

Nie wierz temu co widzisz

22 sierpnia 2010

Obama na okładce „The Economist” czy zdjęcia nieskazitelnych piękności z reklam i magazynów to obrazy, które w rzeczywistości nie istnieją. Protesty i apelacje różnych organizacji, aby informować czytelników, że zdjęcie przeszło mocny lifting nie przynoszą skutków. Podobno nadal chcemy oglądać tylko sztuczne wytwory piękna.

Według harcerek z brytyjskiej organizacji Girlguiding UK wszechobecna kultura Photoshop wyrządza młodym osobom dużą krzywdę. Przekonani, że wszyscy idole patrzący na nich z fotografii są piękni i nieskazitelni popadają w depresję i poczucie niedoskonałości. Problem dotyczy głównie dziewcząt. Patrzą na wyretuszowane fotografie przepięknych kobiet i chcą wyglądać tak jak one, nie widząc przy tym, że jest to niemożliwe.

Walkę harcerek z Photoshopem wspierają organizacje pozarządowe zajmujące się problemem zaburzeń odżywiania. Wciąż przybywa dziewczyn cierpiących na bulimię i anoreksję, bo wmówiły sobie, że będą wyglądać jak Cheryl Cole na zdjęciach. Harcerkom udało się zebrać 20 tys. podpisów pod petycją skierowaną do premiera Davida Cemerona. Proszą w niej aby rząd wprowadził obowiązek informowania czytelników, które fotografie zostały poddane komputerowym obróbkom. Według harcerek brak tego typu informacji przyczynia się do coraz większych frustracji wśród młodzieży, bo młodzi ludzie wierzą w to co widzą.

W zeszłym miesiącu minister do spraw równości Lynne Featherstone zapowiedziała, że jesienią rząd rozpocznie rozmowy z naczelnymi kolorowych magazynów i agencjami reklamowymi na temat zakazu publikowania mocno retuszowanych fotografii. Według minister standardy urody wykreowane przez

photoshop są tak nierealistyczne, że życie w takim świecie staje się nie do wytrzymania i należy wreszcie zrobić z tym porządek. Kulturę photoshopu coraz częściej krytykują też modelki i aktorki. Kilka tygodni temu Crystal Renn narzekała, że do zdjęć reklamowych pomniejszono ją o dobre kilka rozmiarów. W zeszły roku głośno było o reklamie kremów pod oczy firmy Olay. Reklamowała je 60-letnia Twiggy z twarzą dwudziestolatki, bo bez ani jednej zmarszczki.

Pokazywanie tego co nie istnieje to nie problem współczesności. Manipulowanie ludzką wyobraźnią za pomocą obrazów trwa już dobre 150 lat. Jedno z pierwszych mocno przerobionych zdjęć to portret Abrahama Lincolna z 1860 r. Dzisiaj łatwo na nim rozpoznać, że głowa prezydenta została doklejona do ciała kogoś innego.

Trudno natomiast dopatrzeć się oszustwa na współczesnych zdjęciach obrabianych w programach komputerowych. Nikt z nas nawet nie podejrzewał, że okładka „The Economist” pokazującego samotnego Baracka Obamę stojącego na plaży i wpatrzonego w płamę z wyciekającą ropą to mistyfikacja. W rzeczywistości obok prezydenta stały jeszcze dwie osoby, ale my nie widzimy ich na zdjęciu, bo je ktoś wymazał. Kilka lat temu Brian Walski, były fotograf „LA Times” nie miał szczęścia, kiedy rozpoznano, że sfałszował zdjęcie z wojny z Iraku. Opublikowana na pierwszej stronie dziennika fotografia brytyjskiego żołnierza i miejscowej ludności z Basry była połączeniem dwóch różnych zdjęć. Walski stracił pracę, bo prawo w przypadku fotografii reporterskiej wyraźnie mówi, że nie wolno za pomocą obrazów tworzyć rzeczywistości, która nie istnieje.

Specjalizujący się w rozszyfrowywaniu przerabianych komputerowo zdjęć prof. Hany Farid uważa, że z roku na rok, wraz z postępem technologii, coraz trudniej jest rozpoznać czy zdjęcie zostało tknięte Photoshopem czy nie. Tropienie oszukanych zdjęć staje się jak walka z fałszywymi banknotami. Wszyscy wiedzą, że nie wolno podrabiać pieniędzy, a mimo to

krąży po rynku ich cała masa.

Autor: Joanna Biszewska

Źródło: [eLondyn](#)