

ФОТОФЕЙКИ: ІСТОРИЧНИЙ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АСПЕКТ

К. М. Родигін

Маніпуляції з фотозображенням можуть відбуватися у різний спосіб: 1) на етапі зйомки, у випадку, коли автор робить постановку; 2) на етапі постобробки, коли можливими є ретуш і монтаж зображення; 3) на етапі контексту, коли світлина отримує заздалегідь хибний підпис або заголовок [1]. Іноді маніпуляції можуть відбуватися на двох або на трьох етапах одразу, посилюючи загальний ефект фейкового повідомлення.

За словами воєнного фотокореспондента Едді Адамса, «Фотографії є найпотужнішою зброєю в світі. Люди вірять їм; але фотографії брешуть, навіть без маніпулювання ними. Вони – лише напівправа» [2]. Інакше кажучи, найчесніше фото може бути нечесним у відриві від контексту.

Переважно під фотофейками будемо розуміти випадки маніпуляцій з візуальним контентом медіа, в яких основний наголос робиться не на втручанні в зміст світлини, а на її специфічній інтерпретації в комплексі «зображення-текст» – свідомій зміні чи підміні контексту тієї чи іншої фотографії, внаслідок чого правдивий та об'єктивний сам по собі знімок стає частиною неправдивого повідомлення.

Виникнення перших фотофейків сягає часів винаходу фотографії. У 1839 р. троє винахідників майже водночас і незалежно один від одного запропонували свої технології отримання фотографічних зображень. Це були француз Жан-Луї Дагер, що отримав лаври першовідкривача, з його методом дагеротипії; англієць Вільям Генрі Фокс Тальбот з методом калотипії або негативно-позитивним процесом, – менш відомий, проте з часом визнаний у статусі винахідника фотографії, – та співвітчизник Дагера Іполіт Байяр (Hippolyte Bayard) з методом прямого позитивного друку. Байяр мав не менше право вважатися одним із першовідкривачів фотографії, але був практично забутий, оскільки Дагер випередив його і раніше встиг представити та запатентувати свій винахід, здобувши всю славу і преференції.

У 1840 р. невизнаний винахідник на знак протесту створив «Портрет у вигляді потопельника», що був, можливо, першим у світі постановочним автопортретом і напевно – першим в історії фотофейком. Байяр супроводив свою світлину таким підписом: «Мертве тіло, яке ви бачите на звороті, належить п. Байяру, винахідникові методу, дивовижні результати якого ви щойно бачили або зараз побачите. Наскільки мені відомо, цей вправний та невтомний винахідник присвятив удосконаленню свого винаходу майже три роки. Академія, король і всі, хто бачив його малюнки, ... були в захваті ... Це прославило його, але не принесло йому ані гроша. Уряд, який щедро винагородив п. Дагера, заявив, що не може нічим допомогти п. Байяру, і нещасний втопився. О мінливість людської природи! Художники, вчені, газети так довго приділяли йому увагу, а сьогодні ... ніхто його не впізнав і не поцікавився ним» [3; 4].

Використання фотофейків як елементів пропаганди та інформаційної війни має давню історію. Зокрема, ще у 1913 р. у нью-йоркській газеті American, що належала медіамагнату Вільяму Рендольфу Герсту (William Randolph Hearst), з'явився знімок групи дітей, що стояли в океані, піднявши руки над головою, – представлений як нібито свідчення воєнних злочинів у Мексиці. У підписі стверджувалось: «Як доказ майже неймовірного стану варварства, що існує в Мексиці, Рассел Гастінгс Мілвард (Russell Hastings Milward), англійський мандрівник, член Королівського географічного товариства Лондона, створив фотографію, показану тут. Батьки цих дітей, як стверджує п. Міллард, були вбиті федеральними солдатами. Діти були загнані у воду, змушені тримати руки над головою, і застрелені в спину. Зауважте вираз жаху на обличчі однієї дитини, яка повернулася, щоб поглянути на своїх катів». Картинка не була змінена, але підпис до неї був цілком неправдивим. Мілвард висловив протест, заявивши, що насправді діти на знімку просто весело грали, і що вони підняли руки на його прохання, щоб зробити картинку кращою. Більше того, фото було зроблено в британському Гондурасі, а не в Мексиці [5].

