

Prikaz novinara i novinarske profesijeu filmovima

Matijević, Nataša

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:781368>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Nataša Matijević

**PRIKAZ NOVINARA I NOVINARSKE
PROFESIJE U FILMOVIMA**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2021.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

ZAVRŠNI RAD

**PRIKAZ NOVINARA I NOVINARSKE
PROFESIJE U FILMOVIMA**

Mentor: prof. dr. sc. Danijel Labaš

Sumentorica: Tamara Kunić, mag. nov.

Studentica: Nataša Matijević

Zagreb, 2021.

SAŽETAK

Novinarstvo kao profesija kojoj je cilj informirati javnost i potaknuti javnu raspravu jedno je od najstarijih zanimanja, a stoljeća razvitka sa sobom su donijela neke kontroverze i mitove koji novinare okružuju. Posao novinara u očima javnosti često je uzbudljiv jer oni imaju pristup onome čemu javnost nema, što ih čini idealnom tematikom za prikaz u filmovima. Subjektivni stavovi javnosti prema novinarstvu omogućuju kreatorima da novinare prikazuju u onom svijetlu koje im za film odgovara, što je rezultiralo s velikim filmskim opusom u raznovrsnim žanrovima, ali je u isto vrijeme dovelo do učvršćivanja stereotipa o samoj profesiji. Ovaj rad daje uvid u pojmove „stereotip“ i „mit“ te njihovu zastupljenost u filmovima, kao i kratki pregled povijesnog razvoja samog novinarstva kako bi se lakše razumjeli stereotipi i mitovi koji ga tijekom stoljeća prate. Prikazana je analiza stereotipa na primjeru dva filma iz različitih vremenskih razdoblja; „*As u rukavu*“ iz pedesetih godina prošlog stoljeća te „*U vrtlogu igre*“ iz 2009. godine kako bi se pokazale fluktuacije u percepciji novinara tokom godina. Neki od najzastupljenijih stereotipa o novinarima su pretjerana konzumacija alkohola, pušenje cigareta, pohlepa i beskrupuloznost s jedne strane i poštenje i ideal pravde koja pobjeđuje s druge strane. Prikazani stereotipi idu ruku pod ruku s vremenom u kojem su filmovi nastali, a tako su i intrinzične motivacije likova novinara drugačije. Zbog promjenjive percepcije javnosti moguće je zaključiti kako neki stereotipi povezani s novinarstvom izumiru, dok se u isto vrijeme javljaju novi koji oblikuju mišljenja modernih generacija.

Ključne riječi: filmska industrija, film, novinar, stereotipi u filmu, novinarska profesija, publika, percepcija novinarstva

ABSTRACT

Journalism as a profession whose goal is to inform the public and encourage public debate is one of the oldest occupations, and centuries of development have brought along with them some controversies and myths surrounding journalists. The work of journalists in the eyes of the public is often exciting because they have access to what the public does not have, making it an ideal theme to show in films. The subjective attitudes of the public towards journalism allow creators to portray journalists in the light that suits them best for film, which has resulted in a large film composition in various genres, but at the same time has strengthened stereotypes about the profession itself. This paper provides insight into the terms “stereotype” and “myth” and their representation in films, as well as a brief overview of the historical development of journalism itself in order to better understand the stereotypes and myths that have followed it over the centuries. An analysis of stereotypes is presented on the example of two films from different time periods; "Ace in the hole" from the 1950s "State of play" from 2009, to show fluctuations in the perception of journalists over the years. Some of the most prevalent stereotypes about journalists are excessive alcohol consumption, cigarette smoking, greed and unscrupulousness on the one hand, and honesty and the ideal that justice wins on the other. The stereotypes presented go hand in hand with the time in which the films were made, and so the intrinsic motivations of the characters of the journalists are different. Due to the change in public perception, it is possible to conclude that some stereotypes associated with journalism are dying out, while at the same time new ones are emerging and shaping the opinions of modern generations.

Keywords: film industry, film, journalist, stereotypes in film, journalistic profession, audience, the perception of journalists

Sadržaj

1. Uvod	6
2. Novinarstvo i filmska umjetnost.....	7
2.1 Novinarstvo i razvoj filmske industrije.....	7
2.2 Filmski žanrovi u odnosu na novinare	9
2.3 Stereotipi	10
2.4 Mitovi.....	11
2.5 Povijesna podloga za nastanak predrasuda	12
2.6 Antika.....	12
2.7 16. i 17. stoljeće.....	12
2.8 18. i 19. stoljeće.....	13
2.9 20. stoljeće.....	13
3. Analiza predrasuda u filmovima „ <i>As u rukavu</i> “ i „ <i>U vrtlogu igre</i> “	15
3.1 As u rukavu	15
3.2 Fizički izgled i scenografija filma.....	15
3.3 Etičke vrijednosti.....	17
3.4 U vrtlogu igre	21
3.5 Fizički izgled i scenografija filma.....	21
3.6 Etičke vrijednosti.....	23
4. Zaključak	26
5. Literatura	27

1. Uvod

Tema ovog završnog rada je prikaz novinarske profesije kroz filmove te stereotipi koji novinare prate u prikazima na velikim platnima.

Novinarstvo je profesija koja postoji od davne Antike i junačkih epova koji prepričavaju priče sve do novinarske profesije kakvu poznajemo danas. To je profesija koja već stoljećima uzrokuje kontroverzu zbog svog načina rada, ali i svojih radnika, stoga ne čudi što je upravo novinarstvo česta tema u filmskoj industriji. Tematici koja se u filmu često ponavlja tik uz bok stoje i mnogobrojni stereotipi, kao što je slučaj i s novinarima. Mnogi su se znanstvenici zainteresirali za ovu tematiku te su se, potaknuti tipiziranim likovima novinara, odlučili za proučavanje stereotipa na velikim platnima. Filmska industrija bila je zainteresirana za priče o novinarima već od samih početaka, stoga možemo naći razne novinarske filmove, nerijetko s vrlo subjektivnom interpretacijom. Izložena filmovima s raznim prikazima novinara i njihovog rada, javnost stvara subjektivne slike profesije, a mnoge od njih su se zadržale sve do danas.

Cilj je ovog rada dati uvid u prezentaciju novinarske profesije u filmu te predrasude koje se uz njih vežu.

U prvom ćemo dijelu predstaviti razvoj filmske industrije i njen odnos s novinarima, kao i žanrovsku kategorizaciju novinarskih filmova. U sljedećem, središnjem dijelu pobliže ćemo opisati stereotipe i mitove povezane s novinarima te povijesnu podlogu nastanka takvih stereotipa i mitova koji se kasnije pojavljuju u filmovima. U trećem i završnom dijelu rada analizirat ćemo stereotipe o novinarima na temelju dva filma, jednom starom- „As u rukavu“, i jednom suvremenom – „U vrtlogu igre“. Odabrani filmovi su iz različitih vremenskih perioda kako bi se ukazalo na promjene percepcije javnosti prema novinarima, a samim time i njihovom prikazu na velikim platnima.

