



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

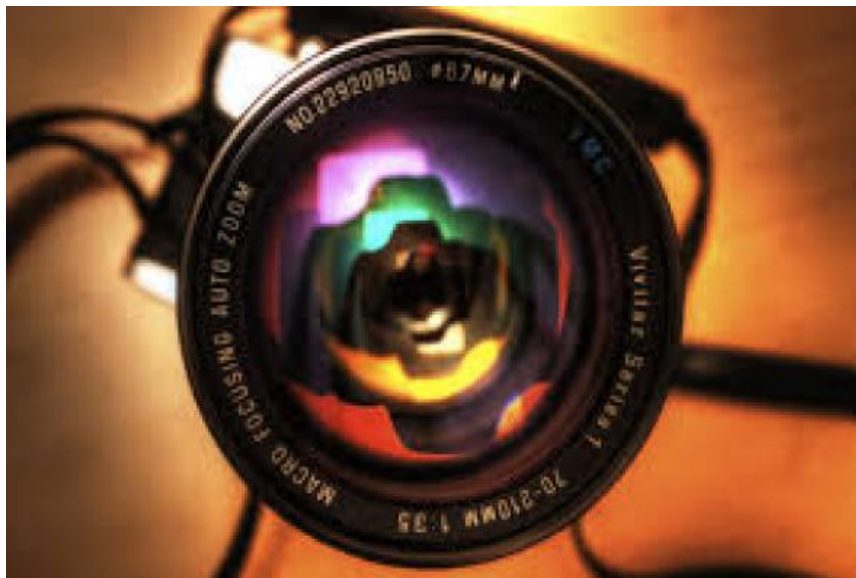
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

“ΦΩΤΟΡΕΠΟΡΤΑΖ-Η ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑΣ”



ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ:ΣΠΗΛΙΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

ΕΠΟΠΤΗΣ:ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ ΣΩΤΗΡΙΟΣ

ΠΥΡΓΟΣ- 2016

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο «Φωτορεπορτάζ-Η εικονογράφηση της επικαιρότητας» εκπονήθηκε στο Τμήμα Πληροφορικής και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Δυτικής Ελλάδας. Την εκπόνηση της παρούσας Πτυχιακής Εργασίας ανέλαβε η σπουδάστρια του τμήματος Πληροφορικής και Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, Σπηλιοπούλου Παναγιώτα, έπειτα από συνεργασία με τον καθηγητή του τμήματος, κύριο Σωτήριο Τριανταφύλλου.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το θέμα που θα αναπτυχθεί στην προσεχώς πτυχιακή εργασία είναι το πως μια εικόνα στη σύγχρονη εποχή μπορεί να αφυπνίσει το μυαλό του αποδέκτη και να του διεγείρει συναισθήματα μεταφέροντας του την είδηση αντικαθιστώντας κάθε μορφή κειμένου.

Στο εισαγωγικό μας κεφάλαιο κάνουμε αναφορά στην ιστορία του φωτορεπορτάζ.

Ακολουθεί η σημασιολογία της εικόνας, στο δεύτερο κεφάλαιο για να δούμε στη συνέχεια, ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα πως μπόρεσε η εικόνα να αποδώσει μια αληθινή ιστορία.

Συνεχίζοντας στο τρίτο κεφάλαιο αναλύουμε τι είναι το φωτορεπορτάζ και ποια η σχέση του με την εικόνα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο βλέπουμε την δύναμη που έχει η εικόνα στη δημοσιογραφία με παραδείγματα φωτογραφιών που απεικονίζουν την πραγματικότητα. Επίσης, στο ίδιο κεφάλαιο η εργασία μας, αναλύει πως μπορεί μια εικόνα στη σύγχρονη εποχή να διεγείρει τα συναισθήματα του αποδέκτη και παραθέτουμε μερικούς από τους διάσημους φωτογράφους της χώρας μας. Επιπλέον, αναφέρουμε τους κινδύνους που αντιμετωπίζει ένας φωτογράφος και παραθέτουμε χαρακτηριστικές φωτογραφίες ανθρώπων που θα έκαναν τα πάντα για μια τέλεια φωτογραφία. Τέλος, ασχολούμαστε με την άλλη όψη του φωτορεπορτάζ και κλείνουμε το κεφάλαιο αυτό με το φωτομοντάζ που γίνεται στις φωτογραφίες.

Το πέμπτο κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στο ερευνητικό μέρος. Πιο ειδικά στο ποιο ήταντο ερευνητικό εργαλείο έρευνας, ποια τα χαρακτηριστικά του ερωτηματολογίου, ποιες ήταν οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου της παρούσας έρευνας.

Το έκτο και τελευταίο κεφάλαιο αναφέρεται στη επεξεργασία και την εισαγωγή δεδομένων, στις μεθόδους στατικής επεξεργασίας, στην περιγραφική στατιστική όπου χρησιμοποιήθηκε και τέλος στα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα της έρευνας.

ABSTRACT

This dissertation talks about the current power of photographs which can awaken the viewer's mind and evoke emotions while transferring the news at the same time. The history of photojournalism and the semantics of photography are studied in this analysis.

Moreover, the meaning of photojournalism and its relation with the photograph itself are examined. In addition to this, the photograph's power is shown through photograph examples which depict real-life situations.

Furthermore, the possible dangers a photographer may face are mentioned with typical examples of people who would do anything for the perfect.

Finally, another aspect of photojournalism is examined and the chapter is concluded with the photomontage of the photographs. All in all, in the last part of this dissertation, the research part, the medium used for the research, the questionnaire, the process of the data and its introduction, the statistics methods and the descriptive analysis of the statistics, the results and finally the conclusions are presented.

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΕΡΙ ΜΗ ΛΟΓΟΚΛΟΠΗΣ

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτά αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένα. Ακόμα δηλώνω ότι αυτή η γραπτή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά και αποκλειστικά και ειδικά για την συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία και ότι θα αναλάβω πλήρως τις συνέπειες εάν η εργασία αυτή αποδειχθεί ότι δεν μου ανήκει.

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 1

ΑΜ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

Σηθησιώτα Γαλ. Τζαλαμάτα

1859



ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 2

ΑΜ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

(σε περίπτωση που είναι απαραίτητο)

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ 3

ΑΜ

ΥΠΟΓΡΑΦΗ

(σε περίπτωση που είναι απαραίτητο)

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

I. Εισαγωγή.....	1
II. ABSTRACT	2
III. Υπεύθυνη δήλωση περί μη λογοκλοπής	3
IV. Περιεχόμενα.....	4
V. Κεφάλαιο 1ο – Η ιστορία του φωτορεπορτάζ.....	7
VI. Κεφάλαιο 2ο – Η σημασιολογία της εικόνας.....	10
VII. 2.1. Η ιστορία μιας βίαιης οικογενέειας μέσα από 34 φωτογραφίες.....	11
VIII. 2.2. Πως αντιλαμβάνεται η κοινωνία την εικόνα.....	12
IX. Κεφάλαιο 3ο – Τι είναι το φωτορεπορτάζ.....	13
X. 3.1. Η σχέση της εικόνας με το φωτορεπορτάζ.....	13
XI. 3.2. Η επίδραση της φωτογραφίας στη δημοσιογραφία. Τίτλος ή εικόνα;.....	14
XII. Κεφάλαιο 4ο – Η δύναμη της εικόνας.....	16
XIII. 4.1. Πως μπορεί μια εικόνα στη σύγχρονη εποχή να διεγείρει τα συναισθήματα του αποδέκτη.....	24
XIV. 4.2. Διάσημοι φωτογράφοι στην Ελλάδα.....	26
XV. 4.3. Καλύτερος φωτογράφος για το 2015 ο Γιάννης Μπεχράκης.....	27
XVI. 4.4. Μανόλης Μεγαλοκόμου. Ο διάσημος φωτορεπόρτερ που έγινε <<εθελοντής>> για να βγάλει φωτογραφίες στον πόλεμο του '40 και καταλήγει στη λογοκρισία.....	29
XVII. 4.4.1. Οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει ένας φωτογράφος.....	30
XVIII. 4.4.2. Φωτογράφοι που θα έκαναν τα πάντα για μια τέλεια φωτογραφία.....	31
XIX. 4.4.3. Η άλλη όψη του φωτορεπορτάζ όταν γίνεται φωτομοντάζ.....	34
XX. Κεφάλαιο 5ο – Ερευνητικό μέρος.....	35
XXI. 5.1. Εισαγωγή.....	35
XXII. 5.2. Γενικά.....	35

XXIII. 5.3. Ερευνητικό εργαλείο έρευνας.....	36
XXIV. 5.4.1. Χαρακτηριστικά ερωτηματολογίου.....	36
XXV. 5.4.2. Ερωτήσεις ερωτηματολογίου παρούσας έρευνας.....	39
XXVI. 5.4.3. Μεταβλητές έρευνας.....	40
XXVII. 5.4.4. Πληθυσμός έρευνας.....	41
XXVIII. Κεφάλαιο 6ο – Επεξεργασία και εισαγωγή δεδομένων.....	41
XXIX. 6.1. Μέθοδοι στατιστικής επεξεργασίας.....	41
XXX. 6.2. Περιγραφική στατιστική.....	41
XXXI. 6.3. Αποτελέσματα.....	43
XXXII. 6.4. Συμπεράσματα.....	52
XXXIII. Βιβλιογραφία.....	54

Κεφάλαιο 1^ο-Η ιστορία του φωτορεπορτάζ

Από την “γέννησή της”, η φωτογραφία φέρεται να υπηρέτησε τον Τύπο. Στην ανακάλυψη της οφείλεται και η εμφάνιση των πρώτων εικονογραφημένων περιοδικών, όπως το "The Illustrated London News", που ξεκίνησε την έκδοσή του το 1842 και το "L' Illustration", που ξεκίνησε να εκδίδεται ένα χρόνο μετά στο Παρίσι. Με την παράλληλη τελειοποίηση των φωτογραφικών μεθόδων η χρήση της φωτογραφίας στον ημερήσιο Τύπο άρχισε να γενικεύεται.

Ιστορικός σταθμός του φωτορεπορτάζ κρίνεται η εμφάνιση των μικρού σχήματος φωτογραφικών μηχανών Έρμανοξ (1924) και Λάικα (1925) που παρείχαν πλέον την δυνατότητα φωτογραφικής λήψης εσωτερικών χώρων με κάποιο κατάλληλο φωτισμό.

Έτσι το 1928-1929 άρχισαν να τυπώνονται τα δύο μεγαλύτερα σε κυκλοφορία εικονογραφημένα περιοδικά της Ευρώπης, το "Muncher Illustrierte Presse" και το "Berliner Illustrierte Zeitung", των οποίων ακολούθησαν το γαλλικό "Vu" (1928) και τα αμερικανικά "Life" και "Look" (1936), από τα οποία και αναδείχθηκαν πολλοί και σπουδαίοι φωτορεπόρτες (όπως αποκαλούνται διεθνώς οι φωτογράφοι επικαίρων ειδήσεων) όπως π.χ. η Μάργκαρετ Μπεργκ-Χουάιτ, ο Άλφρεντ Άιζενσταϊντ, ο Πήτερ Στάκπουλ κ.ά. (photoawebnode.gr, 2015)

Αναμφισβήτητα ένα από τα κύρια πολιτιστικά χαρακτηριστικά του αιώνα που πέρασε αλλά και των αρχών του 21ου, είναι η επικοινωνία μέσω των εικόνων. Στην ιστορία του πολιτισμού, η ανάγκη του ανθρώπου για καταγραφή των ιστορικών γεγονότων αλλά και σημαντικών προσωπικών στιγμών και αναζητήσεων φαίνεται να μην ικανοποιήθηκε πλήρως μέσω του γραπτού και προφορικού λόγου.

Η ανθρώπινη αυτή επιθυμία και επιδίωξη υλοποιήθηκε στα μέσα του 19ου αιώνα όταν, με την εφεύρεση της φωτογραφίας, έγινε κατορθωτό να αποτυπωθούν στο χαρτί εικόνες από την καθημερινή ζωή, οι οποίες θα παρέμεναν στο χρόνο.

Ιστορικά το πώς φτάσαμε από τον σκοτεινό θάλαμο (cameraobscura) του 1550 στο σημερινό πολύχρωμο κόσμο των ψηφιακών εικόνων που μας περιβάλλει είναι άκρως ενδιαφέροντα.

Η φωτογραφία έχει μια πολύ ενδιαφέρουσα και μεγάλη ιστορία που μπορεί να θεωρηθεί ότι εκτείνεται σε βάθος αρκετών αιώνων. Η ανακάλυψή της σχετίζεται με την επινόηση ενός είδους σκοτεινού θαλάμου, που οι εικόνες αποτυπώνονταν σε πλάκες αργύρου και χαλκού, και φτάνει μέχρι τη σημερινή εποχή όπου υπερσύγχρονες ψηφιακές μηχανές μπορούν να αποτυπώνουν εκατομμύρια χρώματα και σχέδια με τέλεια ανάλυση.

Η ιστορία της ξεκινάει τον 4ο αιώνα π.Χ. από παρατηρήσεις του Αριστοτέλη και με τη γεωμετρική θεωρία του Ευκλείδη και φτάνει μέχρι τη σύγχρονη εποχή. Ήδη από τον 19ο αιώνα αρκετοί επιστήμονες συνέβαλαν στην τεχνολογική εξέλιξή της, ενώ οι καινοτομίες που εισήγαγε προσέλκυσαν το ενδιαφέρον ακόμη και εθνικών κοινοβουλίων (π.χ. της Γαλλίας).

Μία από τις πρώτες πλήρεις φωτογραφικές μηχανές παρουσιάστηκε το 1847. Ήταν μια μηχανή με φουσούνα η οποία είχε ικανοποιητική εστίαση και αποτέλεσε το πρότυπο για το σχεδιασμό μεταγενέστερων φωτογραφικών μηχανών.

