

ВОЛИНЕЦЬ Г.М.,

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри журналістики

Національного університету «Запорізька політехніка»

м. Запоріжжя, Україна

РОЗВИТОК ФОТОЖУРНАЛІСТИКИ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ: ОГЛЯД НАУКОВИХ КОНЦЕПЦІЙ

Фотографія у ХХ ст. була ключовим елементом медіаіндустрії, за допомогою світлин журналісти ілюстрували повідомлення, привертати увагу читачів; світлина була доказом того, що подія відбулася. З такого погляду важливість фотознімків у журналістиці безсумнівна; часто фотозображення відігравало вирішальну роль для актуалізації та поширення медіаповідомлення. Утім, сенси та значимість пресфотографії в епоху цифрових технологій можуть бути іншими, адаптованими до соціальних вимог і потреб нового цифрового середовища. Зміна правил журналістики як соціальної практики (в епоху онлайн-журналістики) не лише спонукає переосмислити роль фотографії як у цифровому, так і в традиційному журналістському середовищі, але й змушує звернути увагу на зміну сприйняття візуального контенту глядачами.

Так, С. Горевалов та Н. Зикун підкреслюють, що візуальна журналістика на сьогодні є одним із найбільш популярних напрямів: «Можна назвати кілька причин цього: тенденцію до візуалізації інформації в газеті, зростання технічних можливостей поліграфії, конкуренцію з аудіовізуальними ЗМІ та інтернетом, гостру конкуренцію всередині товарної групи, професійне зростання редакцій у сфері дизайну» [1, с. 257]. За словами Г. Цуканової, «фотографія стає домінуючим типом контенту і в так званих соціальних медіа, що за різними класифікаціями включають у себе форуми, блоги і мікроблоги, контент-спільноти, соціальні мережі, віртуальні ігрові та соціальні світи тощо» [5]. Зокрема, науковці вбачають майбутнє фотографії як органічний синтез з іншими форматами інформації – інфографікою, відео та аудіо, об'єднання світлин у фотогалереї та слайд-шоу – власне, фото як частина мультимедіа. Дослідники та фотожурналісти зазначають, що «у фотографії, як частини мультимедіа, можете рухатися рамка кадру, акцентуючи, таким чином, увагу глядача на тому, що вважається найважливішим; може робитися наближення на певні деталі кадру. Творець такого продукту сам визначає тривалість перегляду» [5].

Загалом, «видовищність, інформативність, подієвість, зображальність – усьому цьому надається важливе значення в сучасних

засобах масової інформації. ЗМІ стають дедалі інтерактивнішими, стежать за сучасними тенденціями, комерціалізуються. Аби утриматися на ринку, їм конче необхідно використовувати всі можливі засоби, щоб привернути увагу, викликати довіру в читача, глядача тощо» [1, с. 257].

Тим часом, попри беззаперечний позитивний вплив цифровізації на медіаіндустрію взагалі та на фотожурналістику зокрема, є ряд застережень і загроз. Як зазначають науковці, серед переваг цифрової фотографії – оперативність; висока якість фотознімків; можливість робити безмежну кількість кадрів (на відміну від плівкових фотоапаратів); вдалий момент можна «впіймати» за допомогою додаткових функцій, як-от – кілька кадрів за секунду; через полегшення технічних аспектів фоторепортер може зосередитись на образотворчих можливостях кадру тощо [4, с. 56]. Тож, на перше місце сьогодні виходить таке явище, як мобілографія – створення медіафотографії за допомогою смартфонів, планшетів тощо.

Утім, як зазначають чеські науковці [8], цифрові технології та онлайн-середовище збільшують обов'язки фоторепортерів: адже маючи миттєвий контроль над зображеннями та можливість видаляти фотографії на місці, фотожурналісти беруть на себе роль редактора зображень. Такі зміни в роботі фотожурналіста можуть призвести до зниження стандартів якості; репортери змушені витрачати більше часу на роботу з технологіями та на виконання додаткових обов'язків, а не на створення якісного контенту. Однак новітні тенденції цифровізації створюють ілюзію прискорення процесу виготовлення пресфотографії, хоча насправді «нібито оптимізована» робота за рахунок зникнення етапу проявлення плівки та виготовлення фотовідбитків тепер виринає у трудомістких процесах добору та редагування фотографій. Фотожурналісти зазначають, що у той час як кожен аспект цифрового фотовиробництва значно пришвидшився, загальний процес зрештою займає майже стільки ж часу, скільки традиційний процес (із фотоплівкою). Тож науковці приходять до висновку, що фотографи можуть бути змушені витрачати час на виконання додаткових обов'язків (відбір фото, редагування, створення супровідного тексту до світлин тощо) і використання технологій, а не на створення якісного контенту. Таким чином відбувається делегування редакційних обов'язків фотографам, що призводить до збільшення робочого навантаження.