2. Novinarstvo i filmska umjetnost

2.1 Novinarstvo i razvoj filmske industrije

Brian McNair (2011) objašnjava kako je novinarstvo bila zanimljiva tema filmske industrije od njenih samih početaka sve do danas, što je rezultiralo nekim od najvećih filmskih umjetničkih djela u povijesti. Od prvih klasika kao što su „*Njegova djevojka Petko*“ Howarda Hawksa iz 1940. ili *Dogodilo se jedne noći* Franka Capre iz 1934., kroz remekdjela „*Građanin Kane*“ Orsona Wellsa iz 1940., „*As u rukavu*“ Billyja Wildera iz 1951., sve do modernijih izdanja s filmovima poput „*Laku noć i sretno*“ George Clooneya iz 2005. i „*Novine*“ Stevena Spielberga iz 2017., novinarska je profesija inspirirala velikane filmske industrije da kreiraju svoja najveća i najpoznatija djela. Ovo je vrlo važna činjenica koja poziva na daljnje istraživanje poveznice filmske industrije i novinarstva, zašto su novinari zanimljiva tema te kako se prikazuju. (McNair, 2011:2-3)

Filmovi su jedna od najvažnijih komponenti današnje popularne kulture, pa ju tako Danijel Labaš i Maja Mihovilović (2011) opisuju kao „svojevrsno ogledalo težnji, vrijednosti i stavova društva“. Bilo kakav trend u kulturi ne može postati popularan sam od sebe, već je publika ta koja ga širi svojom konzumacijom i uživanjem u onome što trend nudi. Shvaćanjem zašto je nešto popularno možemo stvoriti sliku društvenog okruženja u kojem autor stvara likove u filmu, zašto ih prikazuje onako kako ih prikazuje i kakve im osobine pridaje. Praćenjem suvremenih trendova popularne kulture ne dobivamo samo uvid u sadašnjicu, već možemo početi stvarati svoju sliku mogućih budućih trendova i tijeka razvitka kulture (Labaš, Mihovilović, 2011:96).

Medijski svijet funkcionira kao živi organizam, svjestan svog utjecaja na publiku, načina rada i tehnika kojima se koristi kako bi postigao svoju svrhu u određenom trenutku. Tako je film već godinama idealno sredstvo za prenošenje poveznica rada novina, televizije i radija s istraživačkim novinarstvom, izbornim kampanjama i slično putem pravih i fiktivnih priča na velikim platnima. (Fedorov, Levitskaya, 2021:64)

Filmova o profesorima na sveučilištima i školama je vrlo malo te njihova tematika rijetko privlači poznate glumce poput Meryl Streep ili Toma Hanksa, isto kao što filmovi o bankarima ili knjigovođama ne čine žanr kao što to čine filmovi o novinarstvu. Tematika novinara i njihove profesije u filmovima pretočena je u razne žanrove kao što su mjuzikli, trileri, drame, ratni filmovi i znanstvena fantastika, s opusom od više od 2000 filmskih naslova iz cijeloga svijeta. Od svih profesija u svijetu, jedino policajci i detektivi, uz novinare, zauzimaju znatno mjesto u vidnom

polju kreatora filmova. No ova poveznica dviju profesija u filmu nije slučajna. Postoje sličnosti u obje grupe zanimanja, a te sličnosti leže u društvenoj i zakonskoj potrazi za istinom i pravdom; novinari i policajci su istražitelji onoga što je loše i krivo, čuvari moralne većine koja poštuje pravila i drži se protiv korupcije i kriminala. Ono što policajac provodi s uniformom i značkom, osiguran od strane zakona, novinar provodi pismom i uvjerenjem da je demokracija na njegovoj strani kada radi ono što mora biti učinjeno za dobrobit većine. Od vremena Engleskog građanskog rata, novinar se smatra četvrtim ogrankom vlasti, s dužnošću da vrši kritički nadzor nad onima koji su na poziciji moći. Njegova je obaveza ići tamo gdje se običan građanin ne usudi, izvještavati o zlouporabi moći, rutinski ju progoniti, uznemiravati, prijetiti joj kako se ne bi ugodno smjestila u slojeve društva (McNair, 2011:2-3).

Wibke Ehlers (2006) govori kako je prezentacija novinara na velikim ekranima odigrala vrlo važnu ulogu u formiranju mišljenja i stavova publike prema novinarstvu još od ranih dana filmske industrije. Slike o novinarima stvorene putem filma kreirale su određene mitove i stereotipe o ulogama koje ispunjavaju, tko su oni i što rade. Počevši od 30-ih godina prošlog stoljeća, novinari se u filmovima pojavljuju kao znatizeljni glavni i sporedni likovi u potrazi za istinom, kao borci za pravdu i kao pisci kružećih glasina. Mnogi filmski stereotipi su uspostavljeni tijekom ranih dana filma, a neki od njih ostaju snažni i danas. Istraga popularnih stereotipa i mitova povezanih s novinarskom profesijom važna je jer oni oboje imaju temeljnu ulogu u tome kako ljudi gledaju na novinare u stvarnom svijetu u širem društvenom kontekstu. Samo šačica ljudi uistinu zna kako svakodnevna rutina novinarskih i televizijskih ureda funkcionira, no unatoč tome stvorena je čvrsta slika kako se njihov dan odvija te kako se novinari ponašaju. Činjenica je da postoji znatna šansa za predrasude prema novinarima zato što „*filmovi o novinarstvu publici nude viziju o tome kako velike i moćne institucije djeluju*“ (prema Good, 1989:163).

Ovaj proces započeo je prije više od sto godina s razvitkom filmske industrije, većinski američke, koja je novinarsku profesiju uvela u svijet zabavnih medija i potpomogla stvaranje univerzalne slike novinarstva. Tisuće ljudi pogledali su danas kultne klasike kao što su „*Građanin Kane*“, „*Svi predsjednikovi ljudi*“ i „*Pobuđena savjest*“ te su putem njih, kao i mnogih ostalih filmova, prikupili informacije i znanje o medijskoj i novinarskoj industriji. Društvo ovako doživljava medije kroz same medije, često bez svijesti o tome kako je to što više na ekranima ono što producenti, studiji i režiseri žele da vide, no da to nije nužno istina (Ehlers, 2006:4).

2.2 Filmski žanrovi u odnosu na novinare

Chandra Mukerji i Michael Schudson (1991:23), govore kako „na filmove možemo gledati kao kulturu koja naglas razmišlja o sebi“. Matthew C. Ehrlich (2006) ovdje pobliže objašnjava kako su filmski žanrovi primjer toga. Oni su obično strukturirani oko konflikta između likova koji predstavljaju konkurentske društvene vrijednosti. Odluke koje se donose u stvaranju filma potkrjepljuju kulturne norme, kao što su npr. junaci u vesternima koji pobjeđuju zlikovce, protagonisti u romantičnim komedijama koji nadilaze svoje razlike i ujedinjuju se i slično. Filmovi su tako moćni utemeljitelji mitova o društvu, s ključnom ulogom rješavanja razmjera i nesuglasica u središtu ljudskog života kako bi se održao „status quo“ i već postojeći poredak (Ehrlich, 2006:2). Filmska industrija ima moć mijenjanja stavova, ponašanja i načina razmišljanja, kao i stvaranja novih trendova. Zato film nije samo posrednik prikaza moći jednoličnoj masi, nego služi publici kao posrednik za izražavanje suprotstavljenih stavova i mogućnost učenja o onome o čemu su informirani, pogotovo kada je u pitanju novinarstvo (Gürkan, 2017:42).