Ο όρος φωτογραφία χρησιμοποιείται για πρώτη φορά το 1839 από τον Τζον Χέρσελ (sirJohnHerschel) ο οποίος σαν γνήσιο τέκνο της παράδοσης των επιστημονικών εταιρειών (Societies) της Βρετανίας, κατέθεσε τα συμπεράσματά του για την επίδραση του φωτός στα φωτοευαίσθητα υλικά σε ένα σύγγραμμα με τίτλο “Σημειώσεις για την τέχνη της φωτογραφίας”. (wikipedia)

Κατά τη δωδεκαετή περίοδο 1827-1839 τουλάχιστον πέντε ανεξάρτητοι μεταξύ τους ερευνητές, συνδυάζοντας επιστημονικές γνώσεις που είχαν ως τότε συσσωρευτεί, κατόρθωσαν να σταθεροποιήσουν μια “φωτογραφική εικόνα” σε κάποια φωτοευαίσθητη επιφάνεια: Ο Νικηφόρος Νιέπς, ο Γουίλιαμ Φένρυ Υοξ Σάλμποτ, ο Ιππόλυτος Μπαγιάρ, ο Λουί Νταγκέρ και ο ίδιος ο Σζον Σάλμποτ.

Οι προσπάθειες αυτές κορυφώθηκαν το 1839, όταν στις 19 Αυγούστου ο Λουί Νταγκέρ παρουσιάζει επίσημα στη Γαλλική Ακαδημία Επιστημών τη φωτογραφική μέθοδό του. Είναι η ιστορική στιγμή της επίσημης γέννησης της φωτογραφίας. (wikipedia)

Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι η φωτογραφία χρωστά την ύπαρξή της στις αρχές των θεωριών της Οπτικής και της Χημείας. Χωρίς την κατανόηση των ιδιοτήτων

του φωτός και της λειτουργίας της όρασης αλλά και χωρίς τη γνώση του μηχανισμού των οξειδοαναγωγικών και φωτοχημικών αντιδράσεων, οι πρωτοπόροι της φωτογραφικής διαδικασίας δεν θα είχαν επιτύχει το ποθητό αποτέλεσμα.

Αλλά και χωρίς την κοινωνική, πολιτική και οικονομική οργάνωση του 18ου και 19ου αιώνα, χωρίς την επιθυμία της αστικής τάξης να αποκτήσει περισσότερα κέρδη με πιο γρήγορο και ευκολότερο τρόπο, η εξέλιξη της φωτογραφίας ίσως να μην γινόταν με τον ίδιο ρυθμό και να μην είχε τα ίδια αποτελέσματα. Καθώς η φωτογραφία είναι γνήσιο παιδί της βιομηχανικής επανάστασης, η ιστορία της διαμόρφωσής της είναι κομμάτι της ιστορίας του σύγχρονου πολιτισμού. (wikipedia)

Κεφάλαιο 2^ο - Ησημασιολογία της εικόνας

Ετυμολογικά, η λέξη φωτογραφία είναι σύνθετη και προέρχεται από τις ελληνικές λέξεις -φως και -γραφή, βοηθώντας να καταλάβουμε καλύτερα τη σημασία της.

Η σημασιολογία της εικόνας είναι πολύ μεγάλη, καθώς μπορεί να επηρεάσει τον αναγνώστη άμεσα για το περιεχόμενο της είδησης, και να εγείρει τα συναισθήματά του προς την κατεύθυνση του θέματος που η εικόνα αποτυπώνει.

Το λένε όλοι και το αποδέχονται, το περιεχόμενο είναι «Βασιλιάς». Χωρίς αυτό κανένα εργαλείο δεν μπορεί να αποδώσει αλλά και να αναδείξει την δυναμική του. Το περιεχόμενο αποτελείται από ένα σωστά δομημένο κείμενο και από την φωτογραφία ή το βίντεο. Ο συνδυασμός μοναδικότητας και των τριών αποτελεί το τέλειο περιεχόμενο για τα εργαλεία μας (website, social κλπ). Η φωτογραφία, ανάλογα με το θέμα που πραγματεύεται ή το άρθρο που συνοδεύει, είναι ικανή από μόνη της να μείνει αποτυπωμένη στο μυαλό μας ίσως και για πάντα. green-apple.gr (2016)

Η φωτογραφία είναι εξίσου σημαντική όσο το κείμενο και σε πολλές περιπτώσεις σε συνδυασμό με τον τίτλο ξυπνούν το συναίσθημα του χρήστη για να διαβάσει το άρθρο . Η φωτογραφία είναι εκείνη που δημιουργεί το αρχικό συναίσθημα (θετικό η αρνητικό) για ένα φωτορεπορτάζ και για το λόγο αυτό θα πρέπει να είναι τεχνικά άρτια.

Για τον γνωστό Τούρκο φωτογράφο, Naset Kutlug όμως δεν έχει σημασία το μέσο αλλά αυτό που παράγεις, αν έχει να πει και να δείξει κάτι.

2.1. Η ιστορία μιας βίαιης οικογένειας μέσα από 34 φωτογραφίες



1- Το συγκλονιστικό, βραβευμένο φωτορεπορτάζ της Sara Naomi Lewkowicz (lifo.gr)

Η Sara Naomi Lewkowicz το έτος 2012 εργαζόταν ως φωτορεπόρτερ, και είχε αναλάβει να αποτυπώσει το στίγμα των ανθρώπων που προσπαθούν να ενσωματωθούν στην κοινωνία μετά την παραμονή τους στη φυλακή. Παρακολούθησε ένα ζευγάρι, τον Shane και την Maggie μαζί με τα δύο της παιδιά από άλλο άντρα. Όμως η φωτογράφος αντί να κάνει το πορτρέτο ενός 22χρονου πρώην κατάδικου βρέθηκε εν μέσω μιας ιστορίας ενδοοικογενειακής βίας.

Μια νύχτα λοιπόν, με αφορμή τη ζήλια της Maggie, η φωτορεπόρτερ βρέθηκε μπροστά στην επίθεση που δέχτηκε από τον Shane. Δεν σταμάτησε να φωτογραφίζει, φέρνοντας στο φως μια ιστορία που συνήθως είναι πολύ καλά κρυμμένη. Δυστυχώς, η φωτογράφος έχει δεχτεί κριτική για τη στάση της, για το ότι φωτογράφιζε αντί να επέμβει. Η ίδια υπερασπίζεται τον εαυτό της λέγοντας ότι όπως της επιβεβαίωσε και η αστυνομία, η ενδεχόμενη επέμβασή της θα έκανε τα πράγματα χειρότερα, βάζοντας τον εαυτό της αλλά και τη Maggie σε κίνδυνο. Οι λεζάντες είναι σχόλια της φωτογράφου και η σειρά των φωτογραφιών δημοσιεύτηκε στο Time. (lifo.gr, 2016).

Το συγκεκριμένο φωτορεπορτάζ, που παρατέθηκε αυτούσιο από το site αποτελεί χαρακτηριστικότατο παράδειγμα, σχετικά με τη σημασία του φωτορεπορτάζ και τη

σημασιολογία του. Όλο το φωτογραφικό του βραβευμένου αυτού φωτορεπορτάζ, υπάρχει στο link: <http://www.lifo.gr/team/omorfia/36476>(2016)

2.2. Πως αντιλαμβάνεται η κοινωνία την εικόνα

"Ο καθένας νομίζει ότι είναι πρόβλημα κάποιου άλλου, ή ότι το πρόβλημα θα διορθωθεί μόνο του, ή αν μιλήσουμε γι 'αυτό, οι αριθμοί θα αλλάζουν με κάποιο τρόπο μαγικά", λέει ο Αλάνα Barton μέλος, του Ιδρύματος Μέσων Ενημέρωσης της Γυναίκας.(time.com 2016).

Ηκοινωνία μπορεί να αντιληφθεί την εικόνα που συνοδεύει ένα άρθρο ή ένα ρεπορτάζ με την πρώτη ματιά και για τον καθένα παίζει καθοριστικό ρόλο στην ψυχολογία και τη σύνθεσή του, λαμβάνοντας υπόψιν και την διαφορετικότητα του κάθε ανθρώπου. Μπορεί για παράδειγμα μια εικόνα που απεικονίζει ένα πνιγμένο βρέφος να συγκινήσει και να εγείρει το συναίσθημα της θλίψης για κάποιους ανθρώπους, ενώ για κάποιους άλλους να είναι απλά η αποτύπωση ενός ακόμη γεγονότος, ανάμεσα στα χιλιάδες που συμβαίνουν κάθε δευτερόλεπτο ανα τον κόσμο. Αντίστοιχα, μια φωτογραφία από μια επίδειξη μόδας μπορεί να επιφέρει άκρατο ενδιαφέρον και ενθουσιασμό σε κάποιους, ενώ αντίστοιχα κάποιους άλλους να τους αφήσει απλά αδιάφορους.

Θα μπορούσαμε λοιπόν να πούμε ότι η αντίληψη της κοινωνίας όσον αφορά την εικόνα, είναι σχετικά υποκειμενική, αν και στην πλειοψηφία είναι κοινώς παραδεκτό ότι επηρεάζει τα συναισθήματα των ανθρώπων που θα την δουν.

Κεφάλαιο 3^ο - Τι είναι το φωτορεπορτάζ

Το φωτορεπορτάζ είναι η μορφή εκείνη της δημοσιογραφίας, που ασχολείται ως επί το πλείστον με την κάλυψη ενός θέματος, κατά κύριο λόγο μέσω εικόνων ή αποτύπωσης της είδησης σε εικόνες.

Σκοπός του είναι να δώσει την είδηση στον αναγνώστη μέσα από τις φωτογραφίες, οι οποίες είναι τραβηγμένες από τον φωτορεπόρτερ με τέτοιο τρόπο, ώστε να απεικονίζουν και την παραμικρή λεπτομέρεια.

3.1. Η σχέση της εικόνας με το φωτορεπορτάζ

Η σχέση της εικόνας με το φωτορεπορτάζ είναι άρρηκτα συνδεδεμένη, καθώς η εικόνα απεικονίζει αυτό που είναι η είδηση καθώς και είδηση χωρίς εικόνα δεν θεωρείται ολοκληρωμένη.

Ο φωτογράφος παίρνει εικόνες από ανθρώπους, τοπία κλπ., Ο φωτορεπόρτερ κάνει και τα δυο με ό,τι καλύτερο μέσο διαθέτει, για να περιγράψει ένα γεγονός, να καλύψει μια είδηση, να παρουσιάσει κάτι μέσω του Τύπου, ένα γεγονός ή μια κατάσταση.

Ο φωτορεπόρτερ συλλαμβάνει γεγονότα και “ρήματα”. Γέλα, έλα, τρέχα κλπ. Ο φωτογράφος συλλαμβάνει ιδέες.

Η εικόνα είναι ο σκοπός του φωτορεπορτάζ, το στοιχείο, η απόδειξη, η είδηση. Κι όλα αυτά για τους αναγνώστες είναι του περιοδικού Τύπου, είτε του ηλεκτρονικού.

Με απλά λόγια, το φωτορεπορτάζ αφηγείται την είδηση μέσα από τις εικόνες.

Ο φωτορεπόρτερ πρέπει να κατανοήσει τη σχέση μεταξύ της εικόνας για να την υποστηρίξει και να την αποδώσει σωστά.

Για παράδειγμα: “Ένα κορίτσι έχασε τη μπάλα”. Σε αυτή την περίπτωση οι επιλογές περιορίζονται. Η φωτογράφιση του κοριτσιού, καθώς και η μπάλα είναι εύκολη. Το δύσκολο είναι να πιάσει ο φωτορεπόρτερ την ουσία που είναι το γεγονός, “έχασε τη μπάλα”. (markhnackock.blogspot). (2007).

3.2. Η επίδραση της φωτογραφίας στη δημοσιογραφία – Τίτλος ή εικόνα;

Παίρνοντας ως αφορμή εικόνες που κατά καιρούς έχουν δημοσιευθεί σε όλο τον κόσμο, μπορούμε να καταλάβουμε την επίδραση της φωτογραφίας στη δημοσιογραφία και αν η βαρύτητα από τον αναγνώστη, δίνεται περισσότερο στον τίτλο ή στην εικόνα.

Παραθέτοντας παρακάτω τρεις χαρακτηριστικότερες φωτογραφίες, εύκολα μπορεί να καταλάβει κανείς, πως όποιο τίτλο κι αν έδινε στις συγκεκριμένες εικόνες, το μάτι του αναγνώστη θα εστίαζε στις εικόνες πρωτίστως, όπου και θα έδινε έμφαση. Κι αυτό, γιατί η εικόνα είναι ικανή να “μιλήσει” από μόνη της και να δώσει τα νοήματά της, την είδηση, ή το μήνυμα που θέλει να περάσει στον αναγνώστη.

Σαφώς, δεν μπορούμε να παραβλέψουμε τη σημασία του τίτλου που συνοδεύει την εικόνα, καθώς ένας καλός τίτλος προετοιμάζει τον αναγνώστη γι' αυτό που θα δει. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι μια καλή εικόνα σε συνδυασμό με έναν καλό τίτλο, είναι το ιδανικό αποτέλεσμα για μια σωστή και ολοκληρωμένη δουλειά από έναν φωτορεπόρτερ.



2-Ηδιάσημη φωτογραφία του Kevin Carter (1993)(<http://giusurum.blogspot.gr/>)

Η φωτογραφία που συγκλόνισε τον κόσμο και κέρδισε το βραβείο Πούλιτζερ όταν ο διάσημος φωτογράφος φωτογράφησε ένα αποστεωμένο από την πείνα και ετοιμοθάνατο κοριτσάκι. Δίπλα του ένα όρνειο περιμένει να ξεψυχίσει για να το φάει. Η συγκεκριμένη φωτογραφία θα μείνει στην ιστορία.



3- *O Aylan Kurdi (3 Σεπτεβρίου 2015)* (<http://www.atimes.com/article/father-of-drowned-syrian-boy-returns-to-kobane-to-bury-family/>)

Η φωτογραφία που έβγαλε ο Τούρκος δημοσιογράφος Nilüfer Demir , και έκανε το γύρο του κόσμου, δείχνοντας το άψυχο σώμα του 3χρονου Aylan Kurdi, το οποίο ξέβρασε η Μεσόγειος στην προσπάθεια της οικογένειάς του να περάσουν τα σύνορα της χώρας τους και να έρθουν στην Ελλάδα για ένα καλύτερο αύριο.



