

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Ústav informačních studií a knihovnictví, Studia nových médií

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Bc. Lucie Vinická

Srovnání motivace uživatelů Instagramu a Polaroidu

Comparison of Motivation of Instagram and Polaroid Users

Praha 2016

Vedoucí práce: prof. Doc. Filip Láb, PhD.

Za cenné rady a připomínky děkuji prof. Doc. Filipovi Lábovi, PhD., vedoucímu této práce. Můj vděk patří i přátelům a rodině za nezbytnou morální a technickou podporu.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 29. 4. 2016

Podpis:

Bibliografický záznam

VINICKÁ, Lucie. *Srovnání motivace uživatelů Instagramu a Polaroidu*. Praha, 2016. 66 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce Filip Láb.

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá motivacemi uživatelů Polaroidu a Instagramu, přičemž vychází z předpokladu, že obě média mají společný téměř okamžitý výsledek a mohou mít i velmi podobnou vizuální stylizaci. Teoretická část práce se věnuje stručnému shrnutí historie fotografie a filozofickým názorům na toto téma. Představuje fenomén Polaroidu a Instagramu a nastiňuje možné motivace jejich uživatelů, jak s pomocí odborné literatury, tak i osobních blogů, článků a rozhovorů. Praktická část popisuje provedení originálního výzkumu, který sestává ze standardizovaného dotazníku, a jeho výsledky. S jejich pomocí potvrdíme či vyvrátíme stanovené hypotézy.

Klíčová slova

Polaroid, Instagram, motivace, uživatel, retro, nostalgie, sociální síť, fotografie, mobilní fotografie, instantní fotografie, fotoaparát, nová média

Abstract

The diploma thesis deals with the motivation of users of Polaroid and Instagram, under the assumption that both media have nearly immediate result and may have a very similar visual stylization. The theoretical part of this thesis is devoted to a brief summary of the history of photography and philosophical opinions on that topic. It introduces Polaroid and Instagram and outlines the possible motivations of their users, using both the scientific literature, as well as personal blogs, articles and interviews. The practical part of the thesis describes the design and process of the original research, which consists of a standardized questionnaire, and its results. With its help we confirm or disprove our hypothesis.

Key words

Polaroid, Instagram, motivation, user, retro, nostalgia, social network, photography, mobile photography, instant photography, new media

Obsah

I. Úvod.....	5
II. Teoretické základy.....	7
II.I Historie a technologický vývoj fotografie.....	7
II.II Filozofické názory na technologický vývoj fotografie.....	12
II.III Specifika analogové, polaroidové, digitální a mobilní fotografie a jejich úprav.....	18
III. Historie a současnost Polaroidu a Instagramu.....	23
III.I Představení Polaroidu.....	23
III.II Představení Instagramu.....	25
IV. Motivace uživatelů k používání Polaroidu a Instagramu.....	28
IV.I Motivace uživatelů Polaroidu.....	28
IV.II Motivace uživatelů Instagramu.....	30
IV.III Srovnání motivace uživatelů Instagramu a Polaroidu.....	33
IV.III.I Formulace hypotéz.....	35
V. Metodologie výzkumu.....	36
VI. Průběh výzkumu.....	39
VI.I Evaluace metody.....	42
VII. Vyhodnocení hypotéz.....	43
VIII. Závěr.....	49
Seznam použité literatury.....	52
Seznam příloh.....	59
Přílohy.....	60

I. Úvod

Jako téma naší diplomové práce jsme zvolili porovnání motivace uživatelů polaroidových fotoaparátů a moderní mobilní aplikace Instagram. Instagram je aplikace, díky níž je možné jednoduše sdílet fotografie se svými přáteli online v rámci sociální sítě, kdežto Polaroid je speciálním analogovým fotoaparátem, oblíbeným pro specifickou estetiku svých snímků. Obě média charakterizuje rychlost výsledku a výrazná vizuální stylizace. Aplikace Instagram nabízí filtry určené k úpravě barevného spektra fotografie a přidání efektu vinětače. Některé z těchto filtrů mají velmi podobnou estetiku jako polaroidové snímky, s nimiž mají často společný také čtvercový formát¹.

Výstupy obou těchto médií tedy mohou mít velmi podobnou vizuální stránku, jen prostředky k jejich výrobě se diametrálně liší. Tento fakt nás, stejně jako mnoho dalších autorů, kterým se budeme věnovat v další kapitole, velice zaujal. Znamená to, že jsou uživatelé Polaroidu a Instagramu stejní, pokud touží po tomto typu estetiky? Nebo jsou naopak zcela odlišní, protože používají jiné prostředky k jejímu dosažení? Po rozdílech v povahách uživatelů těchto odlišných médií v této práci pátrat nebudeme, ale podíváme se na to, proč a jakým způsobem používají uživatelé Polaroid či Instagram (či obojí) a pokusíme se najít zásadní rozdíly. To bude hlavním cílem této práce.

V kontextu moderní fotografie je tato bipolarita příznačným jevem, týkající se velkého množství uživatelů, a ačkoli existuje stále více prací a výzkumů na téma Instagram, jen málo z nich se věnuje i srovnání s instantní analogovou fotografií. Právě proto, že se jedná o velmi aktuální a zajímavé téma, máme za to, že si zaslouží být důkladně prozkoumáno.

Diplomová práce je rozdělena na dvě základní části, teoretickou a praktickou. Teoretická část se dále dělí na čtyři hlavní kapitoly. Po úvodu začínáme naši práci teoretickými základy a stručným shrnutím historie fotografie obecně. Následuje rešerše dostupné literatury o daném tématu, vymezení se vůči ní a konstatování témat, která sleduje a která naopak nechává bez povšimnutí. V návaznosti na obě předešlé kapitoly shrneme charakteristické vizuální rysy fotografií a možnosti jejich úprav od začátku jejich existence. Třetí kapitola se soustředí na

¹ Některé Polaroidy měly jiný formát fotografií než čtvercový. Navíc od srpna 2015 se dají i na Instagram přidávat snímky jiných formátů, ale i tak je toto médium nejčastěji spojováno se čtvercovými fotografiemi. KVAPILOVÁ, Pavlína. Konec čtverců na Instagramu? In: *Igers* [online]. 2015 [cit. 2016-03-14]. Dostupné z: <http://igers.cz/konec-ctvercu-na-instagramu/>

představení Polaroidu a Instagramu, jejich historii i současnost, principy fungování a typické rysy. V poslední kapitole teoretické části jsou na základě osobních blogů, článků a rozhovorů nastíněny důvody, z nichž Polaroid a Instagram uživatelé používají a později jsou na základě prostudované literatury, odborné i neoborné, stanoveny hypotézy do originálního výzkumu, který je proveden v části praktické.

Praktická část je uvedena metodologickými postupy, které jsme zvolili pro provedení kvantitativního výzkumu v podobě standardizovaného dotazníku. Dále v ní řešíme průběh výzkumu a problémy, se kterými jsme se museli potýkat během sběru dat. V závěrečné kapitole praktické části interpretujeme sebraná data a porovnáváme je s hypotézami, které jsme si vytyčili v části teoretické. Také nastíníme možnosti budoucích výzkumů a zhodnotíme výhody a slabiny toho našeho.

II. Teoretické základy

Pro náš výzkum je důležitá literatura zabývající se historií fotografie, rozdíly mezi digitálními a analogovými fotoaparáty, fenoménem nostalgie a remediace. Analýza a komparace literatury nám pomůže postihnout, na co se autoři nejvíce soustředí a také najít témata, která jsou naopak popsána nedostatečně. Hlavní otázkou této části práce je, proč by vůbec někdo v dnešní době, která produkuje fotoaparáty schopné velmi kvalitního vizuálního výstupu, pomýšlel na použití nástrojů na první pohled mnohem méně dokonalých – tím myslíme jak Polaroid, tak mobilní telefon s aplikací Instagram.

II.I Historie a technologický vývoj fotografie

V první řadě se domníváme, že je důležité zrekapitulovat si historii fotografie a její technologický vývoj. Fotografie nebyla vynalezena ze dne na den, poznatky k tomu potřebné sbíralo lidstvo celá dlouhá staletí. V některých pramenech se uvádí, že fenoménu, který byl později popsán jako camera obscura (česky „temná komora“), tedy temná místnost s jedním malým otvorem, kterým procházející svazek paprsků kreslil² na protilehlou stěnu převrácený obraz předmětů nacházejících se před otvorem, si všimnul již Aristoteles v roce 350 př. n. l.³, někde se dočteme, že ho zaznamenal už čínský filozof Mo Ti v 5. století př. n. l.⁴ Princip byl každopádně pozorován a popsán hned několika mysliteli, například Rogerem Baconem či Leonardem da Vinci, z nichž někteří ho začali využívat i v praxi (ač zpočátku spíše jako pomůcku pro nejrůznější typy projekcí, pro malíře a hvězdáře) a postupně ho vylepšovat: „Z hlediska přeměny camery obscury na fotografický přístroj jsou významná zejména dvě její zdokonalení: vsazení čočky do zvětšeného vstupního otvoru (1550 Girolamem Cardanem) ke zvýšení světelnosti obrazu a zavedení clonky ke zlepšení ostroty kresby jednoduché spojné

² „Slovo fotografie pochází z řeckých slov φως phos (‘světlo’) a γραφίς graphis (‘štětec’, ‘psací hrot’) nebo γραφή graphê, což dohromady dává ‘kreslení světlem’ nebo ‘zprostředkování pomocí obrysů’ (...).“ TESAR, Michael. Historie fotografie. In: *Fotografie* [online]. [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <http://www.tesar.estranky.cz/clanky/historie-fotografie.html>

³ SCHEUFLER, Pavel. *Teze k dějinám fotografie do roku 1914*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, Filmová a TV fakulta, 2000, str. 9. Studijní texty. ISBN 80-85883-57-0.

⁴ DUDEK, Dalibor. Fotografie – 1. díl – Od camery obscury k objektivu fotoaparátu. In: *Čtenářská gramotnost a projektové vyučování* [online]. 2011 [cit. 2016-03-16]. Dostupné z: <http://www.ctenarska-gramotnost.cz/medialni-vychova/mv-casopisy/fotografie-1>

čočky (1568 Daniel Barbaro).⁵ Zbývalo už jen vymyslet způsob, jak ustálit obraz, který camera obscura vytvářela.

„Na samém počátku dějin fotografie vystupují výrazně tři osobnosti: Joseph Nicéphore Niepce, francouzský vynálezce, jemuž se jako prvnímu podařilo trvale fixovat fotograficky vytvořený obraz, dále Jean Louis Mandé Daguerre, který vytvořil po spolupráci s Niepcem první v praxi používanou fotografickou techniku, a třetím je William Henry Fox Talbot, tvůrce první užívané techniky systému negativ pozitiv. (...) Z roku 1826 pochází Pohled z okna na dvůr, nejstarší dochovaný fotografický snímek na světě zhotovený pomocí upravené camery obscury.“⁶ 19. století, století vzniku fotografie, se stalo obdobím nejrůznějších konkurenčních fotografických technik – ať už to byla Niepcova a Daguerrova daguerrotypie, která byla po svém uveřejnění v roce 1839 velmi oblíbená po celé Evropě⁷, ambrotypie, pannotypie, ferrotypie či Talbotova kalotypie.

Pavel Scheufler uvádí, že prvními objekty fotografie byla kvůli dlouhým expozičním časům příroda a zátiší, ale již brzy se staly hlavním tématem portréty. Většina z nich však „nebyla vytvářena s uměleckými ambicemi. Fotografování se považovalo za řemeslnou činnost, fotograf mohl být vážený živnostník, nikoli však uznávaný umělec jako malíř nebo sochař. Síla fotografie se spatřovala především v její dokumentární věrnosti, ke konci století se oceňovala i její schopnost zachytit letmý okamžik. Ve vztahu k umění se význam fotografie viděl ve zprostředkování uměleckých hodnot, zejména formou reprodukcí uměleckých děl.“⁸ To se ale mělo brzo změnit. K získání předloh pro svá malířská díla využíval fotografii i Gustav Rejlander, který však pouze u této činnosti nezůstal a začal aranžovat scény s pomocí kočovných herců a hereček a vytvářet tak první fotografická umělecká díla.

Podle Scheuflera existují dva fenomény, které učinily z fotografie médium se širokým společenským uplatněním. Jednak je to tzv. vizitka, což je pozitiv malých rozměrů (asi 94 x 58 mm), nalepený na o něco větším kartonu. Její zhotovení bylo rychlé, levné, snadno se prohlížela a dal se vyrobit neomezený počet jejích kopií. „Díky vizitce se o šedesátých letech 19. století

⁵ SCHEUFLER, Pavel. *Teze k dějinám fotografie do roku 1914*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, Filmová a TV fakulta, 2000, str. 10. Studijní texty. ISBN 80-85883-57-0.

⁶ SCHEUFLER, Pavel. *Teze k dějinám fotografie do roku 1914*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, Filmová a TV fakulta, 2000, str. 11. Studijní texty. ISBN 80-85883-57-0.

⁷ JOHNSON, William S, RICE, Mark a WILLIAMS, Carla; MULLIGAN, Therese a WOOTERS, David (eds.). *Dějiny fotografie: od roku 1839 do současnosti*. V Praze: Slovart, 2010, str. 40. George Eastman House collection. ISBN 978-80-7391-426-4.

⁸ SCHEUFLER, Pavel. *Teze k dějinám fotografie do roku 1914*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, Filmová a TV fakulta, 2000, str. 23-24. Studijní texty. ISBN 80-85883-57-0.

hovoří jako o ‚zlatém věku fotografie‘, kdy nadšení a opojení z možností tohoto vynálezu, který teprve tehdy pronikl do širších vrstev, vedlo k nebyvalému rozkvětu a popularitě fotografie. Díky vizitkám vznikaly rodové portrétní galérie zcela nového typu, jež by v takovém rozsahu nebyly myslitelné bez fotografie – vzniklo rodinné album. Fotografie jako závěsný obraz, vycházející z předchozí malířské tradice, ztrácela svůj význam. (...) Od uplatnění fotografické vizitky žijeme v ‚obrázkovém věku‘.⁹ O vizitce se zmiňuje i Walter Benjamin, který píše, že „Průmysl dobyl fotografii až vizitkovými snímky a je příznačné, že se jejich první výrobce stal milionářem.“¹⁰ Bere tedy vizitku nejen jako něco, co přiblížilo fotografii široké veřejnosti, ale jako něco, co přeměnilo fotografii v průmyslové odvětví.