Žanrovski filmovi se lakše definiraju, samim time i plasiraju na tržište, jer publici točno signaliziraju kakav sadržaj mogu očekivati, govori Wibke Ehlers (2006). Oni imaju relativno stabilne odredbe o radnji, likovima, mjestu radnje i cjelokupnom osjećaju. Na samim počecima filmovi su se kategorizirali ovisno o trajanju i generalnoj temi, ali već je u 1910-ima razlikovanje kategorija postalo komplicirano. U pravilu, svaki film pripada nekom žanru, no njegovo definiranje nerijetko dovodi do problema. „*Oxford History of Film*“ koristi pojam „žanr“ za pozivanje na razlike različitih redova između kategorija teksta: vrsta prezentacije (epika / lirika / dramska), veza sa stvarnošću (fikcija / ne fikcija), razina stila (ep / roman), vrsta radnje (komedija / tragedija), priroda sadržaja (sentimentalni roman / povijesni roman / avanturistički roman), i tako dalje (prema Nowell-Smith, 1996:276).

Publika se osjeća ugodno kada može izabrati film na temelju poznatog žanra, kao što je npr. romantična komedija u kojoj očekuje ljubavni zaplet i sretan kraj. Iz tog razloga, kako bi se privukla publika, filmovi o novinarstvu kategoriziraju se pod značajno više generičkim oznakama kako bi publici olakšala izbor i ideju o onome što ih očekuje (Ehlers, 2006:29).

Chad Painter (2019) objašnjava kako filmovi o novinarstvu imaju i svoju strukturu. Za početak, najvažniji elementi su novinar, to jest onaj koji priča priču, te sama priča. Likovi novinara su vrlo česti u popularnoj kulturi, te se prikazuju kroz širok raspon profesija povezanih s masovnom komunikacijom; od anonimnih reportera, kolumnista, istraživačkih novinara i ratnih reportera

preko urednika, producenata sve do autora blogova i fotoreportera (prema: Ehrlich, Saltzman: 2015). Zaplet radnje sastoji se od zapreka s kojima se novinar suočava u potrazi za pričom te posljedica koje ta potraga donosi. Fokus se najviše skreće prema dilemama s kojima se novinari susreću, dok je preispitivanje profesije i institucije novinarstva sekundarno. Dio strukture također je i balans privatnog i poslovnog života novinara, a možda najvažniji dio sačinjava sukob između javnog i privatnog interesa, te javnog i institucionalnog interesa (prema: Ehrlich:2004).

2.3 Stereotipi

Ehlers (2006) naglasak stavlja na važnost shvaćanja i razlikovanja stereotipa u društvu kako bi se dalje moglo govoriti o istima u filmu. U sociologiji stereotipi se mogu istraživati iz dvije perspektive; prva je ona koja istražuje stereotipe koji postoje u mislima individue kao njihova osobna uvjerenja, dok je druga ona koja se bavi stereotipima koji su predstavljeni kao dio društva, dijele ih ljudi koji pripadaju istoj kulturi te su oni dio kolektivnog sustava vjerovanja. Prva perspektiva vjeruje kako ljudi razvijaju uvjerenja o karakteristikama važnih društvenih skupina u njihovom okruženju, te da to znanje utječe na njihove odgovore prema pojedincima iz tih grupa koje naknadno susreću. Ovdje kao najčešći primjer dolaze političari ili slavne osobe koje se često susreću s novinarima, a njihovi životi i djela su učestala tematika izvještaja, te oni prema novinarima imaju automatsku averziju. Pripadnici javnosti mogu također stvoriti osobne stereotipe novinara na temelju televizijskih emisija ili pristranih članaka, stoga će se, ako se nađu u prisutnosti novinara, njihova reakcija automatski podudarati s postojećom slikom koju su sami stvorili. Druga perspektiva ima širi pogled i obuhvaća veći kontekst. Društvo se smatra temeljem zalihe znanja, a stereotipi javnim informacijama između pojedinaca u nekoj kulturi. Sporazumni stereotipi predstavljaju jedan dio cijele zalihe znanja društva, koja uključuje običaje, mitove, vjerovanja, religiju i slično. To znači da postoje već stereotipi o nekim grupama u društvu. Jedan od razloga zašto postoji takva zaliha znanja koja podupire određene stereotipe je taj da se u modernom društvu većina stereotipa prenosi kroz masovne medije, televizijske programe, filmove, radio, reklamiranje, mailove... Mnogi autori ističu da se stereotipi ojačavaju kroz stvaratelje filma, dok god su ti stereotipi prihvaćeni, čak internalizirani, od strane publike, i dok donose profit. No kada se situacija s publikom i pogledom na stereotipe promijeni, mijenja se i sadržaj filmova. To se može vidjeti kroz primjer sestre nekog lika, žene koja zbog neke loše situacije plače, prikazana je jako slabo i ranjivo. S napretkom društva razvija se feminizam, rodna revolucija ženama otvara nova vrata u poslovnom svijetu te im daje glas u borbi. Zato se žene u filmovima više ne prikazuju

samo kao slabašne kućanice koje su podređene svom mužu. To je jedan od stereotipa koji je razbijen, kod većine naprednog društva, te nije profitabilan za prikazivanje u filmovima. S druge strane nije tako sa svim stereotipima, barem ne u toj mjeri, a to je slučaj s novinarima. Likovi novinara se i dalje najčešće prikazuju kao križari u borbi za pravdu i one koji nemaju glas, a takav prikaz povezan je s kulturnim vrijednostima i mitovima utkanim u društvo (Ehlers, 2006:29-33).

2.4 Mitovi

U analizi promjena u stereotipnim prikazivanjima novinara na velikim platnima korisno je istražiti i mitove koji igraju veliku ulogu u američkoj filmskoj industriji, ali i samom društvu. Dok se stereotipi bave više samim likovima, mitovi odražavaju radnju i cjelokupnu poruku filma. Skupa definiraju karakter filma, u ovom slučaju o novinarstvu, dok se istovremeno na poseban način utemeljuju u filmsku uredbu. „*Mitovi u filmovima ritualno iznova potvrđuju ono što kultura drži dragim, kao kada se zaljubljeni par u mjuziklu ponovo spoji i očuva svetost ljubavi i braka ili kada junak u vesternu savlada zlikovca i podrži zakon i red*“ (Ehrlich, 2004:5).

Može se reći kako mitovi povezuju stereotipe sa širokom kulturom, društvenom strukturom i ideologijom. Glavna misaona škola koja je proučavala mitove u društvima je strukturalizam, kojeg Roland Barthes opisuje kao „*način analiziranja kulturnih artefakata koji potječe u metodi lingvistike*“ (Culler, 1990:78).