Журналістикознавці застерігають: ще однією загрозою для професійної якісної фотожурналістики є хибне уявлення про те, що будь-яка людина зі смартфоном (ті, кого вважають читачами та споживачами ЗМІ) легко може стати виробником візуального медіаконтенту і замінити фахівця [8].

Тим часом цифрові технології та штучний інтелект стали загрозою для фотожурналістики, адже з'являється велика кількість фальсифікацій. Так, американський фотожурналіст Майкл Камбер, який працював у багатьох гарячих точках світу, серед яких Ірак, Афганістан і Сомалі, в інтерв'ю BBC Culture акцентує на цих негативних тенденціях: «Я думаю, що фотожурналістика зараз переживає серйозну кризу довіри. Підrobка знімків, фейкові та постановочні зображення стають майже звичними. Я працюю фотожурналістом вже 25 років, і те, що відбувається зараз, руйнує нашу професію» [цит. за 2]. Технологічна революція зробила фальсифікацію зображень доступною і швидкою; раніше фотонегатив, плівка були безапеляційним доказом, сьогодні стає все важче визначити чи підроблений цифровий знімок, чи оригінальний. Як зазначає Ф. Макдональд, «Майкл Камбер вирішив організувати виставку після скандалу, який вибухнув навколо Конкурсу світової документальної фотографії цього року. П'ята частина фіналістів конкурсу була дискваліфікована за фальсифікацію. Одного з переможців навіть позбавили нагороди – після того, як з'ясувалося, що він сфальсифікував місце зйомки однієї з фотографій» [2].

Фотofальшивки важко виявити в інформаційному потоці, а втім, вони мають значний вплив у багатьох сферах суспільного життя: за спостереженням американських дослідників [6], фотопідробки розміщують таблоїди, журнали моди, соціальні мережі, урядові ЗМІ, сайти онлайн-знайомств, навіть впливові, авторитетні медіа та наукові журнали з різних причин можуть опублікувати фотофейк; відредаговані, несправжні світлина часто використовуються у політичних і рекламних кампаніях. Інструментів для створення підробок стало набагато більше, вони стають простішими у використанні та легко доступними. Технології дозволяють генерувати вже й фейкові відео – дипфейки, а штучний інтелект допомагає отримати дуже переконливі зображення.

Фотографії можна стратегічно використовувати для впливу на громадськість думку, викликають сильні емоційні реакції у глядачів, насаджувати, переформатовувати або зміцнювати ідеологію, конструювати концепти в індивідуальній чи колективній пам'яті. Американські дослідники стверджують: «емпіричні дані свідчать про те, що, викликаючи помилкове відчуття знайомства, підроблені образи можуть спотворювати пам'ять людей» [7]. Окремі фактори, такі як джерело зображення та його авторитетність чи популярність, здається, відіграють набагато важливішу роль у формуванні довіри учасників, ніж такі важливі ключові ознаки фотографії, як невідповідність освітлення та тіней. Наприклад, зображення,

опубліковані в Twitter, можуть сприйматися достовірними, якщо вони мають велику кількість ретвітів, уподобань, коментарів і підписників, незалежно від фактичного вмісту зображення.

Так, канадські дослідники [7] під час свого експерименту використовували лише оброблені зображення (фейкові фото), адже метою було визначення учасниками, які частини зображення були змінені. Проте частина учасників здебільшого не усвідомлювали, що зображення були маніпулятивними, сфальсифікованими. Крім того, навіть ті учасники, які сказали, що зображення було змінено, то не змогли ідентифікувати модифіковані фрагменти (що ж саме було змінено на фото). Це дослідження доводить, що в потоці інформації пересічним громадянам важко ідентифікувати фотофейк, особливо, якщо ця інформація опублікована на сторінці популярного ЗМІ або відомого блогера, актора, співака або іншого лідера думок.