Druhým fenoménem je stereofotografie, což je fotografie složená ze dvou snímků tak, aby při jejím prohlížení vznikal prostorový vjem. „Jako velmi oblíbená technika měla zásadní význam pro proměnu fotografie v komunikační prostředek. (...) Prohlížení stereofotografií se stalo oblíbenou domácí zábavou již od poloviny padesátých let. Přineslo do domácností obrazové vjemy takové šíře, jaké do té doby neměly obdobu. Mocná vlna obliby stereofotografií zasáhla kulturní svět počátkem šedesátých let 19. století spolu s vizitkami. Stereofotografie však daleko výrazněji než vizitky upevňovaly v lidech povědomí o zrodu nové vizuální kultury, kultury, založené na šíření informací fotografickým obrazem. (...) Podbízivostí motivů se stereofotografie začlenila do oblasti populární kultury, pronikla vskutku do širokých vrstev. Byla prvním fotografickým prostředkem tvořeným pro masovou spotřebu.“¹¹

Dalším klíčovým okamžikem byla druhá polovina osmdesátých let 19. století, kdy začala tovární výroba prvního fotoaparátu Kodak a postupně tak otevřela nové možnosti amatérským fotografům. „You press the button, we do the rest“ (Vy stisknete tlačítko, my uděláme zbytek) zněl slogan Kodaku, který se poprvé objevil na veřejnosti v roce 1888. Obsluha kamery už nemohla být jednodušší: 1) Napněte šňůru. 2) Otočte závěrku. 3) Stiskněte tlačítko. (...) V prvním roce bylo prodáno cca 13 000 kamer, jejichž počáteční cena činila 25 dolarů. Po exponování filmu poslal zákazník kameru zpátky do Kodaku, tam mu do ní vložili nový film se 100 políčky a pak mu ji poslali zpátky se 100 vyvolanými, na kartonu nalepenými

⁹ SCHEUFLER, Pavel. *Teze k dějinám fotografie do roku 1914*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, Filmová a TV fakulta, 2000, str. 18-19. Studijní texty. ISBN 80-85883-57-0.

¹⁰ BENJAMIN, Walter. *Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti*. In: RITTER, Martin (ed.). *Výbor z díla*. Vyd. 1. Praha: OIKOYMENH, 2009, str. 9. Knihovna novověké tradice a současnosti. ISBN 978-80-7298-278-3.

¹¹ SCHEUFLER, Pavel. *Teze k dějinám fotografie do roku 1914*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, Filmová a TV fakulta, 2000, str. 28, 31. Studijní texty. ISBN 80-85883-57-0.

obrázky. Poprvé v historii fotografie mohl kameru obsluhovat každý muž, každá žena, ba každé dítě.¹²

Po tomto rozmachu fotografie přichází pro naši práci zvláště zajímavý moment, protože se z literatury dozvídáme o prvním pokusu uměleckých fotografů, profesionálů i amatérů, vymezit se vůči řemeslné a řadové fotografii, která se rychle rozšiřovala. V dnešní době je situace podle naší domněnky podobná, takže se tato analogie vyloženě nabízí. Prostředkem odlišení měly být tzv. ušlechtilé fotografické tisky, které navíc „jakoby završily snahu o emancipaci fotografie a fotografů, kteří pocíťovali silnou potřebu po zrovnoprávnění s ostatními uměleckými obory.“¹³ Tato technika byla pro fotografy často zajímavější, ale také pracnější: „Z čistě technologického pohledu zažila fotografie kolem přelomu století zvláštní rozpor, neboť v okamžiku, kdy pokrok fotografické techniky fotografa osvobodil z bezprostřední závislosti na technice a kdy již nemusel trávit čas obtížnou přípravou desek a mohl si koupit negativy již připravené, část fotografů propadla kouzlu pracné přípravy ušlechtilých tisků.“¹⁴ Toto prohlášení by mohlo fungovat jako další analogie dnešní doby, tentokrát mezi digitální fotografií, která je jednodušší a dostupnější, a Polaroidy a obecně analogovou fotografií, které nejsou tak běžné, a fotograf musí k rozhodnutí, že je bude využívat, dojít z nějakého důvodu. Navíc je pracnější pořídit technicky dobrou fotografii s Polaroidem než s digitálním či mobilním fotoaparátem.

Fotografie se rychle rozvíjela dál, nacházela uplatnění ve stále nových odvětvích a vznikaly stále nové fotografické směry. Pomalu se zdokonalovala barevná fotografie, byla vynalezena jednooká i dvouoká zrcadlovka, instantní fotografie¹⁵ a, což je pro nás velmi důležité, fotografie digitální.

První prototyp digitálního fotoaparátu vyvinula firma Sony v roce 1981 pod označením MAVICA (Magnetic Video Camera) a prvním komerčně vyráběným fotoaparátem se stal v roce 1988 Fuji DS-1P¹⁶. Ovšem „k masivnímu rozšíření digitálních fotoaparátů došlo až ve

¹² JOHNSON, William S, RICE, Mark a WILLIAMS, Carla; MULLIGAN, Therese a WOOTERS, David (eds.). *Dějiny fotografie: od roku 1839 do současnosti*. V Praze: Slovart, 2010, str. 346. George Eastman House collection. ISBN 978-80-7391-426-4.

¹³ SCHEUFLER, Pavel. *Teze k dějinám fotografie do roku 1914*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, Filmová a TV fakulta, 2000, str. 35. Studijní texty. ISBN 80-85883-57-0.

¹⁴ SCHEUFLER, Pavel. *Teze k dějinám fotografie do roku 1914*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, Filmová a TV fakulta, 2000, str. 35-36. Studijní texty. ISBN 80-85883-57-0.

¹⁵ K historii instantní fotografie se vrátíme v pozdější kapitole s názvem „Představení Polaroidu“.

¹⁶ History of Digital Photography. In: *Practical Photography Tips* [online]. [cit. 2016-03-16]. Dostupné z: <http://www.practicalphotographytips.com/practicalphotographytips/history-of-digital-photography.html>

druhé polovině 90. let. Hlavně díky tomu, že největší rozvoj informačních technologií se datuje k začátkům 90. let. Počítače začaly být dostupné široké veřejnosti z důvodů snižující se ceny a rostoucímu výkonu.¹⁷ Podle statistiky marketingové agentury Mayflower Concepts¹⁸ převyšovala výroba digitálních fotoaparátů ty analogové již v roce 2003 a nejvyšší produkce dosáhla v roce 2010. Fotograf Sven Skafisk se navíc rozhodl graf přetvořit a podívat se, jak vypadá produkce analogových a digitálních fotoaparátů ve srovnání s mobilními telefony, které mají zabudovaný fotoaparát¹⁹. Jejich výroba se ve vizualizaci objevuje poprvé v roce 2003²⁰, kdy ji ještě převyšovala produkce jak analogových, tak digitálních fotoaparátů. V roce 2005 je však již roční přírůstek mobilních telefonů s fotoaparátem větší než přírůstek digitálních fotoaparátů a od té doby exponenciálně roste až do roku 2014, který graf zobrazuje jako poslední. Podle Aliny Shupikové „K roku 2010 celkový počet užívaných telefonů s fotoaparátem vystoupal na 4,6 miliardy, zatímco světová populace činila necelých 7 miliard obyvatel, tedy již před rokem 2011 vlastnila ‚cameraphone‘ více než polovina světové populace a tento segment se k dnešnímu dni stal jedním z nejdynamičtějších na komunikačním trhu.“²¹

Viděli jsme tedy, že fotografie jako taková se rozvíjela poměrně dlouho, zatímco její popularizace mezi širšími vrstvami obyvatelstva proběhla v krátkém časovém úseku. V případě digitální a mobilní fotografie se tento proces navíc ještě urychlil: „V roce 1995 vidělo digitální fotoaparát jen pár nadšenců. Od roku 2005 byl film všeobecně považován za vyřizený.“²² V roce 1977 napsala Susan Sontag: „Mallarmé, největší logik z estétů devatenáctého století, řekl, že všechno na světě existuje proto, aby to skončilo v knize. Dnes vše existuje proto, aby to skončilo na fotografii.“²³ Ve věku digitální fotografie a Instagramu je toto tvrzení neméně pravdivé i dnes.

¹⁷ KADLEC, Ota. Historie digitální fotografie. In: *Fakulta informatiky Masarykovy univerzity* [online]. [cit. 2016-03-16]. Dostupné z: <http://www.fi.muni.cz/usr/jkucera/pv109/2004/xkadlec2.htm>

¹⁸ Graf je k nalezení v příloze diplomové práce pod číslem 1.

¹⁹ I druhá verze grafu je v příloze diplomové práce pod číslem 2.

²⁰ Ačkoli první mobilní telefon s integrovaným fotoaparátem, SCH-V200, představil Samsung již v červnu 2000. HILL, Simon. From J-Phone to Lumia 1020: A complete history of the camera phone. In: *Digital Trends* [online]. 2013 [cit. 2016-03-16]. Dostupné z: <http://www.digitaltrends.com/mobile/camera-phone-history/>

²¹ SHUPIKOVA, Alina. *Proměna formy a obsahu fotografie s nástupem mobilní fotografie a sociálních sítí*. 2013, str. 7. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce Filip Láb.

²² „In 1995, only a few gearheads had seen a digital camera. By 2005, film was widely considered a goner.“ Vlastní překlad. BONANOS, Christopher. *Instant: the story of Polaroid*. First edition. New York, New York: Princeton Architectural Press, 2012, str. 149. ISBN 978-1-61689-085-8.

²³ SONTAG, Susan. *O fotografii*. Vyd. 1. Praha: Paseka, 2002, str. 29. ISBN 80-7185-471-9.

II.II Filozofické názory na technologický vývoj fotografie

Stručně jsme zrekapitulovali historii fotografie po faktografické stránce a v této podkapitole nás bude zajímat filozofická reflexe doby, kdy nastal její náhlý rozmach. K této problematice mají co říct zejména dva autoři – Vilém Flusser, jehož esej *Za filosofii fotografie* bývá označována za přelomovou, a Walter Benjamin se svým *Uměleckým dílem ve věku své technické reprodukovatelnosti*²⁴.

Flusser se věnuje historii fotografie, kterou považuje za druhý důležitý milník v historii lidské kultury (hned po vynálezu lineárního písma) a přirozeně se dostává i k období, kdy se z ní stává masová záležitost. Právě v tomto okamžiku začíná být esej zvláště zajímavá i pro naše účely. Už v roce 1994 se čtenáři mohli dozvědět, že „fotografie jsou všude: v albech, v časopisech, v knihách, ve vitrínách, na plakátech, nákupních taškách, konzervách.“²⁵ a „jakožto obyvatelé fotografického universa jsme na fotografie zvyklí: staly se nám zvyklostí. Většinu fotografií už vůbec nevnímáme, protože jsou přikryty zvykem, tak jako přehlízíme ve svém okolí všechno, na co jsme zvyklí, a vnímáme jen to, co se v něm mění.“²⁶ Toto konstatování je pro nás důležité, protože všudypřítomnost fotografií a otupělost vůči jejich dokonalému vzhledu je dle našeho názoru jedním z důvodů, proč jsou Instagram a Polaroid tak oblíbená média i v době, kdy jde dosáhnout téměř stoprocentně vizuálně dokonalého snímku.

Autor nepopisuje pouze masovost fotografie, ale také její návykovost. Jedincům závislým na aparátu říká „cvakaři“ a zásadně je tak odlišuje od fotografů. Cvakař se podle něj dívá na svět jen díky svému přístroji a „následkem je nepřetržitý tok bezvědomě vyrobených obrazů. Ty tvoří paměť aparátu, úschovnu přístroje pro automatické fungování. Kdo listuje v albu cvakaře, zjišťuje tam ne snad zachycené zážitky, poznatky nebo hodnoty člověka, nýbrž automaticky uskutečněné možnosti aparátu. Takovým způsobem dokumentovaná cesta do Itálie uschovává místa a časy, v nichž se dal cvakař zlákat, aby stiskl spoušť, a ukazuje, kde všude aparát byl a co tam dělal. (...) Oproti tomu fotograf v tom smyslu, jak jsme o něm mluvili, se zajímá (...) o stále nové způsoby vidění, chce tedy vytvářet nové, informativní konfigurace.“²⁷

²⁴ Autoři nejsou uvedeni v chronologickém pořádku, ovšem tento postup jsme zvolili záměrně, protože od Viléma Flussera se dozvíme o rozšiřování fotografie a od Waltera Benjamina potom to, co podle něj tato skutečnost způsobila.

²⁵ FLUSSER, Vilém. *Za filosofii fotografie*. Vyd. 2., upr. Praha: Fra, 2013, str. 34. Vizuální teorie. ISBN 978-80-86603-79-7.

²⁶ FLUSSER, Vilém. *Za filosofii fotografie*. Vyd. 2., upr. Praha: Fra, 2013, str. 55. Vizuální teorie. ISBN 978-80-86603-79-7.

²⁷ FLUSSER, Vilém. *Za filosofii fotografie*. Vydání 1. Praha: Hynek s.r.o., 1994, str. 49.

Důležité je i to, jakým způsobem chce fotograf nových způsobů vidění dosáhnout – na rozdíl od cvakaře nevolá po ještě větší automatizaci, naopak si dává práci a snaží se objevit možnosti fotoaparátu, které ještě objeveny nebyly, a využít je²⁸.