Mitovi su povezani s poviješću; oni ne nastaju samo tako iz „prirode stvari“, već prolaze proces razvoja. Oni također ne mogu biti definirani od strane predmeta ili materije, jer svaka materija i stvar mogu biti proizvoljno obdareni nekim značenjem (kao na primjer mahanje bijelom zastavom u znak predaje).

Razni su načini koji se mogu koristiti kao stvaranje mitova, bili to filmovi, emisije, reportaže i slično. Iako je jezik kod ljudi primarna vrsta komunikacije, društveni je svijet prepun poruka koje sadrže vizualne, ali i lingvističke znakove. Unatoč tome, važno je razumjeti kako znakovi ne služe samo za označavanje stvari, već imaju i konotacije koje proizlaze iz društvenih interakcija. Dakle, na televiziji, u reklamama, filmovima i slično, znakovi ne služe samo za denotaciju nekog pojma i njegovog jednog značenja, već kako bi se proizvele razne konotacije povezane s nekim znakovima. Tako na primjer ako u filmu vidimo tihu osobu koja drži kazetofon i mikrofon, automatski zaključujemo da je ta osoba neka vrsta reportera. Taj lik stvara konotaciju znatiželje i ambicije da se sazna priča. Ovdje stereotipi i mitovi postaju važni. Jednom kada prepoznamo

određenog lika, pozadinu ili događaj, naša zaliha znanja o nekoj od tih stvari stara u nama pretpostavku o tome što neki lik predstavlja i što će se dogoditi (Ehlers, 2006:33-36).

2.5 Povijesna podloga za nastanak predrasuda

Kako bi se bolje prikazala slika koju popularni mediji imaju o novinaru, potrebno je znati ponešto i o njihovim samim počecima i razvoju tijekom povijesti u svrhu shvaćanja otkuda razne predrasude povezane s novinarima uopće dolaze. Antonio Saltzman (2005) piše kako riječ „novinar“ potiče još iz 1693. godine, a definira nekoga tko zarađuje za život kroz uređivanje i pisanje javnog „dnevnika“. Povratkom u prošlost možemo primijetiti mnoge unaprijed stvorene predodžbe koje su se zadržale sve do danas. To su u povijesni pandani muškarcima i ženama koje danas vidimo svakodnevno u medijima; sakupljači vijesti, pisci vijesti, društveni komentatori, kritičari, propagandisti, urednici, reporteri, na kraju i producenti i kreatori svega od periodičnih izdanja, televizijskih i radio emisija do internetskih stranica i blogova.

2.6 Antika

Anonimni glasnici u grčkoj i rimskoj mitologiji, pripovjedači i pjesnici, bili su ti koji su izvještavali o događanjima „na terenu“. Oni su predstavljali oči i uši onih koji su u bitkama ostali ranjeni, onih koji su na drugim frontama čekali nove zapovjedi ili glas od drugih kraljevstva, kako bi znali što ih u bliskoj budućnosti čeka. Poslanici bi bili obasuti pitanjima, a njihovi bi odgovori bili detaljni, šareni i dramatični kao i današnje vijesti. Takvi pripovjedači poslanici imali su vještine modernog reportera kao što su temeljito opisivanje, organizacija, zapažanje i naracija, no kao i današnji reporteri, nisu bili imuni na jedan zajednički problem; averziju publike prema njihovom radu. Kao što stara latinska poslovice kaže „*Ne nuntium necare*“, to jest „*Nemoj ubiti glasnika*“. On samo obavlja svoj posao.

2.7 16. i 17. stoljeće

Kako bi preživjeli, trgovci informacijama brzo su naučili kako zadovoljiti publiku, bili to obični ljudi ili kraljevi, a svoje vijesti i informacije uređivali bi nijansama patriotizma, morala i popularnih ideja tog vremena. „Dajte ljudima ono što žele“ postala je glavna izreka koja je preživjela sve do danas. Početkom šesnaestog stoljeća takozvani novinari brzo su shvatili što je to što javnost želi čuti i, što je važnije, kupiti; priče o smaknućima, bitkama, novim vladarima, kao i

o zločinima, nasilju, skandalima, vješticama i magiji. Tako se rađaju danas nam dobro poznati tabloidi. Nitko se nije opterećivao s time je li vijest točna ili netočna, dokle god je skandalozna to je bilo dovoljno. One informacije koje nisu imali, izmislili su tako što bi spajali vruće teme, glasine, klevete u šarene opise koji su opčinjavali publiku.

Ovdje valja spomenuti „elizabetanskog pamfletista“ kao prvog pravog honorarnog istraživačkog novinara i urednika. U to doba rađaju se mnoge asocijacije koje ljudi generalno vežu uz novinare, kao što su prekomjerna konzumacija alkohola, pušenje duhana, manjak financijskih sredstava, konstantno žaljenje, te visoki ideali i ambicije za nešto veće, bolje, nešto što će ljudi cijeniti.

2.8 18. i 19. stoljeće

Novinarstvo se napokon razvija do točke gdje novinar može uistinu zarađivati za život od svog posla. Dakako, morao je biti što originalniji i njegove vijesti su morale donositi što je više novca moguće za njegove novine, no to je i za njega značilo bolji uvjeti za život. Koncept pokroviteljstva nestaje, a pravila tržišta se sve brže formiraju. Glavna ideja je jednostavna; ako se dobro prodaje, napiši još. Ovakav novi pristup novinarstvu ovisio je o sposobnosti marketinga i prodaje vijesti. Tada na scenu stupaju kafići i krčme, nešto što je kasnije jako utjecalo na sliku novinara i njihovo prikazivanje u medijima. Kafići, ručno pisani bilteni i printane novine drže se usko skupa kroz cijelo 18. stoljeće. S ciljem povećanja broja gostiju, kafići u svoje ustanove stavljaju biltene i novine kako bi namamili i zadržali što veći broj gostiju. Dvostruka, zbunjujuća slika novinara kao junaka i zlikovca u potpunosti je našla svoje mjesto u očima javnosti u periodu kada je američki građanski rat počinjao. S jedne strane, novinari postaju neophodni kako bi omogućili javnosti informacije u bilo koje doba dana, informacije koje postaju jednako vrijedne kao bilo koja druga roba s kojom se trgovalo. Novinar je također imao važnu ulogu reprezentiranja javnosti te je imao zadatak propitivati moćnike i ganjati istinu u njeno ime. S druge strane, znatiželjni, gladni informacija novinari ulazili su u privatne sfere života i pisali o temama koje su često bile skandalozne, a time su uzrokovali nezadovoljstvo onih o kojima se pisalo.