4- *Τσουνάμι στην Ιαπωνία 2011*(google.gr)

Ο φωτογραφικός φακός συνέλαβε, μια πολίτη της χώρας πιθανόν και έξω από το σπίτι που πριν λίγο είχε, όταν το φονικό τσουνάμι διέλθε τα πάντα στο πέρασμά του, ανήμπορη να αντιδράσει, με την απόγνωση και την απελπισία ζωγραφισμένη στο πρόσωπό της για ένα άγνωστο αύριο.

Κεφάλαιο 4^ο - Η δύναμη της εικόνας

Μια εικόνα από μόνη της (ανάλογα με αυτό που απεικονίζει), μπορεί να αποτελέσει το κίνητρο για να βγει ένα καλό αποτέλεσμα ή αντίστοιχα ένα κακό αποτέλεσμα, από μια γειτονιά ή μια πόλη, μέχρι και ολόκληρη την ανθρωπότητα.

Αν για παράδειγμα κάποιος φωτορεπόρτερ αποθανατίσει μια φωτογραφία στην οποία θα φαίνεται η δοκιμή ενός νέου πυρηνικού συστήματος και η εικόνα αυτή διοχετευθεί στα μέσα, μπορεί εύκολα κάποιος να φαντασθεί τα επακόλουθα. Αντίστοιχα, αν κάποιος γονείς φέρονται βάνουσα στα παιδιά τους και κάποιος φωτορεπόρτερ το αποτυπώσει και αυτό δοθεί στα μέσα, οι κοινωνικές υπηρεσίες άμεσα θα επέμβουν για να επιλύσουν το θέμα.

Οι καλύτερες φωτογραφίες διαγωνισμού που διοργάνωσε το Intrepid Travel με θεαματικές διεθνής εικόνες, είναι ένα ακόμα χαρακτηριστικό παράδειγμα, για την δύναμη που έχει μια καλή εικόνα και από μόνη της μπορεί να αποτελέσει την αφορμή για ένα ολόκληρο φωτορεπορτάζ.(intrepidtravel.com)



5-Αγώνες μεταόρων: *CheeKeong Lim – Padang, Indonesia(intrepidtravel.com)*



6-Μικρή παγωμένη μαϊμού: *MichaelHaikal – Jigokudani, Japan(intrepidtravel.com)*



7-Η φωτογραφία που ήρθε πρώτη: Sujan Sarkar – Cooch Behar, India (intrepidtravel.com)

Μια εκπληκτική φωτογραφία όπου δείχνει παιδιά να παίζουν με μια ομπρέλα και στους αστραγάλους έχουν νερά. Ο ανταγωνισμός ήταν ασυγκράτητος καθώς ο διαγωνισμός έλαβε περισσότερες από 7.000 συμμετοχές και συμμετείχαν 3.000 φωτογράφοι από όλο τον κόσμο.



8-Taj Mahal: Matt Sims – Agra, India(intrepidtravel.com)



9-Οναόςμέσααπότοαερόστατο: Xiuzhi Pham – Bagan, Myanmar(intrepidtravel.com)



10-*Barred Door: Richard Misquitta – Angkor, Cambodia(intrepidtravel.com)*



11-*Φωτογραφία από την Genevieve Schneider – Bachalpsee Lake, Switzerland (intrepidtravel.com)*



12-Φωτογραφία από την Larissa Grieves – Venice, Italy (intrepidtravel.com)



13-Βραζιλιάνη γυναίκα: Ana Caroline de Lima – Lima, Peru (intrepidtravel.com)



14-Αγέλη Αγελάδων στο ηλιοβασίλεμα: Pradeep Raja – Bagan, Myanmar(intrepidtravel.com)



15-Προσκονητής στο τζαμί: Alister Munro – Abu Dhabi, United Arab Emirates (intrepidtravel.com)



16-Land Diving: Sam Creek – Pentecost Island, Vanuatu(intrepidtravel.com)



17-Παιδιά μοναχοί τοπρωί: Scott Laird – Bagan, Myanmar (intrepidtravel.com)



18-Φωτογραφία από τον Scott Laird – Mingun Temple, Cambodia(intrepidtravel.com)

4.1. Πώς μπορεί μια εικόνα στη σύγχρονη εποχή να διεγείρει τα συναισθήματα του αποδέκτη

Τα συναισθήματα ενεργοποιούν μια σειρά βιοχημικών αλλαγών στο σώμα μας που επηρεάζουν τον τρόπο λειτουργίας του οργανισμού μας καθώς και το πώς αισθανόμαστε. Τα συναισθήματά μας, εκτός των άλλων, μπορούν να προκαλέσουν ακόμα και την υγεία ή την ασθένεια "The Emotional Immune System by Tarilee Cornish" (wholeapproach, 2006)

Οι περισσότεροι άνθρωποι συμφωνούν ότι τα συναισθήματα μπορεί να προκληθούν από ένα συγκεκριμένο γεγονός και ότι το άτομο βιώνει γνωρίζει την αιτία, όπως τον ενθουσιασμό ενός παιδιού στον ήχο ενός φορτηγού παγωτού. Όμως, πρόσφατες έρευνες δείχνουν συναισθήματα, επίσης, μπορεί ασυνείδητα να προκαλείται και να χειραγωγείται.

Οι ψυχολόγοι Kirsten Ruys και Diedrick Stapel του Ινστιτούτο Behavioral του Πανεπιστημίου Tillburg στην Ολλανδία ανακάλυψαν τα πρώτα εμπειρικά στοιχεία που

υποδηλώνουν ότι οι άνθρωποι καλό θα ήταν να μην έχουν επίγνωση του γεγονότος που προκάλεσε τη διάθεση ή τα συναισθήματά τους, προκειμένου να επηρεαστούν από αυτό.

Οι ερευνητές μέτρησαν τις σκέψεις των ανθρώπων, καθώς και τα συναισθήματα και τη συμπεριφορά τους για να καθορίσουν αν συγκεκριμένα συναισθήματα, προκλήθηκαν χωρίς επίγνωση κάποιου ερεθίσματος - βασιζόμενοι στη θεωρία που υποστηρίζει ότι, λόγω της φυσικής επιλογής, οι άνθρωποι θα πρέπει να είναι σε θέση να εντοπίσουν συγκεκριμένες πληροφορίες-που τους παραπέμπουν αυτόματα στο συναίσθημα της συγκίνησης.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα, έπειτα από μια σειρά διαδικασιών, στη συνέχεια υποβλήθηκαν σε τρία τεστ για να μετρηθεί η επίδραση των εικόνων στη γνώση, τα συναισθήματα και τη συμπεριφορά τους. (Wholeapproach , 2006)

Για το μέτρο της γνώσης, χρησιμοποιήθηκε μια ποικιλία των λέξεων συμπεριλαμβανομένων εκείνων που εκφράζουν αηδία, φόβο, θυμό, σε γενικές γραμμές αρνητικά συναισθήματα, αλλά και θετικά και ουδέτερα συναισθήματα. Στη συνέχεια, οι συμμετέχοντες βαθμολόγησαν συνολικά τη θετικότητα ή αρνητικότητα της διάθεσης τους και το βαθμό στον οποίο αισθάνθηκαν να φοβούνται, να νιώθουν ικανοποίηση, ανακούφιση, υπερηφάνεια, θυμό ή χαρά.

Κατά τη διάρκεια της μελέτης, ζητήθηκε επίσης από τους συμμετέχοντες να λάβουν μέρος είτε σε ένα “παράξενο τεστ με τρόφιμα” ή σε μια “τρομακτική ταινία”. Υποθέτοντας ότι εκείνοι που εκτέθηκαν σε εικόνες που τους προκάλεσαν αηδία θα απεφεύγαν την πιθανότητα να δοκιμάσουν γευστικά κάτι δυσάρεστο. Στο τέλος της μελέτης, οι ερευνητές ζήτησαν σταδιακά πιο συγκεκριμένες ερωτήσεις σχετικά με τις εικόνες που είχαν αποτυπωθεί στο υποσυνείδητο, για να μετρηθεί η ευαισθητοποίηση των συμμετεχόντων, ο σκοπός και η πρόθεση της μελέτης.

Τα ενδιαφέροντα αποτελέσματα,τα οποία δημοσιεύθηκαν σε τεύχος του περιοδικού Psychological Science, υποστηρίζουν σθεναρά τη θεωρία των ψυχολόγων. Οι συμμετέχοντες που ένιωσαν στο υποσυνείδητό τους αηδιασμένοι από τις εικόνες,

ήταν πιο πιθανόν να χρησιμοποιήσουν τη λέξη “αηδία” και να επιλέξουν να μην λάβουν μέρος στην δοκιμασία της “τρομακτικής ταινίας”.(sciencedaily.com, 2008)

Αυτά τα εμπειρικά ευρήματα είναι τα πρώτα που δείχνουν ότι συγκεκριμένα συναισθήματα μπορεί να προκληθούν χωρίς επίγνωση της αιτίας και ότι η διάθεση ενός ατόμου μπορεί να εξελιχθεί σε ένα συγκεκριμένο συναίσθημα.

Και ενώ η μελέτη δεν διερεύνησε πώς ένα άτομο μπορεί να έχει τελικά επίγνωση των συναισθημάτων του, οι επιστήμονες θέτουν ακόμα μια επιπλέον υπόθεση: «Όταν τα συναισθήματα είναι πλήρως ανεπτυγμένα, οι άνθρωποι έχουν επίγνωση των συναισθημάτων τους, αντιλαμβάνονται τις δικές τους ενέργειες και τις αντιδράσεις του σώματος. Ομοίως, όταν τα συναισθήματα είναι αδύναμα, οι άνθρωποι αδυνατούν να παρατηρούν θέματα που σχετίζονται με τις δράσεις τους και τις σωματικές αντιδράσεις. " (sciencedaily.com, 2008)

4.2. Διάσημοι φωτογράφοι στην Ελλάδα

Οι διάσημοι φωτογράφοι στην Ελλάδα είναι πολλοί και σημαντικοί. Στην παρούσα εργασία, αναφέρουμε χαρακτηριστικά παραδείγματα:

Νίκος Χριστοφάκης–Ενας από τους σπουδαιότερους φωτογράφους της νέας γενιάς



19-Νίκος Χριστοφάκης (UrbanLife)

Ο Νίκος Χριστοφάκης είναι ένας από τους σπουδαιότερους φωτογράφους της νέας γενιάς. Με βραβεία και διακρίσεις στο εξωτερικό – η Φωτογραφία του αντιπροσώπευσε την Ελλάδα στο Ευρωκοινοβούλιο το 2014 – παραμένει στην πρώτη γραμμή, είτε σε διαδηλώσεις στην Αθήνα, είτε σε αποστολή στα ακριτικά νησιά μας, είτε στο εξωτερικό.



20-(Google.gr)

4.3. Καλύτερος φωτογράφος για το 2015 ο Γιάννης Μπεχράκης



21-(pontos-news.gr)

Τον Έλληνα φωτογράφο του Reuters Γιάννη Μπεχράκη, επέλεξε η βρετανική εφημερίδα Guardian ως τον καλύτερο φωτογράφο του 2015. Η εφημερίδα δημοσιεύει μάλιστα μερικές από τις καλύτερες φωτογραφίες του για τα δύο μεγαλύτερα θέματα του 2015 – την προσφυγική και την οικονομική κρίση στην Ελλάδα. (tilestwra.com, 2015)



Στην άγνωστη λεωφόρο...

22- Ένας πατέρας κρατώντας στην αγκαλιά ό,τι πιο πολύτιμο έχει, στη μέση του πουθενά, πρόσφυγας από άλλη χώρα, χωρίς να λογαριάζει τις καιρικές συνθήκες, προσπαθεί να ζεστάνει το παιδί του, να το κάνει να νιώσει ασφάλεια, γνωρίζοντας κι ο ίδιος ότι όλα γύρω του είναι άγνωστα. Η δύναμη της επιβίωσης, η δύναμη της θέλησης, σε όλο της το μεγαλείο... (thetoc.gr)

4.4.Μανώλης Μεγαλοκονόμου. Ο διάσημος φωτορεπόρτερ που έγινε «εθελοντής στρατιώτης» για να βγάλει φωτογραφίες στον πόλεμο του '40 και κατήγγειλε τη λογοκρισία



23-(*mixanitouxronou.gr*)

Από μικρή ηλικία ο Μεγαλοικονόμου ή Μεγαλοκονόμου, είχε λατρεία για τις φωτογραφίες. Ήταν ακόμα παιδάκι και μεγάλωνε στην Τουρκία, όταν τράβηξε την πρώτη του η φωτογραφία. «Ήμουν Έλληνα πρόσκοπος μες την Τουρκία και δεν ήξερα ούτε μια λέξη τούρκικη. Ούτε και ο πατέρας μου ήξερε. Εκεί τράβηξα και την πρώτη μου φωτογραφία πολύ μικρός», είχε διηγηθεί όταν ήταν πλέον καταξιωμένος φωτορεπόρτερ. Όταν τελικά εγκαταστάθηκε στην Αθήνα με την οικογένεια του, μετά την καταστροφή της Σμύρνης, ο πατέρας του έκανε ένα μοναδικό και σπάνιο δώρο. Ήταν μια φωτογραφική μηχανή τύπου «Mentor Reflex», η οποία μόλις είχε κυκλοφορήσει. Στη συνέχεια του έδωσε την ευχή του λέγοντας ότι: «εδώ που φτάσαμε, πρέπει να προκόψεις αγόρι μου». Δεν ήταν απλά ένα δώρο αλλά μια ένα εφόδιο για το μέλλον του. Το λιμάνι της Σμύρνης φωτογραφία: Μανώλης Μεγαλοικονόμου. Έτσι και έγινε. Ο νεαρός τότε Μανώλης έχοντας πάντα τη φωτογραφική του μηχανή περασμένη στον ώμο, απαθανάτιζε οτιδήποτε του προξενούσε ενδιαφέρον, ενώ

δεν έκανε ποτέ του προχειρότητες. «Μόνο με το πάτημα ενός κουμπιού, η μηχανή ζωντανεύει. Αυτό είναι μαγεία», είχε πει χαρακτηριστικά.... (mixanitouxronou.gr)

4.4.1. Οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει ένας φωτογράφος

Κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους οι φωτογράφοι, εκθέτουν τη σωματική αλλά και την ψυχική τους υγεία σε πολλούς κινδύνους.