Зауважимо, що апеляція до образу дітей (в тому числі «дітей» в переносному сенсі) була та є поширеним та дуже дієвим прийомом пропаганди та емоційної маніпуляції в інформаційно-сміслових війнах, оскільки має потужний та універсальний вплив на свідомість, шокує та легко уявляється в усталених межах, що тиражуються без критичного осмислення (показові приклади: «кров християнських немовлят», «медична мафія труїть дітей вакцинами», «на Майдані побили дітей», «влада посилає дітей на смерть», «розп'ятий хлопчик у Слов'янську»).

Маніпуляція з контекстом – використання реальних фотографій з фейковими підписами та інтерпретаціями – є одним із базових та ефективних прийомів створення фотофейків. Зокрема, від 2014 р. неодноразово знімки з «гарячих точок» – зазвичай Чечні або Близького Сходу – представлялися як фотографії з Донбасу. Стосовно світлин з першої та другої Чеченських війн це легко пояснюється певною схожістю пейзажів, військової форми та техніки [1]. У випадку з Близьким Сходом такої схожості немає, але фейки, незважаючи на порівняну легкість їх викриття, все одно мають певний вплив та ефективність через емоційне та некритичне сприйняття інформації аудиторією, що під емоційним враженням не звертає увагу на деталі.

«У 2014 році було дуже багато підробок, – пригадує український фотокореспондент Олексій Фурман. – Найстрашніше, що вся аудиторія, яка сьогодні споживає засоби масової інформації, перебуває у своєрідній ехо-кімнаті. Кожна людина вибирає той засіб інформації, який їй цікаво читати. Це часто можуть бути пабліки в соціальних мережах, які поширюють такі фейки. Російською пропагандою було використано дуже багато фотографій «арабської весни», Чеченської війни. У таких пабліках масово поширювалися фейки і підписувалися якимись страшними підписами» [1].

Таким чином у XX–XXI ст. фотофейки перетворились на поширену, затребувану та вельми ефективну зброю інформаційно-сміслові війни. За допомогою візуального контенту можна легко просувати маніпулятивні сенси, апелюючи до усталених стереотипів, міфів, фреймів або створюючи нові.

Література

1. Тимошенко Д. Как фотофейки работают на войне. Донбас.Реаліі. 2018, 5 липня. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/donbass-realii/29341812.html>
2. Сияк И. Казнить нельзя помиловать: Как создаются и наказываются постановочные фотографии войны. Bird in Flight. 2016, 27 августа. URL : <https://birdinflight.com/ru/professiya/20160826-znamenitye-photo-postanovki.html>
3. Ворошилова С. А судьи кто: Как изобрести фотографию и остаться никому не известным. Bird in Flight. 2018, 18 января. URL : <https://birdinflight.com/ru/professiya/20180118-bayard.html>
4. Portrait of the Photographer as a Drowned Man. Museum of Hoaxes. URL : http://hoaxes.org/photo_database/image/portrait_of_the_photographer_as_a_drowned_man
5. Ocean Execution. Museum of Hoaxes. URL : http://hoaxes.org/photo_database/image/ocean_execution

УДК 007 : 304 : 659.3

ПОСТКОЛОНІАЛЬНИЙ МІФ У МЕДІА Й ВИМІРИ УКРАЇНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

А. С. Рудченко

Міф – це важлива складова будь-якого дискурсу, у тому числі й медійного дискурсу. В українських медіа наявні колоніальний та комуністичний міфи. На противагу їм існує міф національний. Міфи потребують дослідження, виокремлення, розшифровки й