2.9 20. stoljeće

Novinarstvo najjednom dolazi na velike ekrane te postaje česta tematika raznih filmova. Automatski stvorena slika novinara kao drskih i lukavih osoba u filmu došla je kao posljedica svih proteklih godina u kojima su ljudi iz iskustva i priča zaključili osobine profesije i onih koji ju

obavljaju. Prikazivani su kao ljudi koji dobro poznaju svoj grad i koji su upoznati s njegovim brzim ritmom, gužvama, i najvažnije, načinima kako da dobiju što žele, zato nije iznenađenje da su često prikazivani više kao detektivi nego novinari. Postaju utjelovljenje mita o samozatajnom čovjeku koji stavlja sebe između društva i nepravde i koristi svoju snalažljivost i živce kako bi došao do željenog cilja. Novine su tijekom svog razvoja kreatorima filma dale nebrojene mogućnosti prikazivanja novinara na toliko stereotipan način da kada se u filmu pojavi lik s određenim osobinama publika niti na trenutak ne razmišlja je li lik u pitanju novinar ili se bavi nečim drugim. Redakcija je prikazana prepuna ljudi koji su u stalnoj žurbi, pričaju brzo, energični su i traže nove informacije, priče i vijesti koje dobivaju od stranaca. Od početaka s nijemim filmovima nadalje, osnovna slika novinara u filmu je slika heroja koji ima svoje mane, no i dalje se bori svim snagama kako bi došao do istine i prenio ju javnosti. Novinarima i urednicima se ne sudi zbog načina na koji dolaze do podataka, dokle god je finalni rezultat u interesu javnosti. Novinar može lagati, varati, ugrožavati privatnost i preoblikovati podatke dok god na kraju otkriva velike zavjere, korupcije, ubojstva ili spašava nevine. U isto vrijeme postoji i druga, teže iskorjenjiva slika novinara u filmovima, koja ga prikazuje kao podlog zlikovca koji informacije javnosti koristi u vlastite prepredene svrhe. Prikaz ljudi kako se guraju, nadglasavaju, viču i nasilno ponašaju u gomili kako bi bili prvi koji će dobiti dio neke udarne vijesti postaje uobičajenost. Takva nasilna gomila novinara prikazana je u lovu na protagonista heroja, što je neminovno uzrokovalo lošu sliku novinara u očima cijele javnosti.

Usponom popularnosti filmova, pa tako i glumaca, novinari imaju sve više zadataka izvještavanja o njihovi privatnim životima i potencijalnim skandalima. Javnost je u tim situacijama licemjerna, jer ju zanimaju šuškanja i nagađanja o mogućem događaju, no u isto vrijeme staju na stranu poznatih te ih žale kako „nemaju mogućnost privatnosti“. Razapeti između prikaza heroja i zlikovaca, novinari za mnoge ostaju u sivoj zoni. Subjektivna mišljenja bazirana na osobnim lošim iskustvima s novinarima stvaraju jednu sliku, dok filmovi nerijetko novinare prikazuju kao pravednike i borce za veće dobro. Jedan od rezultata toga je to da se javnost okreće od novinara, označavajući ih kao netrpeljive, zainteresirane samo za vlastitu dobrobit umjesto dobrobiti javnosti, te od države traži da se novinarima zabrani istraživanje i praćenje nevinih ljudi, koji su u ovom slučaju najčešće voljeni, popularni glumci (Saltzman, 2005:7-30).

3. Analiza predrasuda u filmovima „As u rukavu“ i „U vrtlogu igre“

Dio rada koji slijedi fokusirat će se na diskusiju i analizu prikaza novinara i novinarske profesije u jednom starijem i jednom suvremenijem filmu. Fokus analize bit će na generalnom izgledu likova, scenografiji u filmu te glavnim etičkim vrijednostima koje likovi novinara imaju.

3.1 As u rukavu

As u rukavu (eng. „*Ace in the hole*“) je crno-bijeli film iz 1951. godine kojega je režirao slavni austrijsko-američki redatelj Billy Wilder. Američki glumac Kirk Douglas nalazi se u glavnoj ulozi nesretnog, osramoćenog novinara Chucka Tatuma koji dolazi u maleni grad Albuquerque nakon što je dobio otkaz u svim velikim novinskim kućama diljem Amerike. U nadi da će vratiti staru slavu, dolazi u tamošnji novinarski ured gdje vlasniku i uredniku, Mr. Bootu (Porter Hall), hvali svoj nekadašnji ugled te nudi svoje novinarske usluge. Nakon godinu dana rada za iste novine, Chuck Tatum (Douglas) gubi strpljenje te svim snagama pokušava naći dovoljno veliku priču koja bi mu vratila slavu. Urednik (Hall) ga šalje da napravi izvještaj o lovu na čegrтуše, no na putu tamo otkriva da je vlasnik benzinske postaje na kojoj je stao završio zatočen u rudniku. Nakon što je saznao o čemu je riječ, smišlja plan; ostavit će čovjeka zatočenog što je duže moguće, napraviti medijsku scenu i iz nje pokušati izvući što više materijala za novine. Svojim šarmom zavarava javnost o situaciji, sklapa dogovor s korumpiranim šerifom da situaciju rastegnu što je duže moguće, sve dok mu se njegov vlastiti plan ne obije o glavu. U potrazi za starom slavom Chuck Tatum postaje toliko pohlepan da gubi sve što je ikada imao i sve što je mogao imati, po cijeni tuđih života.

3.2 Fizički izgled i scenografija filma

Lik Chuck Tatuma prikazan je kroz sliku klasičnog novinara tog vremena. Odjeća nije nikada upadljiva, kroz cijeli film to su jednobojna košulja, visoko strukirane hlače na crtu i tregeri, kravata, sako i šešir kojeg su muškarci u tom vremenu često nosili. Scena u samoj redakciji vrlo je malo, na početku i kraju filma, no u njima lik je prikazan kao uredan muškarac koji drži do sebe i svog ugleda, što on svakako i je.



Fotografija 1 (Izvor: snimka zaslona, <https://tinyzonetv.to/movie/watch-ace-in-the-hole-1951-free-13526>)

Većina radnje odvija se vani, ispred i u rudniku te na benzinskoj postaji u kojoj je vlasnik sa svojom obitelji živio. U scenama koje se odvijaju vani, Tatum glumi junaka te nerijetko odlazi u rudnik kroz pukotine kako bi pružio podršku dolje zarobljenom čovjeku, dakako sve sa skrivenim motivom. Nakon provođenja toliko vremena u mjestu koje je u osnovi pustinja, neizbježno je to da uvijek izgleda čađavo i neuredno, no to je ono što mu ide u korist i stvara iluziju da jako brine o situaciji. Kada su u pitanju scene u kojima Tatum vidimo kao pravog novinara, za pisaćim strojem, definitivno ispunjava očekivanu sliku; često puši cigarete i prekomjerno pije alkohol.



Fotografija 2 (Izvor: snimka zaslona, <https://tinyzonetv.to/movie/watch-ace-in-the-hole-1951-free-13526>)

Jedna od ustaljenih stereotipnih slika novinara je ona u kojoj sjedi u mračnoj sobi, sa slabašnim osvjetljenjem, tipka na pisaćem stroju dok ga obavija dim cigarete. Ovaj film je samo jedan od mnogih koji sadrži takvu scenu, u kojoj Tatum započinje prvi od mnogih članaka o muškarcu zatočenom u rudniku kako bi pridobio što veću pažnju javnosti.