Ωστόσο, συνήθως, είναι προσεκτικοί για το μέχρι που μπορούν να φτάσουν. Αποφεύγουν να θέτουν σε κίνδυνο τον εαυτό τους, αλλά και τον εξοπλισμό τους.

Σε περίπτωση που κινδυνεύει ή υποφέρει άνθρωπος δίπλα τους, πρώτα βγάζουν φωτογραφίες γιατί είναι είδηση και μετά επεμβαίνουν. Στη διαδικασία λήψης εικόνων πόνου και δράματος, ενώ προσπαθούν να αποδώσουν τα γεγονότα φωτογραφικά, εκτίθενται σε έντονες και ψυχοφθόρες καταστάσεις, που τους προκαλούν κατά βάθος αναστάτωση και τους αφήνουν ψυχικά τραύματα. Οι ίδιοι αναφέρουν περιπτώσεις που στην προσπάθεια καταγραφής ανθρώπινου δράματος, ενώ αναστατώνονται ψυχικά, συνεχίζουν το έργο τους, γιατί θεωρούν ότι αυτό είναι το καθήκον τους

Συνεχίζοντας, θα μπορούσαμε επίσης να προσθέσουμε ότι οι κίνδυνοι που αντιμετωπίζει ένας φωτογράφος, ή φωτορεπόρτερ έχουν πολλές φορές να κάνουν με την αποστολή που έχουν να φέρουν σε πέρας, δηλαδή με την εικόνα που θέλουν να αποδώσουν, το μέρος όπου βρίσκεται, τη γεωγραφική τοποθεσία, ακόμα και την κουλτούρα ενός ολόκληρου λαού.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα μπορεί να αποτελέσει το πολεμικό φωτορεπορτάζ και όχι μόνο. Όταν ένας φωτορεπόρτερ είτε εργάζεται σαν ελεύθερος επαγγελματίας, είτε απασχολείται σε κάποιο μέσο, μέσα στα καθήκοντά του είναι να καλύψει φωτογραφικά ποικίλα γεγονότα, μεταξύ των οποίων για παράδειγμα διαδηλώσεις. Πολλές είναι οι φορές που κατά το παρελθόν φωτορεπόρτερ έχουν τραυματισθεί σοβαρά ή ακόμα έχουν χάσει και τη ζωή τους.

Πολλές είναι οι φορές που ο φόβος για το άγνωστο εξιτάρει τον φωτογράφο, τολμώντας να πούμε ακόμη ότι ίσως και να είναι ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά τους. (terrarpapers.com, 2016) "Ο δεκάλογος της ιδανικής φωτογραφίας"

Στις εφημερίδες υπάρχουν οι λεγόμενες ζώνες κάλυψης, όπου ο κάθε φωτορεπόρτερ θα πάει για να καλύψει με τη φωτογραφική του μηχανή το θέμα που θα του ανατεθεί. Η ζώνη αυτή έχει να κάνει με το γεωγραφικό μέγεθος, την κυκλοφορία της περιοχής κλπ.

Αυτό που αξίζει να αναφερθεί στην παρούσα εργασία, είναι ότι ο φωτογράφος, φωτορεπόρτερ ουσιαστικά δεν έχει προσωπικό χρόνο, καθώς κατά τη διάρκεια όλου του 24ωρου θα πρέπει να έχει υπόψιν του ότι κάποιο γεγονός απρόσμενο μπορεί να συμβεί πέραν των προγραμματισμένων, όπως για παράδειγμα μια συνέντευξη Τύπου. (markhancock.blogspot.gr, 2015)

4.4.2. Φωτογράφοι που θα έκαναν τα πάντα για μια τέλεια φωτογραφία!

Το να βρεις την τέλεια γωνιά για μια φωτογραφία μπορεί κάποιες φορές να είναι πολύ δύσκολο, αλλά κάποιοι παθιασμένοι φωτογράφοι δεν σταματάνε πουθενά. Μπορούν να κάνουν οτιδήποτε χρειαστεί αρκεί να τραβήξουν την τέλεια φωτογραφία. Αυτά που έχουν πράξει για χάρη της τέχνης τους, πολλοί φωτογράφοι, είναι εξαιρετικά. Οι φωτογράφοι της άγριας ζωής έχουν κατασκηνώσει βδομάδες ολόκληρες στην άγρια φύση, επιτρέποντας έτσι στα ζώα να εξοικειωθούν με την παρουσία τους, με μοναδικό σκοπό να αποτυπώσουν μια σπάνια στιγμή από τις ζωές, που οι υπόλοιποι θα δουν μόνο στα όνειρά τους. (tilestwra.com)



24-(tilestwra.com)

25-(tilestwra.com)



26-(tilestwra.com)



27-(tilestwra.com)

4.4.3. Η άλλη όψη του φωτορεπορτάζ – Όταν γίνεται φωτομοντάζ



28-(antizitro.blogspot.gr)

Η τουρκική αστυνομία πραγματοποίησε έφοδο στα γραφεία ενός περιοδικού, το τεύχος του οποίου κυκλοφόρησε με εξώφυλλο μια σέλφι - προϊόν φωτομοντάζ - όπου απεικονίζεται ο πρόεδρος της Τουρκίας Ρετζέπ Ταγίπ Ερντογάν, να χαμογελάει με φόντο το φέρετρο ενός στρατιώτη, ένας ξεκάθαρος υπαινιγμός στις δηλώσεις του Τούρκου προέδρου ότι οι οικογένειες των στρατιωτών που σκοτώθηκαν από τους Κούρδους αντάρτες θα μπορούσαν να είναι χαρούμενες καθώς τα παιδιά τους έπεσαν ως μάρτυρες.

Σύμφωνα με τον αρχισυντάκτη του περιοδικού Τζεβχερί Γκιουβέν, οι δυνάμεις επιβολής της τάξης μετέβησαν αρχικά τη νύχτα μπροστά από τα κεντρικά γραφεία του περιοδικού Nokta. «Η αστυνομία βρίσκεται στην είσοδό μας. Η ώρα είναι 01:30. Πιστεύω ότι θα κατασχέσουν τα τεύχη του περιοδικού μας» έγραψε ο Γκιουβέν στο λογαριασμό του στον ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης Twitter. Αφού η αστυνομία δε βρήκε κανέναν, επέστρεψε στις 08:30 και κατέσχεσε τα τεύχη.

Αυτό είναι ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα από τα χιλιάδες που κυκλοφορούν στα μέσα, όταν ο φωτορεπόρτερ με τη βοήθεια της τεχνολογίας, παραποιεί μια φωτογραφία, με σκοπό να συκοφαντήσει, δυσφημίσει κάποιο πρόσωπο, ή να παραποιήσει τα γεγονότα. (antizitro.blogspot.gr, 2015)

Στο φωτορεπορτάζ, υπάρχει μια ακόμη αρνητική παράμετρος, που στη δημοσιογραφία, ονομάζεται “κιτρινισμός”. Εκεί, είναι όταν ο φωτογραφικός φακός επεμβαίνει στην ιδιωτική ζωή κάποιου επώνυμου προσώπου, θέτοντας σε κοινή θέα προσωπικές του στιγμές.

Κεφάλαιο 5ο - ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

5.1. Εισαγωγή

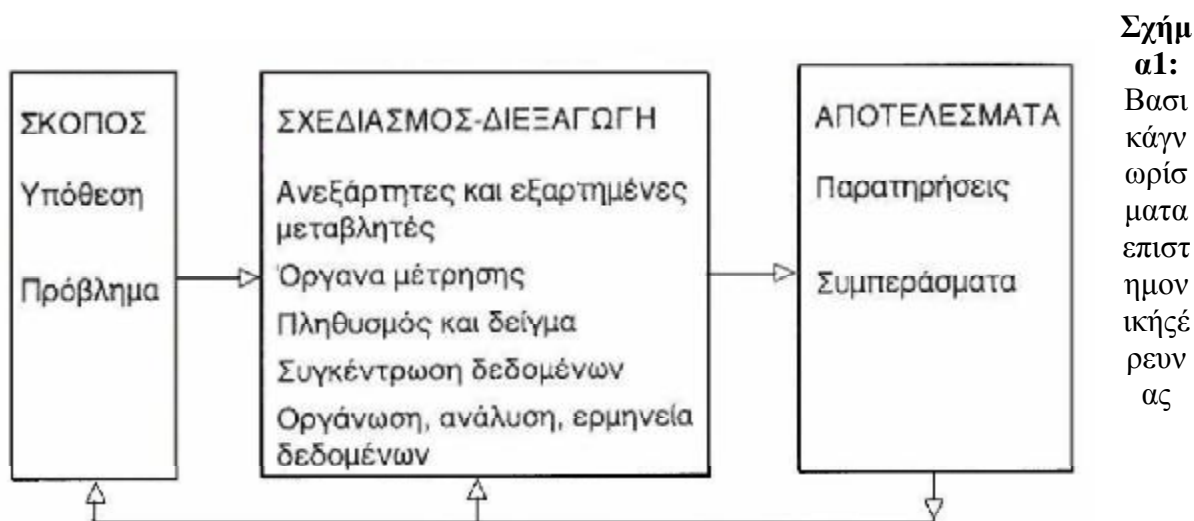
Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται και αναλύεται το ερευνητικό εργαλείο της παρούσας έρευνας το ερωτηματολόγιο. Επίσης αναλύεται η μέθοδος επεξεργασίας των δεδομένων, και παρουσιάζονται τα αποτελέσματα.

5.2. Γενικά

Η μεθοδολογική διαδικασία έρευνας είναι το στάδιο εκείνο το οποίο πραγματεύεται τον καθορισμό σχεδίων έρευνας, τις στρατηγικές μετρήσεων, την συλλογή δεδομένων και τέλος την ανάλυση αυτών (Μακράκης, 2005).

Κατά τον Θεοφιλίδη (1995), η επιστημονική έρευνα ασχολείται με την συλλογή, ανάλυση και ερμηνεία νέων στοιχείων και στηρίζεται σε συστηματική και μεθοδική εργασία. Τα βασικά γνωρίσματα της επιστημονικής έρευνας δίνονται στο σχήμα 1:

Πηγή: Θεοφιλίδης (1995).



Σε γενικό επίπεδο, υπάρχουν 3 μέθοδοι συλλογής επιστημονικών στοιχείων: (Μαράντος,1999).

- A) Παρατήρηση.
- B) Γραπτά τεκμήρια.
- Γ) Ερωτηματολόγιο

5.3.Ερευνητικό εργαλείο έρευνας

Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα εργασία είναι το ερωτηματολόγιο το οποίο σύμφωνα με την Κυριαζή (1999), αποτελεί κύριο εργαλείο έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες.

Το ερωτηματολόγιο είναι ένα άκρως διαδεδομένο και εύχρηστο εργαλείο συλλογής δεδομένων, το οποίο μπορεί να παραδοθεί και να συμπληρωθεί χωρίς την παρουσία του ερευνητή, ενώ παράλληλα είναι αρκετά εύληπτο και εύκολο στην ανάλυση (Wilson & Mclean, 1994).

5.4.1.Χαρακτηριστικά ερωτηματολογίου - Γενικά

Κατά τους Borg και Gall (1989), ένα προσεκτικά σχεδιασμένο ερωτηματολόγιο μπορεί να αποτελέσει πολύτιμο ερευνητικό εργαλείο, επιτρέποντας τη συλλογή έγκυρων και αξιόπιστων δεδομένων με σχετική ευκολία και οικονομία χρόνου. Πιο αναλυτικά, μέσω του γραπτού ερωτηματολογίου παρέχεται η δυνατότητα συλλογής μεγάλου όγκου δεδομένων σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα, ικανών να περιγράψουν τις υπάρχουσες συνθήκες και να προσδιορίσουν τις σχέσεις που ενυπάρχουν στα φαινόμενα (CohenandManion 1994).

Επιπρόσθετα αποτελεί ένα σχετικά εύχρηστο εργαλείο το οποίο μπορεί να εξασφαλίσει μεγαλύτερα επίπεδα συμμετοχής, παρά το γεγονός ότι ενυπάρχει ο κίνδυνος κάποιος αριθμός ερωτηματολογίων να μείνουν αναπάντητα.

Το ερωτηματολόγιο (questionnaire) είναι μία τυποποιημένη ομάδα ερωτήσεων για τη συλλογή συγκεκριμένων πληροφοριών από τους ερωτώμενους (Μαύρος και Σιώμκος, 2008). Έχει τρεις βασικούς στόχους:

- Τη μετατροπή των απαιτούμενων πληροφοριών σε συγκεκριμένες ερωτήσεις τις οποίες μπορούν να απαντήσουν οι ερωτώμενοι.
- Την ενθάρρυνση και παρακίνηση των ερωτώμενων να απαντήσουν στις ερωτήσεις.
- Την ελαχιστοποίηση του σφάλματος απόκρισης (responseerror), δηλαδή να μην εξαλειφθεί όσο γίνεται η πιθανότητα να δομηθεί λάθος το ερωτηματολόγιο με λάθος ερωτήσεις.

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί το σύνδεσμο επικοινωνίας μεταξύ του ερευνητή και του ερωτώμενου. Η επικοινωνία αυτή είναι αμφίδρομη: Ο ερευνητής επικοινωνεί με τον ερωτώμενο θέτοντας ερωτήσεις για να λάβει συγκεκριμένες πληροφορίες που θέλει.

Σκοπός του ερωτηματολογίου είναι να μειωθεί το ποσοστό “θορύβου” στην αμφίδρομη επικοινωνία. Δύσκολες ερωτήσεις ή ερωτήσεις που είναι ατελείς ή εύκολα μπορούν να δημιουργήσουν σύγχυση είναι παραδείγματα θορύβου.

