata (tačka, linija, smer, oblik, tekstura, veličina, valer, boja) i načela njihovih komponovanja (repeticija, ravnoteža, kontrast (gradacija), dinamika (pokret, intervali, ritam)) unutar celine. [...] Osim toga, međudnosi likovnih elemenata prave različite relacije unutar neke kompozicije, dajući joj tako nove vrednosti. [...] Kompozicija fotografskog dela podrazumeva razne pristupe kombinovanju likovnih elemenata, koji su dodatno okarakterisani atributima samog fotografskog medija (realnost i objektivnost snimljenog prizora, protok vremena, sadržaj) (Lazić & Tatarević, 2014: 146).

Neka od pravila kompozicije su:

- kontrast – kontrasti između svetlih i tamnih površina, različitih boja, oblika, veličina i sl. privlače pažnju posmatrača;
- dubina – izoštravanjem onoga što želimo da istaknemo na fotografiji i zamagljivanjem onoga na šta ne želimo da usmerimo pažnju, postizemo željeno usmeravanje pažnje posmatrača;
- ugao snimanja – odabirom ugla snimanja, gornji ili donji rakurs ili normalna vizura, pridaje se i određeno značenje fotografiji;
- obrasci koji se ponavljaju – korišćenje tački, linija, ritmičnog ponavljanja istih motiva i sl. moguće je privući pažnju posmatrača;
- simetrija – simetrija na fotografiji može privući pažnju posmatrača;
- vodeće linije – horizontalne, vertikalne, dijagonalne linije privlače pažnju posmatrača na fotografiji i usmeravaju pogled;

- uokvirivanje – prirodni okviri, kao što je ram prozora i sl. privlače pažnju posmatrača;
- isecanje – izbor onoga što treba da se nađe u centru pažnje, isecanje delova koji nisu značajni za smisao fotografije (osim ako nije reč o manipulaciji);

Veoma značajna pravila kompozicije fotografije su i:

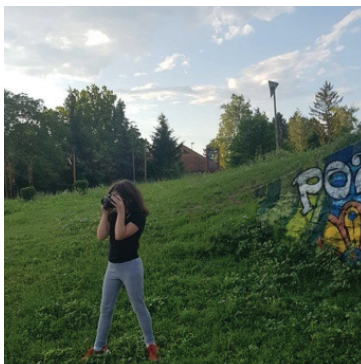
- pravilo trećine – fotografija je podeljena sa po dve zamišljene horizontalne i vertikalne linije. Tačke preseka ovih linija su najbolja mesta za postavljanje nečega na šta želimo da usmerimo pažnju;
- prazan prostor – fotografije se, kao i verbalni tekstovi, čitaju sleva nadesno, i iz donjeg levog ka gornjem desnom uglu. Ukoliko je na fotografiji prikazana osoba ili objekat u pokretu, treba ostaviti prazan prostor u smeru njegovog kretanja.

Osim navedenih pravila kompozicije, za dobru fotografiju važno je držanje kamere. Bitno je da kamera ima stabilan položaj da bi se dobila oštra fotografija. To je moguće ostvariti tako što koristimo stativ, ali ukoliko ga nema, moguće je nasloniti se na zid ili komad nameštaja, naročito kod dugih ekspozicija.

PLANOVI I UGLOVI SNIMANJA

Plan snimanja može se definisati kao udaljenost kamere od objekta snimanja. U profesionalnom radu foto-novinara možemo razlikovati:

- total – plan koji obuhvata široko prostor koji se snima, u cilju pružanja informacija o okolini objekta koji se snima;



Slika 45 Total, Marija Vujović

- srednji plan – osoba se prikazuje od glave do pete. To je i način na koji doživljavamo okolinu;



Slika 46 Srednji plan, Marija Vujović

- američki plan – osoba je prikazana do kolena;



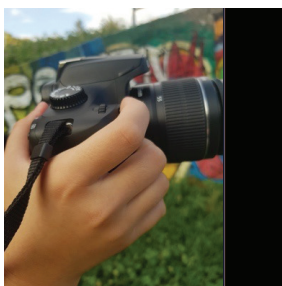
Slika 47 Američki plan, Marija Vujović

- blizu – osoba se prikazuje do struka;



Slika 48 Blizu, Marija Vujović

- krupni plan – prikazuje se lice osobe koja se snima, u namjeri da se istakne značaj te osobe ili njene emocije;



Slika 49 Krupni plan, Marija Vujović

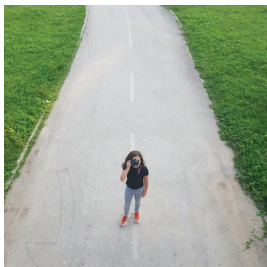
- detalj – prikazuje se detalj, na primer deo tela, a koristi se za isticanje detalja ili emocija;



Slika 50 Detalj, Marija Vujović

Kada je o uglovima snimanja reč, on je određen položajem kamere u odnosu na objekt snimanja. U profesionalnom radu foto-novinaru možemo razlikovati:

- gornji rakurs – snimak se pravi iznad osobe ili objekta koji se snima, a koristi se za umanjenje značaja ili isticanje slabosti;



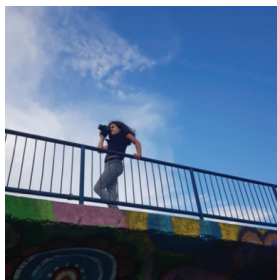
Slika 51 Gornji rakurs, Marija Vujović

- normalna vizura – snimak u nivou očiju, u skladu sa prirodnim viđenjem stvarnosti;



Slika 52 Normalna vizura, Marija Vujović

- donji rakurs – snimak se pravi ispod osobe ili objekta koji se snima, a koristi se za isticanje superiornosti;



Slika 53 Donji rakurs, Marija Vujović

DIGITALNA OBRADA FOTOGRAFIJE

Posle dodavanja fotografije u softver za digitalnu obradu, moguće je, između ostalog:

- isecanje – kropovanje” fotografije;
- menjanje kontrasta – menjanje nivoa osvetljenja na fotografiji;
- menjanje boja – menjanje boja na fotografiji;
- specijalni efekti – dodavanje specijalnih efekata na fotografiju;
- tekst – dodavanje teksta na fotografiju;

Programi za digitalnu obradu fotografija dostupni su za rad na računaru ili mobilnom telefonu. Neki od njih su:

- GIMP: www.gimp.org
- Photoscape: www.photoscape.org
- Fotor: www.fotor.com
- Pixlr: <https://pixlr.com/editor/>
- Photopea: <https://www.photopea.com/>
- BeFunky: <https://www.befunky.com/>
- PicsArt: (Android, iPhone)
- PicLab: (Android, iPhone)

FOTO-NOVINARI I FOTOGRAFI: INTERVJUI

Intervjui sa foto-novinarima i fotografima u Srbiji, čiji je doprinos dokumentarnoj fotografiji i foto-novinarstvu značajan⁶², obavljani su putem onlajn upitnika tokom meseca maja 2020. godine. Intervjui su urađeni sa ciljem da se studentima novinarstva i komunikologije približi profesija foto-novinara, kroz konkretne priče istaknutih foto-novinara.

Intervjuisani: Aleksandar Kelić, Igor Čoko, Vanja Keser, Zvezdan Mančić, Nemanja Pančić, Irfan Licina, Saša Čolić.

⁶² Izbor sagovornika napravila je autorka, i ovom prilikom im zahvaljuje na odgovorima. Nažalost, na poziv da učestvuju u intervjuu nisu se odazvali svi pozvani foto-novinari.



*Slika 54 Aleksandar Kelić
(<http://www.fpu.bg.ac.rs/nastavnici/Nastavnici/AleksandarKelic/index.html>)*

Aleksandar Kelić

Aleksandar Kelić je profesor fotografije na Fakultetu primenjenih umetnosti u Beogradu – www.fpu.bg.ac.rs. Prema podacima na sajtu ove visokoškolske ustanove, Aleksandar Kelić diplomirao je na Fakultetu dramskih umetnosti, u oblasti Filmske i TV kamere. Pored akademske karijere, Kelić nikada nije prestao da fotografiše i objavljuje svoje fotografije, za koje je bio i nagrađivan od Udruženja likovnih umetnika primenjenih umetnosti i dizajnera Srbije. Izlagao je na više od dve stotine samostalnih i grupnih izložbi, a radio je i kao foto-novinar i urednik fotografije za novine *Front* i *Vojska*.

- ✓ **Šta mora da ima dobra fotografija?**
Dobra medijska fotografija treba da poseduje autentičnost u odnosu na vreme u kojem je nastala.
- ✓ **Navedite nekoliko ključnih karakteristika dobrog foto-novinara?**
Odgovorano, pouzdan, posvećen.
- ✓ **Koliko u radu doprinosi iskustvo i znanje foto-novinara, a koliko okolnosti, da se nađe na pravom mestu, u pravo vreme?**
Neophodno je i jedno i drugo.
- ✓ **Uporedite posao novinara i posao foto-novinara. Koje su sličnosti, a koje razlike?**
Sličnosti su strast za dokumentovanjem života, a razlika je u načinu izražavanja.
- ✓ **Šta mislite o građanskom foto-novinarstvu? Da li građansko foto-novinarstvo ugrožava posao profesionalnih foto-novinara?**
Mislim da je pozitivna kao tekovina razvoja društva, ali uže, u profesionalnom smislu, ugrožava foto-novinare.

- ✓ **Koja fotografija u istoriji je na Vas ostavila najjači utisak i zbog čega?**
Fotografija Eugena Smitha pod nazivom "Tomoko Uemura in Her Bath" iz 1971. godine snimljena u Minamati (Japan).
- ✓ **Izaberite foto-novinara čiji rad najviše cenite i navedite razloge svog izbora.**
Robert Capa. Zbog svoje izuzetne posvećenosti radu koji ga je koštao i života.
- ✓ **U kom radnom zadatku ste najviše uživali?**
U potopisnim reportažama kojima su se promovisale prirodne lepote i kulturne vrednosti bivše Jugoslavije.
- ✓ **Koju svoju fotografiju smatrate najboljom i zbog čega?**
Svojom najboljom novinarskom fotografijom smatram foto-reportažu izbeglih Srba iz Hrvatske posle Oluje koje sam snimio u Banjaluci 1995. godine.
- ✓ **Šta je bilo najteže fotografisati u Vašoj karijeri?**
Progon Srba iz Hrvatske.
- ✓ **Kako se borite sa emocijama kada fotografišete neprijatne scene?**
Pokušavam da se emotivno distanciram.
- ✓ **Da li ste nekada imali dilemu da li da fotografišete i koja je to situacija?**
Nisam bio u takvoj situaciji.
- ✓ **Opišite razliku kada radite u regularnim okolnostima i kada radite u specijalnim okolnostima, kao što je vanredno stanje?**
Suštinski nema razlike u fotografskoj profesiji. Pokušate da se bolje pripremite za ono što vas očekuje.
- ✓ **Koliko je posao foto-novinara cenjen u svetu, a koliko u Srbiji?**
U svetu nije dovoljno cenjen u 21. veku, a to je nažalost i sudbina kod nas.