Za razliku od scena u uredima i redakcijama, ovakve scene u filmovima o novinarstvu najčešće prikazuju novinare u privatnijem okruženju, kod kuće, u kojem i dalje razmišljaju o poslu, bilo to traženje novih informacija ili pregledavanje starih, kao i opsesivno pisanje, a najčešće su i dalje u odjeći koju su taj dan nosili na poslu, samo u neurednijem izdanju.



Fotografija 3 (Izvor: snimka zaslona, <https://tinyzonetv.to/movie/watch-ace-in-the-hole-1951-free-13526>)

3.3 Etičke vrijednosti

Kada su u pitanju etički kodeksi i novinarska čast, mišljenje javnosti često je podijeljeno. Svaki član publike stvara svoju subjektivnu sliku novinarstva, bilo to na temelju osobnog iskustva ili iskustava koja su čuli od drugih. Jedno je sigurno; ne postoji jednolično mišljenje o novinarima.

Tome pridodaje činjenica da ih svaki film prikazuje na drukčiji način, negdje kao glavne junake, a negdje kao zlikovce. U ovom je filmu na prvi pogled jasna slika koja se želi poslati, novinar kao bahata osoba, pun sebe i razmišlja samo o svojim ambicijama i uspjehu. Već u uvodnoj sceni sam Tatum govori uredniku:

Tatum: „ *Poznajem novine unatrag, naprijed i bočno. Mogu ih napisati, urediti, ispisati, zamotati i prodati. „Mogu podnijeti velike i male vijesti. A ako nema vijesti, izaći ću i ugristi psa. “*

Započevši film ovim izjavama, publika automatski dobiva dojam da je ovo novinar koji ima samopouzdanja, koji svoj rad cijeni preko bilo čijeg drugog, te da zna prodati priču. Potvrda toga da zna prodati priču jasna je i prije nego što je ikakvu priču napisao, samim time što je dobio posao nakon takvog predstavljanja.

U novinama je oduvijek bilo teško razaznati što je prava istina, a što su informacije koje su uređene i prezentirane tako da se svide publici premda bile netočne. Zato je česta slika novinara kao lažljivaca koji izvrću istinu u svoju korist.

Tatum: „ *Prilično sam dobar lažov. Dosta sam lagao u svoje vrijeme. “*

Glavni lik ovdje sam priznaje kako je lažljivac i toga se ne srami, što znači da će učiniti sve za dobru priču, bez obzira je li ona za neko veće dobro. Takvi likovi zapravo ni ne mare za veće dobro naroda, već samo za uspjeh koji će im neka priča donijeti. Tome da je za dobru priču spreman učiniti sve svjedoči činjenica da je otišao unutar urušenog rudnika kako bi upoznao čovjeka koji je dolje zatočen, čuo njegovu priču te ga slikao za novine. Na povratku iz rudnika problem koji ga je mučio nije bio način na koji bi mu mogao pomoći, već kako će na temelju njega napisati priču i koliko bi ona mogla postati slavna. Priča je u novinama objavljena već idući dan s naslovom „*Drevno prokletstvo je zatočilo čovjeka*“ (“*Ancient curse entombs man*“), što samo pokazuje kako su „*clickbait*“ naslovi u novinarstvu oduvijek prisutni, unatoč tome što je to novinarstvo samo na velikom platnu. Tatum orkestrira i medijski pokriva cijelu misiju spašavanja zatočenog muškarca,

ali ju odugovlači puno više nego je potrebno kako bi dobio što više mogućnosti za nove priče. Nakon prvog objavljenog članka javnost se zaista zainteresirala za priču i u roku od dva dana cijelo područje bilo je preplavljeno turistima i drugim novinarima koji su htjeli iz prve ruke saznati što se dešava.



Fotografija 4 (Izvor: snimka zaslona, <https://tinyzonetv.to/movie/watch-ace-in-the-hole-1951-free-13526>)

Za to saznaje njegov urednik, kojem je prestao slati vijesti, te osobno dolazi razgovarati s njim. U ovoj je situaciji urednik prikazan kao glas razuma, koji čvrsto drži do svojih vrijednosti, što u filmovima nije česta pojava. Urednici su ti koji se prikazuju kao ljudi kojima je najvažnije objaviti priču, bez obzira na to kakva je ona, dok god se novine prodaju.

Mr. Boot: „*Ne sklapam dogovore. Moje novine ne. Čak i ako tako prodam 8.000 primjeraka dnevno više.*”

Unatoč tome što je na početku sve funkcioniralo, plan mu se obija o glavu kada muškarčev život visi o koncu nakon nebrojenih sati provedenih u rudniku. U ovim je scenama novinar prikazan u svojem najnemilosrdnijem svjetlu, kao zvijer gladna priče koja se ne zaustavlja pred ničim da ju dobije. Nakon što je obaviješten da će muškarac umrijeti ako ga ne izbave u roku od 12 sati, Tatum shvaća da bi to bilo loše za njegovu priču te ga pokušava svim silama brže bolje izvući van, no bezuspješno. Slika novinara kao lešinara koji čeka iduću žrtvu od koje će napraviti vijest ovdje je potpuno zapečaćena, on je lik koji se ne bori za nikakvo veće dobro osim vlastite koristi, zbog čega publika prema njemu, a samim time i samoj profesiji, stvara čvrstu averziju.



Fotografija 5 (Izvor: snimka zaslona, <https://tinyzonetv.to/movie/watch-ace-in-the-hole-1951-free-13526>)



Fotografija 6 (Izvor: snimka zaslona, <https://tinyzonetv.to/movie/watch-ace-in-the-hole-1951-free-13526>)

3.4 U vrtlogu igre

U vrtlogu igre („*State of play*“) je film režisera Kevina Macdonalda iz 2009. godine. Russell Crowe igra ulogu Cala McAffreya, staromodnog novinara s visokim etičkim vrijednostima, koji igrom slučaja mora surađivati s mladom i ambicioznom novinarkom Dellom Frey (Rachel McAdams) kako bi otkrili istinu iza sumnjivog ubojstva Sonie Baker, asistentice kongresnika Stephena Collinsa (Ben Affleck), koji je vodio spor protiv velike tvrtke PointCorp koja je radila na privatizaciji američkog sigurnosnog sektora.

3.5 Fizički izgled i scenografija filma

Cal McAffrey prikazan je kao iskusni, stariji novinar koji svom fizičkom izgledu ne pridaje previše pažnje. Tijekom cijelog filma nosi običnu, svakodnevnu odjeću koja ni na koji način ne odskaje od ostatka ljudi među kojima se kreće po gradu. Prikazan je s neurednom bradom, dužom kosom, najčešće u ležernim traper ili kariranim košuljama s jednostavnim samt ili tvid sakoom. Već u ovakvim detaljima publika može naslutiti o kakvom je novinaru riječ, da njegovi prioriteti nisu uspinjanje na društvenoj ljestvici kao što je to bio slučaj u prethodnom filmu „*As u rukavu*“, već da mu je cilj saznati istinu i o njoj izvještavati.