Δεν υπάρχει συγκεκριμένος κανόνας για το πότε ενδείκνυται η χρήση του ερωτηματολογίου. Εξαρτάται από την ποικιλία των παραγόντων και τον τύπο των πληροφοριών που θα συλλεχθούν, καθώς και από τους διαθέσιμους πόρους. Το ερωτηματολόγιο θεωρείται καλή επιλογή για τις παρακάτω περιπτώσεις:

- Όταν οι πόροι είναι περιορισμένοι (χρήματα και χρόνος). Είναι σχετικά φθηνή μέθοδος συλλογής στοιχείων. Αν και η προετοιμασία του μπορεί ορισμένες φορές να αποδειχθεί ιδιαίτερα δαπανηρή, η διανομή του είναι φθηνή και ορισμένες φορές μπορεί να μην ξεπερνά το κόστος μίας φωτοτυπίας. Ο απαιτούμενος για τη συμπλήρωση του χρόνος είναι ένας άλλος παράγοντας που το ερωτηματολόγιο μπορεί να ελαχιστοποιήσει. Εάν διανεμηθεί με την προσωπική μέθοδο, τότε χιλιάδες ερωτώμενοι μπορούν να ανταποκριθούν μέσα σε λίγες μέρες.
- Όταν είναι αναγκαίο να προστατευθούν τα προσωπικά στοιχεία των ερωτώμενων. Το ερωτηματολόγιο εξασφαλίζει εύκολα ανωνυμία και εμπιστευτικότητα. Η εμπιστευτικότητα είναι ένα στοιχείο το οποίο οδηγεί σε ειλικρινείς απαντήσεις, ιδιαίτερα όταν περιλαμβάνονται στοιχεία για την προσωπική συμπεριφορά των καταναλωτών.

Οι βασικοί κανόνες που θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τη σύνταξη και το σχεδιασμό ενός ερωτηματολογίου είναι (Παπαδόπουλος, 2010):

- Ο καθορισμός του τύπου συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου (προσωπική συνέντευξη, ταχυδρομικά, τηλεφωνικά).
- Οι ερωτήσεις που θέτουμε πρέπει να είναι απαραίτητες για το σκοπό μας.
- Να μελετάται μήπως το τιθέμενο ερώτημα πρέπει να αναλυθεί σε επιμέρους ερωτήματα για να διευκολυνθεί ο ερωτώμενος.
- Οι ερωτήσεις να αναφέρονται σε στοιχεία που εύκολα θυμάται κανείς.
- Οι ερωτήσεις να είναι συγκεκριμένες και όχι γενικές και αόριστες.

- Δεν πρέπει να περιέχονται ερωτήσεις που εκθέτουν τον αποκρινόμενο.
- Δεν πρέπει να τίθενται με τρόπο που να μπορούν να επηρεάσουν την απάντηση, γιατί τότε θα είναι προκατειλημμένες.
- Σε κάθε ερώτηση η απάντηση πρέπει να μας δίνει ένα μόνο στοιχείο.
- Στην αρχή πρέπει να περιέχονται ερωτήσεις που τραβούν το ενδιαφέρον του ερωτώμενου, στη συνέχεια να είναι οι δύσκολες ερωτήσεις και να υπάρχει μία λογική σειρά μεταξύ αυτών.
- Να μπορούν να ταξινομηθούν και να κωδικοποιηθούν, ώστε να υποστούν την κατάλληλη επεξεργασία και να ποσοτικοποιηθούν όσες είναι δυνατόν.

Σύμφωνα με τους (Τζωρτζάκης & Τζωρτζάκη, 2002), οι κανόνες σύνταξης ερωτηματολογίων είναι οι εξής:

- Το ερωτηματολόγιο δεν πρέπει να είναι πολύ μεγάλο, για να μην κουράζει τον ερωτώμενο, χωρίς αυτό να σημαίνει μείωση των ερωτήσεων εις βάρος της ποσότητας που ζητά ο ερευνητής.
- Το ερωτηματολόγιο ξεκινά με τρόπο ώστε να προκαλεί το ενδιαφέρον του ερωτώμενου.
- Το ερωτηματολόγιο δεν δημιουργεί δυσκολίες απάντησης στον ερωτώμενο, αλλά περιέχει ερωτήσεις σαφείς, κατανοητές και στα πλαίσια των γνώσεών του, ώστε να προθυμοποιηθεί να συνεργαστεί συμπληρώνοντάς το.
- Το ερωτηματολόγιο έχει συνταχθεί κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να βοηθά την στατιστική ανάλυση.
- Υπάρχει αλληλεξάρτηση και λογική σειρά των ερωτήσεων.
- Δεν υπάρχουν ερωτήσεις που να εκθέτουν τον ερωτώμενο.

Ο Δαουτόπουλος (2005) αναφέρει, ως προς τους κανόνες σύνταξης ερωτηματολογίων, ότι πρέπει να αποφεύγονται οι διπλές ερωτήσεις, να υπάρχει ευδιάκριτος χωρισμός ερωτήσεων και απαντήσεων και να υπάρχει εισαγωγικό ενημερωτικό κείμενο, ενώ η Κυριαζή (1999) αναφέρει ότι το ερωτηματολόγιο πρέπει να ξεκινάει με εύκολες αλλά ενδιαφέρουσες ερωτήσεις που θα κερδίσουν την εμπιστοσύνη του ερωτώμενου ώστε να έχει διάθεση να συνεχίσει και ότι ερωτήσεις που αφορούν προσωπικά χαρακτηριστικά καλό είναι να υποβάλλονται στο τέλος.

Τέλος, ο Μακράκης (2005) αναφέρει για την εγκυρότητα των μεταβλητών ότι αυτή εξασφαλίζεται από την κοινή συναίνεση ειδικών οι οποίοι τελικώς θα αποφανθούν για την εγκυρότητα των μεταβλητών και των κλιμάκων μέτρησης.

5.4.2.Ερωτήσεις ερωτηματολογίου παρούσας έρευνας

Το ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν δημογραφικά στοιχεία (ηλικία, φύλο, μορφωτικό επίπεδο) αλλά και ερωτήσεις που άπτονται της σχέσης της φωτογραφίας με ένα κείμενο με σκοπό να εξαχθούν συμπεράσματα για την δύναμη της φωτογραφίας απέναντι σε ένα κείμενο. Πιο συγκεκριμένα οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου είναι οι εξής:

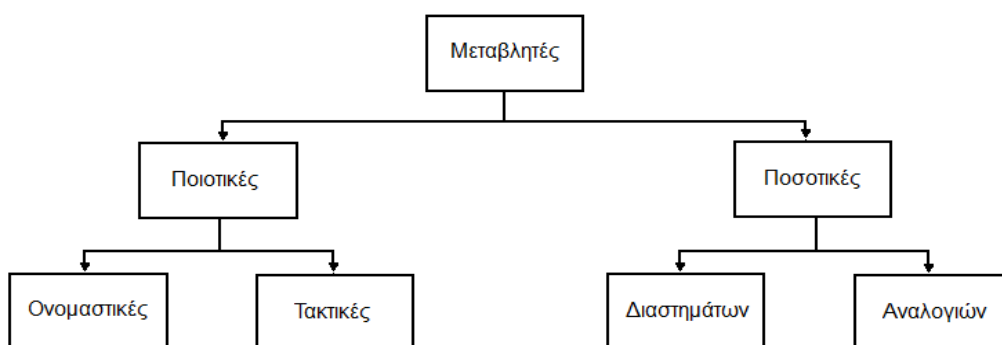
- Φύλλο
- Ηλικία
- Μορφωτικό επίπεδο
- Πιστεύετε πως μία φωτογραφία είναι ικανή να μεταφέρει σωστά την είδηση προς αυτόν που τη βλέπει;
- Μία φωτογραφία είναι ικανή να σας διεγείρει συναισθηματικά και να σας αφυπνίσει ως προς κάποιο θέμα;
- Κατά πόσο πιστεύετε στην έκφραση «Μία εικόνα χίλιες λέξεις;»
- Κατά πόσο μία φωτογραφία έχει την δύναμη να αντικαταστήσει ένα κείμενο;
- Θα προτιμούσατε να ενημερωθείτε για ένα θέμα με φωτογραφίες;
- Κατά πόσο μία φωτογραφία θα σας βοηθούσε να διαμορφώσετε αντικειμενική άποψη για ένα θέμα;
- Κατά πόσο ένα κείμενο θα σας βοηθούσε να διαμορφώσετε αντικειμενική άποψη για ένα θέμα;
- Κατά πόσο πλεονεκτεί μία φωτογραφία έναντι ενός κειμένου με σκοπό την ενημέρωση;
- Μια φωτογραφία μεταφέρει την είδηση με πλήρη αντικειμενικότητα;

5.4.3.Μεταβλητές έρευνας

Χρησιμοποιήθηκαν κλειστού τύπου ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου είναι εύκολες στην συμπλήρωση, δεν είναι ιδιαίτερα χρονοβόρες και παρέχουν την δυνατότητα αντικειμενικών απαντήσεων (Vermaandmallick 2004, Javeau 2000, Βάμβουκας 1988). Οι ερωτήσεις αυτές ουσιαστικά αποτελούν τις μεταβλητές της έρευνας. Επίσης χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις στις οποίες χρησιμοποιήθηκε η βαθμολογική κλίμακα Likert όπου ο ερωτώμενος καλείται να δηλώσει τον βαθμό συμφωνίας του ή διαφωνίας του.

Σύμφωνα με τον Δαφέρμο (2005), μεταβλητή είναι κάθε τι μεταβάλλεται ή ποικίλει και μπορεί να είναι ένα χαρακτηριστικό, μια ιδιότητα, μια ικανότητα ή ένας παράγοντας που μας ενδιαφέρει στο πλαίσιο μιας κοινωνικής έρευνας, ενώ σύμφωνα με τον Σιάρδο (2005), μεταβλητή είναι η ιδιότητα ή το χαρακτηριστικό για το οποίο συγκεντρώνονται πληροφορίες από τις μονάδες της ερευνώμενης ομάδας. Ο Μάτης (2003) διακρίνει τις μεταβλητές σε ποιοτικές και ποσοτικές.

Οι ποιοτικές δεν μπορούν να εκφραστούν με αριθμητικές τιμές αλλά μόνο να απαριθμηθούν και διακρίνονται σε ονομαστικές όταν η κάθε κατηγορία αποτελείται από τα ίδια πράγματα, αντικείμενα κλπ. και σε τακτικές όταν τα πράγματα, αντικείμενα κλπ. ταξινομούνται σε ομοιογενείς κατηγορίες οι οποίες κατατάσσονται κατά κάποιο μέτρο μεγέθους. Οι ποσοτικές εκφράζονται με αριθμητικές τιμές και διακρίνονται σε διαστημάτων και αναλογιών (σχήμα 2).



Πηγή: Μάτης (2003).

Σχήμα 2: Διάκριση μεταβλητών

5.4.4. Πληθυσμός Έρευνας

Ο Παρασκευόπουλος (1984) αναφέρει ότι πληθυσμός είναι ένα ευρύτερο σύνολο ομοειδών περιπτώσεων, ενώ οι Berthouex και Brown (2002), αναφέρουν ότι πληθυσμός είναι ένα μεγάλο σύνολο N παρατηρήσεων ή τιμών δεδομένων. Ο καθορισμός του πληθυσμού εξαρτάται συνήθως από τι ίδιο το αντικείμενο της έρευνας και από τα υλικά-τεχνικά εμπόδια που προκύπτουν (Javeau, 1996).

Ο πληθυσμός, τα μέλη του οποίου αποτελούν τα υποκείμενα της έρευνας είναι 50 άτομα.

Κεφάλαιο 6ο -Επεξεργασία και εισαγωγή δεδομένων.

Το στατιστικό πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε για την στατιστική ανάλυση των δεδομένων είναι το πρόγραμμα IBM SPSS (StatisticalPackageforSocialSciences) και πιο συγκεκριμένα η έκδοση 22. Στο φύλο εργασίας του SPSS που χρησιμοποιήθηκε και περιλαμβάνει τα δεδομένα της εργασίας, κάθε στήλη αντιστοιχεί σε μία ερώτηση (μεταβλητή) του ερωτηματολογίου. Στις πολυθεματικές ερωτήσεις αντιστοιχούν τόσες στήλες όσες και οι επιμέρους ερωτήσεις. Κάθε γραμμή του φύλου εργασίας αντιστοιχεί σε ένα ερωτηματολόγιο (υποκείμενο).

Για να γίνει η ηλεκτρονική επεξεργασία, προηγήθηκε κατάλληλη κωδικοποίηση των ερωτήσεων και των πιθανών απαντήσεων, ανάλογα με την κατηγορία και τον τύπο κάθε μεταβλητής, έτσι ώστε να μπορέσουν να εισαχθούν στο φύλλο εργασίας του προγράμματος (Howard & Sharp, 1996). Η κωδικοποίηση αυτή έγινε με την χρήση ακέραιων αριθμών με σκοπό την διευκόλυνση της στατιστικής επεξεργασίας των δεδομένων.

6.1.Μέθοδοι στατιστικής επεξεργασίας

Η επιλογή κάθε στατιστικής μεθόδου γίνεται με βάση το είδος των μεταβλητών, τους σκοπούς της έρευνας και την αντίστοιχη βιβλιογραφία σε παρόμοιες έρευνες (Παρασκευόπουλος, 1990). Η στατιστική ανάλυση που επιλέχτηκε είναι η εξής:

6.2. Περιγραφική στατιστική

Το πρώτο βήμα που κάνουμε πάντα είναι η μελέτη και η παρουσίαση χωριστά κάθε μιας των μεταβλητών που περιλαμβάνονται στο στατιστικό δείγμα. Λέγοντας μελέτη των μεταβλητών εννοούμε: Α) τον υπολογισμό των στατιστικών μέτρων ή μέτρων διασποράς στο δείγμα και Β) το σχηματισμό του πίνακα συχνοτήτων για τις ποιοτικές μεταβλητές ή του ομαδοποιημένου πίνακα συχνοτήτων για τις ποσοτικές.