- ✓ **Koji su ključni problemi za rad foto-novinaru danas?**
Digitalno vreme ukida granice u fotografiji i to u velikoj meri otežava rad profesionalnih foto-novinaru (danas skoro svi sve fotografisu).
- ✓ **Kakva je budućnost profesionalnog foto-novinarstva?**
Iskristališaće se pozicija najposvećenijih koji ce jedini i moći da funkcionišu u tom prostoru.
- ✓ **Šta biste Vi promenili u cilju boljeg položaja profesije foto-novinaru?**
Omogućio bih im bolje uslove za rad u tehničkom i materijalnom smislu.
- ✓ **Koji savet biste dali mladim kolegama koji sada ulaze u profesiju foto-novinaru?**
Da veruju u sebe i budu svesni da je potrebno vreme da se njihov rad prepozna i ceni.
- ✓ **Kada biste ponovo birali profesionalni put, da li biste ponovo bili foto-novinar?**
Da.



Slika 55 Igor Čoko (<https://igorcoko.net/sr/biografija/>)

Igor Čoko

Igor Čoko urednik je onlajn magazina za dokumentarnu i uličnu fotografiju - www.grain.rs. Prema podacima dostupnim na sajtu - www.igorcoko.net, Igor Čoko je diplomirao na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Beogradu, na katedri za Etnologiju i antropologiju. Ovo obrazovanje je i obeležilo njegove fotografije na kojima prikazuje život ulica i ljude, često pripadnike marginalizovanih grupa.

Osvajač je brojnih nagrada, autor mnogobrojnih samostalnih i grupnih izložbi fotografija. Autor je nekoliko knjiga i aktivan predavač u zemlji i inostranstvu.

- ✓ **Šta mora da ima dobra fotografija?**
Ako je u pitanju dokumentarna fotografija - to je pre svega priča i poruka koju nosi.
- ✓ **Navedite nekoliko ključnih karakteristika dobrog foto-novinarar?**
Odvažnost, promišljanje i lucidnost.
- ✓ **Koliko u radu doprinosi iskustvo i znanje foto-novinarar, a koliko okolnosti, da se nađe na pravom mestu, u pravo vreme?**
U pitanju je kombinacija faktora i osjećaj za prepoznavanje pravog trenutka.
- ✓ **Uporedite posao novinara i posao foto-novinarar. Koje su sličnosti, a koje razlike?**
Jednostavno, u pitanju su slika i ton. Celina.
- ✓ **Šta mislite o građanskom foto-novinarstvu? Da li građansko foto-novinarstvo ugrožava posao profesionalnih foto-novinarar?**
Građansko foto-novinarstvo?

- ✓ **Koja fotografija u istoriji je na Vas ostavila najjači utisak i zbog čega?**
Ne mogu se odlučiti za jednu fotografiju, prosto nemoguće. Ako moram dati odgovor - onda je to beskrajna baza Magnumovaca.
- ✓ **Izaberite foto-novinara čiji rad najviše cenite i navedite razloge svog izbora.**
Magnum. Tačka.
- ✓ **U kom radnom zadatku ste najviše uživali?**
U svakom long term projektu koji sam radio, beskrajno sam uživao.
- ✓ **Koju svoju fotografiju smatrate najboljom i zbog čega?**
Tajson iz knjige fotografija "Karaburma moj geto". Jednom u životu momenat i sklop okolnosti pod kojim je nastala. Tad i nikad više.
- ✓ **Šta je bilo najteže fotografisati u Vašoj karijeri?**
Generalno se bavim teškim temama, pa je mrtva trka između zatvora i migranata.
- ✓ **Kako se borite sa emocijama kada fotografišete neprijatne scene?**
Nemam taj problem.
- ✓ **Da li ste nekada imali dilemu da li da fotografišete i koja je to situacija?**
Naravno, više puta nisam uradio fotografiju iz moralnih principa, bez obzira koliko bi fotografija bila "moćna". Žive rane od jeda pasa na mladom migrantu nakon povratka sa mađarske granice. To je za pomoć, ne za fotografiju.
- ✓ **Opišite razliku kada radite u regularnim okolnostima i kada radite u specijalnim okolnostima, kao što je vanredno stanje?**
Zavisi od intenziteta vanrednog stanja/specijalnih okolnosti.
- ✓ **Koliko je posao foto-novinara cenjen u svetu, a koliko u Srbiji?**
U Srbiji nije nimalo, a ni u svetu nije bolje.

- ✓ **Koji su ključni problemi za rad foto-novinara danas?**
Cenzura medija.
- ✓ **Kakva je budućnost profesionalnog foto-novinarstva?**
Ok.
- ✓ **Šta biste Vi promenili u cilju boljeg položaja profesije foto-novinara?**
Povećao honorare za fotografe.
- ✓ **Koji savet biste dali mladim kolegama koji sada ulaze u profesiju foto-novinara?**
Pamet u glavu.
- ✓ **Kada biste ponovo birali profesionalni put, da li biste ponovo bili foto-novinar?**
Da.



Slika 56 Zvezdan Mančić (<https://www.linkedin.com/in/zvezdan-mancic-20065134/detail/photo/>)

Zvezdan Mančić

Zvezdan Mančić je predsjednik Centra za razvoj fotografije - www.crf.rs i direktor festivala fotografije Vizualizator. Više od dve decenije je profesionalni foto-novinar. Fotografisao je za dnevne novine *Danas*, *Blic*, nedeljnik *NIN*, a saradnik je i svetskih medija i medijskih agencija Reuters i Associated Press. Član je žirija mnogobrojnih foto konkursa i festivala. Uspešan je predavač i učesnik na mnogobrojnim stručnim konferencijama.

- ✓ **Šta mora da ima dobra fotografija?**
Priču, informativnost, jasnost, da ispuni visoke estetske standarde i originalnost.
- ✓ **Navedite nekoliko ključnih karakteristika dobrog foto-novinara?**
Informisan, analitičan, znatiženjan, vizuelno i opšte obra-zovan, istrajan, hrabar i preduzimljiv.
- ✓ **Koliko u radu doprinosi iskustvo i znanje foto-novinara, a ko-liko okolnosti, da se nađe na pravom mestu, u pravo vreme?**
Naći se na pravom mestu u pravo vreme je rezultat aktivnog istraživanja, promišljanja i pripreme. Okolnosti mogu da pomog-nu, ali samo ako je foto-novinar potpuno spreman i otvoren.
- ✓ **Uporedite posao novinara i posao foto-novinara. Koje su sličnosti, a koje razlike?**
Posao je u suštini isti. Razlika je u tome što se jedan koristi reči-ma, a drugi vizuelnim simbolima u izražavanju. Oba imaju za-datak da istraže temu kojom se bave i sarađuju. Jedina je razlika u tome što fotograf mora biti fizički prisutan, što ponekad podiže emocionalni ili fizički napor ili rizik. U tom smislu, foto-novinar je

izloženi i ugroženi.

- ✓ **Šta mislite o građanskom foto-novinarstvu? Da li građansko foto-novinarstvo ugrožava posao profesionalnih foto-novinara?**
Ako govorimo o poslu u uskom smislu reči koji se odnosi na zaradu, onda građansko novinarstvo ugrožava profesiju profesionalnih foto-novinara, jer nudi besplatan proizvod. Mediji, pogotovu mali, često se radije odluče za besplatan umesto za profesionalan proizvod. U kontekstu profesionalnog integriteta, uloge foto-novinaru u medijima i ozbiljnosti proizvoda ne ugrožava.
- ✓ **Koja fotografija u istoriji je na Vas ostavila najjači utisak i zbog čega?**
Pošto okolnosti nakon nastanka fotografije često odlučuju o njenom mestu u istoriji i njenoj tzv Ikoničnosti, nemam kratak odgovor na ovo pitanje. Teško je odvojiti utisak o fotografiji od pritiska okolnosti koje su doprinele njenom velikom prisustvu u medijima i čestom reprodukovanju. Mnogo manje poznatih ili nepoznatih fotografija je ostavilo na mene značajniji utisak od onih istorijski poznatih.
- ✓ **Izaberite foto-novinara čiji rad najviše cenite i navedite razloge svog izbora.**
Ne mogu se opredeliti za jednog, čak ni za pet.
- ✓ **U kom radnom zadatku ste najviše uživali?**
Reportaže, bilo koje vrste i intervjui.
- ✓ **Koju svoju fotografiju smatrate najboljom i zbog čega?**
Nemam dobar odgovor na ovo pitanje.
- ✓ **Šta je bilo najteže fotografisati u Vašoj karijeri?**
Osobe koji su bili žrtve, u fizičkom ili emocionalnom smislu, zbog različitih okolnosti (ratovi, nasilje, bolesti...).
- ✓ **Kako se borite sa emocijama kada fotografišete neprijatne scene?**
Trudim se da se distanciram od svojih emocija i da se fokusiram na samu temu i njen značaj.
- ✓ **Da li ste nekada imali dilemu da li da fotografišete i koja je to situacija?**
Praktično ne, imao bih problem kada bih procenio da zlou-

potreba takve fotografije dovodi do nečje štete, a pritom ne ostvaruje nikakav javni interes u smislu informisanja.

- ✓ **Opišite razliku kada radite u regularnim okolnostima i kada radite u specijalnim okolnostima, kao što je vanredno stanje?**

Morate biti oprezniji koje poruke prenosite i morate biti svesniji vaše uloge u procesu informisanja.

- ✓ **Koliko je posao foto-novinara cenjen u svetu, a koliko u Srbiji?**

Dobar foto-novinar je cenjen i u svetu i kod nas. Problem je što u opštem smislu, što novinarska profesija gubi svoje pozicije na globalnom nivou. Ogroman udeo amaterizma i senzacionalizma u medijima, pod plaštom novinarstva, urušava ugled profesije i njene pozicije.

- ✓ **Koji su ključni problemi za rad foto-novinara danas?**

Smanjivanje tržišta, nepoštovanje autorskih prava, loša kadrovska politika za izbor urednika fotografije, smanjenje budžeta medija i rasprostranjen problem sa naplatom amortizacije opreme, koja je skupa i mora se obnavljati.

- ✓ **Kakva je budućnost profesionalnog foto-novinarstva?**

Jednaka budućnosti medija.

- ✓ **Šta biste Vi promenili u cilju boljeg položaja profesije foto-novinara?**

Obrazovanje, uvođenjem vizuelne medijske pismenosti i formiranje sindikata foto-novinara.