Zdá se, že dnes by cvakařem pro Flussera mohl být zvláště náruživý uživatel mobilního fotoaparátu. Automaticky uskutečněné možnosti aparátu se totiž velmi dobře hodí na fotografie z mobilního zařízení, které dnes už vlastní velká část populace civilizovaného světa. Domníváme se, že mnozí opravdu nefotí proto, aby vytvořili něco nového, ale proto, že jim to přístroj, který nosí stále u sebe, zkrátka dovoluje, je to jednoduché. Je možné, že by uživatele Polaroidu Flusser naopak označil za fotografa? Jak jsme viděli, v souvislosti s činností fotografa mluví nejen o nových způsobech vidění, o které se z našeho pohledu uživatel Polaroidu opravdu snaží, ale zejména o takové manipulaci s fotoaparátem, která jde proti jeho programu a možnostem. Vzhledem k tomu, že dnešní polaroidovou fotografii vnímáme do značné míry jako fotografii experimentální, domníváme se, že uživatel Polaroidu by opravdu mohl být Flusserem jmenován fotografem. Ale co uživatel Instagramu? Zdá se, že spadá spíše do kategorie cvakařů. Často až bezmyšlenkovitě používá mobilní fotoaparát a ačkoli poté využívá své kritické myšlení a vybírá jen některé ze svých fotografií, které sdílí na Instagramu, sama tato selekce z něj fotografa nedělá. Součástí procesu sdílení fotografií je navíc úprava snímku – pokud si uživatel vybere jeden z přednastavených filtrů, dělá přesný opak toho, co by měl udělat fotograf, protože přistupuje na možnosti svého zařízení a nesnaží se nacházet nové. Otázkou je, jak by se Flusser díval na uživatele Instagramu, kteří si v aplikaci nastavují vlastní filtry, případně do ní nahrávají fotografie, které nepořídili mobilním telefonem, ale například zrcadlovkou.

Walter Benjamin ve svém textu také mluví o nástupu masového umění, včetně fotografie, a jeho účincích²⁹. Mezi ty nejvýznamnější a nejtíživější podle něj patří ztráta aury. Aura je v Benjaminově podání jedinečnou vlastností každého originálního uměleckého díla, jakési „Zde a Nyní“, které nese svědectví o vytvoření a existenci díla v určitém čase, na určitém místě a navozuje dojem jeho autenticity. Autenticity, kterou jeho reprodukce, byť by byla sebedokonalejší, nenávratně ztrácí. Ačkoli reprodukce ani masové umění explicitně nezavrhne, chápe zakrňování aury jako problém, dokonce ho spojuje s tehdejší krizí a otřesem tradic.

²⁸ FLUSSER, Vilém. *Za filosofii fotografie*. Vydání 1. Praha: Hynek s.r.o., 1994, str. 21.

²⁹ BENJAMIN, Walter. *Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti*. In: RITTER, Martin (ed.). *Výbor z díla*. Vyd. 1. Praha: OIKOYMENH, 2009, str. 17-47. Knihovna novověké tradice a současnosti. ISBN 978-80-7298-278-3.

Důvod, proč se to děje, vidí autor ve stoupající lidské touze po věcech, které by pro ně byly přístupnější a kdykoli dosažitelné skrze reprezentace – proto také přijímají reprodukce, například v podobě ilustrovaných časopisů, gramofonových desek či fotografií.

Aplikace Instagram i polaroidové zařízení by mohly být chápány jako jeden z vrcholů takové touhy po okamžité dostupnosti. Na druhou stranu, snímky z Polaroidu by vzhledem k okolnostem svého vzniku svou auru, své „Zde a Nyní“, mít měli, navíc často mívají umělecké ambice. Na Instagramu však reprodukce jsou – reprodukce původních fotografií, které jsme pořídili mobilem, upravili a téměř okamžitě, ovšem klidně také za několik dní či měsíců, nasdíleli dál. Minimálně své původní „Nyní“ takováto reprodukce nutně ztrácí. Kromě toho Instagram není brán jako umělecká platforma a domnívám se, že většina jeho uživatelů ho tak ani nepoužívá.

Aura je v této oblasti zkoumání často zmiňovaným fenoménem a objevuje se i v novějších textech. Filmový teoretik Bill Nicholls, který srovnával starší prostředky mechanické reprodukce (fotografie, film) s novějšími (počítač), se vyjádřil v tom smyslu, že dnešní informační společnost na rozdíl od industriální již tolik neprodukuje, ale spíše zpracovává. S Benjaminem v jeho konceptu částečně souhlasí, když v roce 1988 píše, že počítačová simulace vytlačuje jakoukoliv auru, tedy odkaz k místu³⁰. Na druhou stranu těmito simulacím přikládá větší váhu, když je označuje jako určitou formu společenské zvyklosti; proces, který existuje sám za sebe a nemá pouze reprezentační funkci. Bolter a Grusin o deset let později naproti tomu tvrdí, že remediace (vylepšení, přeměna starých médií) neničí auru díla, ale vznikem nové formy ji přetváří³¹.

A jak je to tedy se vztahem analogové fotografie a moderní digitální? Nová média podle Boltera a Grusina vždy sama sebe definují ve vztahu ke starým. Také podle Dominika Schreye nabyly volně definované analogové technologie konkrétních obrysů z větší části až kontrastem ke svým digitálním protějškům³². Uživatelé nových médií se najednou ohlíželi na analogové jako na autentické technologie, zprostředkující ten pravý zážitek. Tato „stará“

³⁰ NICHOLLS, Bill. *The Work of Culture in the Age of Cybernetic Systems*. In: WALDRIP-FRUIIN, Noah a MONTFORT, Nick. *The New Media Reader*. Cambridge, London: The MIT Press, 2003, str. 627-641. ISBN 978-0262232272.

³¹ BOLTER, Jay Davis a GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, London: The MIT Press, 1999. ISBN 978-026-2268-981.

³² SCHREY, Dominik. *Analogue Nostalgia and the Aesthetics of Digital Remediation*. In: NIEMEYER, Katharina. *Media and Nostalgia – Yearning for the past, present and future*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014, str. 27-38. ISBN 978-1-137-37587-2.

média se tak stala jakýmsi indexem kvality. To by mohl být jeden z důvodů, proč Polaroidy a analogovou fotografii obecně neopouštíme ani dnes. Podle Laury Marks, autorky pojmu analogová nostalgie, se totiž tento stesk po starých dobrých médiích vyskytuje i u lidí, kteří vyrůstali již v plně digitalizovaném světě³³. I Susan Sontag píše, že „Pokud máme strach, střílíme. Ovšem jsme-li nostalgičtí, fotografujeme.“³⁴

Nostalgie s nejrůznějšími jmény (analogová, instantní, falešná, atd.) je další termín, který se v literatuře k tomuto tématu hojně objevuje. Autoři se jím většinou snaží objasnit oblibu mobilních aplikací na úpravu fotografií – tedy nejen Instagramu. I tak však jejich poznatky můžeme vztáhnout i na něj. Dominik Schrey přirovnává nostalgii k fascinaci ruinami v 17. a 18. století, která vedla k budování falešných ruin. Podobně v dnešní době existují digitální díla, která citují charakteristiky typicky přiřazované analogových médiím, které mohly být dříve považované za chyby (např. škrábance, optické vady fotografické čočky). Simulace dřívější formy má přinést původní autentický zážitek.

Podle Gila Bartholeynse se digitální fotografie postupem času a technologie stala dokonalou, ovšem zároveň chladnou. Říká, že právě onen chlad je to, co nakonec rozpoutalo vlnu retro fotografie – ta má totiž sice nejisté výsledky, ale právě proto je živá; vznikl tak nový druh „samonavozené nostalgie“³⁵. Tato vlna je však podle něj nedílnou součástí současné kultury remaků, znovuobjevování a znovuzhodnocování starých „vintage“ objektů. Jeho studie je pro náš výzkum o to cennější, že se zabývá přímo digitální retro fotografií.

Katharina Niemeyer zkoumala historii nostalgie a píše, že média a nové technologie mohou fungovat jako platformy a nástroje pro její vyjádření³⁶. Za jeden z projevů nostalgie považuje právě upravování digitálních fotografií v mobilních aplikacích tak, aby se podobaly polaroidovým fotografiím. Podle Niemeyer může být nostalgie symptomem pokroku, ale i krize – odkazuje na Andrese Huyssena, když tvrdí, že se jedná o formu reakce proti zrychlujícímu se technologickému pokroku, určitý typ „zpomalování“. Na to, co se v současnosti děje, je nahlíženo jako na historii už v čase, kdy se to odehrává. Ke stejnému závěru dochází

³³ MARKS, Laura U. *Touch: Sensuous Theory and Multisensory Media*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002. ISBN 08-166-3889-6.

³⁴ SONTAG, Susan. *O fotografii*. Vyd. 1. Praha: Paseka, 2002, str. 20. ISBN 80-7185-471-9.

³⁵ BARTHOLEYNS, Gil. *The Instant Past: Nostalgia and Digital Retro Photography*. In: NIEMEYER, Katharina. *Media and Nostalgia – Yearning for the past, present and future*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014, str. 51-69. ISBN 978-1-137-37587-2.

³⁶ NIEMEYER, Katharina. *Media and Nostalgia – Yearning for the past, present and future*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. ISBN 978-1-137-37587-2.

i Bartholeyns: „Matka neprožívá nostalgii kvůli tomu, že vidí syna, jak odchází do školy, ale proto, že se dívá na fotografii, jak její syn odchází do školy.”³⁷ Jde o způsob, jak (uměle) přetvořit přítomnost v něco emocionálně více poutavého. Ian Crouch souhlasí s ideou samonavozené či uměle vytvořené nostalgie, když píše, že „Vytváříme jakousi instantní nostalgii pro chvíle, které se vlastně ve skutečnosti nikdy nestaly.”³⁸ Niemeyer tomu říká „nostalgizing“ – nostalgie se tak stává aktivní činností, jejímž prostorem jsou média.

Kromě nostalgie Instagram přidává i estetickou hodnotu do našich životů. Podle Crouche filtry způsobují, že všechno od jídla až po nás samé vypadá najednou mnohem lépe a my si můžeme připadat jako rock'n'rollové hvězdy ze sedmdesátých let. Schrey však poukazuje na skutečnost, že když jsou analogové chyby digitálně simulované, je opomíjen fakt, že stárnutí vede ke smrti či nefunkčnosti – analogová nostalgie simuluje proces stárnutí, který ještě nenastal, a nikdy nenastane. Tato myšlenka je zajímavá, ovšem věřím, že uživatele Instagramu nijak nezatěžuje a proto je ani nemůže od používání „vintage“ filtrů odradit.

Lisa Chandler a Debra Livingston hlásají, že dokonalost fotografií a jednoduchost ovládání vytvořila „visual sameness“ (vizuální totožnost), kterou se umělci a amatéři snaží zahnat pomocí filtrů. Citují Susan Sontag: „Uměle vytváří ‘emoce starých fotografií tím, že zcela odříznou dobu, za kterou by se historie stala historií, a dají něčemu, co vzniklo před pouhými pár vteřinami, texturu samotného času.’”³⁹ Jde tedy o další variantu idey instantní samonavozené nostalgie. Kromě toho se domnívají, že fotografie dnes přispívají k propojenosti s přáteli online a budování vlastní identity.

Instagram se díky svému charakteru digitální sociální sítě a vysokému počtu uživatelů stává cílem nejen filozoficky laděných textů, ale také datových analýz. Těm se věnuje například Lev Manovich již od roku 2013. Právě v tomto roce dokončil projekt s názvem Phototrails (Stopy fotografií), ve kterém shromáždil 2,3 milionu veřejně sdílených fotografií

³⁷ „The mother experiences nostalgia not at seeing her son off to school but at seeing the photo of her son going off to school.” Vlastní překlad. BARTHOLEYNS, Gil. *The Instant Past: Nostalgia and Digital Retro Photography*. In: NIEMEYER, Katharina. *Media and Nostalgia – Yearning for the past, present and future*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014, str. 60. ISBN 978-1-137-37587-2.

³⁸ „We are creating a kind of instant nostalgia for moments that never quite were.” Vlastní překlad. CROUCH, Ian. Instagram’s Instant Nostalgia. In: *The New Yorker* [online]. 2012 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://www.newyorker.com/culture/culture-desk/instagrams-instant-nostalgia>

³⁹ „They fabricate ‘the emotion of old photographs by cutting out the wait for history entirely, and giving something just a few seconds old the texture of time.’” Vlastní překlad. CHANDLER, Lisa a LIVINGSTON, Debra. Reframing the Authentic: Photography, Mobile Technologies and the Visual Language of Digital Imperfection. *Inter-disciplinary.net* [online]. 2012 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://www.inter-disciplinary.net/at-the-interface/wp-content/uploads/2012/05/chandlerpaper.pdf>

uživatelů Instagramu ze třinácti různých měst. Ty poté analyzoval a s pomocí softwarových nástrojů vytvořil vizualizace skupin fotografií dle jejich kontextu. Ve své práci se snažil především porovnat vizuální vyjadřování uživatelů zmiňovaných třinácti měst, vysledovat vizuální vzorce instagramových fotografií uživatelů Tel Avivu v Izraeli během tří měsíců a zejména představit nové metody vizuální analýzy a jejich využití.⁴⁰

V dalším projektu, pojmenovaném *The Exceptional and the Everyday: 144 hours in Kyiv* (Výjimečné a každodenní: 144 hodin v Kyjevu), zahrnul do výzkumu 13208 instagramových fotografií od více než šesti tisíců autorů z centra Kyjeva během ukrajinského povstání v únoru 2014. Výzkum odhalil vysokou míru angažovanosti občanů Kyjeva na základě hashtagů, které se přímo vztahovaly k revolučnímu dění, a faktu, že 14 % všech fotografií bylo sdíleno v okolí náměstí, kde se protesty odehrávaly. Kromě toho byli Manovich a jeho kolegové schopní rozlišit i jednotlivé typy angažovanosti občanů.⁴¹

Selfiecity (Město selfie) je projekt, který pomocí teoretických, uměleckých a kvantitativních metod zkoumá specifika instagramových autoportrétů z několika světových metropolí – konkrétně z Bangkoku, Moskvy, Berlína, New Yorku, Sao Paula a Londýna. Manovich a jeho tým sledují, jaký je průměrný věk uživatelů Instagramu, kteří pořizují své autoportréty, jaký mají na fotkách výraz, jak moc naklání hlavu a zavírají oči, zda jsou to více muži či ženy a jaký je procentuální podíl selfie z celkového počtu instagramových fotografií v dané oblasti.⁴²

Je vidět, že současná literatura se mnohem více zabývá mobilními aplikacemi, které pomáhají upravovat fotografie, než analogovou fotografií a Polaroidem samotným. Poslední dvě jmenované slouží spíše jako ilustrace toho, čeho se uživatelé snaží různými filtry a úpravami dosáhnout. Mimo filozoficky laděných textů je Instagram předmětem analýz sociálních médií a Polaroid spíše publicistických textů, jak uvidíme v kapitole Představení Polaroidu. O tom, proč někteří uživatelé stále (nebo opět) používají analogové fotoaparáty, se však v odborné literatuře nedočteme. Motivací uživatelů mobilních aplikací je podle některých

⁴⁰ MANOVICH, Lev a HOCHMAN, Nadav. Zooming into an Instagram City: Reading the local through social media. In: *First Monday* [online]. 2013 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4711/3698>

⁴¹ MANOVICH, Lev, TIFENTALE, Alise, YAZDANI, Mehrdad a CHOW, Jay. The Exceptional and the Everyday: 144 Hours in Kyiv. In: *The Everyday* [online]. 2014 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: https://drive.google.com/file/d/0B2zp_-wC_PSzXzZzeDRaS0tpdUU/view

⁴² Investigating the style of self-portraits (selfies) in five cities across the world. In: *Selfiecity* [online]. [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://selfiecity.net/#intro>

autorů snaha o přidání estetické hodnoty do každodenního života, snaha o vyvolání nostalgických nálad, online socializování a budování vlastní identity, určitý způsob zpomalování technologického pokroku a idealizování starých médií.