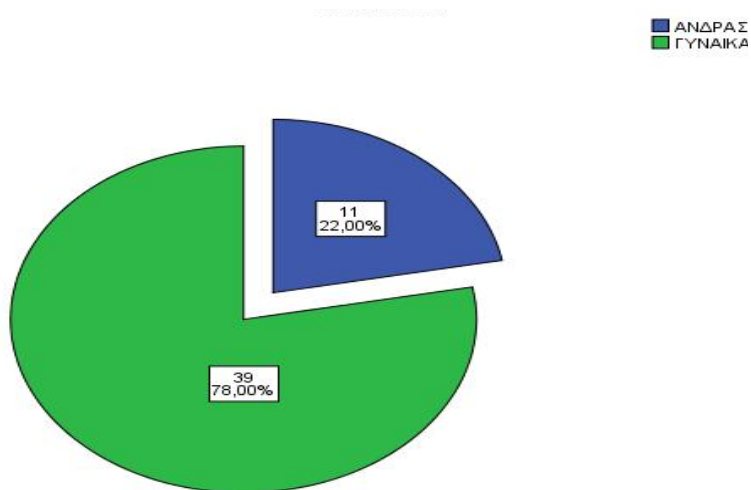
Για τη σύνοψη, ταξινόμηση και παρουσίαση των πρωτογενών δεδομένων μας, χρησιμοποιήσαμε τις μεθόδους της περιγραφικής στατιστικής. Οι διακριτές μεταβλητές (απαντήσεις που δόθηκαν) περιγράφονται ως απόλυτος αριθμός συχνοτήτων ή ως επί τις εκατό ποσοστά.

Η περιγραφική στατιστική ασχολείται με μεθόδους οργάνωσης, σύνοψης και παρουσίασης δεδομένων (Παρασκευόπουλος, 1984). Στο πλαίσιο αυτής της στατιστικής ανάλυσης παρουσιάζονται πίνακες και διαγράμματα για την παρουσίαση των στατιστικών δεδομένων (Μάτης, 2003).

Πιο συγκεκριμένα, στην παρούσα εργασία, παρουσιάζονται τα ποσοστά που αντιστοιχούν στις απαντήσεις των ερωτώμενων σε κάθε μία ερώτηση ξεχωριστά μέσω πινάκων και διαγραμμάτων.

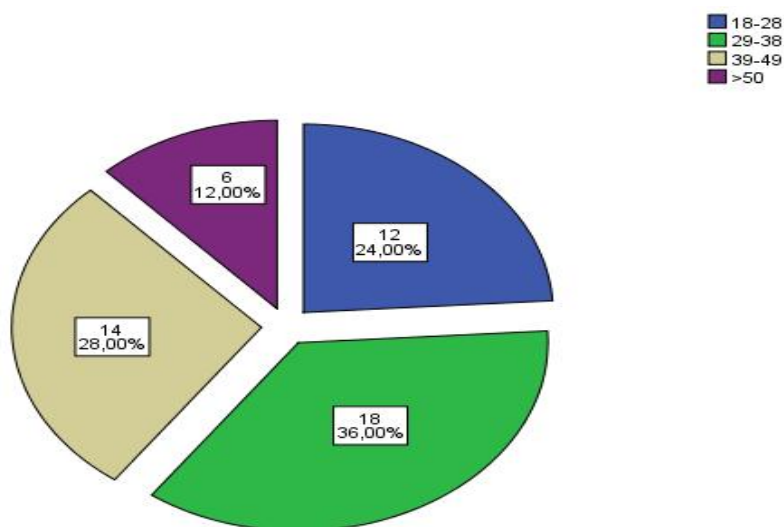
6.3.ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Αναφορικά με το φύλο του δείγματος, το 78% είναι γυναίκες και το 22% άνδρες (γράφημα 1).



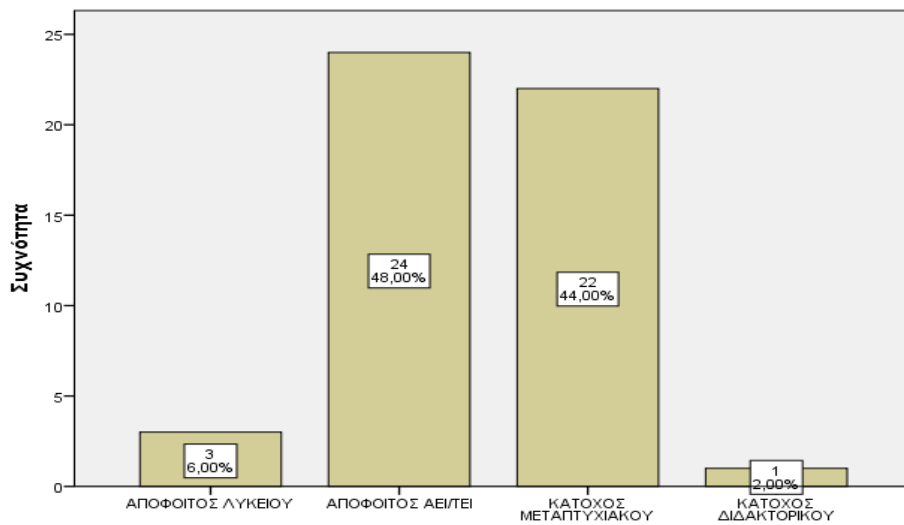
Γράφημα 1: Φύλο

Ηλικιακά, το 24% των ερωτηθέντων είναι μεταξύ 18-28 ετών, το 36% μεταξύ 29-38 ετών, το 28% μεταξύ 39-49 ετών, και το 12% άνω των 50 ετών (γράφημα 2).



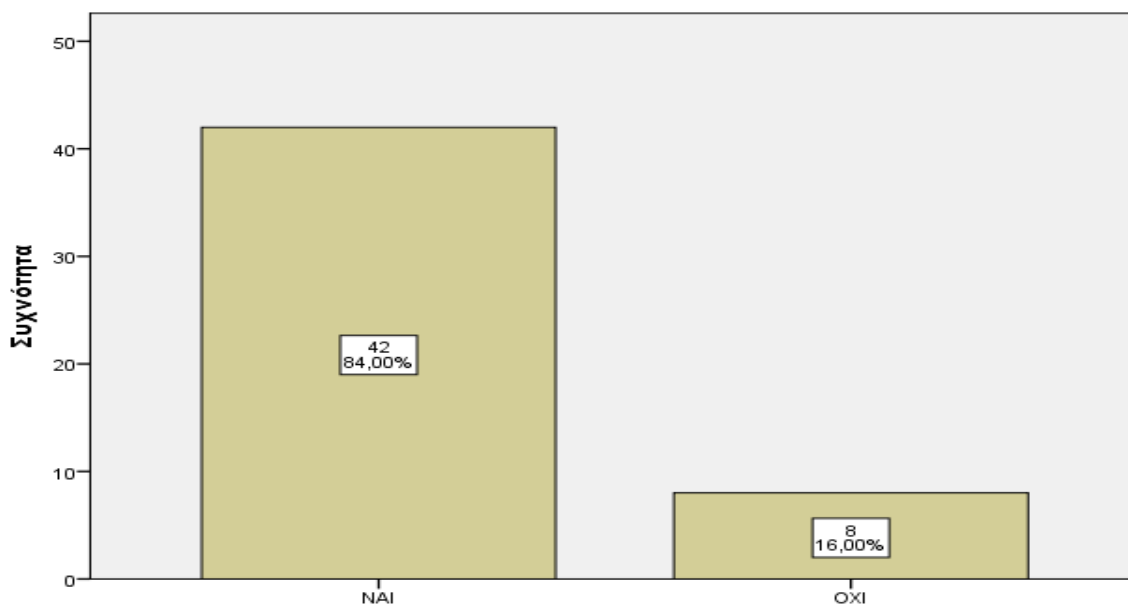
Γράφημα 2: Ηλικία δείγματος

Το 48% είναι απόφοιτοι ΑΕΙ /ΤΕΙ, το 44% κάτοχοι μεταπτυχιακού το 6% απόφοιτοι λυκείου, και μόλις το 2% κάτοχοι διδακτορικού (γράφημα 3)



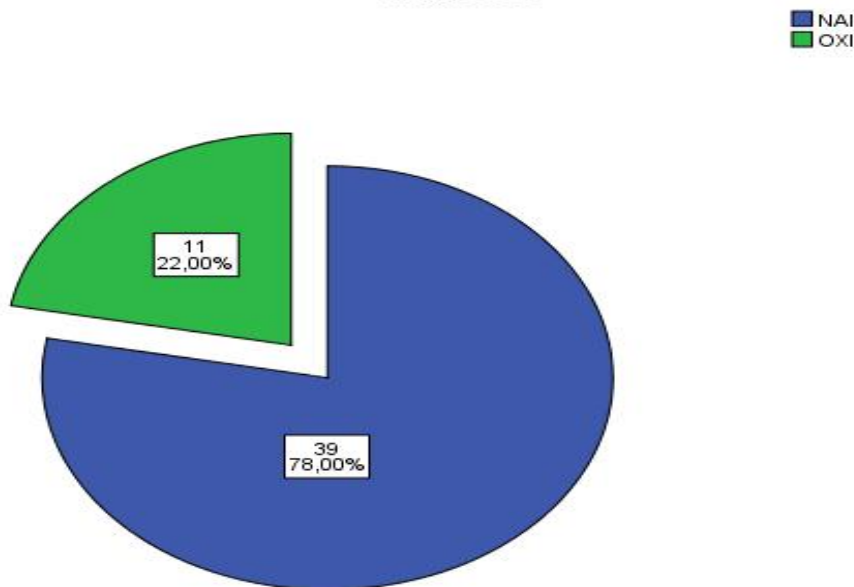
Γράφημα 3: Μορφωτικό επίπεδο

Το 84% του δείγματος πιστεύει πως μία φωτογραφία είναι ικανή να μεταφέρει σωστά μία είδηση προς αυτόν που τη βλέπει (γράφημα 4), ποσοστό ιδιαίτερα υψηλό.



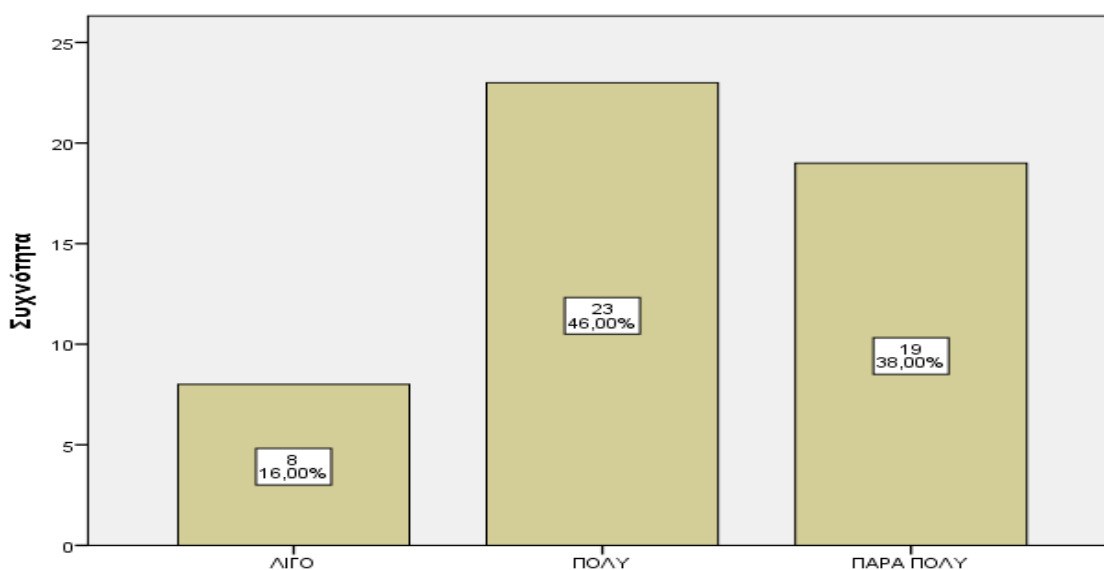
Γράφημα 4: Μεταφορά μίας είδησης μέσω φωτογραφίας

Το 78% των ερωτηθέντων πιστεύει πως μία φωτογραφία είναι ικανή να τους διεγείρει συναισθηματικά και να τους αφυπνίσει ως προς κάποιο θέμα, και μόλις το 22% έχει αντίθετη άποψη (γράφημα 5).



Γράφημα 5: Αφύπνιση από μία φωτογραφία

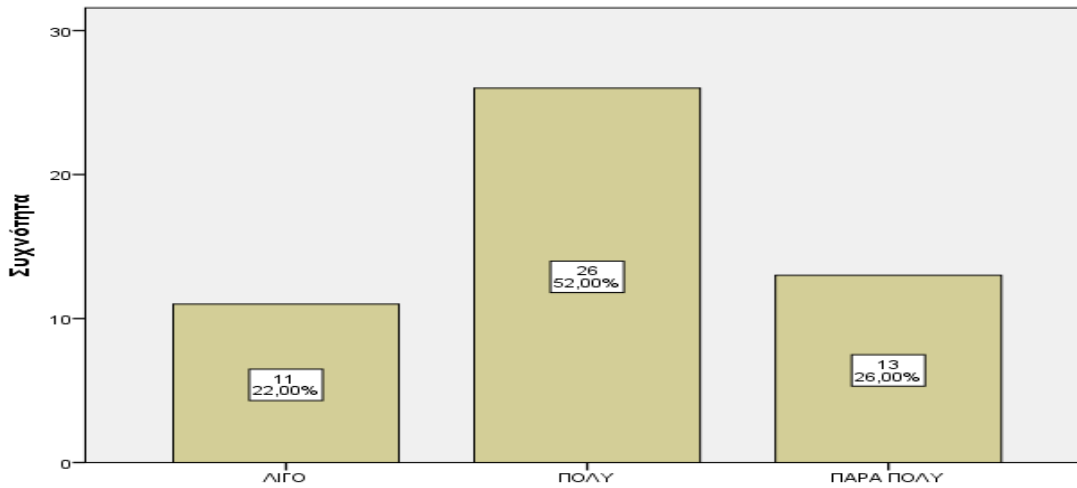
Το 38% πιστεύει πάρα πολύ στην έκφραση μία εικόνα χίλιες λέξεις το 46% πολύ και μόλις το 16% λίγο (γράφημα 6).