- ✓ **Koji savet biste dali mladim kolegama koji sada ulaze u profesiju foto-novinara?**

Da jednako razvijaju fotografska, novinarska i poslovna znanja.

- ✓ **Kada biste ponovo birali profesionalni put, da li biste ponovo bili foto-novinar?**

Da.



Vanja Keser

Vanja Keser je foto-novinar internet novina Južne vesti - www.juznevesti.com. Za ovaj medij fotografiše još od osmoškolskih dana. Karijeru je gradio i na internet portalu Balkan rock. Autor je izložbe fotografija "Glumački portreti" koju je priredio u okviru Filmskih susreta u Nišu, 2019. godine.

Slika 57 Vanja Keser (<http://www.mojfotograf.rs/Vanja>)

- ✓ **Šta mora da ima dobra fotografija?**
Priču.
- ✓ **Navedite nekoliko ključnih karakteristika dobrog foto-novinara?**
Kolegijalan, nezavisan.
- ✓ **Koliko u radu doprinosi iskustvo i znanje foto-novinara, a koliko okolnosti, da se nađe na pravom mestu, u pravo vreme?**
Iskustvo dosta doprinosi ali okolnosti se menjaju iz časa u čas.
- ✓ **Uporedite posao novinara i posao foto-novinara. Koje su sličnosti, a koje razlike?**
Teško da danas ima novinara koji nije fotograf i fotografa koji na neki način nije novinar.
- ✓ **Šta mislite o građanskom foto-novinarstvu? Da li građansko foto-novinarstvo ugrožava posao profesionalnih foto-novinara?**
Građansko foto-novinarstvo je samo informativa, nema možda neku dublju priču ili poruku i nije previše usresređena na samu fotografiju, već na sam događaj.
- ✓

- ✓ **Koja fotografija u istoriji je na Vas ostavila najjači utisak i zbog čega?**
Volim fotografije uslikane iz nekog novog, nama nesvakidašnjeg ugla.
- ✓ **Izaberite foto-novinara čiji rad najviše cenite i navedite razloge svog izbora.**
Uglavnom su to bliske kolege, možda se više ugledam na njihov rad i njihov pristup zadatku na terenu.
- ✓ **U kom radnom zadatku ste najviše uživali?**
U fotografisanju svakog dana vanrednog stanja zbog epidemije, jer ima dosta fotografija koje nikada ne bih uslikao.
- ✓ **Koju svoju fotografiju smatrate najboljom i zbog čega?**
Mislim da još nisam napravio takvu fotografiju.
- ✓ **Šta je bilo najteže fotografisati u Vašoj karijeri?**
Ništa mi nije teško. Možda za nešto treba više truda i razmišljanja, ali nije teško jer volim to sto radim.
- ✓ **Kako se borite sa emocijama kada fotografišete neprijatne scene?**
Emocije dolaze posle. Dok slikam ne obraćam pažnju na emocije, kad gledate kroz aparat on pravi neku barijeru između vas i te neprijatne scene.
- ✓ **Da li ste nekada imali dilemu da li da fotografišete i koja je to situacija?**
Još nisam imao takve dileme.
- ✓ **Opišite razliku kada radite u regularnim okolnostima i kada radite u specijalnim okolnostima, kao što je vanredno stanje?**
Posao se ne menja, isto radite i isto fotografišete, možda ste samo više aktiviji u vanrednim okolnostima.
- ✓ **Koliko je posao foto-novinara cenjen u svetu, a koliko u Srbiji?**
U svetu je više cenjen u odnosu na Srbiju, ali se ta lestvica polako smanjuje u oba slučaja.

- ✓ **Koji su ključni problemi za rad foto-novinara danas?**
Ne bih izdvajao.
- ✓ **Kakva je budućnost profesionalnog foto-novinarstva?**
Profesija profesionalnog fotografa polako izumire.
- ✓ **Šta biste Vi promenili u cilju boljeg položaja profesije foto-novinara?**
Ne bih izdvajao.
- ✓ **Koji savet biste dali mladim kolegama koji sada ulaze u profesiju foto-novinara?**
I ja sam još mlad fotograf, tako da ne mogu davati savete još.
- ✓ **Kada biste ponovo birali profesionalni put, da li biste ponovo bili foto-novinar?**
Da.



Slika 58 Nemanja Pančić (<http://kamerades.com/member/nemanja-pancic/>)

Nemanja Pančić

Nemanja Pančić je fotograf i foto-novinar udruženja dokumentarnih fotografa Kamerades - www.kamerades.com. Prema podacima dostupnim na sajtu, Nemanja se, nakon školovanja u filmskom stvaralaštvu, profesionalno razvijao u polju fotografije. 2010. godine izabran je za člana master klase "SEE New Perspectives" profesionalnih fotografa iz jugoistočne Evrope, u organizaciji World Press Photo i fondacije Robert Bosh. Dobitnik je brojnih nagrada u Srbiji i inostranstvu, a najznačajnija je nagrada koju je dobio 2013. godine od organizacije World Press Photo, za fotografiju Little Survivor.

- ✓ **Šta mora da ima dobra fotografija?**
Emociju.
- ✓ **Navedite nekoliko ključnih karakteristika dobrog foto-novinara?**
Intuitivan, komunikativan, vizuelno obrazovan, spreman da reaguje u svakoj situaciji....
- ✓ **Koliko u radu doprinosi iskustvo i znanje foto-novinara, a koliko okolnosti, da se nađe na pravom mestu, u pravo vreme?**
50/50.
- ✓ **Uporedite posao novinara i posao foto-novinara. Koje su sličnosti, a koje razlike?**
Suštinska razlika je u načinu izražavanja, novinar stvarnost prenosi rečima, fotograf fotografijom...

- ✓ **Šta mislite o građanskom foto-novinarstvu? Da li građansko foto-novinarstvo ugrožava posao profesionalnih foto-novinara?**
Zависи od situacije... Ukoliko građanski foto-novinar i profesionalni foto-novinar fotografišu isti događaj, onda verujem da je tu u prednosti profesionalac... Dešava se međutim da građanski foto-novinar fotografiše određeni događaj kojem nije imao pristup profesionalac... Verujem da građanski foto-novinar ne može da ugrozi profesionalca.
- ✓ **Koja fotografija u istoriji je na Vas ostavila najjači utisak i zbog čega?**
Tank-man. Simbol građanskog i studentskog otpora u Kini. Posle tog protesta koji je krvavo ugušen neke stvari u Kini su počele da se menjaju, sporo, ali ipak se menjaju...
- ✓ **Izaberite foto-novinara čiji rad najviše cenite i navedite razloge svog izbora.**
Nemam trenutno samo jednu osobu koju bih naveo. Ali bih spomenuo Magnum agenciju (ili kooperativu fotografa, kako oni to vole da kažu). Njihov rad ima određenu težinu i kvalitet. Svedok su vremena zadnjih 70-ak godina.
- ✓ **U kom radnom zadatku ste najviše uživali?**
Svaki lični projekat mi pruža pravo uživanje.
- ✓ **Koju svoju fotografiju smatrate najboljom i zbog čega?**
Fotografiju koja mi je donela najprestižniju svetsku nagradu za medijske fotografe: "Little survivor".
- ✓ **Šta je bilo najteže fotografisati u Vašoj karijeri?**
Svako snimanje koje sadrži bol i tugu.
- ✓ **Kako se borite sa emocijama kada fotografišete neprijatne scene?**
Što sam stariji sve teže i teže.
- ✓ **Da li ste nekada imali dilemu da li da fotografišete i koja je to situacija?**
Nikada, uvek sam fotografisao.

- ✓ **Opišite razliku kada radite u regularnim okolnostima i kada radite u specijalnim okolnostima, kao što je vanredno stanje?**
Nema razlike, osim da imam dozvolu za rad tokom vanredne situacije.
- ✓ **Koliko je posao foto-novinara cenjen u svetu, a koliko u Srbiji?**
Slabo je cenjen u Srbiji, nešto malo više je cenjen u svetu.
- ✓ **Koji su ključni problemi za rad foto-novinara danas?**
Loša naknada za uloženi trud.
- ✓ **Kakva je budućnost profesionalnog foto-novinarstva?**
Ne preterano svetla.
- ✓ **Šta biste Vi promenili u cilju boljeg položaja profesije foto-novinara?**
Zabranio amaterima da rade ovaj posao.
- ✓ **Koji savet biste dali mladim kolegama koji sada ulaze u profesiju foto-novinara?**
Da probaju da se fotografijom bave iz ljubavi, a ne profesionalno. Takav rad je kvalitetniji i čistiji.
- ✓ **Kada biste ponovo birali profesionalni put, da li biste ponovo bili foto-novinar?**
Da.



Irfan Licina

Irfan Licina jedan je od mladih i veoma uspešnih dokumentarnih i uličnih fotografa u Srbiji. Kao foto-novinar fotografiše za medije Vice Srbija – www.vice.com/rs, BBC na Srpskom – www.bbc.com/serbian/lat, medijsku agenciju Tanjug – www.tanjug.rs.

Slika 59 Irfan Licina. Autor je fotografiju dobio od foto-novinara.

Fotografija Udarac je 2017. godine izabrana kao jedna od najboljih u okviru konkursa za najbolje ulične fotografije jedne od najvećih svetskih foto-platформи Lens kulture – www.lensculture.com, na kojem učestvuju fotografi iz celog sveta.

- ✓ **Šta mora da ima dobra fotografija?**
Priču, jer kada fotografija nosi dobru priču, onda tehničke stvari, likovnost i sl. nisu od presudnog značaja.
- ✓ **Navedite nekoliko ključnih karakteristika dobrog foto-novinara?**
Nezavisan, kreativan, objektivan.
- ✓ **Koliko u radu doprinosi iskustvo i znanje foto-novinara, a koliko okolnosti, da se nađe na pravom mestu, u pravo vreme?**
U velikoj meri, iskustvo koje fotograf stiče radeći na terenu, umnogome pomaže da se napravi dobra fotografija kada se fotograf nađe na pravom mestu u pravo vreme.
- ✓ **Uporedite posao novinara i posao foto-novinara. Koje su sličnosti, a koje razlike?**
Umnogome su poslovi jako slični, obe profesije često odaze na iste terene, s tim, što za razliku od novinara, foto-repoter mora da prenese istinu onakvu kakva ona jeste i ima mnogo manje prostora za improvizaciju ili izmenu istine, za razliku od novinara koji često to može.