Fotografija 7 (Izvor: snimka zaslona, <https://tinyzonetv.to/movie/watch-state-of-play-2009-free-17605>)

Redakcija u kojoj radi definitivno je modernija od one koju bi automatski zamislili kada čujemo da je riječ o filmu o novinarstvu; novinari su smješteni na donjem katu, svatko je odvojen na svom stolu i stereotipno su zatrpani apsurdnom količinom papira koja ih mehanički odjeljuje jedne od

drugih pa nema potrebe za zidovima. Redakcija ima vrlo moderan duh i industrijski dizajn, sa zidovima od izložene cigle i visokim stropovima, nešto što bi se očekivalo vidjeti u umjetničkim ateljeima, a ne novinarskim redakcijama. Svi novinari koji u donjem prostoru pišu vijesti obučeni su ležerno, no dovoljno profesionalno da se vidi da su na ozbiljnom radnom mjestu.

Za razliku od mnogih filmova koji prikazuju novinarstvo prošlih vremena (bili to filmovi snimani tada ili u novije vrijeme samo sa starijom tematikom), u ovom filmu u redakciji, pa i van nje, nitko ne puši cigarete. Nije nevažno istaknuti važnost činjenice da u ovom filmu nitko ne puši s obzirom na to da je slika novinara s cigaretom u ustima postala vrlo popularna prošlog stoljeća, a kao takva se zadržala u pogledu mnogih ljudi. Novinari su također nerijetko prikazani kako prekomjerno konzumiraju alkohol, do te mjere gdje im to postaje jedna od osobina ličnosti, kao i pušenje. Međutim ovaj film ne stavlja naglasak na ni jedan od ovih stereotipa. Za razliku od pušenja, konzumacija alkohola je prisutna kod glavnog lika, no samo kao povremeno piće nakon posla.

Još jedna popularno prihvaćena slika je ona glavnog urednika kao oštrog, starijeg muškarca koji u svom uredu čeka nove informacije i pregledava vijesti prije tiskanja. Ovdje je taj stereotip razbijen sa ženskom glavnom urednicom Cameron (Helen Mirren), no ona i dalje ima osobine koje bi očekivali od glavnog urednika; vrlo je oštra, bez dlake na jeziku i očekuje rezultate bez obzira na sve što se dogodi.



Fotografija 8 (Izvor: snimka zaslona, <https://tinyzonetv.to/movie/watch-state-of-play-2009-free-17605>)

3.6 Etičke vrijednosti

Dojam koji će publika o novinaru dobiti s velikih platna uvelike ovisi o tome je li on glavni ili sporedni lik te kakvu dinamiku ima s ostalim likovima. U ovom slučaju, Cal McAffrey prikazuje novinara koji duboko vjeruje u svoja uvjerenja i pravdu, te čini ono što je u njegovoj mogućnosti da dođe do istine. No, koliko god lik novinara bio u suštini dobar, on je i dalje prikazan kroz film kao lukavac koji koristi razne, ne nužno poštene načine, da dođe do informacija.

McAffrey: „Čujem da je Metro balistički odjel upravo bio ovdje.“

Det. Donald Bell: „Tko ti je to rekao? “

McAffrey: „Ti, upravo sada. “



Fotografija 9 (Izvor: snimka zaslona, <https://tinyzonetv.to/movie/watch-state-of-play-2009-free-17605>)

Ovo je samo jedan od primjera igrice koje novinari igraju s policijom, političarima i sl. kako bi potvrdili informacije koje im nitko ne bi direktno rekao. Neki će za ovo reći kako je neetički način dobivanja podataka jer je u suštini prevara, no ako je za neko veće dobro, način na koji se do njih dolazi zanemaruje se. Scene koje potpomažu izgradnji slike novinara kao lukavog znalca grada su one u kojima ima dobre veze u raznim sektorima s raznim ljudima. Prijateljstvo s radnicom u

mrtvačnici omogućava mu pristup osobnim stvarima žrtve povezane s glavnim ubojstvom, a to je nešto što bi stvorilo antipatiju prema liku kada bi on bio prikazan kao anti junak koji se ne bori za dobar cilj. To pokazuje kako jedna odluka režisera ili glumca može imati nezamisliv utjecaj na stav publike. Poznanstva u policiji i američkom Kongresu mu također omogućavaju lakši pristup informacijama nego nekome tko takve veze nema, a načini dobivanja tih informacija opravdani su dok god će njihova upotreba donijeti nešto dobro na kraju. Publika se neprestano hrani idejom novinara koji se kreće mračnim ulicama u sitne sate, nalazi se sa sumnjivim likovima s kojima sklapa dogovore za informacije i slično, što je zastupljeno i u ovom filmu. Čini se da je McAffrey postao tako dobar novinar jer ga nije strah riskirati svoju sigurnost za nova saznanja s kojima će pomoći nekome u javnosti. U potrazi za istinom o ubojstvu Sonije Baker dolazi do inkriminirajućih fotografija koje instinktivno prvo odnosi svojoj urednici za daljnju odluku o pisanju izvještaja. Nakon par dana za to saznaje policija te nastaje etički sukob zbog odluke novinara da dokaze odnese prvo urednici, a ne policiji s kojom je u dobrim odnosima. Sukob istraživačkih novinara i policije nije nova vijest s obzirom na to da u pravilu imaju isti cilj – otkriti istinu, ali načini na koje rješavaju situaciju ipak se razlikuju.

Kako istraživanje slučaja ide polako, novine nemaju dovoljno informacija za svakodnevno ažuriranje članaka, konkurencija ih sustiže i postaju očajni. Urednica nalaže da se objavi bilo što, šuškanja, skandali i pretpostavke u vezi žrtve koje mogu dobiti od njene prijateljice, jer to je ono što ljudi čitaju i kupuju, no McAffrey stoji iza svojih uvjerenja i odbija.

McAffrey: *„Nisam joj vjerovao, niti joj i dalje vjerujem. Nije vjerodostojna. Samo nam je pokušavala prodati zavodljive slike svoje prijateljice Sonie Baker. Svoje mrtve prijateljice.”*

Cameron: *„Zašto kvragu onda nismo pisali o tome? Konobarica tvrdi da ima priču o seksualnom skandalu. Odlično, to je vrhunaska priča. Onda ju optuženi poriče. To je još jedna priča. Zatim jedno od njih odustaje i priznaje, to je još jedna priča.”*

Čak i kada mu Della priopći da je saznala puno skandaloznih podataka od žrtvine prijateljice, McAffrey ostaje pri svojoj odluci da to nije sadržaj kojeg bi trebali objavljivati.