II.III Specifika analogové, polaroidové, digitální a mobilní fotografie a jejich úprav

V této podkapitole nebudeme mít tendenci zkoumat úpravu fotografií v kontextu autorské manipulace se skutečností či aranžování záběrů, o kterých se dočteme snad v každé úvaze o fotografii⁴³, zajímat nás budou spíše vizuální specifika jednotlivých typů fotografií, kterým se v této práci věnujeme, a obecně historie jejich úprav.

Shrnout specifika analogové fotografie obecně můžeme jen těžko, vzhledem k tomu, že se neustále vyvíjela a současně existovalo mnoho typů filmu. Jisté ale je, že analogové fotografie upravovali jejich tvůrci od samého počátku, a to už při vyvolávání snímku i jeho následném zvětšování. Jak píše Johana Fundová ve své diplomové práci, fotografové mohli a stále mohou upravovat některé aspekty vzhledu výsledných snímků v temné komoře, například světlo či ostrost⁴⁴. Už od 19. století se navíc objevovaly pokusy o kolorování fotografií, ať už se jednalo o techniku daguerrotypie, ambrotypie či ferrotypie. V případě kalotypie se přišlo na to, že „Kopírování kalotypickým procesem bylo výhodnější i z toho důvodu, že různě dlouhým vyvíjením se mohlo dosáhnout různých tónů výsledných kopií od karmínové a purpurové po hnědočernou.“⁴⁵ Kapitulu samu pro sebe tvořily stereofotografie, které se nejen kolorovaly, ale i propichovaly, aby tyto vpichy simulovaly světelné zdroje. Manuální zásahy do snímků byly tak běžné, že Pavel Scheufler považuje za důležité nás upozornit, že na konci 19. století existovalo také několik tvůrců, kteří preferovali „přímou (čistou) fotografii“, která tyto úpravy odmítala⁴⁶.

⁴³ Namátkou například v kapitole „Mýtus fotografické pravdy“ ve Studiích vizuální kultury Marity Sturken a Lisy Cartwright nebo v Úvodu do vizuální kultury Nicholase Mirzoeffa, ale také ve studii O fotografii Susan Sontag a Malých dějinách fotografie Waltera Benjamina.

⁴⁴ FUNDOVÁ, Johana. *Vizuální komunikace a budování identity Mezinárodního filmového festivalu Karlovy Vary prostřednictvím Instagramu*. 2016, str. 35. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce Andrea Průchová.

⁴⁵ SCHEUFLER, Pavel. *Teze k dějinám fotografie do roku 1914*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, Filmová a TV fakulta, 2000, str. 14. Studijní texty. ISBN 80-85883-57-0.

⁴⁶ SCHEUFLER, Pavel. *Teze k dějinám fotografie do roku 1914*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, Filmová a TV fakulta, 2000, str. 52. Studijní texty. ISBN 80-85883-57-0.

Kromě kolorování se používaly i barevné filtry, které stály u zrodu barevné fotografie. První polaroidové fotografie udělaly zase trochu krok zpět, protože na začátku byly malé a pouze v sépiové barvě. Jak expresivně píše Christopher Bonanos, „V době, kdy se začínala šířit barevná fotografie, sépiové snímky evokovali spíš babiččin portrét na půdě než zbrusu novou technologii.“⁴⁷ Společnost Polaroid o tomto nedostatku věděla, a proto zahájila úspěšný vývoj černobílého a později i barevného filmu. Přesto některé snímky bledly nebo se po uschnutí deformovaly.

To ještě nevedlo k žádnému uměleckému využití (nebo to alespoň nebylo zaznamenáno), ale v roce 1969 vynalezl Polaroid nový typ barevného filmu pro fotoaparát SX-70, který se vybarvoval zcela sám, aniž by z něj uživatel musel odloupnout svrchní vrstvu nebo podnikat cokoli dalšího, a který přinesl zajímavý vedlejší efekt: „Také to umožnilo nečekanou novou formu uměleckého vyjádření. Emulze byla na bázi želatiny a pod fólií zůstávala měkká a mazlavá po dobu několika hodin, někdy i déle. Pokud jste povrch stlačili něčím tvrdým, jako například tupou tužkou, deformovali jste snímek. Netrvalo dlouho a velké množství lidí zjistilo, že si s vybarvující se fotografií hrají rádi (...).“⁴⁸ Jedním z nich byl i umělec Lucas Samaras, který si kromě deformací figur⁴⁹ oblíbil i vlastnoručně vyrobené filtry, které měnily barvu fotografií⁵⁰. Úprav samozřejmě vynalezli uživatelé Polaroidů více a pokračují v tom i v dnešní době – sama jsem v nedávné době vyslechla radu, abych dala polaroidový snímek do mrazáku a pak ho ohýbala, protože to dokáže vytvořit zajímavý barevný efekt.

Od doby Polaroidu SX-70 se v důsledku nové technologie vyvolávání změnil vizuální charakter filmů – fotografie nebyly tak ostré jako dříve a jejich barvy tak realistické, navíc začaly mít nažloutlý nádech. U Impossible filmů, které jsou k dostání v dnešní době a které musely začít s vývojem od začátku, jsou tyto nedostatky ještě výraznější. To, co je dnes považováno za hlavní vizuální charakteristiku polaroidových snímků, tedy není a nikdy nebyl

⁴⁷ „At a time when color photography was beginning to become widespread, sepia images evoked not fresh new technology but Grandma’s portrait in the attic.“ Překlad vlastní. BONANOS, Christopher. *Instant: the story of Polaroid*. First edition. New York, New York: Princeton Architectural Press, 2012, str. 48. ISBN 978-1-61689-085-8.

⁴⁸ „It also provided an unexpected new form of artistic expression. The emulsion was based on gelatin, and it remained soft and gooey under its Mylar cover for several hours, and sometimes more. If you pressed on the surface with something hard, like a dull pencil, you’d distort the image. Before long, a great many people discovered that they liked messing with a photo as it appeared (...).“ Překlad vlastní. BONANOS, Christopher. *Instant: the story of Polaroid*. First edition. New York, New York: Princeton Architectural Press, 2012, str. 95-98. ISBN 978-1-61689-085-8.

⁴⁹ Ukázka fotografie se nachází v příloze diplomové práce pod číslem 3.

⁵⁰ JOHNSON, William S, RICE, Mark a WILLIAMS, Carla; MULLIGAN, Therese a WOOTERS, David (eds.). *Dějiny fotografie: od roku 1839 do současnosti*. V Praze: Slovart, 2010, str. 691. George Eastman House collection. ISBN 978-80-7391-426-4.

záměr, spíše technologický nedostatek. Server Milujeme fotografii popisuje charakteristické rysy polaroidové fotografie takto: „(...) jednak je to bílý rámeček kolem snímku a jednak je to barevnost snímku. Fotografie jsou saturovanější více, než je obvyklé a většinou s teplejšími barvami mírně ubíhajícími ke žlutému odstínu. Kontrast je celkově nižší a snímky mají jakoby mléčný závoj.“⁵¹

Analogová fotografie, ať už klasická nebo instantní, byla tedy vždy upravována, i když to její vynálezci zcela neočekávali. Na rozdíl od nich, s editací fotografií počítaly již první digitální fotoaparáty na trhu a snažily se ji svým uživatelům maximálně ulehčit. Ti mohli některé aspekty upravovat už v základní nabídce fotoaparátu a samozřejmě také kontrolovat výsledek na externím či vestavěném displeji⁵². Práci usnadňovaly i rozšiřující se počítače a programy pro editaci fotografií. Na přelomu 80. a 90. let se prosazoval například grafický editor Barco Creator, ale od roku 1990 této oblasti vládne oblíbený Adobe Photoshop⁵³. Dá se tedy říci, že hlavní charakteristikou digitální fotografie je její snadná upravitelnost. Stephen Mayes k tomu říká: „Mezi analogovým a digitálním jsou teoretické rozdíly, ovšem základním rozdílem je zafixovanost analogového oproti tekutosti digitálního obrazu. (...) Analogová fotografie neexistuje, dokud není zafixována. Může být množena, reprodukována nebo vsazena do jiného kontextu, ale stále jde o zafixovaný obraz. Digitální obraz je úplným opakem, je kompletně tekutý. (...) A mobilní telefon tuto vlastnost ještě více posiluje.“⁵⁴

Mobilní fotografie, která se začala objevovat kolem roku 2000, udělala opět krok zpět, co se týká kvality fotografií – není divu, když uvážíme, že první mobilní telefon, J-SH04, měl fotoaparát s rozlišením 0,1 megapixelů⁵⁵. Pro porovnání, v současné době je možné najít mobilní telefon i s rozlišením 20,7 megapixelů, což je srovnatelné s rozlišením digitálních

⁵¹ BŘEZINA, Petr. Fotky jako z Polaroidu. In: *Milujeme fotografii* [online]. 2011 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <https://www.milujemefotografii.cz/fotky-jako-z-polaroidu>

⁵² FUNDOVÁ, Johana. *Vizuální komunikace a budování identity Mezinárodního filmového festivalu Karlovy Vary prostřednictvím Instagramu*. 2016, str. 35. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce Andrea Průchová.

⁵³ MÍSAŘ, Jan. Historie fotografických úprav aneb úpravy před Photoshopem i po něm. In: *ČVUT Wiki* [online]. 2014 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z:

https://cw.fel.cvut.cz/wiki/_media/courses/a7b33dif/sinlavy/historie_fotografickyh_uprav.pdf

⁵⁴ "There are theoretical differences between analog and digital, but essentially it comes down to the fixed image and the fluid image. (...) The image doesn't exist until it is fixed. It can be multiplied, reproduced and put in different contexts but it is still a fixed image. The digital image is entirely different; it is completely fluid. (...) What the cellphone does is it takes all the attributes of digital and magnifies them." Překlad vlastní. BROOK, Pete. In: *Wired* [online]. 2012 [cit. 2016-03-19]. Photographs are no longer things, they're experiences. Dostupné z: <http://www.wired.com/2012/11/stephen-mayes-vii-photography/>

⁵⁵ OČADLÝ, Tomáš. Historie fotomobilů. In: *Svět Andoida* [online]. 2013 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <http://www.svetandoida.cz/fotoserial-historie-fotomobilu-201312>

kompaktních fotoaparátů a poloprofesionálních zrcadlovek. Přesto je mobilní fotografie i dnes právem považována za fotografii s menší kvalitou obrazu.

Mobilní fotografie však má jiné přednosti, jak píše Pavla Králová ve své diplomové práci: „Fotografie je dnes tak dostupná jako nikdy předtím v historii. V západním světě je natolik demokratizována, že téměř každý má u sebe v jakékoliv době během dne alespoň jedno zařízení, které je schopno zaznamenat obraz ve formě fotografie (a videa).“⁵⁶ Z tohoto úhlu pohledu jsme téměř všichni fotografovi. Kromě toho, že se mobilní fotografie mimořádně rozšířila a stala se běžnou součástí našeho života, zjednodušila se oproti minulosti i editace fotografií: „Moderní mobilní telefony se zabudovaným fotoaparátem umožnily upravovat fotografie v ještě menší časové náročnosti. Editování fotografií bylo zpřístupněno i zcela běžným uživatelům, kteří neznají žádné základy úpravy digitálních fotografií, a to například prostřednictvím automatické korekce obrazu či vložením základních filtrů.“⁵⁷

Aplikace na úpravu fotografií začaly vznikat právě i s ohledem na nízkou kvalitu snímků. Jak řekl Kevin Systrom, zakladatel a výkonný šéf Instagramu: „Rozhodli jsme se vyřešit hlavní problém při pořizování snímků mobilním telefonem, tedy to, že jsou často rozmazané nebo špatně komponované. To jsme spravili.“⁵⁸ Dalo by se říct, že specifikem mobilní fotografie jsou právě různé úpravy a filtry, které jejich tvůrci používají. Už vznik hashtagu *#nofilter*⁵⁹ na Instagramu naznačuje potřebu uživatelů dát najevo, že se liší od většiny a filtr nemusí či nechťejí použít. Použití filtru je navíc v určitém typu společnosti velkým tématem, jak soudíme dle existence článků jako „Jak poznat, jestli vaši přátelé na Instagramu podvádí s hashtagem *#NoFilter*“⁶⁰ a webových aplikací, do kterých mohou uživatelé vložit URL libovolného snímku na Instagramu a dozvědět se, jestli na ní byl použit filtr, nebo ne⁶¹.

⁵⁶ KRÁLOVÁ, Pavla. *Médium v procesu změny: fotografie ze smartphonů a dalších mobilních zařízení v kontextu profesionální fotožurnalistiky*. 2013, str. 17. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce Filip Láb.