- ✓ **Šta mislite o građanskom foto-novinarstvu? Da li građansko foto-novinarstvo ugrožava posao profesionalnih foto-novinara?**
Živimo u vremenima kada je fotografija sveprisutni medij, danas pomoću telefona, tableta i ostalih medija, svako može da snima fotografije, ne mislim da to može da ugrozi posao pravog foto-novinara. Jer na kraju krajeva ne piše knjige svako ko zna da piše i ne pravi dobre pesme svako ko zna da svira par akorda na gitari.
- ✓ **Koja fotografija u istoriji je na Vas ostavila najjači utisak i zbog čega?**
Starving Child and Vulture, Kevin Carter, 1993. To je fotografija koja daje mnogo odgovara ali postavlja i mnoga pitanja, nameće posmatrača na preispitivanje a i fotografa koji je to snimi, o i to sve do današnjih dana.
- ✓ **Izaberite foto-novinara čiji rad najviše cenite i navedite razloge svog izbora.**
Tomislav Peternek. To je foto-reporter koji je ovekovečio čitavu istoriju jedne zemlje na način da je to u rangu sa svim svetskim fotografima...
- ✓ **U kom radnom zadatku ste najviše uživali?**
Iskreno, ja uživam u svakom terenu koji dobijem da fotografiram, u poslednje vreme najviše uživam na velikim sportskim događajima, jedan od njih je i poslednja utakmica evropa lige na stadionu Partizana između domaćina i Mančester Junajteda.
- ✓ **Koju svoju fotografiju smatrate najboljom i zbog čega?**
Fotografija Udarac koju sam snimio u selu Delimeđe u centru Peštarske visoravni u toku održavanja tradionalnog vašara koji se održava u tom selu. Razlog je taj što je to fotografija po kojoj me ljudi najviše znaju, a u kojoj je, mogu slobodno da kažem, u potpunosti pokazan stil mog rada.
- ✓ **Šta je bilo najteže fotografisati u Vašoj karijeri?**
Bilo je više događaja, ali bih izdvojio rad na projektu "Srebrenica zaboravljeni grad" u kojem sam nedelju dana pre obeležavanja Genocida u Srebrenici boravio i radio priču

o praznom gradu, bez novinara, političara i ostalih koji se skupe samo na dan obeležavanja tog stradanja.

✓ **Kako se borite sa emocijama kada fotografišete neprijatne scene?**

Postoji jedna priča da su jednog fotografa iz Magnum agencije pitali: Šta bi uradio kada bi video da čovek gori, a on rekao: „f5.6 i 500/1” što je otprilike podešavanje aparata za fotografisanje vatre. Kada snimam fotografije trudim se da emocije ostavim po strani, ali kada se naveče legne u krevet, fotografije se vraćaju i proganjaju, čak i danima. Ono što je ipak dobro je to što te scene dolaze nakon snimanja, jer bi u suprotnom uticale na fotografije.

✓ **Da li ste nekada imali dilemu da li da fotografišete i koja je to situacija?**

To se dešava često, desi se i da snimim fotografiju i onda je izbrišem, uglavnom su to scene vezane sa neke ljude sa margine društva.

✓ **Opišite razliku kada radite u regularnim okolnostima i kada radite u specijalnim okolnostima, kao što je vanredno stanje?**

U regularnim uslovima za rad, sloboda je mnogo više prisutna, što se tiče traženja nekih spostvenih priča, ali što se tiče ovih zvaničnih snimanja u suštini nije bilo ogromne razlike, jer su ograničenja ista.

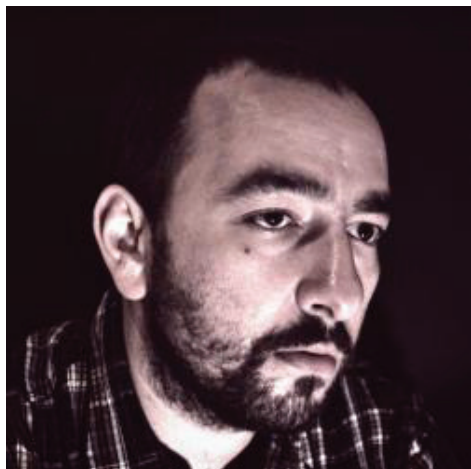
✓ **Koliko je posao foto-novinara cenjen u svetu, a koliko u Srbiji?**

Svet i mi smo udaljeni u svim oblastima pa i u ovoj, sama činjenica koliko je posao foto-novinara plaćen u svetu, a koliko kod nas može da dovede do odgovora. Ali za početak dovoljno je da uzmete bilo koje dnevne novine i vidite kako su autori fotografija potpisani, i da vam bude u potpunosti jasno sve vezano za poštovanje fotorepotera.

✓ **Koji su ključni problemi za rad foto-novinara danas?**

Nepoštovanje autorskih dela u smislu kropovanja fotografija, nepotpisivanja istih, neovlašćenog objavljivanja i naravno finansijskih primanja, jer je prema sve skuplja a primanja sve manja.

- ✓ **Kakva je budućnost profesionalnog foto-novinarstva?**
U najmanju ruku neizvesna, pre svega jer fotografi se sve manje angažuju zbog troškova ali i zbog toga jer urednici smatraju da dobra fotografija i nije toliko važna za vest.
- ✓ **Šta biste Vi promenili u cilju boljeg položaja profesije foto-novinar?**
Neophodno bi bilo da se promeni svest o fotografiji kao jednoj od ključnih stvari za vesti u medijima i nakon toga bi došlo do poštovanja foto-novinarske profesije i svih ostalih problema sa kojima se autori danas sreću.
- ✓ **Koji savet biste dali mladim kolegama koji sada ulaze u profesiju foto-novinar?**
Da veruju u svoj rad, da će nagrada za to da dođe u svakom smislu i da će se dobar rad ipak na ovaj ili onaj način odvojiti od onih drugih.
- ✓ **Kada biste ponovo birali profesionalni put, da li biste ponovo bili foto-novinar?**
Sigurno da bih, samo što bih se možda drugačije postavio u određenim situacijama i tako menjao tok karijere.



Saša Čolić

Saša Čolić je osnivač, fotograf i foto-urednik agencije The Day photographers - www.thedayphotographers.com . Jedan je od osnivača udruženja dokumentarnih fotografa Kamerades - www.kamerades.com. Prema podacima dostupnim na sajtu, radeći za dnevne novine Politika, dokumentovao je društvena i politička pitanja koja definišu naše vreme, a bio je specijalista za reportaže.

Slika 60 Saša Čolić (<http://kamerades.com/member/sashacolic/>)

Fotografisao je za brojne medije, kao što su Ekonom, Newsweek, Vreme, Die Zeit, Status, NIN. Učesnik je brojnih izložbi i dobitnik brojnih nagrada za fotografiju na konkursima Press Photo Srbija i Beta foto-konkurs.

- ✓ **Šta mora da ima dobra fotografija?**
Kvalitetna dokumentarna fotografija u medijima sadrži strukturni sloj koji privlači gledanje, podstiče kritičko razmišljanje, metadata opis (akteri, mesto, vreme, zašto), pored svetla, kompozicije i presudnog trenutka.
- ✓ **Navedite nekoliko ključnih karakteristika dobrog foto-novinaru?**
Samosvest, empatija, fleksibilnost, nepotkupljivost, intuitivnost, poštovanje profesionalnih etičkih kodeksa profesije, agilnost, temeljni pristup temi koja se obrađuje.
- ✓ **Koliko u radu doprinosi iskustvo i znanje foto-novinaru, a koliko okolnosti, da se nađe na pravom mestu, u pravo vreme?**
Analogija rutine ide ovako: Ono na šta se fokusiraš - to raste. U istim okolnostima, na pravom mestu i u pravo vreme, dva prisutna fotografa mogu da vide i snime potpuno razli-

čite fotografije. Važna je inspirativna akcija tj. kretanje pa okolnosti često same dolaze ka tebi. Posao profesionalca u medijima zahteva ozbiljne veštine, praksu i znanje. Ne bih se kladio na to da će amater uspeti da napravi vrhunsku fotografiju u izazovnim uslovima za snimanje, i pritom isporučiti selekciju fotografija koje pričaju priču o izabranoj temi. Možda snimak presudne fotografije deluje rutinski, zapravo iza toga je čitav proces treninga.

✓ **Uporedite posao novinara i posao foto-novinar. Koje su sličnosti, a koje razlike?**

Ljudi se vezuju za dobru priču. Stoga pričanje priče je zajednički imenilac novinara i foto-novinar. Novinar to radi kroz pisanu i verbalnu reč, koristeći svoje talente, znanje i iskustvo. Foto-novinar to isto radi pripovedanjem kroz objektiv fotoaparata, a u poslednje vreme i video kamere. Priču u medijima čini simbioza teksta i fotografija, video snimaka i naracije, pa su novinar i foto-novinar zapravo tim koji proizvodi tu dobru priču. Kao tim, potrebno je da imaju odličnu međusobnu komunikaciju i uzajamno poštovanje. Novinar ne mora nužno da poznaje sve tehničke aspekte i pristup foto-novinarstva dok je foto-novinar u obavezi da poznaje i primenjuje osnove žurnalistike.

✓ **Šta mislite o građanskom foto-novinarstvu? Da li građansko foto-novinarstvo ugrožava posao profesionalnih foto-novinar?**

Novinarska profesija se menja brže i više nego ikada do sada. Svedočimo tektonskim geo-političkim promena u svetu. Građansko foto-novinarstvo je zdravo i poželjno, posebno u Srbiji, gde su korumpirani "zvanični mediji" zapravo najveći politički neprijatelji građana. Ukoliko se profesionalni foto-novinar ponaša i deluje u službi opšteg interesa i najvišeg dobra - nema bojazni, nasuprot.

✓ **Koja fotografija u istoriji je na Vas ostavila najjači utisak i zbog čega?**

Radije bih ukazao na projekte umesto pojedinačnih fotografija. Dakle, ceo opus Sebastião Salgada. Njegove fotografije

prožima neizreciva lepota, širokog su geografskog obima i sa političkom svrhom, a otkrivaju socijalne i ekološke probleme s kojima se suočava naša planeta.

- ✓ **Izaberite foto-novinaru čiji rad najviše cenite i navedite razloge svog izbora.**

Martin Parr. Izuzetno cenim duhovitost i upotrebu živopisnih boja zastupljenih na njegovim fotografijama. Martin Parr se fokusira na teme poput masovnog turizma, globalizacije i konzumerizma. Njegova jedinstvena vizija i indirektan pristup dokumentarizmu izazvali su veliku raspravu i snažno uticali na savremenu fotografsku kulturu.

- ✓ **U kom radnom zadatku ste najviše uživali?**

U projektu "Kinder Circus" za švajcarski list Reformiert. Cirkus Lollipop iz Švajcarske je dizajnirao i sproveo program za decu u gradu Šid, mestu gde se poslednjih godina u jednoj tradicionalnoj sredini usled bliskoistočnjačkih migracija susreću razne nacionalnosti. Dok sa druge strane i dalje postoji neprihvatanje razlika i izvesna nacionalna nejednakost između građana. Priča prati dvoje dece koja su uprkos značajnim socijalnim razlikama ostvarila prijateljstvo, lokalnog dečaka Mihajla koji pomaže mami u čuvanju brata i dve sestre dok otac izdržava zatvorsku kaznu, i Ane koja dolazi iz obrazovane, situirane porodice srpsko - čileanskog porekla nastanjenoj u Čikagu, a koja leto provodi u Šidu. Deca tokom priprema za finalnu tačku otkrivaju svet igre, plesa, umetnosti, ritma i potpuno se prepuštaju.