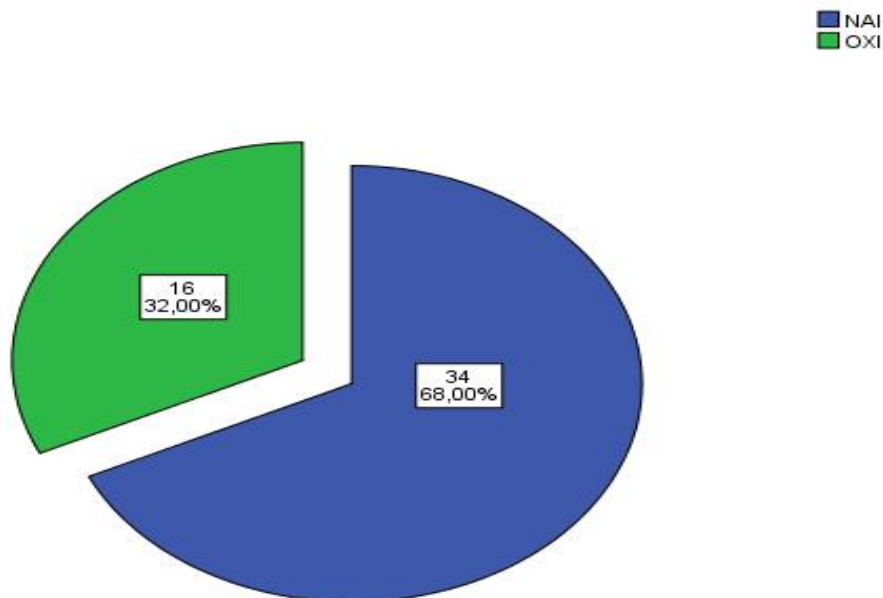
Γράφημα 6: Μία εικόνα χίλιες λέξεις πόσο πιστεύετε σε αυτήν έκφραση

Το 52% και 26% των ερωτηθέντων πιστεύουν πολύ και πάρα πολύ αντίστοιχα, πως μία φωτογραφία μπορεί να αντικαταστήσει ένα κείμενο, το 22% το πιστεύει λίγο και αξίζει να σημειωθεί πως κανένας δεν απάντησε πως δεν το πιστεύει καθόλου (γράφημα 7).

Γράφημα 7: Αντικατάσταση εικόνας από κείμενο

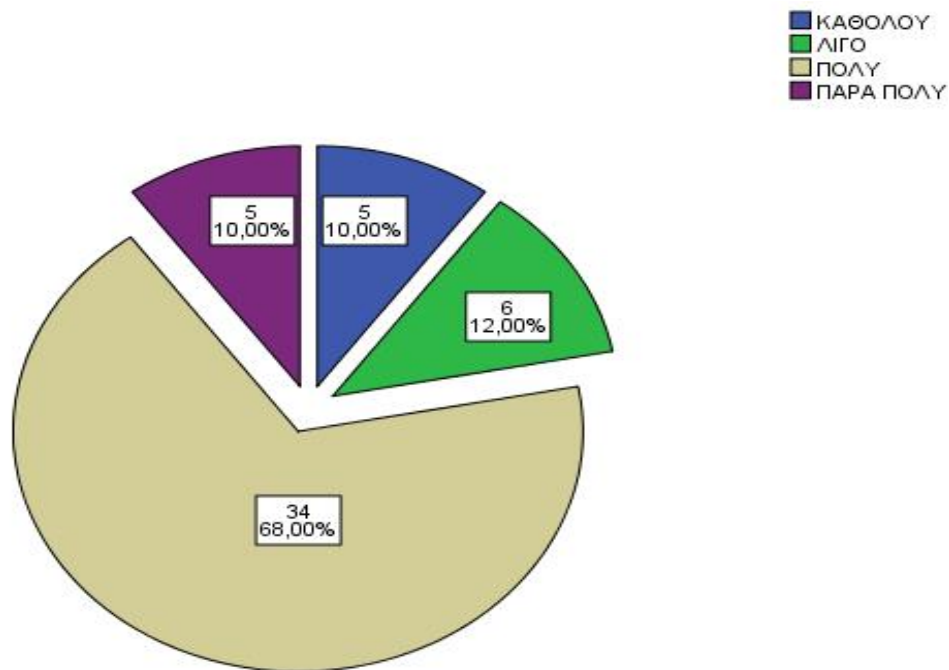


Το 68% των ερωτηθέντων δηλώνει πως θα προτιμούσε να ενημερωθεί για ένα θέμα μέσω φωτογραφιών και το 32% απάντησε αρνητικά (γράφημα 8).



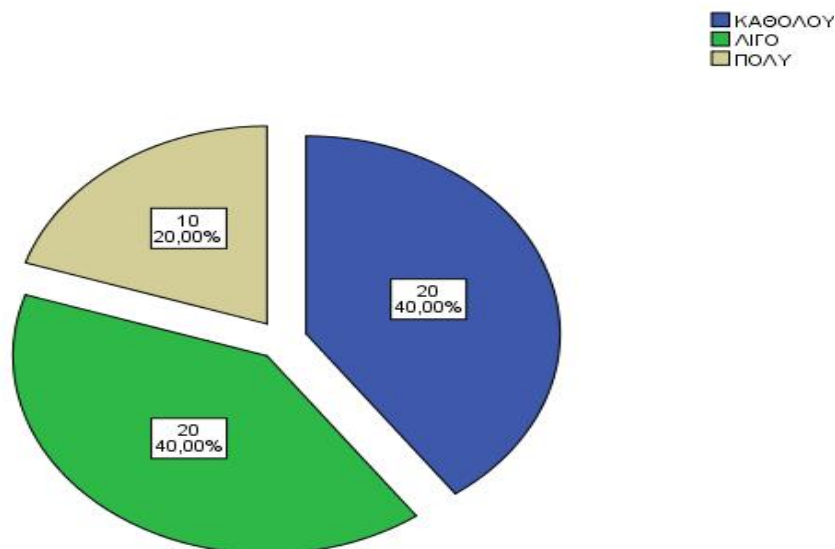
Γράφημα 8: Ενημέρωση για ένα θέμα μέσω φωτογραφιών

Το 78% των ερωτηθέντων πιστεύουν πως μία φωτογραφία θα τους βοηθούσε ώστε να διαμορφώσουν αντικειμενική άποψη για ένα θέμα(το 68% και το 10% το πιστεύουν πολύ και πάρα πολύ), και μόλις το 10% απαντάει πως μία φωτογραφία δεν θα τους βοηθούσε να διαμορφώσουν αντικειμενική άποψη για ένα θέμα (γράφημα 9).



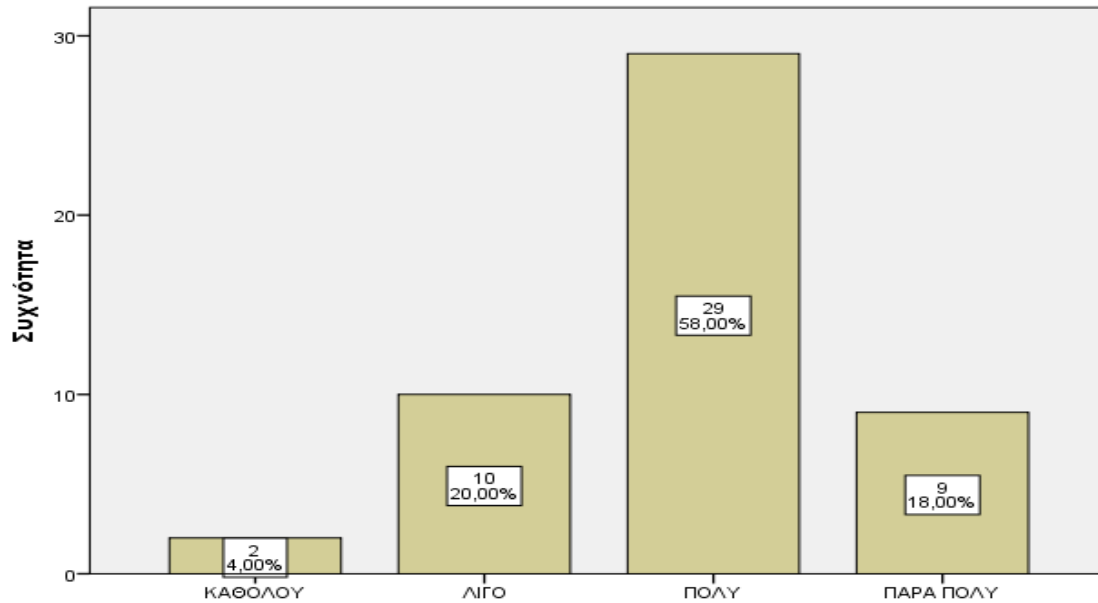
Γράφημα 9: Διαμόρφωση άποψης για ένα θέμα μέσω φωτογραφίας

Το 40% των ερωτηθέντων πιστεύουν πως ένα κείμενο δεν θα τους προέτρεπε να διαμορφώσουν μία αντικειμενική άποψη, το 40% δεν το πιστεύει καθόλου, και μόλις το 20% πιστεύει πως ένα κείμενο θα τους έπειθε να διαμορφώσουν αντικειμενική άποψη για ένα θέμα. (γράφημα 10).



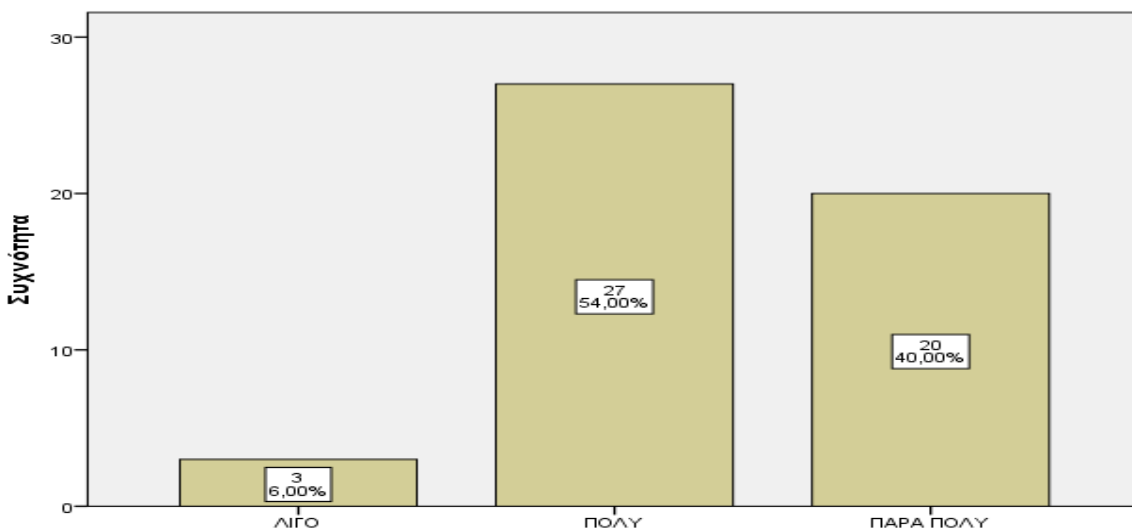
Γράφημα 10: Αντικειμενική άποψη από ένα κείμενο

Το 58% του δείγματος πιστεύει πως μία φωτογραφία υπερτερεί πολύ έναντι ενός κειμένου με σκοπό την ενημέρωση, το 18% δηλώνει πως πιστεύει πάρα πολύ τη συγκεκριμένη άποψη, το 20% λίγο και μόλις το 4% απαντάει πως μία φωτογραφία δεν υπερτερεί έναντι ενός κειμένου με σκοπό την ενημέρωση (γράφημα 11).



Γράφημα 11: Φωτογραφία ή κείμενο, με σκοπό την ενημέρωση

Το 40% και 54% των ερωτηθέντων, πιστεύουν πάρα πολύ και πολύ αντίστοιχα πως μια φωτογραφία μεταφέρει την είδηση με πλήρη αντικειμενικότητα και μόλις το 6% έχει διαφορετική γνώμη καθώς απάντησε πως το πιστεύει λίγο (γράφημα 12).



Γράφημα 12: Αντικειμενικότητα μίας φωτογραφίας

Παρατηρείται πως από όλες τις ηλικιακές ομάδες, τα μεγαλύτερα ποσοστά πιστεύουν πως μία φωτογραφία είναι ικανή να διεγείρει κάποιον συναισθηματικά και να τον αφυπνίσει για κάποιο θέμα (πίνακας 1).

Πίνακας 1: Συσχέτιση ηλικιακής ομάδας με ικανότητα φωτογραφίας να διεγείρει κάποιον συναισθηματικά

			ΕΙΝΑΙ ΙΚΑΝΗ ΜΙΑ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ ΝΑ ΣΑΣ ΔΙΕΓΕΙΡΕΙ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΑ ΚΑΙ ΝΑ ΣΑΣ ΑΦΥΠΝΙΣΕΙ ΓΙΑ ΚΑΠΟΙΟ ΘΕΜΑ;		Total
			ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΗΛΙΚΙΑ	18-28	Count	10	2	12
		% within VAR00002	83,3%	16,7%	100,0%
	29-38	Count	13	5	18
		% within VAR00002	72,2%	27,8%	100,0%
	39-49	Count	10	4	14
		% within VAR00002	71,4%	28,6%	100,0%
	>50	Count	6	0	6
		% within VAR00002	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Count	39	11	50
		% within VAR00002	78,0%	22,0%	100,0%

Διαπιστώνεται πως το 100% των ανδρών πιστεύουν πως μία φωτογραφία είναι ικανή να διεγείρει κάποιον συναισθηματικά και να τον αφυπνίσει για κάποιο θέμα, και το 72% των γυναικών έχει την ίδια γνώμη (πίνακας 2).