⁵⁷ FUNDOVÁ, Johana. *Vizuální komunikace a budování identity Mezinárodního filmového festivalu Karlovy Vary prostřednictvím Instagramu*. 2016, str. 37. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce Andrea Průchová.

⁵⁸ „We set out to solve the main problem with taking pictures on a mobile phone, which is that they are often blurry or poorly composed. We fixed that.“ Překlad vlastní. WORTHAM, Jenna. *A Stream of Postcards, Shot by Phone*. In: *New York Times* [online]. 2011 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2011/06/04/technology/04photosharing.html>

⁵⁹ Definice hashtagu dostupná z: <https://tagdef.com/nofilter>

⁶⁰ NIGATU, Heben. *How To Tell If Your Friends Are #NoFilter Fakers On Instagram*. In: *Buzz Feed* [online]. 2013 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <http://www.buzzfeed.com/hnigatu/how-to-tell-if-your-friends-are-nofilter-fakers-on-instagram#.nj21LO6pn>

⁶¹ Například aplikace Filter Fakers. Dostupné z: <http://filterfakers.com/catcher>

Jak vidíme, historie úprav je dlouhá jako historie samotné fotografie a fotografové vždy zkoušeli, kam až jim technika dovolí zajít. Díky tomu mají také snímky z různých historických období svoje specifika a omezení, ať už vizuální, kvalitativní nebo svým zaměřením a cílovou skupinou fotografů či diváků.

III. Historie a současnost Polaroidu a Instagramu

III.I Představení Polaroidu

Polaroidy jsou spjaty zejména se stejnojmennou značkou, ačkoli je vyráběla i firma Kodak. Každopádně nápad, který vedl k vynálezu prvního Polaroidu, dostal Edwin Land, fyzik, vědec a zakladatel společnosti Polaroid, už v roce 1943. Instantní fotografie jako taková byla veřejnosti představena v únoru 1947, spolu s prvním prototypem instantního fotoaparátu, který se na trh dostal o rok později. Ovšem trvalo ještě dalších třicet let přemýšlení a vývoje, než byl na trh uveden revoluční, plně automatický fotoaparát s názvem SX-70.⁶²

Největšího rozmachu dosáhl Polaroid v šedesátých a sedmdesátých letech. V roce 1956 slavil Polaroid milion vyrobených fotoaparátů, které byly k dostání ve více než 45 zemích po celém světě⁶³ a v sedmdesátých letech fotografové nafotili kolem bilionu fotografií každý rok⁶⁴. Úspěch firmy Polaroid 70. let je v současné době srovnáván s výsledky moderní společnosti Apple. Známy investor Marc Faber „společnost Apple přirovnal k firmě Polaroid, která v 70. letech minulého století dominovala na trhu spotřební elektroniky, převážně s instančními fotoaparáty a filmy. Její zakladatel a inovátor Erwin H. Land vedl firmu od jejího založení v roce 1937 až do roku 1982, kdy se vzdal křesla v představenstvu i pozice výzkumníka. O 19 let později Polaroid zažádal o ochranu před věřiteli a většinu byznysu rozprodal v bankrotovém řízení.“⁶⁵ Faber dodal, že „se podle něj Apple v mnoha ohledech podobá právě Polaroidu, který se dlouhá léta hřál na výsluní pozornosti investorů, ale na sklonku své činnosti zaostal za inovačním tempem doby.“⁶⁶ Firma Polaroid vyhlásila od roku 2001 bankrot celkem dvakrát a třikrát byla prodána⁶⁷.

Christopher Bonanos o této době píše: „Konec instantního filmu se blížil – ovšem za těch pár let, v polovině první dekády 21. století, se začalo dít něco zvláštního. Poptávka po

⁶² HEJNA, Michal. *Historie Polaroidu* [online]. 2014 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z:

<https://hejnamichal.wordpress.com/2014/07/17/historie-polaroidu-1/>

⁶³ Od polarizace k Polaroid Cube. In: *Polaroid Cube* [online]. [cit. 2016-03-18]. Dostupné z:

<http://www.polaroidcube.cz/historie/>

⁶⁴ BONANOS, Christopher. *Instant: the story of Polaroid*. First edition. New York, New York: Princeton Architectural Press, 2012. ISBN 978-1-61689-085-8.

⁶⁵ LAMACZ, Lukáš. Apple jako Polaroid? In: *Kurzy.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-03-19]. Dostupné z:

<http://www.kurzy.cz/zpravy/358274-apple-jako-polaroid/>

⁶⁶ LAMACZ, Lukáš. Apple jako Polaroid? In: *Kurzy.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-03-19]. Dostupné z:

<http://www.kurzy.cz/zpravy/358274-apple-jako-polaroid/>

⁶⁷ BONANOS, Christopher. *Instant: the story of Polaroid*. First edition. New York, New York: Princeton Architectural Press, 2012. ISBN 978-1-61689-085-8.

polaroidovém filmu nespada na nulu, jak předpokládali Pettersovi⁶⁸ lidi. Ve skutečnosti se pokles začal vyrovnávat. Prodeje byly natolik svižné, že zásoba materiálů na deset let byla vyčerpána za méně než pět.⁶⁹ Začaly se prodávat fotoaparáty Diana a Holga, které používaly klasický 35mm film a Bonanos je označuje za plastové hračky, které však kupovali dospělí. Kromě toho se prodávaly i plyšové Polaroidy, objevovaly se Polaroidy na oblečení i jako tetování – vlna nostalgie se přivalila ještě v době, kdy společnost stále existovala. Firma Polaroid nakonec zanikla v roce 2008 v přímém důsledku několika nešťastných rozhodnutí vedení firmy a nástupu digitální fotografie v 90. letech⁷⁰, což u některých vyvolalo bouřlivé reakce. Filmový režisér John Waters se nechal slyšet, že „Svět je bez Polaroidu hrozným místem.“⁷¹ a portrétista Timothy Greenfield-Sanders přirovnal nastalou situaci ke katastrofě formátu Hiroshimy.

I přes nedostatek filmů se konec Polaroidů nekonal. „Když se v roce 2008 zavírala továrna na fotografický materiál v nizozemském Enschede, konal se v ní večírek na rozloučenou. A právě tam se skupina lidí rozhodla, že továrnu odkoupí a znovu rozjede výrobu materiálu pro Polaroidy,⁷² vypráví dvojice Tomáš Nosek a Michal Čáp, kteří si na pražském Žižkově otevřeli PolaroidLove, prodejnu s Polaroidy a dalšími analogovými fotoaparáty. Odkoupením továrny odstartoval tzv. Impossible Project, který si kladl za cíl vrátit Polaroidům jejich bývalou slávu. Polaroid tedy nějakou dobu skomíral, ale ze scény se úplně nikdy nevytratil.

Zakladatelé Impossible Projectu museli vyvinout nový typ filmu kvůli náročnějším ekologickým požadavkům na jeho výrobu. Po dvou letech úsilí se jim to povedlo a z nejistého

⁶⁸ Tehdejší majitel společnosti Polaroid.

⁶⁹ „The end of instant film was fast approaching – except that over those few years, in the mid-2000s, something peculiar started to happen. Demand for Polaroid film did not fall off to zero, as Petters’s people had figured. In fact, the decline began to level out. Sales were brisk enough that the ten-year supply of materials was exhausted in less than five.“ Překlad vlastní. BONANOS, Christopher. *Instant: the story of Polaroid*. First edition. New York, New York: Princeton Architectural Press, 2012, str. 161. ISBN 978-1-61689-085-8.

⁷⁰ „Trochu paradoxní na celé situaci instantní vs. digitální fotografie bylo i to, že společnost Polaroid se v roce 1996 zařadila se svým fotoaparátem PDC-2000 mezi první výrobce digitálních fotoaparátů. Právě oblast digitální fotografie měla být odvětvím, v jehož prospěch se firma Polaroid instantní fotografie před koncem minulého desetiletí vzdala.“ BARTOŠ, Tomáš. Zabil digitál instantní fotografii? In: *Milujeme fotografii* [online]. 2014 [cit. 2016-03-19]. Dostupné z: <https://www.milujemefotografii.cz/zabil-digital-instantni-fotografii>

⁷¹ “The world is a terrible place without Polaroid.” Překlad vlastní. BONANOS, Christopher. *Instant: the story of Polaroid*. First edition. New York, New York: Princeton Architectural Press, 2012, str. 163. ISBN 978-1-61689-085-8.

⁷² SVORNÍK, Petr. Češi vracejí Polaroidy do hry. In: *Novinky.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/internet-a-pc/395312-cesi-vraceji-polaroidy-do-hry.html>

start-upu se stala stabilní společnost s pobočkami v Rakousku, Německu, Nizozemí, Velké Británii, Francii, USA a Číně⁷³.

Dnes si můžeme pořídit klasický instantní fotoaparát jak od firmy Polaroid (v bazaru, v internetových aukcích a také v prodejnách jako PolaroidLove, kde Polaroidy vykupují a renovují), tak i nové modely od Fujifilmu. Firma Polaroid stále existuje, ale paradoxně se soustředí na výrobu digitálních fotoaparátů, tabletů, televizí a v poslední době i outdoorových kamer. Kromě toho najdeme vizuální prezentaci značky Polaroid i na Instagramu, čímž se kruh již zcela uzavírá.

III.II Představení Instagramu

Aplikace Instagram byla původně určena pouze pro mobilní telefony s operačním systémem iOS, později se přidala podpora pro Android a Windows Phone. I přes své výhradní zaměření na mobilní zařízení jsou některé úspěšné instagramové účty vybudovány na základě fotografií z digitálních zrcadlovek, které jsou posléze nahrány na Instagram přes mobilní telefon, což je v přímém rozporu s podstatou této sociální sítě⁷⁴. Od roku svého spuštění získává stále nové příznivce po celém světě a 22. září 2015, tedy po necelých pěti letech existence, vydal Instagram oficiální prohlášení, že se instagramová komunita rozrostla již na více než 400 milionů registrovaných uživatelů⁷⁵. Za tuto dobu nahráli uživatelé na Instagram více než 40 miliard fotografií. Každý den udělí uživatelé snímkům přes 3,5 miliard tzv. líků prostřednictvím tlačítka „To se mi líbí“ a každý den na Instagram nahrají průměrně více než 80 milionů fotografií⁷⁶. Podle webu DMR (Digital Marketing Ramblings) tvoří 51 % registrovaných uživatelů muži a 49 % ženy. 90 % uživatelů je mladších než 35 let a 41 %, tedy největší část registrovaných uživatelů, spadá do věkové kategorie 16 - 24 let⁷⁷. Než se pustíme do dalšího shrnutí historie a specifik Instagramu, podíváme se na to, jak vlastně funguje.

⁷³ About us. In: *Impossible* [online]. [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <https://eu.impossible-project.com/pages/about-us>

⁷⁴ Nejsledovanější Čech na Instagramu v rozhovoru pro Respekt potvrdil, že fotí jak iPhonem, tak i digitálním kompaktem Fujifilm X100s a zrcadlovkou Nikon D600. KAVANOVÁ, Lucie. S fotkami z Instagramu na zdi londýnského metra. In: *Respekt* [online]. 2014 [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <http://www.respekt.cz/fokus/s-fotkami-z-instagramu-na-zdi-londynskeho-metra>

⁷⁵ Celebrating a Community of 400 Million. In: *Instagram* [online]. 2015 [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <http://blog.instagram.com/post/129662501137/150922-400million>

⁷⁶ Stats. In: *Instagram* [online]. [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <https://instagram.com/press/>

⁷⁷ SMITH, Graig. By The Numbers: 160+ Interesting Instagram Statistics. In: *DMR* [online]. 2016 [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <http://expandedramblings.com/index.php/important-instagram-stats/>

Instagram není jen způsob, jak rychle upravit mobilem zachycenou fotografii či krátké video, ale zejména cesta, jak obojí rychle sdílet v online prostředí. Jeho sociální aspekt spočívá v tom, že se uživatelé mohou navzájem sledovat a hodnotit si sdílené snímky pomocí tlačítka „Like“ neboli „To se mi líbí“. Je to tedy vizuální sociální síť, což potvrzuje i definice Antonína Pavlíčka: „V oblasti webu 2.0 se pod sociální sítí rozumí každý systém, který umožňuje vytvářet a udržovat seznam vzájemně propojených kontaktů, přátel. Dají se sem zařadit i systémy, u kterých není budování kontaktu primární, ale jenom jednou z podporovaných funkcí. Každý uživatel social networking systému definuje své charakteristiky a vlastnosti, které jsou veřejně dostupné pro další uživatele. Lidé se v rámci systému mohou vzájemně vyhledávat, a vytvářet tak virtuální komunitu. Pokročilejší formou je prohledávání sociálních sítí – nahlížení do seznamů přátel našich přátel – tedy hledání známých druhé a dalších úrovní. Na výše uvedené funkci jsou pak založené další vlastnosti socialware. Tedy možnost publikování různých informací, vkládání fotografií a alb, vytváření deníčků a podobně.“⁷⁸ V rámci objasnění terminologie této sociální sítě ještě zmiňme, že uživatelé mohou ke svým fotografiím a videím přidávat popisky a také hashtagy, které fungují jako klíčová slova a usnadňují vyhledávání.

Instagram byl spuštěn v říjnu roku 2010 a dle samotných tvůrců je to „zábavný a osobitý způsob, jak sdílet svůj život s přáteli prostřednictvím sérií fotografií. Pořídíte fotografii svým mobilním telefonem a poté si vyberte filtr, kterým svůj snímek přeměníte na vzpomínku, která vás bude navždy provázet. Budujeme Instagram, abychom vám umožnili zažívat momenty v životech vašich přátel prostřednictvím fotografií, a to v reálném čase. Představujeme si svět, který bude díky fotografiím více propojen.“⁷⁹ Z této krátké definice vyplývá, že hlavní hodnotou Instagramu má být jeho sociální aspekt a, co je pro nás ještě důležitější, že pokud pro danou fotografii vybereme filtr, povyšujeme ji tímto ve vzpomínku, navíc takovou, na kterou nezapomeneme. Ve své podstatě uživatelé Instagram takto používají, jen může být překvapivé, co všechno mění ve vzpomínky. Pokud autoři aplikace čekali, že mezi sebou budou přátelé sdílet důležité okamžiky ze svých životů, které se jim podaří zdokumentovat, možná je uživatelé překvapili.