- ✓ **Koju svoju fotografiju smatrate najboljom i zbog čega?**

"Fight club" (Borbeni klub) 2012. Nastala je dok sam istraživao svakodnevni život Srbije, u pravo vreme i na pravom mestu. Bio sam na proputovanju u Subotici. Noćni život i kulturna manifestacija u lokalnom klubu Studio 11, atmosfera u klubu vesela i prijateljska. U nekom trenutku izlazim u dvorište prema toaletu koji pripada klubu. Vedra noć i pun mesec. Po izlasku iz toaleta u neosvetljenom delu dvorišta primećujem dva pripita muškarca koji razmenjuju uvrede pa nakon toga zagrljaje, pa iz početka. Prilazim i bez

oklevanja pitam jel sve u redu, aludirajući na pozitivne aspekte života i rešavanje konflikta na miran način. Dobijam odgovor da gledam svoja posla i da "oni to moraju da reše kao pravi muškarci i da to redovno rade, evo već neko vreme." Meni se upali lampica, vidim biće šorka! Koliko god da je bizarna i konfliktna situacija, pitam ljude jel u redu da ih fotografisem na šta dobijam potvrdno klimanje glavom od obojice. Na ramenu mi stoji fotoaparatus bez koga se tih dana nisam odvajao. Kreće pesničenje a ja sa dva metra razdaljine i u skoro potpunom mraku eksponiram fotografiju po osećaju (bez blica). Nakon nekoliko razmena udaraca, kažu "dosta je bilo" i jedan od njih kaže "izvini brate". Puca me kombinacija adrenalina i zbunjenosti, već imam tri snimka i gledam šta dalje, dal će sad na mene da skoče!?Saznajem da je porodična stvar u pitanju i ima veze sa preljubom, pa tako "pegčaju" situaciju. Ponovo se bratski grle i odlaze nazad za šank gde nonšalantno nastavljaju pijanku. U klubu saznajem da je to njihov uobičajeni ritual. Nastala fotografija izgleda nadrealno, boje su živopisne a energija razmene udaraca je nekako filmska, usled duže ekspozicije. Iako sam višestruko nagrađivan za mnoge pojedinačne fotografije i foto priče u medijima, Fight club mi je svakako najvažnija.

- ✓ **Šta je bilo najteže fotografisati u Vašoj karijeri?**
Korupciju i političku prevrtljivost predizbornih kampanja.
- ✓ **Kako se borite sa emocijama kada fotografišete neprijatne scene?**
Dok sam živeo na auto-pilotu koristio sam fotoaparatus kao štit tokom snimanja neprijatnih scena. Akumulirane emocije su izlazile kasnije kroz nemir, bes, tugu. Godinama kasnije i osveščavanjem ko sam, sada biram šta, gde i koga snimam. Privlače me pozitivne životne priče i scene pa sam se evo već potpuno distancirao od mejnstrim medija, koji uglavnom favorizuju nesreću i apatiju. Uzgred, za promenu mogao bih da vam ispričam i kako se nosim sa prijatnim scenama :).

- ✓ **Da li ste nekada imali dilemu da li da fotografišete i koja je to situacija?**

Stari i nemoćni građani, siromaštvo, izbeglice, žrtve torture, osobe sa fizičkim i mentalnim izazovima samo su neki od primera tih "dilema" situacija. Te situacije se često kose sa etičkim kodeksima i pravom pojedinca na privatnost. Moja je namera da bez obzira na situaciju, svakoga fotografišem dostojanstveno i iskreno, kad god je to moguće. Uvek postavim sebi pitanje: Šta želim da postignem fotografisanjem ovoga? Zašto je ovo važno? Da li je od opšteg značaja? Dileme nema za uniformisane pripadnike vojske i policije, narodne deputate i ostale političke aktere koji su javna administracija.

- ✓ **Opišite razliku kada radite u regularnim okolnostima i kada radite u specijalnim okolnostima, kao što je vanredno stanje?**

Posao novinara i foto-novinara je veliki psiho-fizički izazov. U mirnodopskim uslovima planiram, pripremam se, proaktivno delujem, moguće opstrukcije i prolongiranje, verujem i očekujem najbolji rezultat. U uslovima vanrednog stanja - sve to isto plus velika doza neizvesnosti i panike. Poslednji put sam tako nešto radio tokom majskih poplava 2014. Svega dva sata vožnje nakon što sam u svom udobnom i toplom stanu na miru pojeo doručak i popio espresso, nađoh se u gradskoj ulici u devastiranom domu porodice kojoj je bujica kompletno uništila kuću. Potrudio sam se da sve toga dana snimim i prikažem mirno, dostojanstveno. To iskustvo me dobro naučilo šta želim, odn. šta ne želim da radim. Tokom vanrednog stanja valja zaista ohrabriti i na svaki način pomoći onima koji su pogođeni krizom, dok još jedna crna hronika u moru medijskog smeća služi: kome?

- ✓ **Koliko je posao foto-novinara cenjen u svetu, a koliko u Srbiji?**

U svetu je izuzetno cenjen, u Srbiji onoliko koliko sam autor voli i poštuje sebe i svoj rad.

- ✓ **Koji su ključni problemi za rad foto-novinara danas?**

Izazovi su tu da se reše.

- ✓ **Kakva je budućnost profesionalnog foto-novinarstva?**
Budućnost je u društvenim mrežama, internet portali, građansko foto-novinarstvo.
- ✓ **Šta biste Vi promenili u cilju boljeg položaja profesije foto-novinaru?**
Obavezna edukacija i polaganje licence za rad profesionalca. Formiranje sindikata koji pravno zastupa interese foto-novinaru. Status službenog lica.
- ✓ **Koji savet biste dali mladim kolegama koji sada ulaze u profesiju foto-novinaru?**
Probajte. Razmišljajte samo svojom glavom.
- ✓ **Kada biste ponovo birali profesionalni put, da li biste ponovo bili foto-novinar?**
Deo mog razvojnog puta je bio da iskusim razne stvari. Svako iskustvo me napravilo malo boljim čovekom. Ne znam šta bi bilo-kad bi bilo, znam šta i ko sam sada: profesionalni fotograf.

RADNI LISTOVI

Radni listovi su namenjeni studentima koji pohađaju kurs Fotografija u medijima.

VEŽBA I

FOTOGRAFSKI ARHIVI

ZADATAK:

- *Studenti istražuju fotografske arhive:*
Metropolitan muzej umetnosti (Metropolitan museum of Art) u Njujorku, <https://www.metmuseum.org/about-the-met/curatorial-departments/photographs>
- Muzej moderne umetnosti (MoMA – Museum of Modern Art) u Njujorku, <https://www.moma.org/collection/about/curatorial-departments/photography>*
- Muzej Džordž Istmen (George Eastman Museum) u Ročesteru, <https://www.eastman.org/>*
- Umetnički institut Čikaga (Art Institute) u Čikagu, <https://www.artic.edu/>*
- Muzej Viktorija i Albert (Victoria and Albert Museum) u Londonu, <https://www.vam.ac.uk/>*
- Nacionalna galerija portreta (National Portrait Gallery) u Londonu, <https://www.npg.org.uk/>*
- Centar Žorž Pompidu (Centre Pompidou) u Parizu, <https://www.centrepompidou.fr/en>*
- Geti institut za istraživanje (Getty Research Institute) u Los Anđelesu, <http://getty.edu/>*
- Vizuelni arhiv Jugoistočne Evrope (VASE), <http://gams.uni-graz.at/archive/objects/context:vase/methods/sdef:Context/get?mode=home>*
- Arhiv Jugoslavije, http://www.arhivyu.gov.rs/active/sr-latin/home/glavna_navigacija/izlozbe/internet_izlozbe/galerija_fotografija.html*
- Narodna biblioteka Srbije, <http://www.digitalna.nb.rs/sf/NBS/Fotodokumenta/Fotografije>*
- Fotomuzej, virtuelni muzej srpske i svetske fotografije, <http://www.fotomuzej.com/>*

Narodna biblioteka Stevan Sremac u Nišu,

<http://91.187.147.10:8000/webnibis/switch.do?page=/Sadrzaj-Kolekcije.do&prefix=&method=sadrzajKolekcije&id=65&tip=-knjiga>

Studenti izdvajaju jednu fotografsku arhivu i obrazlažu razloge svog izbora:

VEŽBA II

PRAVILA KOMPOZICIJE FOTOGRAFIJE I

ZADATAK:

- *Studenti snimaju fotografiju na času i raspravljaju da li je ispunila sledeća pravila kompozicije:*

<i>Pravilo kompozicije</i>	<i>Da</i>	<i>Delimično</i>	<i>Ne</i>
<i>Pravilo trećine</i>			
<i>Prazan prostor</i>			
<i>Kontrast</i>			
<i>Dubina</i>			
<i>Ugao snimanja</i>			
<i>Obrasci koji se ponavljaju</i>			
<i>Simetrija</i>			
<i>Vodeće linije</i>			
<i>Uokviravanje</i>			
<i>Isecanje</i>			

- *Studenti, prema pravilima kompozicije, biraju jednu svoju dobru i jednu lošu fotografiju i objašnjavaju svoj izbor:*

VEŽBA III

PRAVILA KOMPOZICIJE FOTOGRAFIJE II

ZADATAK:

- *Studenti snimaju fotografiju na času vodeći računa o:*
 - *Držanju kamere: pronaći dobar, stabilan položaj;*
 - *Planovima snimanja, različitim udaljenostima između kamere i objekta snimanja – total, srednji plan, američki plan, blizu, krupni plan, detalj;*
 - *Uglovima snimanja – gornji rakurs, normalna vizura, donji rakurs;*

- *Studenti eksperimentišu i fotografišu:*
 - *Pejzaže: različiti načini snimanja pejzaža;*
 - *Portrete: različiti načini fotografisanja portreta;*

VEŽBA IV OKO FOTOGRAFA

ZADATAK:

• *Studenti na čas donose dve fotografije po izboru i pokazuju grupi bez objašnjenja. Studenti odgovaraju na sledeća pitanja:*

➤ *Opišite fotografiju (koje podatke sadrži, kakvi su elementi kompozicije):*

➤ *Opišite emocije koje fotografija izaziva:*

➤ *Šta biste promenili na fotografiji?*

VEŽBA V FOTOGRAFIJE U MEDIJIMA I

ZADATAK:

- *Studenti raspravljaju o sledećim pitanjima:*

➤ *U kojim medijima vidate fotografije?*

➤ *Šta je najčešće prikazano na tim fotografijama?*

➤ *Kakav uticaj fotografije u medijima imaju na vaš život?*

VEŽBA VI FOTOGRAFIJE U MEDIJIMA II

ZADATAK:

- *Izaberite i prikažite grupi fotografiju iz medija koja je na vas ostavila snažan uticaj. Saslušajte različita mišljenja:*

- Šta vidite na fotografiji:

- Koja je vaša prva reakcija na fotografiju?