Della Frey: *„To je priča za novine. Netko će ju staviti na naslovnici.”*

McAffrey: *„Uredu, no je li to ispravna stvar za učiniti?”*

Iako se činilo uzaludno, McAffrey ne odustaje čak ni kada izgleda da su sve nade za saznanje istine nestale, služi se svakom mogućom vezom koju može povući kako bi došao do bilo kakve nove informacije da priča ne ode u zaborav, što se na kraju pokazalo korisnim. Upornost novinarskog tima donijela je pravdu za ubijenu ženu čija se smrt htjela zataškati, javnosti je pokazano pravo lice kompanije, no možda najvažnije, novinar je zadržao svoj integritet i etička uvjerenja.

Za ovaj film ne možemo reći da je savršena suprotnost prethodno analiziranom filmu „*As u rukavu*“, no ono što se svakako može primijetiti je potpuna razlika dva glavna lika novinara. Jedan je prikazan kao potpuni anti heroj, onaj koji razmišlja samo o vlastitoj dobrobiti bez obzira na ikoga oko sebe, dok je drugi prikazan kao heroj s učvršćenim etičkim vrijednostima koji za dobrobit drugih traži i objavljuje istinu.



Fotografija 10 (Izvor: snimka zaslona, <https://tinyzonetv.to/movie/watch-state-of-play-2009-free-17605>)



Fotografija 11 (Izvor: snimka zaslona, <https://tinyzonetv.to/movie/watch-state-of-play-2009-free-17605>)

4. Zaključak

Novinari i novinarska profesija su, čini se, bili zanimljiva tematika mnogih filmova stvorenih od samih početaka filmske industrije sve do danas. Samim time što se često pojavljuju na velikim platnima, likovi novinara često su vođeni raznim stereotipima ukorijenjenim u društvu. Da bismo znali otkuda ti stereotipi, ali i mitovi, dolaze, važno je proučiti i sam povijesni razvoj novinarstva.

Od davnih prepričavanja priča i pjevanja junačkih epova u Antičkoj Grčkoj i Rimu, preko prvih kreatora biltena do modernog novinara, svima je zajedničko to što su ljudi o njima imali podijeljeno mišljenje. Neki su novinare smatrali previše znatiželjnima, podlima i beskrupuloznima, kao osobe koje samo traže novu nevolju o kojoj će pisati ili novi događaj koji će preokrenuti u svoju korist. S druge strane, neki ih ljude vide kao spas društva, kao nekoga tko će im dati glas ondje gdje se ne čuju, nekoga tko će u njihovo ime ganjati istinu pod svaku cijenu.

S obzirom na ovako podijeljeno mišljenje, nije neobično to što su novinari u filmovima uvijek prikazani na ovaj ili onaj način, bez jedne postojane slike koja se pojavljuje u svakom filmu. Na primjerima filmova „As u rukavu“ i „U vrtlogu igre“ mogu se vidjeti stereotipi koji prate novinare već desetljećima, kao što su alkoholizam, pušenje cigareta, u prošlosti ugladen, a danas nedotjeran vanjski izgled i slično. Osim očitih fizičkih stereotipa, kao i stereotipa okruženja u kojima se novinar nalazi, važno je u obzir uzeti i etičku pozadinu i ideje koje likovi imaju kao razloge zašto čine ono što čine. Želja za zaradom ili želja za pravdom, ideal slave ili zadovoljstvo skromnim životom u pravednom svijetu samo su neki od stereotipnih unutarnjih poticaja likova novinara. Svi navedeni, ali i mnogobrojni drugi stereotipi svoje podrijetlo imaju u stvarnim povijesnim činjenicama i iskustvima, a s napretkom društva mijenjaju se i sami stereotipi, kako u stvarnom životu, tako i na velikim platnima. Upravo su te promjene ono što može potaknuti na daljnja znanstvena istraživanja kako bi se kroz godine zabilježio osjećaj javnosti prema novinarima, mijenja li se on kroz generacije i ako da, u kolikoj mjeri i čime treba biti potaknut kako bi se među velikim brojem ljudi razbili duboko ukorijenjeni stereotipi i mitovi. Empirijska istraživanja imaju potencijal otkriti nove spoznaje o percepciji novinara u filmu, a samim time proučiti publiku i potrošačke navike te tako dovesti do promjena u društvu i interpersonalnoj komunikaciji.

5. Literatura

1. Culler, J. (1990) *Barthes*, London: Fontana Press.
2. Ehlers, W. (2006) *With Pad and Pencil: Old Stereotypes in a New Form? A Comparison of the Image of the Journalist in the Movies from 1930–1949 and 1990-2004*, magistrarski rad, Canterbury: University of Cantenbury.
3. Ehrlich, M. C. (2004) *Journalism in the Movies*, Urbana: University of Illinois Press.
4. Ehrlich, M. C. (2006) *Facts, truth and bad journalists in the movies*, *Journalism*, 7(4), str. 501–519. Preuzeto s: doi: 10.1177/1464884906068364. (Datum pristupa 24.8.2021)
5. Ehrlich, M. C., Saltzman, J. (2015) *Heroes and scoundrels: The image of the journalist*
6. Fedorov, A., i Levitskaya, A. (2021) *Media Manipulation and Movies*, *Media Education (Mediaobrazovanje)*, str. 64-69 Preuzeto s: 17. 10.13187/me.2021.1.64. (Datum pristupa: 24.8.2021.)
7. Good, H. (1989) *Outcasts: The Image of Journalists in Contemporary Film*. London: The Scarecrow press.
8. Gürkan, H. (2017) *The Portrayal of Journalists in Turkish Cinema: A Study about Journalism Ethics through Cinema*, *Medijske studije*, 8(16), str. 41-59. Preuzeto s: <https://doi.org/10.20901/ms.8.16.4> (Datum pristupa: 24.08.2021.)
in popular culture, Champaign: University of Illinois Press.
9. Labaš, D., i Mihovilović, M. (2011) *Masovni mediji i semiotika popularne kulture*, *Kroatologija*, 2(1), str. 95-121. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/75496> (Datum pristupa: 24.08.2021.)
10. McNair, B. (2011) *Journalism at the movies*, *Journalism Practice*, 5(3), str. 366-375, Preuzeto s: <https://eprints.qut.edu.au/43491/> (Datum pristupa 24.8.2021)
11. Mukerji, C., Schudson, M. (ur.) (1991) *Rethinking Popular Culture: Contemporary Perspectives in Cultural Studies*, Berkley: University of California Press.
12. Nowell-Smith, G. (1996) *The Oxford History of World Cinema*, 17. izdanje, Oxford: University Press.

13. Painter, C. (2019) *Fictional Representations of Journalism*, Oxford Research Encyclopedia of Communication. Preuzeto s: doi: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.811. (Datum pristupa: 24.08.2021.)
14. Saltzman, J. (2005) *Analyzing the Images of the Journalist in Popular Culture: a Unique Method of Studying the Public's Perception of Its Journalists and the News Media*, Association for Education in Journalism & Communication, 1(2), Preuzeto s: <https://www.aejmc.org/> (Datum pristupa: 24.08.2021.)

Filmovi

1. Ace in the Hole (1951) directed by Billy Wilder [Film]. Albuquerque, USA: Paramount Pictures.
2. State of Play (2009) directed by Kevin Macdonald [Film]. France: Universal Pictures (International) StudioCanal.