⁷⁸ PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010, s. 125. ISBN 978-80-245-1742-1.

⁷⁹ „Instagram is a fun and quirky way to share your life with friends through a series of pictures. Snap a photo with your mobile phone, then choose a filter to transform the image into a memory to keep around forever. We're building Instagram to allow you to experience moments in your friends' lives through pictures as they happen. We imagine a world more connected through photos.“ Vlastní překlad. FAQ. In: *Instagram* [online]. [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <https://instagram.com/about/faq/>

Z pohledu na instagramový feed lze totiž vyčíst, že je toto médium využíváno několika různými způsoby – jako osobní obrazový deník běžného registrovaného uživatele či celebrity, jako reportážní médium a v neposlední řadě jako propagační kanál komerčních i nekomerčních organizací či jednotlivců. Z výše uvedených nás zajímají zejména osobní kanály běžných uživatelů. Ti sdílejí všechny druhy zážitků – z cest, z práce, jídla, pití, rodinného života, atd. Krátká studie *What we Instagram*⁸⁰ z roku 2014, která se prohlašuje za první výzkum typů uživatelů Instagramu i jeho obsahu, definovala těchto osm hlavních kategorií – přátelé, jídlo, stroje, vyfocené nápisy, obrazy či fotografie, zvířata, aktivity, móda a oblíbené selfie, tedy autoportréty.

Na stránkách Instagramu je zajímavý také odkaz na staré fotoaparáty: „Když jsme byli dětmi, moc rádi jsme si hráli s foťáky. Líbilo se nám, jak se některé druhy starých fotoaparátů propagovaly coby ‚instantní‘ – tedy něco, co dnes bereme jako samozřejmost. Také nám připadalo, že snímky, které lidi vytváří, jsou takovými telegramy, které jsou pak ‚po drátě‘ posílány ostatním – a napadlo nás, proč tyto dvě věci nespojit?“⁸¹ Je tu jasný odkaz na staré instantní fotoaparáty, kterými byly právě Polaroidy.

Na portálu *Milujeme fotografii* to vyjádřili ještě explicitněji: „Snímky s podobnou vizáží vznikaly už dříve, ještě před příchodem digitální fotografie. Opět jde tedy o retro. Vývojáři zmíněných (a jim podobných) aplikací, se vlastně vrátili do historie a inspirovali se ve starých fotografických technikách, materiálech i přístrojích, které dávaly vzniknout obrazově specifickým fotografiím. Někdy bylo dokonce snadno rozpoznatelné, kterým fotoaparátem byly pořízeny (leckdy šlo i důsledek technické nedokonalosti konkrétních přístrojů). Takže filtry, se kterými v některých aplikacích pracujete, vlastně věrně simulují staré fotografické materiály a techniky.“⁸²

⁸⁰ HU, Yuheng, MANIKONDA, Lydia a KAMBHAMPATI, Subbarao. *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types*. [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <http://149.169.27.83/instagram-icwsm.pdf>

⁸¹ „When we were kids we loved playing around with cameras. We loved how different types of old cameras marketed themselves as "instant" - something we take for granted today. We also felt that the snapshots people were taking were kind of like telegrams in that they got sent over the wire to others - so we figured why not combine the two?“ Vlastní překlad. FAQ. In: *Instagram* [online]. [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <https://instagram.com/about/faq/>

⁸² BARTOŠ, Tomáš. Zkuste si retro. In: *Milujeme fotografii* [online]. 2014 [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <https://www.milujemefotografii.cz/zkuste-si-retro>

IV. Motivace uživatelů k používání Polaroidu a Instagramu

V této části se pokusíme získat názor na vhodné využití Polaroidu a Instagramu od samotných uživatelů, tedy převážně přes rozhovory, osobní blogy a články. Takových je na internetu velké množství, takže je přirozené, že se zde objeví jen určitá selekce, která dle našeho názoru ilustruje hlavní způsoby, jak uživatelé o těchto médiích uvažují.

IV.I Motivace uživatelů Polaroidu

Ačkoli, jak jsme vyzorovali z rešerše literatury, se většina vydávaných autorů zabývá spíše zkoumáním, co uživatelům přináší mobilní aplikace na úpravu fotografií, případně analýzami Instagramu, na internetu najdeme i mnoho argumentů ve prospěch Polaroidu od autorů, kteří propadli analogové fotografii.

Módní fotografka Emily Soto má důvodů hned několik: „Můj styl módní fotografie má základy v umění. Miluji ten starý dobrý pocit umělce, který mi Polaroid dává, a nadšení smíšené s obavami, se kterými sleduji, jak to dopadne. Polaroidový film je starý, často způsobuje nedokonalosti a každý snímek je unikátní, což se mi také líbí. Miluji také jeho instantnost, baví mě pozorovat, jak se výsledek okamžitě zhmotňuje v tištěné podobě. Fotografování na Polaroid je odlišné od toho digitálního. Polaroidy vám dají takový syrový, vintage pocit, kterého s digitálním fotoaparátem nedosáhnete, dokonce ani po úpravě. V tomto typu fotografie je zkrátka organická syrovost a unikátnost v každém snímku. Jednou z nejlepších věcí na Polaroidech, a filmu obecně, je fakt, že mě donutí poodstoupit a zamyslet se nad tím, co chci vlastně zachytit.“⁸³ Výhoda digitálních fotoaparátů, se kterými může fotograf udělat nepočítaně snímků a navíc zadarmo, zřejmě některé umělce až tak neokouzluje. Emily Soto navíc výslovně uvádí, že fakt, že jsou filmy do Polaroidu poměrně drahé, ji k tomuto přemýšlení o úhlu záběru a kompozici nutí ještě více. Podle ní je to navíc i dobrá učební pomůcka, která pomáhá určit,

⁸³ „My fashion photography is grounded in art. I love the old, painterly feel that a Polaroid gives and the excitement of seeing how it will turn out, and never really knowing. Polaroid film is old, and often that makes it imperfect and each frame is unique - I love that. I also love the instantaneous nature of seeing something coming to life on print. There is a difference with shooting Polaroid film compared to digital. Polaroids give such a raw, vintage feel that is impossible to achieve with digital, even with retouching. There is an organic rawness, and uniqueness with each image. One of the greatest things about shooting with Polaroid, and film in general, is the fact that it makes me step back and think about what I'm aiming to capture.“ Vlastní překlad. SOTO, Emily. The Importance Of Polaroid - Why I Still Love To Shoot With Instant Film. In: *Huffpost* [online]. 2014 [cit. 2016-03-23]. Dostupné z: http://www.huffingtonpost.com/emily-soto/the-importance-of-polaroi_1_b_6120662.html

zda chce student usilovat spíše o kvantitu, nebo o kvalitu. S touto myšlenkou souhlasí i Michal Nosek, zakladatel PolaroidLove, když říká: „Na Polaroidech se mi líbí, že musím nad každou fotkou přemýšlet.“⁸⁴

Emily Soto pokračuje: „Focení s Polaroidem je také velmi společenskou událostí. Všichni na place rádi pozorují, jak se snímky vyvíjejí a jsou překvapení, že je mohou fyzicky vzít do ruky. Jak jsem již vysvětlila, držet fotografii v její fyzické podobě v rukou je velmi odlišné než sledování digitálních fotografií pouze na displeji, a opravdu to budí nadšení u mého týmu i mých studentů.“⁸⁵

Společenský aspekt zmiňuje i Christopher Bonanos ve své knize o Polaroidu: „Digitální snímky však nepřivádí lidi dohromady tak, jak to uměly ty polaroidové. Doneste jeden z těchto starých foťáků na party a otázky se jen pohnou: ‚Hej, do tohoto se ještě dá sehnat film?‘ ‚Stojí tyhle foťáky za ty peníze?‘ A jakmile se začnou vybarvovat fotografie, ‚Tedy, to vypadá dost dobře! Ani si nepamatuju, že by Polaroidy takhle vypadaly. Vlastně se asi není čemu divit, měli jsme jeden, když jsem byl ještě malý a...‘ Tento boží vynález ze čtyřicátých let, všudypřítomný v sedmdesátých letech a zdánlivě zastaralý v současnosti, má stále podivné a odzbrojující kouzlo.“⁸⁶ Tato slova mohu potvrdit z vlastní zkušenosti – kdykoli jsem se procházela po Praze se svým Polaroidem SX-70 v ruce, navazovala jsem konverzaci s lidmi, kteří by si mě normálně ani nevšimli a já bych si pravděpodobně nevšimla jich. Kromě toho jsem se jednou osmělila a oslovila náhodnou kolemjdoucí, zda by mi nezapózovala u scénérie, k níž se hodilo její oblečení, a pak jsme společně pozorovaly postupně se vybarvující fotografii, což byl zážitek, který by s digitálním fotoaparátem či Instagramem zopakovat nešel. Jak píše Christopher Bonanos: „Fotograf a jeho model mohou vést nezávaznou konverzaci, zatímco se fotografie

⁸⁴ SVORNÍK, Petr. Češi vracejí polaroidy do hry. In: *Novinky.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-03-23]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/internet-a-pc/395312-cesi-vraceji-polaroidy-do-hry.html>

⁸⁵ „Shooting with Polaroid is very social too. Everyone on my set loves seeing them develop and are surprised to physically hold the image in their hand. As I explained, the tangible factor of holding an image is so different than seeing a digital image on a screen, and it really excites the team and my students.“ Vlastní překlad. SOTO, Emily. The Importance Of Polaroid - Why I Still Love To Shoot With Instant Film. In: *Huffpost* [online]. 2014 [cit. 2016-03-23]. Dostupné z: http://www.huffingtonpost.com/emily-soto/the-importance-of-polaroi_1_b_6120662.html

⁸⁶ „Somehow, though, digital pictures do not draw people together the way Polaroid photos did. Haul one of those old cameras out at a party, and the questions start: “Hey—can you still get film for that thing?” “Are the cameras worth money?” And, once the photos start appearing, “You know, that looks pretty good! I don’t remember Polaroids looking like that. But, you know, we had one when I was little, and...” This gee-whiz invention of the 1940s, ubiquitous in the 1970s, ostensibly obsolete today, still exerts a weird and bewitching pull.“ Vlastní překlad. BONANOS, Christopher. *Instant: the story of Polaroid*. First edition. New York, New York: Princeton Architectural Press, 2012, str. 8. ISBN 978-1-61689-085-8.

vybarvuje. Když je proces u konce, snímek může být darován nebo poslán po místnosti. Neexistuje žádná sociálnější forma fotografování.“⁸⁷

Fotograf Milan Hejna na svém blogu potvrzuje myšlenku, že retro vlna mohla vzejít z přesycenosti digitální dokonalostí, kterou formuloval už Gil Bartholeyns a částečně i Walter Benjamin: „Už ani nevím, na jakém webu jsem spatřil transfer polaroidové fotografie na papír. Okamžitě mě okouznil jeho vzhled. Uvědomil jsem si, že tohle je přesně to, co hledám. Jako východisko z přesycení dokonalostí a nekonečnou množitelností digitálních dat návrat k analogové klasice. Kouzlo originálu postupně vznikající pod rukama fotografa.“⁸⁸

Snažili jsme se najít i negativní pohledy na Polaroid, abychom zjistili, co na něm uživatelům vadí, ale objevili jsme jen blog s názvem I Hate Polaroids⁸⁹, který ovšem neobsahuje žádné vysvětlení, a krátkou zmínku o drahých filmech⁹⁰ na osobním blogu. Bohužel tedy nic s velkou výpovědní hodnotou.

IV.II Motivace uživatelů Instagramu

Rešerše literatury odhalila, co si o motivaci pro použití mobilních aplikací, tedy i Instagramu, myslí někteří filozofové a výzkumníci – podle nich je to zejména snaha o navození pocitu nostalgie a výjimečnosti vlastního života a také snaha o začlenění do online komunity. Ačkoli jsme již dříve prohlásili, že se budeme soustředit především na běžné registrované uživatele, což stále platí, připadá nám zajímavé zmínit, že z rozhovorů s profesionálními fotografy a článků o nich⁹¹ se dozvídáme také o použití Instagramu jako nástroje moderního fotožurnalismu. Existují projekty⁹², které byly celé nafoceny na mobilní fotoaparát, nahrány na Instagram a poté zveřejněny i v tištěných médiích, což nás nutí k zamyšlení, zda se reportéři

⁸⁷ „Photographer and subject can make small talk as the picture steeps. When the print is revealed, it can be handed over as a gift or circulated around the room. There is no more social form of picture-taking.“ Vlastní překlad. BONANOS, Christopher. *Instant: the story of Polaroid*. First edition. New York, New York: Princeton Architectural Press, 2012, str. 11. ISBN 978-1-61689-085-8.

⁸⁸ HEJNA, Michal. Láska jménem Polaroid. In: *Michal Hejna Photography* [online]. 2015 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://michalhejna.cz/blog/2015/02/laska-jmenem-polaroid-love-named-polaroid/>

⁸⁹ Dostupné z: <http://ihatepolaroids.tumblr.com/>

⁹⁰ BALDY, Iceman. My Love-Hate Relationship with Polaroid Photography. In: *Iceman Baldy: A Geek with Swag* [online]. 2016 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://icemanbaldy.com/2016/01/21/my-love-hate-relationship-with-polaroid-photography/>

⁹¹ HISCOTT, Rebecca. 14 Instagram Photojournalists Who Will Open Your Eyes to the World. In: *Mashable* [online]. 2013 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://mashable.com/2013/12/26/instagram-photojournalism/>

⁹² Například fotografické projekty Bena Lowyho s názvy iLibya či iAfghanistan z válečných oblastí, které již svým jménem odkazují k faktu, že byly nafoceny na iPhone. Dostupné z: <http://www.benjaminlowy.com/>

k Instagramu uchylují jen proto, že mobilní telefon je v delikátních situacích podstatně nenápadnější než profesionální zrcadlovka, nebo proto, že se také snaží vymanit z vizuální normy současného fotožurnalistu.