- Zbog čega vam se dopada/ne dopada fotografija?

- Pod kojim okolnostima je fotografija snimljena, na osnovu pretpostavke?

- Koju poruku nosi fotografija? Da li postoji skrivena poruka fotografije?

VEŽBA VII FOTOGRAFIJE U ŠTAMPI

ZADATAK:

- *Studenti u dnevnoj štampi pronalaze primere:*

➤ *Foto-vest:*

➤ *Foto-intervju:*

➤ *Foto-esej:*

➤ *Foto-reportaža:*

➤ *Dobra fotografija:*

➤ *Loša fotografija:*

VEŽBA VIII

ETIČNOST FOTOGRAFIJE U MEDIJIMA

ZADATAK:

• *Studenti u dnevnoj štampi pronalaze primere pravilnog postupanja sa fotografijama i primere kršenja Kodeksa novinara Srbije:*

➤ *Istinitost izveštavanja (dokumentarna fotografija/foto-montaža –naglašena?):*

➤ *Odgovornost novinara/poštovanje autorstva (da li je naveden autor fotografije/arhivska fotografija/ilustrativna fotografija?):*

➤ *Poštovanje privatnosti (da li fotografija otkriva identitet?):*

➤ *Korišćenje časnik sredstava (paparazzo fotografije?):*

➤ *Primer dobre fotografije:*

➤ *Primer loše fotografije:*

VEŽBA IX FOTOGRAFIJA I AUTORSKA PRAVA

ZADATAK:

• *Studenti na internetu pronalaze primere fotografija sa određenom vrstom licence:*

➤ *Autorstvo :*

➤ *Autorstvo – deliti pod istim uslovima:*

➤ *Autorstvo – bez prerade:*

➤ *Autorstvo – nekomercijalno:*

➤ *Autorstvo – nekomercijalno – deliti pod istim uslovima:*

➤ *Autorstvo- nekomercijalno – bez prerada:*

➤ *CC-0 licenca:*

VEŽBA X

DIGITALNA OBRADA FOTOGRAFIJA

ZADATAK:

• *Trebalo bi da studenti upoznaju sledeće softvere za digitalnu obradu fotografija:*

GIMP www.gimp.org

Photoscape www.photoscape.org

Fotor www.fotor.com

Pixlr <https://pixlr.com/editor/>

Photopea <https://www.photopea.com/>

BeFunky <https://www.befunky.com/>

PicsArt (Android, iPhone)

PicLab (Android, iPhone)

• *Studenti na računaru ili mobilnom telefonu, koristeći softver za digitalnu obradu fotografija po izboru, treba da obave sledeće zadatke:*

- *kropovanje – isecanje fotografije;*
- *kontrast – izmena nivoa osvetljenja na fotografiji;*
- *boje - izmena boja na fotografiji;*
- *specijalni efekti - dodavanje specijalnih efekata na fotografiji;*
- *tekst – dodavanje teksta na fotografiji;*

• *Studenti treba da istraže i ostale mogućnosti softvera za digitalnu obradu fotografija.*

VEŽBA XI

MANIPULACIJA NA FOTOGRAFIJAMA

ZADATAK:

• *Studenti, koristeći kamere i softvere za digitalnu obradu fotografija, vrše sledeće manipulacije:*

- *režiranje fotografije*
- *obrada fotografije*
- *kontekst fotografije*

VEŽBA XII

DOGAĐAJ ZA FOTO-PRIČU

ZADATAK:

- *Studenti u grupama biraju temu za koju žele da naprave foto-priču:*

➤ *Najvažnija/željena tema...*

➤ *Tema koju je moguće ispričati kroz fotografije:*

➤ *Naša tema:*

➤ *Potrebna oprema:*

➤ *Mogući problemi:*

VEŽBA XIII

KNJIGA SNIMANJA - AKCIJA

ZADATAK:

- *Studenti prave knjigu snimanja za izabrani događa.*
- *Savet: fotografisati više fotografija tako da se mogu izabrati najbolje. Snimate fotografije sa horizontalnom orijentacijom, jer to odgovara našem prirodnom vidnom polju.*

VEŽBA XIV KNJIGA SNIMANJA - TEMA

ZADATAK:

- *Studenti prave knjigu snimanja na izabranu temu.*
- *Savet: fotografisati više fotografija tako da se mogu izabrati najbolje. Snimite fotografije sa horizontalnom orijentacijom, jer to odgovara našem prirodnom vidnom polju.*

VEŽBA XV
PREDSTAVLJANJE FOTO-NOVINARA

ZADATAK:

• *Predstavite kroz prezentaciju foto-novinara po izboru i njegov rad:*

➤ *Biografija:*

➤ *Fotografije koje su obeležile njegov rad:*

➤ *Navedite razloge izbora foto-novinara:*

VEŽBA XVI

ANALIZA NOVINSKE FOTOGRAFIJE

ZADATAK:

• Pred vama je interdisciplinarni model za analizu novinske fotografije (*Press Photograph Story Analysis –PPSA*(Kedra, 2013). U komunikacionom modelu fotografije pošiljalac, poruka je fotografija, a primalac osoba koja interpretira fotografiju. Model se sastoji od tri nivoa: denotativna analiza, konotativna analiza i dodatnih pitanja:

<i>Pošiljalac</i>	<i>Poruka (kontekst/kod)</i>	<i>Primalac</i>
	DENOTATIVNA ANALIZA	
(A1) <i>Fotografov izbor likova, pejzaža, tehnika crno-bela/u boji, uokvirivanje, osvetljenje.</i>	(A2) <i>Kakve informacije dobijate iz naslova? Šta vam novinarske fotografije govore o temi?</i>	(A3) <i>Sociološka analiza: opis likova: izgled, pol, starost, ponašanje, aktivnosti, političko opredeljenje, nacionalnost/etnička pripadnost.</i>
	KONOTATIVNA ANALIZA	
(B1) <i>Odnos pošiljaca prema predstavljenoj priči i likovima (ove informacije su dobijene od fotografa ili su rezultat hermeneutičke interpretacije).</i>	(B2) <i>Pronaći i opisati značenja na fotografijama: vizuelno retoričke figure, simbole, intertekstualne konotacije iz umetnosti, savremenu kulture itd.</i>	(B3) <i>Kakve su emocije i osećaji kombinovani sa analiziranom fotografijom? Razmislite o pojedinačnim fotografijama i celoj foto-priči.</i>

DODATNA PITANJA

Cilj je da učesnici diskusije razmisle šta su naučili tokom denotativne i konotativne analize.

Koju temu ili informacije prenosi novinska fotografija?

Šta možete naučiti o svetu sa ovih fotografija?

Šta bi bila tema vašeg istraživanja ako nameravate da ovu priču koristiti kao ilustraciju ili izvor?

LITERATURA

- Adamović, J. & Krivokapić, Đ. (2017). Slobodna upotreba autorskih dela: vodič o autorskim pravima. Novi Sad: Share foundation
- Alloula, M. (1987). The Colonial Harem. Manchester: Manchester University Press.
- Bart, R. (1979). Retorika slike. Treći program, 41, str. 465-477.
- Bart, R. (2001). Fotografiska poruka. Prelom: časopis škole za istoriju i teoriju umetnosti, 1, str. 219-228.
- Bart, R. (2011). Svetla komora: beleška o fotografiji. Beograd: Kulturni centar Beograda.
- Batchen, G. (2001). Each wild idea: writing, photography, history. Cambridge, MA, London: The MIT Press.
- Batchen, G. (2004). Forgot me not: photography and remembrance. New York: Princeton Architectural Press.
- Bidgoli, H. (2004). The Internet Encyclopedia (Volume 2). John Wiley & Sons.
- Bjelica, M. & Jevtović, Z. (2006). Istorija novinarstva. Beograd: Megatrend univerzitet primenjenih nauka.
- Braesel, S. & Karg, T. (2018). Media and information literacy. A practical guidebook for trainers, DW Akademie.
- Čejko, M. (2019). Superopovezani. Internet, digitalni mediji i tehno-društveni život. Beograd: Klio.
- Debeljković, B. (1977). Stara srpska fotografija. Beograd: Muzej primenjene umetnosti, Muzej grada Beograda, dostupno na: <http://www.fotomuzej.com/putujuci-fotografi.html>, posećeno 10. februara 2019. godine.
- Debeljković, B. (1979). Early Serbian photography. History of Photography, 3(3), pp. 233-252.
- Debor, G. (2003). Društvo spektakla. Beograd: A. Golijanin.
- Đorđević, V. (1936). Fotoreportaža. Beograd: Foto-cinko Rus.
- Đurić, D. (2003). Novinarska enciklopedija. Beograd: YU marketing pres: Kompanija.

- Fizi, M. (1966). *Fotografija*. Zagreb: Epoha.
- Freund, G. (1981). *Fotografija i društvo*. Zagreb: Grafički zavod Hrvatske.
- Gelb, Z. (2008). Moć slike: Zašto slika ne može nikada izgledati toliko reljefno kao prirodne stvari? *MediAnali: međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*, 2/4, str. 131-144.
- Gernshajm, H. & Gernshajm, E. (1973). *Fotografija, sažeta istorija*. Beograd: Jugoslavija.
- Goffman, E. (1979). *Gender Advertisements*. New York: Harper Torchbooks.
- Goldman, R. (1992). *Reading Ads Socially*. London, New York: Routledge.
- Grau, S. L. & Zotos, Y. C. (2016). Gender stereotypes in advertising: a review of current research. *International Journal of Advertising*, 35(5), 761-770.
- Hadland, A., Lambert, P., & Campbell, D. (2016). The future of professional photojournalism: Perceptions of risk. *Journalism Practice*, 10(7), pp. 820-832.
- Hadland, A. & Barnett, C. (2018). The state of news photography. Photojournalists' attitudes toward work practices, technology and life in the digital age. *World Press Photo*.
- Hol, S. (2008). Kodiranje, dekodiranje. U: *Studije kulture: zbornik*, Jelena Đorđević (ur.), Beograd: Službeni glasnik.
- Jovanović, S. (2019). Gledanost televizijskih programa s nacionalnom pokrivenošću u 2018. godini – godišnji izveštaj. Beograd: RTS – Centar za istraživanje javnog mnjenja, programa i auditorijuma.
- Kedra, J. (2013). To see more: a model for press photograph story analysis. *Journal of Visual Literacy*, 32(1), pp. 27-50.
- Kedra, J. (2017). Does the journalistic photograph need a context?: Rethinking contextual interpretation. *Studies in Visual Arts and Communication, an international journal* Vol 4, No 2, available at: https://journalonarts.org/wp-content/uploads/2018/01/SVACij_Vol4_No2-2017_Joanna-Kedra_Does-the-journalistic-photograph-need-a-context.pdf
- Kobre, K. (2017). *Photojournalism: The professionals' approach*. Routledge.
- Kodeks novinara Srbije: uputstva i smernice (2015). Beograd: Savet za štampu.