Πίνακας 2: Συσχέτιση φύλου με ικανότητα φωτογραφίας να διεγείρει κάποιον συναισθηματικά

			Μία φωτογραφία είναι ικανή να σας διεγείρει συναισθηματικά και να σας αφυπνίσει ως προς κάποιο θέμα;		Total
			ΝΑΙ	ΟΧΙ	
ΦΥΛΟ	ΑΝΔΡΑΣ	Count	11	0	11
		% within VAR00001	100,0%	0,0%	100,0%
	ΓΥΝΑΙΚΑ	Count	28	11	39
		% within VAR00001	71,8%	28,2%	100,0%
Total		Count	39	11	50
		% within VAR00001	78,0%	22,0%	100,0%

Από τον πίνακα 3 φαίνεται πως οι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ, οι κάτοχοι μεταπτυχιακού και οι κάτοχοι διδακτορικού πιστεύουν πως μία φωτογραφία είναι ικανή να κάνει κάποιον να διαμορφώσει αντικειμενική άποψη για ένα θέμα, εκτός από τους 3 απόφοιτους λυκείου που δεν το πιστεύουν.

Πίνακας 3: Συσχέτιση μορφωτικού επιπέδου με διαμόρφωση αντικειμενικής άποψης για ένα θέμα μέσω μίας φωτογραφίας

			ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΗΣ ΑΠΟΨΗΣ ΓΙΑ ΕΝΑ ΘΕΜΑ ΜΕΣΩ ΜΙΑΣ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑΣ				Total
			ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑΠΟΛΥ	
ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΛΥΚΕΙΟΥ	Count	3	0	0	0	3
		% within VAR00003	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΑΕΙ/ΤΕΙ	Count	2	6	15	1	24
		% within VAR00003	8,3%	25,0%	62,5%	4,2%	100,0%
	ΚΑΤΟΧΟΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ	Count	0	0	18	4	22
		% within VAR00003	0,0%	0,0%	81,8%	18,2%	100,0%
	ΚΑΤΟΧΟΣ ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟΥ	Count	0	0	1	0	1
		% within VAR00003	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
Total		Count	5	6	34	5	50
		% within VAR00003	10,0%	12,0%	68,0%	10,0%	100,0%

Μόλις το 9% των ανδρών έχουν διαφορετική άποψη πως μία φωτογραφία είναι ικανή να μεταφέρει μία είδηση με πλήρη αντικειμενικότητα και το 5% των γυναικών έχουν την ίδια άποψη. Αντίθετα, το 63,6% των ανδρών πιστεύουν πάρα πολύ πως μία φωτογραφία έχει τη δυνατότητα να περιγράψει μία είδηση εντελώς αντικειμενικά όπως και το 40% των γυναικών(πίνακας 4).

Πίνακας 4: Συσχέτιση φύλου με ικανότητα φωτογραφίας να μεταφέρει μία είδηση με πλήρη αντικειμενικότητα

			ΜΙΑ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΑ ΜΕΤΑΦΕΡΕΙ ΜΙΑ ΕΙΔΗΣΗ ΜΕ ΠΛΗΡΗ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΤΗΤΑ			Total
			ΛΙΓΟ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑΠΟΛΥ	
ΦΥΛΟ	ΑΝΔΡΑΣ	Count	1	3	7	11
		% within VAR00001	9,1%	27,3%	63,6%	100,0%
	ΓΥΝΑΙΚΑ	Count	2	24	13	39
		% within VAR00001	5,1%	61,5%	33,3%	100,0%
Total		Count	3	27	20	50
		% within VAR00001	6,0%	54,0%	40,0%	100,0%

6.4.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

- Η παρούσα εργασία χρησιμοποίησε το ερωτηματολόγιο και τα πρωτογενή δεδομένα επεξεργάστηκαν στο στατιστικό πρόγραμμα spss από όπου εξήχθηκαν τα αποτελέσματα.
- Το 78% των ερωτηθέντων είναι γυναίκες και το 22% άνδρες.
- Ηλικιακά, το 24% των ερωτηθέντων είναι μεταξύ 18-28 ετών, το 36% μεταξύ 29-38 ετών, το 28% μεταξύ 39-49 ετών και το 12% άνω των 50 ετών.
- Το 48% είναι απόφοιτοι ΑΕΙ/ΤΕΙ, το 44% κάτοχοι μεταπτυχιακού το 6% απόφοιτοι λυκείου, και μόλις το 2% κάτοχοι διδακτορικού.
- Το 84% του δείγματος πιστεύει πως μία φωτογραφία είναι ικανή να μεταφέρει σωστά μία είδηση προς αυτόν που τη βλέπει, ποσοστό ιδιαίτερα υψηλό. Διαπιστώνεται πως οι ερωτηθέντες πιστεύουν στη δύναμη της φωτογραφίας και της ικανότητας της να πληροφορήσει σωστά κάποιον σχετικά με μία είδηση.
- Το 78% των ερωτηθέντων πιστεύει πως μία φωτογραφία είναι ικανή να τους διεγείρει συναισθηματικά και να τους αφυπνίσει ως προς κάποιο θέμα, και μόλις το 22% έχει αντίθετη άποψη. Παρατηρείται πως εκτός από την ικανότητα της σωστής πληροφόρησης από μία φωτογραφία, οι ερωτηθέντες πιστεύουν πως έχει τη δυνατότητα να τους επηρεάσει και συναισθηματικά.
- Το 38% πιστεύει πάρα πολύ στην έκφραση μία εικόνα χίλιες λέξεις, το 46% πολύ και μόλις το 16% πιστεύει λίγο στη συγκεκριμένη έκφραση. Είναι πολύ μικρό το ποσοστό που πιστεύει λίγο στη συγκεκριμένη έκφραση και κανείς από τους ερωτηθέντες δεν δήλωσε πως δεν πιστεύει καθόλου, γεγονός που δείχνει τη “δύναμη” μίας φωτογραφίας.
- Το 52% και 26% των ερωτηθέντων πιστεύουν πολύ και πάρα πολύ αντίστοιχα πως μία φωτογραφία μπορεί να αντικαταστήσει ένα κείμενο, το 22% το πιστεύει λίγο και αξίζει να σημειωθεί πως κανένας δεν απάντησε πως δεν το πιστεύει καθόλου. Παρατηρείται πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων δηλώνει πως μία φωτογραφία έχει τη δύναμη να αντικαταστήσει ένα κείμενο και να πληροφορήσει κάποιον.
- Το 68% των ερωτηθέντων δηλώνει πως θα προτιμούσε να ενημερωθεί για ένα θέμα μέσω φωτογραφιών. Είναι αξιοσημείωτο το ποσοστό αυτών που προτιμούν την ενημέρωση από μία φωτογραφία, γεγονός το οποίο δείχνει τη σημασία της.

- Το 78% πιστεύει πως μία φωτογραφία θα τους βοηθούσε πολύ να διαμορφώσουν αντικειμενική άποψη για ένα θέμα, και μόλις το 10% έχει αντίθετη γνώμη. Παρατηρείται πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων πιστεύει στην αντικειμενικότητα μίας φωτογραφίας.
- Το 20% των ερωτηθέντων πιστεύουν πως ένα κείμενο δεν θα τους προέτρεπε να διαμορφώσουν αντικειμενική άποψη για ένα θέμα, το 40% δεν το πιστεύουν καθόλου και μόλις το 20% πιστεύει πως ένα κείμενο θα τους έπειθε να διαμορφώσουν αντικειμενική άποψη για ένα θέμα.
- Το 58% πιστεύει πως μία φωτογραφία υπερτερεί πολύ έναντι ενός κειμένου με σκοπό την ενημέρωση, το 18% πάρα πολύ, και μόλις το 4% καθόλου. Από τη σύγκριση ενός κειμένου με μία φωτογραφία διαπιστώνεται πως η δεύτερη, υπερτερεί σημαντικά ενός κειμένου.
- Το 40% και 54% πιστεύουν πάρα πολύ και πολύ αντίστοιχα, πως μια φωτογραφία μεταφέρει την είδηση με πλήρη αντικειμενικότητα και μόλις το 6% το πιστεύει λίγο.
- Παρατηρείται πως από όλες τις ηλικιακές ομάδες, τα μεγαλύτερα ποσοστά πιστεύουν πως μία φωτογραφία είναι ικανή να διεγείρει κάποιον συναισθηματικά και να τον αφυπνίσει για κάποιο θέμα, γεγονός που δείχνει τη δύναμη της.
- Διαπιστώνεται πως το 100% των ανδρών πιστεύουν πως μία φωτογραφία είναι ικανή να διεγείρει κάποιον συναισθηματικά και να τον αφυπνίσει για κάποιο θέμα, και το 72% των γυναικών έχει την ίδια γνώμη. Διαπιστώνεται πως η φωτογραφία έχει τη δύναμη να επηρεάσει κάποιον συναισθηματικά ανεξαρτήτως φύλου.
- Φαίνεται πως οι απόφοιτοι ΑΕΙ.ΤΕΙ, οι κάτοχοι μεταπτυχιακού και οι κάτοχοι διδακτορικού πιστεύουν πως μία φωτογραφία είναι ικανή να κάνει κάποιον να διαμορφώσει αντικειμενική άποψη για ένα θέμα, εκτός από τους 3 απόφοιτους λυκείου που δεν το πιστεύουν.
- Μόλις το 9% των ανδρών δεν πιστεύουν πως μία φωτογραφία είναι ικανή να μεταφέρει μία είδηση με πλήρη αντικειμενικότητα και το 5% των γυναικών έχουν την ίδια άποψη. Αντίθετα, το 63,6% των ανδρών πιστεύουν πάρα πολύ πως μία φωτογραφία έχει τη δυνατότητα να περιγράψει μία είδηση εντελώς αντικειμενικά και το 40% των γυναικών πιστεύει το ίδιο πράγμα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

- Δαφέρμος, Β. (2005). *Κοινωνική στατιστική με το SPSS*. Θεσσαλονίκη: Ζήτη.
- Θεοφιλίδης, Χ. (1995). *Η συγγραφή επιστημονικής εργασίας - Από την θεωρία στην πράξη*. Αθήνα: Γ. Δαρδανός.
- Κυριαζή, Ν. (1999). *Η κοινωνιολογική έρευνα. Κριτική επισκόπηση των μεθόδων και των τεχνικών*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- Μακράκης, Β. (2005). *Ανάλυση δεδομένων στην επιστημονική έρευνα με την χρήση του SPSS-Από την θεωρία στην πράξη*. Αθήνα: Gutenberg.
- Μαράντος, Π. (1999). Εκπαίδευση και μέσα μαζικής επικοινωνίας: η χρήση των ΜΜΕ στην εκπαίδευση. (Διδακτορική Διατριβή) Πάντειο Πανεπιστήμιο / Τμήμα κοινωνιολογίας, Αθήνα.
- Μαύρος, Δ. και Σιώμος, Γ. (2008). Έρευνα αγοράς. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Παπαδόπουλος Ι. (2010). *Μάρκετινγκ επίπλων & προϊόντων ξύλου*. Αθήνα: Αθ. Σταμούλης.
- Παρασκευόπουλος, Ι. (1984). Στοιχεία περιγραφικής και επαγωγικής στατιστικής. Αθήνα: Ιδίου.
- Παρασκευόπουλος, Ι.Ν. (1990Β). Μεθοδολογία επιστημονικής έρευνας. Τόμος Β. Αθήνα: Προσωπική έκδοση.
- Σιάρδος, Γ. (2005β). *Μεθοδολογία κοινωνιολογικής έρευνας*. Θεσσαλονίκη: Ζήτη.
- Τζωρτζάκης, Κ. & Τζωρτζάκη, Α. (2002). *Αρχές Marketing: Η ελληνική προσέγγιση*. Αθήνα: Rosili.

Ξένη βιβλιογραφία

- Berthouex, P. & Brown, L. (2002). *Statistics for environmental engineers*. Boca Raton, Florida: Lewis Publishers.
- Borg, W.R and Gall, M.D., (1989). *Educational research: An introduction* (5th edition) New York: Longman.
- Johnson, B. & Christensen, L. (2004). *Educational research*. Boston, USA: Pearson Education Inc
- Howard, k. and Sharp, J. (1996). Η επιστημονική μελέτη. (μτφ. Β. Νταλάκου). Αθήνα: Gutenberg.

- Javeau, C. (1996). Η έρευνα με ερωτηματολόγιο. Το εγχειρίδιο του καλού ερευνητή. (μτφ. Κ. Τζαννόνε-Τζώρτζη). Αθήνα: τυπωθήτω, Γιώργος Δαρδανός. (έτος έκδοσης πρωτοτύπου 1970).
- Johnson, B. & Christensen, L. (2004). *Educational research*. Boston, USA: Pearson Education Inc.
- *Photojournalism*, (markhnackock.blogspot, 2007)
- *The Emotional Immune System by Tarilee Cornish* , (wholeapproach, 2006)
- Verma, G. and Mallick, K. (2004) Εκπαιδευτική έρευνα: Θεωρητικές προσεγγίσεις και τεχνικές. (ΜΤΦ Α. Παπασταμάτης) Αθήνα: Γ. Δαρδανός.
- Wilson, N. & McLean, S. (1994). Questionnaire design: a practical introduction. University of Ulster Press: Newtown Abbery.

Διαδύκτιο

- “Η ιστορία μιας βίαιης οικογένειας μέσα από 34 φωτογραφίες” Το συγκλονιστικό, βραβευμένο φωτορεπορτάζ της Sara Naomi Lewkowicz, (www.lifo.gr, 2016)
- “Καλύτερος φωτογράφος για το 2015 ο Γιάννης Μπεχράκης” (tilestwra.com, 2015)
- “Ο δεκάλογος της ιδανικής φωτογραφίας”, (terrapapers.com, 2016)
- “Φωτογραφία και η σημασία της στην δημιουργία περιεχομένου”, (green-apple.gr, 2016)
- "Φωτορεπορτάζ", photoa.webnode.gr, (2015)
- (antizitro.blogspot.gr, 2015)
- “Cause and affect: Emotions can be unconsciously and subliminally evoked, study shows” (sciencedaily.com, 2008)
- "How a Lack of Representation Is Hurting Photojournalism", (time.com, 2016)
- (intrepidtravel.com)
- “Photojournalism”(markhancock.blogspot.gr, 2016)

- Wikipedia
- “*5 Risks Every Photographer Needs to Take to Be Successful*” by SAL CINCOTTA (blog.creativelive.com, 2015)
- “*41 θεότρελοι φωτογράφοι που θα έκαναν τα πάντα για μια τέλεια φωτογραφία*”, Νίκος Ψαθογιαννάκης (tilestwra.com)