Jako marketingový nástroj a nástroj vizuální komunikace mezi veřejně známými osobnostmi a jejich publikem využívají uživatelé Instagram zejména kvůli jeho širokému publiku a snadnému šíření obsahu. To je pravděpodobně také důvod, proč někteří uživatelé, například profesionální fotografové, sdílí na Instagramu i fotografie, které předtím vyfotí zrcadlovkou, ač se to může zdát paradoxní.

Na internetu je mnohem těžší najít vyjádření samotných uživatelů Instagramu, než tomu je u uživatelů Polaroidu, kteří většinou hrdě prohlašují, že je to něco úžasného a neobyčejného. V případě Instagramu se spíše dozvíme, jak udělat fotografii, která zaujme, jak nasbírat co nejvíce followerů svého kanálu a jak aplikaci nejlépe využít pro marketingové účely. Když už objevíme názory samotných uživatelů, nejsou vždy pozitivní a netýkají se vždy jen toho, proč uživatele baví či nebaví fotit na Instagram, jedná se spíše o jejich připomínky ke snímkům ostatních a fungování celé komunity. Jak píše na svém blogu například anonymní „redaktor Standa“: „Ačkoli jsem osobně vůči většině internetových trendů dosti imunní, nakonec jsem ani já neodolal, a na svůj iPhone si Instagram nainstaloval letos na jaře (poté, co jsem v loňském roce podlehl dojmu, že před Instagramem nejde nikam utéct a je na něm doslova KAŽDÝ). Odolávat tomuto sociálnímu tlaku je obecně docela těžké (...). Instagram se mi po pár týdnech nadšeného užívání – kdy jsem se s horlivostí malého kluka snažil o co nejlepší fotky a pošetile se piplal s jejich úpravou a výběrem vhodného filtru a hashtagů – zhnusil do té míry, že bych nevydržel už ani o minutu déle být součástí celé té bláznivé komunity, která se předhání v tom, kdo se vyfotí s dražším autem nebo na exotičtějších místě.“⁹³ Tento citát budiž příkladem nespokojeného uživatele, který je ovšem nespokojen spíše kvůli charakteru instagramové komunity, než že by se mu zošklivilo samotné fotografování s aplikací.

Sociální aspekt Instagramu může být samozřejmě brán také jako jeho pozitivum, jak se dozvídáme od Stephena Mayese: „Vztah, který máme k zobrazování, se mění. Náš nový vztah je méně o svědectví, důkazech a dokumentování a mnohem více o zážitcích, sdílení, o jedinečnosti dané chvíle a přenosu. Mobil je poslem něčeho velmi výmluvného. (...) Myslím, že Instagram a další platformy přináší dojem vyprávěných příběhů. Není to jen dokumentace

⁹³ ANKETA: Co vy a Instagram? In: *Srdce blogu* [online]. 2014 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://blog.blog.cz/1410/anketa-co-vy-a-instagram>

skutečnosti. Vypráví, co jsem dělal a proč jsem to dělal. A tyto příběhy nás fascinují a dávají fotografiím sílu.⁹⁴ Mayes mluví především o Instagramu jako prostředku fotožurnalismu, ale jeho tvrzení lze vztáhnout i na jeho použití běžnými uživateli. To, že můžeme fotografie sdílet a nechat tak naše přátele (ovšem mnohdy i naprosté cizince) nahlédnout do našich každodenních příběhů a reagovat na ně, jim může dodat ještě větší sílu.

Jsou navíc i zastánci Instagramu, kteří si nemyslí, že je fotografování s touto aplikací o předvádění se ostatním, ale o tom, že si sami snáze uvědomíme hezké chvílky každodenního života. Jak píše Aneta Dufková: „Používání Instagramu vám pomůže vytvořit zvyk hledání krásy ve vlastním životě, zejména v těch úkonech, které se opakují denně. Najednou vidíte svůj vlastní život prostřednictvím nového objektivu. Potom si ty obrázky můžete procházet a přát si, abyste na ně nikdy nezapomenuli. Instagram rozšíří vaši schopnost být vděčný za maličkosti a malé okamžiky. Dokumentuje váš život v obrazové formě.“⁹⁵ Tento citát mi připomněl Susan Sontag, která se vyjadřuje o moderní fotografii jako takové v podobném stylu, její tvrzení však nevyznívá tak pozitivně: „Zdá se naprosto nepřírozené cestovat pro radost, aniž bychom si s sebou vzali fotoaparát. Fotografie nám zajistí nesporný důkaz, že k onomu výletu došlo, že program byl splněn a že se užilo legrace. Fotografie dokumentují spotřební procesy odehrávající se mimo dohled rodiny, přátel, sousedů. Avšak závislost na fotoaparátu jako přístroji, který proměňuje to, co prožíváme, ve skutečnost, neslábne ani u lidí, kteří cestují více.“⁹⁶ Mluví sice o fotografii v kontextu cestování, v přímém kontrastu s Anetou Dufkovou, která se naopak zabývá úlohou fotografie v každodenním životě, ale obě vidí pořizování snímků jako záznam radostí a zážitků. Sontag navíc mluví o dokumentování zážitků, které nevidí naši blízcí, což dokáže právě Instagram jednoduše napravit svou sociální funkcí.

Dalším pozitivem Instagramu se zdá být to, že je to zkrátka zábava. Nejsledovanější Čech na Instagramu, Jiří Šiftař, to řekl hned dvakrát. V rozhovoru pro App-Magazín prohlásil, že „iPhone, aplikace jako Hipstamatic, sdílení a nakonec hlavně Instagram ale vrátili fotku k

⁹⁴ „The way we relate to imagery is changing. Our new relationship is less about witness, evidence and document and much more about experience, sharing, moment and streaming. The cellphone is a harbinger for something hugely significant. (...) I think with Instagram and the other platforms there is this notion of telling stories. It is not just documenting fact. It's what was I doing, why was I doing it. And these stories are fascinating and what gives these images their pull.“ Vlastní překlad. BROOK, Pete. In: *Wired* [online]. 2012 [cit. 2016-03-25]. Photographs are no longer things, they're experiences. Dostupné z: <http://www.wired.com/2012/11/stephen-mayes-vii-photography/>

⁹⁵ DUFKOVÁ, Aneta. 5 důvodů proč milovat Instagram. In: *Objevit.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: <http://objevit.cz/5-duvodu-proc-milovat-instagram-t32968>

⁹⁶ SONTAG, Susan. *O fotografii*. Vyd. 1. Praha: Paseka, 2002, str. 15. ISBN 80-7185-471-9.

zábavě a kreativitě⁹⁷ a i Reflexu potvrdil, že se necítí být fotografem a že je pro něj Instagram jen zábava⁹⁸. Také Stephen Mayes, ředitel Fotografické agentury Sedm, popisuje v rozhovoru pro online magazín Wired, jak se fotografové jeho agentury sešli na každoroční poradě, kde se probírají obchodní záležitosti a je to vždy velmi vážná událost. Ovšem tentokrát se v jednu chvíli začali navzájem fotit a zveřejňovat své snímky společně s vtipnými komentáři na Facebook. „Na konci schůzky jsem jim řekl, ‚Viděl jsem tu dvě věci, které jsem předtím ještě nikdy neviděl. Poprvé jsem vás viděl, jak jste se fotografií bavili a smáli se během pořizování snímků.‘ Zadruhé jsem jim řekl, že ‚Ty snímky, které jste pořizovali, nebyly dokumentem, neměly za účel zaznamenávat. Byly jen tokem, procesem zažívání.‘“⁹⁹ Zveřejňování vtipných snímků se stalo součástí zážitku ze schůzky a podle Mayese nemělo nic společného s fotografií, jak ji tito fotografové běžně provozují. Byl to proces, který byl zábavný a nevědomý do té míry, že si fotografové ani neuvědomili, že vlastně pořizují fotografie.

Někteří uživatelé ale vidí Instagram naopak jako něco, co jim kreativitu bere: „Nemám nic proti úpravě fotografií, také to dělám, ale sám a podle svého. Ať už je výsledek hezký, nebo ne, alespoň jsem na něm chvíli pracoval a věnoval mu kousek své osobnosti. (...) Instagram je podle mě aplikace, která upřednostňuje formu nad obsahem. Pro část uživatelů není důležité, co fotí, ale že výsledná fotka vypadá jak z dob, kdy se neznámí podivíni v ulicích oháněli krabičkou, ze které okamžitě lezly fotografie, a obírá lidi o kreativitu.“¹⁰⁰

IV.III Srovnání motivace uživatelů Instagramu a Polaroidu

Co tedy z článků a rozhovorů, ve kterých je zmíněna pozitivní a negativní motivace uživatelů, vyplývá? Instagram se jeví jako něco, co je v našich životech běžnější a co už bereme téměř jako samozřejmost. Jak Instagram, tak i Polaroid mohou posloužit k socializaci, ačkoli

⁹⁷ Nejsledovanější Čech na Instagramu: „Moje fotky jsou v Londýnském metru“. In: *App-magazín* [online]. 2013 [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: <http://www.app-magazin.cz/sloupec/nejsledovanejsi-cech-na-instagramu-moje-fotky-se-vystavuji-v-moskve-nebo-zdobi-metro-v-londyne/>

⁹⁸ ČERMÁK, Miloš. Momentálně nejpoblárnější český fotograf? Díky sociálním sítím talentovaný "amatér". In: *Reflex* [online]. 2012 [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/zpravy/47289/momentalne-nejpopularnější-cesky-fotograf-diky-socialnim-sitim-talentovany-amater.html>

⁹⁹ „At the end of the session I said to them, ‚I’ve seen two things here that I’ve never seen before. It’s the first time I’ve seen you have fun with photography and laughing while you take pictures.‘ The second thing I said was, ‚The images you were making weren’t documents; they weren’t for record. They were just a stream; just an experiential process.‘“ Vlastní překlad. BROOK, Pete. In: *Wired* [online]. 2012 [cit. 2016-03-25]. Photographs are no longer things, they’re experiences. Dostupné z: <http://www.wired.com/2012/11/stephen-mayes-vii-photography/>

¹⁰⁰ Proč nemám rád Instagram. In: *Errolovy výlevy* [online]. 2011 [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: <http://blog.errolek.cz/2011/12/proc-nemam-rad-instagram.html>

Instagram spíše v online komunitě a Polaroid v té offline. Mimo to, u Instagramu může jeho sociální aspekt sloužit i jako negativní motivace – lidé, kteří ho nepoužívají, mohou cítit tlak okolí a nakonec mu podlehnout, protože mají pocit, že jsou ve svém odmítání sami a to je nějakým způsobem vyčleňuje z kolektivu. Instagram tedy nepoužívají zcela ze své vlastní vůle, ale aby nevybočovali z toho, co je pro společnost normální. Na druhou stranu, sdílení fotografií, které reprezentují určité momenty z vlastního života, může být pro některé uživatele klíčovou a pozitivní vlastností aplikace.

V přímém kontrastu je zmiňovaná nevědomost při používání Instagramu, kdy si uživatelé ani neuvědomují, že fotografují, a naopak zvýšená pozornost při pořizování snímků s Polaroidem. Tento rozdíl podle mého názoru plyne zaprvé z faktu, že je Instagram běžnou součástí našeho každodenního života a nikdo se nad tím nepozastavuje, zatímco Polaroid má zvláštní kouzlo dokonce i pro uživatele, kteří s ním pracují na denní bázi. Druhým rozdílem je zřejmě i finanční dostupnost. I přesto, že si někteří uživatelé Instagramu platí internet v mobilu, není to většinou jen kvůli této aplikaci, takže ho nevnímají jako něco drahého. Samotný Instagram je navíc ke stažení zdarma. Polaroid, naproti tomu, má svou pořizovací cenu a hlavně, za každou fotografii dá uživatel několik desítek korun. Z tohoto důvodu dává smysl, že uživatelé Instagramu u své činnosti přemýšlí méně než uživatelé Polaroidu, kteří se snaží o ideální úhel záběru a kompozici a dlouho přemítají, než zmáčknou spoušť.

Dalšími přednostmi, které uživatelé Polaroidu uvedli, byla nejistota a nadšené očekávání, jak nakonec snímek dopadne, unikátnost jeho vzhledu a fyzická podoba, rychlost vyvolání a nakonec i jakýsi umělecký pocit z tohoto typu fotografie. Uživatelé Instagramu vidí aplikaci jako zdroj zábavy a uvědomění si hezkých chviliek ve vlastním každodenním životě. Na základě těchto postřehů a vlastních domněnek nyní můžeme zformulovat hypotézy, které se pokusíme potvrdit naším výzkumem.

IV.III.I Formulace hypotéz

Na základě odborné literatury¹⁰¹ jsme ověřili, že v rámci určení cílů našeho výzkumu jsou na místě spíše hypotézy a výzkumných otázek není nutně zapotřebí. Hypotézy jsme nadefinovali takto:

Hypotéza 1A – Uživatelé, kteří aktivně používají Instagram, ho považují za finančně nenáročný.

Hypotéza 1B – Uživatelé, kteří aktivně používají Polaroid, ho považují za finančně náročný.

Hypotéza 2A – Uživatelé, kteří používají Instagram, ho považují za jednoduchý na ovládání.

Hypotéza 2B – Uživatelé, kteří používají Polaroid, ho považují za složitý na ovládání.

Hypotéza 3 – Více uživatelů zná a používá Instagram.

Hypotéza 4 – Ve vztahu uživatelů Polaroidu a jejich fotoaparátu hraje větší roli pozitivní osobní vztah, než je tomu u uživatelů Instagramu.

Hypotéza 5 – Aktivní uživatele Instagramu na této aplikaci baví zejména filtry a změna vzhledu fotografie.

Hypotéza 6 – Aktivní uživatele Polaroidu na jejich způsobu fotografování baví především jedinečnost a originalita fotografie a její hmatatelná podoba.

¹⁰¹ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, str. 22-23. ISBN 978-80-7367-683-4.