- Kos, I. (2019). Sportska fotografija (završni rad). Korprivnica: Sveučilište Sjever.
- Krstić, A. (2011). Građansko novinarstvo – šanse i izazovi za novinarsku profesiju. *CM Komunikacija i mediji*, 6(20), str. 97-115.
- Lazić, D. & Tatarević, V. (2014). Fotografija. Beograd: Zavod za udžbenike.
- Lewinski, J. (1978). *The Camera at War*. London: W. H. Allen
- Lister, M. (2006). Fotografija u doba elektronskih slika. U: *Fotografija: kritički uvod*, Liz Vels (ur.), Beograd: Klio.
- Makluan, M. (1971). *Poznavanje opština čovekovih produžetaka*. Beograd: Prosveta.
- Malić, G. (2009). *Letopis srpske fotografije 1839-2008*. Beograd: Fotogram.
- Malović, S. (2005). *Osnove novinarstva*, Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga.
- Manović, L. (2015). *Jezik novih medija*. Beograd: Klio.
- Manovich, L. (1995). *The Paradoxes of Digital Photography*. *Photography after photography*, pp. 57-65.
- Matić, J. (2017). *Kratka istorija fotografije*. Beograd: Kulturni centar Beograda.
- McDougall, A. & Hampton, V. J. (1990). *Picture Editing & Layout: A Guide to Better Visual Communication*. Columbia: Viscom Press
- Mihajlov Prokopović, A. (2016). *Transformacija tradicionalnih medija u novom tehnološkom okruženju*. Doktorska disertacija. Beograd: Fakultet političkih nauka.
- Milić, D. (2016). *Vodič kroz autorsko pravo za onlajn medije*. Niš: Asocijacija onlajn medija
- Milosavljević, P. (1992). *Počeci i razvoj fotografije*. U: *Dva veka srpskog novinarstva (grupa autora)*, Beograd: Institut za novinarstvo.
- Mitchell, W. J. (1992). *The reconfigured eye: Visual truth in the post-photographic era*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Moren, E. (1979). *Uvod u izučavanje reklame*, *Treći program*, 41, str. 454-463.
- Mučalo, M. & Šop, S. (2008). *Nova publika novih medija*. *Informatologia*, 41(1), str. 51-55.
- Netaj, Z. (2003). *Počeci fotografije 1839-1900*. *Arhiv: časopis Arhiva Jugoslavije*, God. 4, br. 1/2, str. 54-62.
- Ninković Slavnić, D. (2006). *Fotografija kao sredstvo vizuelne komunikacije*. *CM: časopis za upravljanje komuniciranjem*, 1(1), str. 115-142.

- Ninković Slavnić, D. (2015). Etika foto-izveštavanja: stare dileme i novi izazovi, u: Indikatori profesionalnog/neprofesionalnog ponašanja novinara i medija – mogućnosti za poboljšanje stanja, Rade Veljanovski (ur.), Beograd: Fakultet političkih nauka, str. 163-178.
- Noth, W. (2004). Priručnik semiotike. Zagreb: Ceres.
- Obradović, N. & Vujović, M. (2017). A Semiological analysis of Films. *Facta Universitatis, Series: Visual Arts and Music* Vol. 3, No 1, pp. 39-48.
- Ohrn, K. B. (1980). Dorothea Lange and the documentary tradition. UMI.
- Prajs, D. (2006). Posmatrač i posmatrani, fotografija oko nas, U: Fotografija: kritički uvod, Liz Vels (ur.), Beograd: Klio.
- Prnjat, D. (2016). Mediji nekad i sad. *Humanističke studije* (2), str. 251-258.
- Radojković, M. (2015). Da li će građansko novinarstvo zameniti profesionalno? U: Politički identitet Srbije u globalnom i regionalnom kontekstu. Beograd: Fakultet političkih nauka, str. 305-314.
- Radojković, M. & Miletić, M. (2005). Komuniciranje, mediji i društvo. Novi Sad: Stylos.
- Ramamurti, A. (2006). Spektakli i iluzije: Fotografija i potrošačka kultura. U: Fotografija: kritički uvod, Liz Vels (ur.), Beograd: Klio.
- Ritchin, F. (1990a). Photojournalism in the Age of Computers. In: *The Critical Image*, Carol Squires (ed.), London: Bay Press.
- Ritchin, F. (1990b). *The Critical Image*. In: *The Critical Image*, Carol Squires (ed.), London: Bay Press.
- Rosler, M. (1991). Image Simulations, Computer Manipulations: Some Considerations. *Ten: 8 Digital Dialogues: Photography in the Age of Cyberspace* 2(2).
- Rössler, P. et al. (2011). Selection and impact of press photography: An empirical study on the basis of photo news factors. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 36(4), pp. 415-439.
- Samardžić, A. Nastanak i život modne fotografije, dostupno na: <http://www.crf.rs/rubrike/izdvajamo/20/2012/04/11/nastanak-i-zivot-modne-fotografije.html>, posećeno 26. marta 2019. godine.
- Sandler, M. W. (2002). *Photography: An illustrated history*. Oxford University Press.
- Smernice za primenu Kodeksa novinara Srbije u onlajn okruženju (2016). Beograd: Savet za štampu.

- Spender, H., Mellor, D., & Picton, T. (1978). Humphrey Spender: M.O. Photographer, *Camerawork*, 11/1, pp. 6-7.
- Stamenković, M. (2018). Sports Photography and Historical Development. *Physical Education and Sport through the Centuries*, 5(1), 93-115.
- Stojanović Prelević, I. (2020). *Filozofija medija – pragmatički i aksiološki aspekti*. Niš: Filozofski fakultet.
- Stott, W. (1973). *Documentary Expression and Thirties America*. London: Oxford University Press.
- Šuvaković, M. et al. (2011). *Pojmovnik teorije umetnosti*. Beograd: Orion art.
- Tifentale, A. & Manovich, L. (2015). Selfcity: Exploring photography and self-fashioning in social media. In: *Postdigital aesthetics*, London: Palgrave Macmillan, pp. 109-122.
- Todić, M. (1993). *Istorija stare srpske fotografije (1839-1940)*. Beograd: Prosveta, Muzej primenjenih umetnosti.
- Todić, M. (2010). Potrošačka kultura u izgradnji, predstava žene u štampanim reklamama (1900- 1940). *Zbornik Matice srpske za likovne umetnosti*, 38, str. 213-234.
- Todić, M. (2012). *Vek reklame*, Beograd, dostupno na: https://www.academia.edu/2531365/Vek_reklame_Beograd_2012, posećeno 25. marta 2019. godine.
- Vajdijanatan, S. (2018). *Antidruštvene mreže. Kako nas Fejsbuk razdvaja i podrija demokratiju*. Beograd: Klio.
- Vels, L. (ur.) (2006). *Fotografija: kritički uvod*. Beograd: Klio.
- Veselinović, M. (2005). *Fotografija u štampanim sredstvima propagande*. Novi Sad: Fakultet tehničkih nauka.
- Vujović M. & Mitrović M. (2017). Vizuelizacija savremenih medija. U: *Zbornik radova sa naučnog skupa Nauka i stvarnost*, Filozofski fakultet, Pale, Republika Srpska, str. 295-309
- Vujović, M., & Obradović, N. (2017). Online media and intercultural communication. *Facta Universitatis, Series: Philosophy, Sociology, Psychology and History*, 16/1, pp. 51-61.
- Vujović, M., & Prokopović, A. M. (2020). From 'Newsreel' to 'TV News' in Serbia. *Facta Universitatis, Series: Visual Arts and Music*, 5/2, pp. 137-144.
- Vujović, M., & Stojanović Prelević, I. (2015). Ethics of newspaper photography. *Facta Universitatis, Series: Philosophy, Sociology, Psychology and History*, 13/3, pp. 123-135.

- Vujović, M., Mitrović, M. & Obradović, N. (2017). Women and Olympic Games: Media Coverage, *Teme: časopis za društvene nauke*, 41/4, pp. 113-1137.
- Wilkinson, H. (1997). 'The New Heraldry': Stock Photography, Visual Literacy, and Advertising in 1930s Britain. *Journal of Design History*, 10(1), pp. 23-38.
- Williamson, J. (1978). *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyars.
- Winship, J. (1981). Handling Sex. *Media, Culture and Society*, 3, pp. 25-41.
- Wright, T. (2011). Press photography and visual rhetoric. In: *The Sage handbook of visual research methods*, Eric Margolis & Luc Pauwels (eds.), London: Sage, pp. 317-336.

ILUSTRACIJE

- Slika 1 Ilustracija Kamera opskura (<http://www.cameraobscura.nz>)
- Slika 2 Ilustracija Kamera lucida ilustracija (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:The_Camera_Lucida_in_use_for_microscopical_drawings_Wellcome_M0011259.jpg)
- Slika 3 Prva fotografija Pogled s prozora, Nisefor Nijeps (<https://www.digitalphotomentor.com/20-most-famous-photographs/>)
- Slika 4 Reklama za Kodak fotoapararat (<http://americanhistory.si.edu/1896/ps05.htm>)
- Slika 5 Naslovna strana knjige Severnoamerički Indijanci (https://www.taschen.com/pages/en/catalogue/photography/all/45424/facts.the_north_american_indian_the_complete_portfolios.htm)
- Slika 6 Italijanska majka i njena beba u ulici Džersi, Džejkob Rijst (http://www.loc.gov/exhibits/jacob-riis/images/90_13_4_160_enlarge.jpg)
- Slika 7 Naslovna strana knjige Masovno posmatranje (http://www.sussex.ac.uk/library/speccoll/collection_descriptions/massobs_access.html)
- Slika 8 Majka, sezonska radnica, Dorotea Lang (<https://rarehistoricalphotos.com/migrant-mother-1936/>)
- Slika 9 Eli Me Barouz, Voker Evans (<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/275876>)
- Slika 10 Tramvaj Nju Orleans, Robert Frenk (<https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2010/apr/27/photography-and-or-book-award>)
- Slika 11 Anastas Jovanović, autoportret (Todić, 1993: 127)
- Slika 12 Naslovna strana Fotografski arhiv, 1914. godine ([https://sr.wikipedia.org/wiki/Фотѡѡзрафски_архив_\(часѡиуц\)](https://sr.wikipedia.org/wiki/Фотѡѡзрафски_архив_(часѡиуц)))
- Slika 13 Beogradske ilustrovane novine, 1866. godine ([http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/beogradske_ilustrovane_novine/1866/0\)1/01#page/0/mode/1up](http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/novine/beogradske_ilustrovane_novine/1866/0)1/01#page/0/mode/1up))
- Slika 14 Demonstracije 27. marta 1941. godine u Beogradu, Milan Roglić ([https://sr.wikipedia.org/sr-ec/Милан_Роғлић_\(фѡтѡѡзраф\)#/media/](https://sr.wikipedia.org/sr-ec/Милан_Роғлић_(фѡтѡѡзраф)#/media/))