Науковці спостерігають негативну тенденцію останніх років: фейкові фото розмивають довіру до фотожурналістики. Так, американський професор Фред Рітчін (дослідник впливу штучного інтелекту на візуальну культуру) в одному з інтерв'ю зазначає, що впровадження штучного інтелекту в процес виготовлення «фотоілюстрацій» відкриває війну штучного інтелекту, «де всі все показують, допоки усі не почнуть зневірюватися в тому, що правда, а що ні» [3]. Професор пропонує як запобіжник від зневіри – це звернення до достовірних джерел: «Будь-який письменник може сказати що завгодно, але коли це походить від Associated Press, NYTimes, надійного джерела – є намір вірити. Я думаю, ми повинні бути дуже обережними з надійними джерелами, а це означає, що фотографи повинні публікувати те, в чому вони абсолютно впевнені» [3]. Ф. Рітчін підкреслює, що в новітніх реаліях фотокамери вже недостатньо: сьогодні, на жаль, не можна вважати зображення достовірним лише через те, що воно зроблено цифровою камерою. Достовірність фото, у першу чергу, має гарантуватися особистою відповідальністю фоторепортера, його іміджем, його чесним ім'ям, репутацією. Змінилися й підходи до підписів під світлинами: вони мають бути розлогішими, деталізованішими.

Отже, фотографії та написаний текст можуть все ще залишаються базовими елементами цифрової журналістики, однак спосіб використання цих форматів для адресації аудиторії, і форми, в яких традиційно

оформлений контент, кардинально змінилися. Цифровізація сприяла зростанню швидкості поширення новин, збільшенню кількості джерел представлення новин і конкуренції за аудиторію, а також до зміни структури та стабільності аудиторії. У свою чергу, ці трансформації вимагають від цифрових газет високоякісної продукції, чіткого підходу до змісту, і адаптованої форми для звернення до аудиторії.

Таким чином, сьогодні візуальний контент (зокрема й базовий ключовий його елемент – фото) стає важливішим за текст: за допомогою зображення (та заголовку) можна привабити читацьку аудиторію. В епоху цифровізації змінилися й підходи до роботи журналіста: в першу чергу, це збільшення потоковості – постійне продукування та розміщення в онлайн-медіа новинних фотографій та репортажів. По-друге, підвищуються вимоги до підписів біля світлин, з'являється потреба пояснити, розкрити деталі для підтвердження реальності зображуваного. По-третє, зростають загрози недовіри глядачів до світлин та відео через засилля медіапростору фотофейками та дипфейками, через несправжні, але реалістичні зображення, створені штучним інтелектом.

Список використаних джерел

1. Горевалов С., Зикун Н. Жанри фотожурналістики в умовах посилення тенденції візуалізації ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 56. С. 257–261. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_56_51
2. Макдональд Ф. Фотожурналістика: правда чи обман? *BBC Culture*. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/vert_cul/2015/07/150709_vert_cul_altered_images_journalism_vp
3. Сергачкова К. «Згенероване ШІ фото призведе до ситуації, де всі все показують, допоки не почнуть зневірюватися в тому, що правда, а що ні». Інтерв'ю з професором центру фотографії про фейкові фото. *Заборона*: ГО "Заборона Медіа". 19 січня, 2023. URL: <https://zaborona.com/intervyu-z-profesorom-czentru-fotografiyi-pro-fejkovi-foto/>
4. Фурман О. Тенденції розвитку фотожурналістики останніх років. *Наукові дослідження українського медійного контенту: соціальний вимір*. 2014. № 1. С. 55–60.
5. Цуканова Г. Трансформація фотожурналістики у контексті конвергенції медіа. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. III(9). Issue: 53. 2015. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/02/Transformation-of-the-photojournalism-in-the-context-of-convergence-of-media-H.-Tsukanova.pdf>.
6. Farid H. *Fake Photos*. Cambridge : The MIT Press, 2019. 232 p.
7. Kasra M., Shen C., O'Brien J. Seeing Is Believing: How People Fail to Identify Fake Images on the Web. *CHI 2018: Extended Abstracts of the 2018 CHI Conference* (April 21–26, 2018, Montréal, QC, Canada). Montréal, 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/324659914_Seeing_Is_Believing_How_People_Fail_to_Identify_Fake_Images_on_the_Web
8. Štefaníková S., Láb F. Transformation of photojournalism practice in the Czech Republic in the age of digital technology. *Sage Journals*. 2016. Volume 19. Issue 2. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884916663622>