- File: Demonstracije_u_Beogradu_27._marta_1941.jpg*
- Slika 15 Divlji grad, Stiven Henri Hogen (<https://www.loc.gov/item/2003662270>)
- Slika 16 Naslovna strana Berliner Illustrierte Zeitung (https://nn.wikipedia.org/wiki/Berliner_Illustrirte_Zeitung)
- Slika 17 Naslovna strana Vu (<https://bigmedium.com/ideas/vu-magazine.html>)
- Slika 18 Naslovna strana Life (<http://time.com/3764198/lifes-first-ever-cover-story-building-the-fort-peck-dam-1936/>)
- Slika 19 Oslobođanje Rakitske reke kroz objektiv, Vanja Keser (<https://www.juznevesti.com/Drushtvo/Oslobadjanje-Rakitske-reke-kroz-objektiv-fo-to.sr.html>)
- Slika 20 Protesti u Nišu, Vanja Keser (<https://www.juznevesti.com/Drushtvo/Foto-vest-Treci-niski-protest-miran-mladi-prosetali-i-izneli-zahteve.sr.html?c=Komentari>)
- Slika 21 Naslovna strana lista Nedelja (http://www.digitalna.nb.rs/wb/NBS/casopisi_pretrazivi_po_datumu/nedelja/1907/08/b002-03#page/0/mode/1up)
- Slika 22 Požar u magacinu boje i lakova Geox u Nišu, Aleksanda Stankov (<https://www.juznevesti.com/Hronika/Gori-magacin-na-Mramorskom-brdu-u-Nisu.sr.html>)
- Slika 23 Dolina senki, Rodžer Fenton (<https://blogs.loc.gov/picture-this/2017/03/witness-to-history-roger-fentons-photographs-of-the-crimean-war/>)
- Slika 24 Smrt vojnika lojalnih snaga, Robert Kapa (<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/283315>)
- Slika 25 Napalm devojčica, Nik Ut (<http://time.com/4485344/napalm-girl-war-photo-facebook/>)
- Slika 26 Teniser Laine pozira u studiju (https://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/who_shot_sports)
- Slika 27 Prvi broj časopisa Sports Illustrated (https://en.wikipedia.org/wiki/Sports_Illustrated)
- Slika 28 Fudbalska utakmica Partizan-Vojvodina na stadionu Čair u Nišu, Vanja Keser (<https://www.juznevesti.com/Sport/Od-20-pre-ko-penal-serije-Vojvodina-stigla-do-trofeja-Kupa-na-Cairu-neredi-i-kratak-prekid.sr.html>)
- Slika 29 Foto-portret Sare Bernar (Sarah Bernhardt, Gaspar Feliks Tur-

- našon Nadar, 1864. (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sarah_Bernhardt,_par_Nadar,_1864.jpg)
- Slika 30 Predsednik Srbije Aleksandar Vučić, Vanja Keser (fotografiju ustupio na korišćenje autor)
- Slika 31 Miloš Timotijević, Vanja Keser (fotografiju ustupio na korišćenje autor)
- Slika 32 Milton Brooks, prva Pulicerova nagrada za fotografiju (<https://www.pinterest.co.uk/pin/531143349785734501/>)
- Slika 33 Reklama u časopisu Žena i svet, 1940. (https://digitalna.nb.rs/wb/NBS/casopisi_pretrazivi_po_datumu/zena_i_svet/1940/08/b008#page/0/mode/1up)
- Slika 34 Reklama za parfem Chanel N°5, 1937 (https://inside.chanel.com/en/no5/campaigns/1937_no5)
- Slika 35 Naslovna strana lista Voque (<https://www.vogue.com/article/vogue-125-1892-2017-compare-and-contrast-now-and-then>)
- Slika 36 Fotografija portret Hipolit Bajarda i pismo upućeno zvaničnicima (<https://twitter.com/photohistorian/status/1052888350368124928>)
- Slika 37 Fotografije pre i posle uklanjanja sovjetskog političara i obaveštajca Nikolaja Ježova (Никола́й Иванович Ежов) sa fotografije na kojoj je prikazan Josif Staljin (Иосиф Виссарионович Дзюгауи́ли Сталин) (<http://www.alteredimagesbdc.org>)
- Slika 38 Naslovna strana časopisa Nacionalna geografija, Gordon Gahan (<https://www.pinterest.com/pin/56576539041435046/?autologin=true>)
- Slika 39 Krvava subota, H.S. Vong (<https://rarehistoricalphotos.com/bloody-saturday-a-crying-chinese-baby-amid-the-bombed-out-ruins-of-shanghai-south-railway-station-1937/>)
- Slika 40 Ilustracija Google slike (<https://www.google.rs/imghp?hl=sr&tab=wi&authuser=0&ogbl>)
- Slika 41 Ilustracija RevEye Reverse Image Search (<https://chrome.google.com/webstore/detail/reveye-reverse-image-sear/keaacljhehbapnphnmpiklalfhelgf>)
- Slika 42 Ilustracija FotoForensics (<http://fotoforensics.com/>)
- Slika 43 Formatirana fotografija za društvene mreže (<https://mojadigitalnaakademija.com/dimenzije-fotografija-za-drustvene-mreze/>)
- Slika 44 Robert Kornelijus, autoportret (<https://www.thevintagenews.com/2017/12/09/first-selfie/>)

- Slika 45 Total, Marija Vujović*
- Slika 46 Srednji plan, Marija Vujović*
- Slika 47 Američki plan, Marija Vujović*
- Slika 48 Blizu, Marija Vujović*
- Slika 49 Krupni plan, Marija Vujović*
- Slika 50 Detalj, Marija Vujović*
- Slika 51 Gornji rakurs, Marija Vujović*
- Slika 52 Normalna vizura, Marija Vujović*
- Slika 53 Donji rakurs, Marija Vujović*
- Slika 54 Aleksandar Kelić (<http://www.fpu.bg.ac.rs/nastavnici/Nastavnici/AleksandarKelic/index.html>)*
- Slika 55 Igor Ćoko (<https://igorcoko.net/sr/biografija/>)*
- Slika 56 Zvezdan Mančić (<https://www.linkedin.com/in/zvezdan-mancic-20065134/detail/photo/>)*
- Slika 57 Vanja Keser (<http://www.mojfotograf.rs/Vanja>)*
- Slika 58 Nemanja Pančić (<http://kamerades.com/member/nemanja-pancic/>)*
- Slika 59 Irfan Licina. Autor je fotografiju dobio od foto-novinara.*
- Slika 60 Saša Čolić (<http://kamerades.com/member/sashacolic/>)*

O AUTORKI

Marija Vujović (Aleksinac, 1980) završila je studije novinarstva na Fakultetu političkih nauka u Beogradu, a doktorirala na interdisciplinarnim studijama Teorija umetnosti i medija Univerzitetu umetnosti u Beogradu, sa temom Komparativna analiza reklamne fotografije i reprezentacije roda u socijalističkoj i tranzicijskoj Srbiji.

Od 2005. godine bila je novinarka na lokalnim i regionalnim televizijama RTV 5 i NTV iz Niša, a od 2008. godine zaposlena je na Filozofskom fakultetu u Nišu, na Departmanu za komunikologiju i novinarstvo. Angažovana je, između ostalih, na predmetima Teorija medija, Fotografija u medijima, Medijska kultura.

Učesnica je brojnih naučnih konferencija i stručnih seminara, a najznačajniji objavljeni radovi, u kojima istražuje novinsku fotografiju i ostale vizuelne medije su:

- Vujović M. & Stojanović Prelević I. (2014). Ethic of Newspaper Photography, *Facta universitatis – Series Philosophy, Sociology, Psychology and History*, University of Niš, Niš, Vol. 13, No 3, pp. 123–135;
- Vujović M. & Mitrović M. (2017). Vizuelizacija savremenih medija, *Zbornik radova sa naučnog skupa Nauka i stvarnost*, Filozofski fakultet, Pale, Republika Srpska, str. 295–309;
- Milovanović I. & Vujović M. (2014). Vizuelna reprezentacija žene u dnevnoj štampi, *Zbornik radova sa naučnog skupa Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene 4*, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu, Novi Sad, str. 121–132;
- Vujović M., Mitrović M. & Obradović N. (2017). Women and Olympic Games: Media Coverage, *Teme: časopis za društvene nauke*, Univerzitet u Nišu, Niš, Vol. XLI, No 4, pp. 1113–1137;
- Obradović N. & Vujović M. (2017). A semiological analysis of films, *Facta universitatis – Visual Arts and Music*, University of Niš, Niš, Vol. 3, No 1, pp. 39–48;

- Vujović M. & Mihajlov Prokopović A. (2019). From 'News-reel' to 'TV News' in Serbia, *Facta universitatis – Visual Arts and Music*, University of Niš, Niš, Vol. 5, No 2, pp. 137–144;
- Bajić, N. S., Vujović, M. & Pavlović, D. (2020). Devedesetih na ekranima RTS-a: analiza ponude domaćih televizijskih serija i stavova publike. *Issues in Ethnology Anthropology*, 15(2), pp. 469–487;

Marija Vujović
FOTOGRAFIJA U MEDIJIMA

Izdavač
FILOZOFSKI FAKULTET
UNIVERZITETA U NIŠU

Za izdavača
Prof. dr Natalija Jovanović, dekan

Lektor
Aleksandra Ignjatović

Korice
Darko Jovanović
Fotografija na koricama
Freepik.com. This cover has been designed using
resources from Freepik.com

Prelom
Milan D. Ranđelović

Format
14,8 x 21 cm

Tiraž
50 primeraka

Štampa
SVEN Niš

Niš 2021.

ISBN 978-86-7379-563-8

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

77.044:07(075.8)
316.774(075.8)

ВУЈОВИЋ, Марија, 1980-
Fotografija u medijima / Marija Vujović.
- Niš : Filozofski fakultet, 2021 (Niš :
Sven). - 156 str. : ilustr. ; 24 cm

Tiraž 50. - O autorki: str. 155-156. -
Napomene i bibliografske reference uz
tekst. - Bibliografija: str. 145-150.

ISBN 978-86-7379-563-8

а) Фотографија б) Медији

COBISS.SR-ID 42091785