V. Metodologie výzkumu

Explorativní výzkum budeme provádět kvantitativní metodou ve formě originálního standardizovaného dotazníku¹⁰² dle doporučení knihy *Metody výzkumu médií*¹⁰³. Dotazník bude respondenty vyplňován samostatně. Má celkem 47 otázek a po úvodní části, kde zjišťuje údaje o respondentovi (pohlaví, věk a zaměstnání), následují dvě samostatné části. Jedna z nich se týká Instagramu a druhá Polaroidu, přičemž otázky v obou částech jsou voleny velmi podobně. Na závěr se ptáme na Instagram a Polaroid zároveň a také dáváme prostor respondentovi, aby se volně vyjádřil ke svým preferencím mezi oběma médii. Otázky jsou pokládány tak, aby dokázaly jednoznačně potvrdit či vyvrátit dříve stanovené hypotézy. Odpovědi dotazníku jsou většinou uzavřené se čtyřstupňovou hodnotící škálou, občas jsme použili jinou škálu či odpověď otevřenou¹⁰⁴.

Vzhledem k tomu, že jsme se rozhodli zkoumat každé médium zvlášť, jak už naznačují hypotézy, nepotřebujeme výlučně respondenty, kteří znají a používají Instagram i Polaroid. Počítáme s tím, že dotazník mohou vyplňovat i respondenti, kteří jedno z médií neznají. V takovém případě mohou jednoduše přeskočit většinu otázek zaměřených na ono médium.

Dotazník byl vytvořen i vyhodnocen za pomoci Google Forms a jeho nástrojů a šířen v českém online prostředí, zejména na Facebooku. Pomohli nám ho sdílet i skupiny jako *Analogue a Polagraph*¹⁰⁵, které se věnují analogové fotografii. Mimo Facebook byl dotazník nasdílen i do diskuzního fóra webu *Temná komora*, který se rovněž zabývá analogovou fotografií, a *Vinted.cz*, kde se prodává a vyměňuje oblečení z druhé ruky, a kde jsme naopak předpokládali vyšší výskyt mladých uživatelek Instagramu. Cílem bylo mít odpovědi od alespoň 100 respondentů.

Nyní si upřesníme, za jakých podmínek budeme brát jednotlivé hypotézy jako potvrzené. U hypotézy 1A, „Uživatelé, kteří aktivně používají Instagram, ho považují za finančně nenáročný.“, si nejdříve definujeme, kdo jsou uživatelé, kteří aktivně používají Instagram. Jako aktivní budeme brát ty respondenty, kteří odpoví, že pomocí této aplikace sdílí

¹⁰² Přesné znění dotazníku je k nalezení v příloze diplomové práce pod číslem 4.

¹⁰³ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. 293 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

¹⁰⁴ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010, str. 93. ISBN 978-80-7367-683-4.

¹⁰⁵ Patří společnosti PolaroidLove, o které jsme již psali výše. Analogue je druhý podobný obchod s potřebami pro analogovou fotografii v Praze.

fotografie „několikrát za den“ či „několikrát týdně“. Tento aspekt budeme sledovat u všech hypotéz, které zmiňují aktivního uživatele Instagramu. Celou hypotézu budeme pokládat za potvrzenou, když většina respondentů odpoví na otázku „Je podle vás aplikace Instagram finančně snadno dostupná?“ buď „Rozhodně ano“ nebo „Spíše ano“. Doplnkovou otázkou je, jestli jim na této finanční stránce záleží, nebo nikoli.

U hypotézy 1B, „Uživatelé, kteří aktivně používají Polaroid, ho považují za finančně náročný.“, budeme jako aktivní uživatele chápat respondenty, kteří odpoví, že s ním fotí „několikrát za den“, „několikrát za týden“ i „několikrát do měsíce“. Hypotézu budeme pokládat za potvrzenou, pokud většina respondentů odpoví na otázku „Je podle vás Polaroid finančně náročný?“ buď „Rozhodně ano“ nebo „Spíše ano“. Doplnkovou otázkou je i tady to, zda to pro uživatele hraje nějakou roli.

Hypotézu 2A, „Uživatelé, kteří používají Instagram, ho považují za jednoduchý na ovládní.“, budeme pokládat za potvrzenou, jestliže většina respondentů odpoví na otázku „Jak složité je podle vašeho názoru ovládní Instagramu?“ buď „Úplně jednoduché“ nebo „Spíše jednoduché“.

Hypotézu 2B, „Uživatelé, kteří používají Polaroid, ho považují za složitý na ovládní.“, budeme pokládat za potvrzenou, jestliže většina respondentů odpoví na otázku „Jak složité je podle vašeho názoru ovládní Polaroidu?“ buď „Spíše složité“ nebo „Hodně složité“.

Hypotézu 3, že „Více uživatelů zná a používá Instagram.“, budeme považovat za potvrzenou, pokud více respondentů odpoví kladně na otázku „Znáte Instagram?“ a „Používáte Instagram?“ než „Znáte Polaroid?“ a „Používáte Polaroid?“ a zároveň odpoví většina respondentů, že „V mém okolí fotí lidé více ...“ „... na Instagram“.

Hypotézu 4, „Ve vztahu uživatelů Polaroidu a jejich fotoaparátu hraje větší roli pozitivní osobní vztah, než je tomu u uživatelů Instagramu.“, budeme pokládat za potvrzenou, pokud více respondentů odpoví kladně na otázku „Máte k Polaroidu nějaký citový vztah?“ než „Máte k Instagramu nějaký citový vztah?“ a zároveň budou odpovídat na otázku „Považujete Polaroid za součást určité módní vlny?“ „Ano a tato vlna je mi sympatická“ více než u otázky „Považujete Instagram za součást určité módní vlny?“

Hypotézu 5, „Aktivní uživatele Instagramu na této aplikaci baví zejména filtry a změna vzhledu fotografie.“, budeme pokládat za potvrzenou či vyvrácenou na základě analýzy odpovědí na otázky „Co vás na Instagramu baví?“ a „Napadá vás cokoli, co byste nám chtěli

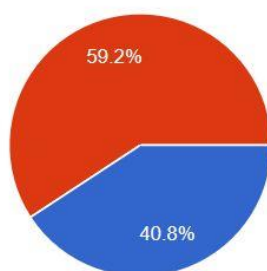
řít o vašich osobních preferencích Instagramu či Polaroidu? Proč používáte jedno či druhé? Nebo obojí?“. Doplnkovou otázkou je v tomto případě „Co vás na Instagramu nebaví?“.

Hypotézu 6, „Aktivní uživatele Polaroidu na jejich způsobu fotografování baví především jedinečnost a originalita fotografie a její hmatatelná podoba.“, budeme pokládat za potvrzenou či vyvrácenou na základě analýzy odpovědí na otázky „Co vás na Polaroidu baví?“ a „Napadá vás cokoli, co byste nám chtěli říct o vašich osobních preferencích Instagramu či Polaroidu? Proč používáte jedno či druhé? Nebo obojí?“. Doplnkovou otázkou je v tomto případě „Co vás na Polaroidu nebaví?“.

VI. Průběh výzkumu

Sběr dat probíhal v prosinci 2015 a poté ještě v březnu 2016, aby naplnil cíl, kterým bylo minimálně 100 respondentů. Tohoto cíle se podařilo dosáhnout, jelikož dotazník nakonec vyplnilo 130 respondentů, z nichž bylo 77 žen a 53 mužů (viz graf č. 1). Věk respondentů byl od patnácti do osmaosmdesáti let (jen jeden uživatel odmítl odpovědět a jeden údaj je nečitelný), přičemž jejich průměr byl 26,3 a medián 24 let.

Pohlaví



Muž	53	40.8%
Žena	77	59.2%

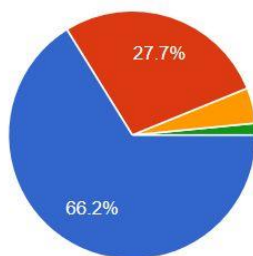
(1) graf ilustrující genderové zastoupení respondentů

Nejvíce, konkrétně 52 respondentů odpovědělo, že používají jen Instagram, 47 používá Instagram i Polaroid, 20 pouze Polaroid a 11 uvedlo, že nepoužívají ani jedno z uvedeného. Nejmladšímu uživateli Instagramu bylo 15 let a nejstaršímu 65. Nejmladšímu uživateli Polaroidu bylo 16 a nejstaršímu 88 let. Platilo přitom, že věkový průměr uživatelů Instagramu byl 24,74 let a uživatelů Polaroidu 29,33, takže uživatelé Polaroidu byli většinou starší než uživatelé Instagramu, což odpovídalo našemu odhadu, že moderní aplikace cílí spíše na mladší ročníky. I tak bylo ale překvapení, že se ve výzkumu vyskytl i uživatel Instagramu ve věku 65 let.

Profese uživatelů byly pestré, největší zastoupení měli studenti. Také měly často spojitost s novými médii (analytik dat, správce sociálních sítí, online marketing), kulturní oblastí (fotograf, grafik, kurátor), obchodem a výpočetní technikou.

Snažili jsme se zjistit, jestli mají uživatelé blízko k fotografii či výtvarnému umění (viz graf č. 2) a přes 90 % respondentů nám odpovědělo kladně. Ti, kteří odpověděli „Spíše ne“ a „Rozhodně ne“, byli tři uživatelé, kteří nepoužívají ani Polaroid ani Instagram, ale také tři uživatelé Instagramu, jeden uživatel Polaroidu a jeden uživatel obou médií.

Zajímá vás fotografie či výtvarné umění?

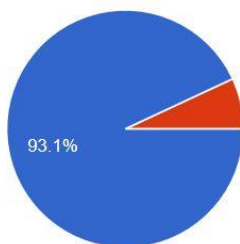


Rozhodně ano	86	66.2%
Spíše ano	36	27.7%
Spíše ne	6	4.6%
Rozhodně ne	2	1.5%

(2) graf ilustrující zájem respondentů o oblast fotografie a výtvarného umění

Také nás zajímalo, jestli respondenti vlastní chytrý telefon (viz graf č. 3), přičemž jsme se od velké většiny dozvěděli, že ano. „Ne“ odpovědělo několik uživatelů Polaroidu a těch, kteří nepoužívají ani jedno médium, ale, což je zvláštní, také tři uživatelé Instagramu.

Vlastníte smartphone?

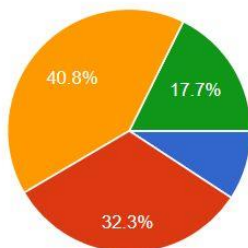


Ano	121	93.1%
Ne	9	6.9%

(3) graf ilustrující vlastnictví chytrého telefonu respondentů

Pro zajímavost jsme se zeptali i na otázku, která je vlastně předpokladem celé této diplomové práce – přijdou respondentům instagramové a polaroidové fotografie podobné (viz graf č. 4)? V tomto ohledu se naši respondenti neshodli, 58 % si myslí, že ne či spíše ne a 42 % míní, že ano či spíše ano.

Připadají vám instagramové fotky podobné polaroidovým?



Ano	12	9.2%
Spíše ano	42	32.3%
Spíše ne	53	40.8%
Ne	23	17.7%

(4) graf ilustrující názor respondentů na vizuální podobnost polaroidových a instagramových fotografií

Předchozí dotaz jsme se snažili podpořit i empiricky a nabídli respondentům čtyři obrázky a pět možností, v jakém pořadí jdou za sebou. Správnou odpovědí byla poslední možnost, tedy Instagram (1), digitální fotoaparát v kombinaci s Photoshopem (2), Polaroid (3) a analogový fotoaparát Holga (4). Tuto odpověď správně zvolilo 56,2 % respondentů a 37,6 % správně určilo, která je fotografie z Polaroidu, ale měli problémy s ostatními snímky (viz graf č. 5). S tímto typem otázky by se dalo experimentovat na mnoho způsobů a výrazně snížit nebo naopak zvýšit její náročnost. Tím, že jsme měli rámeček typický pro Polaroid jen u jedné fotografie, nebyla laťka nastavena až tak vysoko.

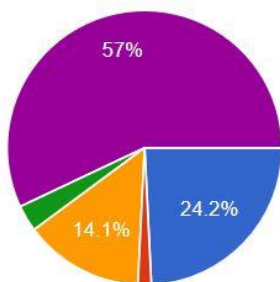
Ve zpětné vazbě od respondentů jsme se často dozvěděli, že byl úkol jednoduchý, ale také se objevily názory, že „s pomocí digitálních nástrojů lze nasimulovat vše (jakýkoli styl analogu apod)“, „Photoshop zvládne cokoli, když to někdo umí...“, „je to poměrně složité, fotky Instragramu se snaží vypadat jako Polaroid a celkově lidé, co nemají Instagram nebo Polaroid, se snaží napodobit styl Polaroidu“, „jakákoliv z fotek mohla být vytvořena v grafickém softwaru, rozeznávání je tedy nonsens“, „u některých těžko říct, Instagram i Photoshop mají spoustu filtrů, které dokáží naprosto zmást“, „efektu Holgy, Polaroidu lze jednoduše dosáhnout i bez Holgy, Polaroidu.“, případně „Nepřišlo mi to zpočátku jednoduché, ale pak mi přišlo, že druhá fotografie má daleko lepší kvalitu než ostatní, na třetí můžeme vidět typické okraje a špatné vykreslení fotky a také poslední fotka vypadá jako typická lomo fotografie. Uvědomuji si však, že se můžu mýlit, jelikož je na trhu mnoho aplikací, které všechny tyto polaroidové rámečky, lomo efekty dokáží dotvořit.“¹⁰⁶ Je vidět, že respondenti tento trend také vnímají, i přesto, že velká část odpověděla, že jim instagramové fotografie nepřipadají podobné polaroidovým.

¹⁰⁶ Všechny odpovědi mohou být nalezeny v tabulce s výsledky dotazníku v příloze diplomové práce pod číslem 5.

Jakým zařízením byly tyto fotografie pořízeny?



(1) analogový fotoaparát Holga, (2) digitální fotoaparát + Photoshop, (3) polaroid, (4) digitální fotoaparát + Photoshop	31	23.8%
(1) polaroid, (2) Instagram, (3) analogový aparát Holga, (4) digitální fotoaparát + Photoshop	2	1.5%
(1) digitální fotoaparát + Photoshop, (2) analogový fotoaparát Holga, (3) polaroid, (4) Instagram	18	13.8%
(1) analogový fotoaparát Holga, (2) polaroid, (3) digitální fotoaparát + Photoshop, (4) Instagram	4	3.1%
(1) Instagram, (2) digitální fotoaparát + Photoshop, (3) polaroid, (4) analogový fotoaparát Holga	73	56.2%



(5) graf a obrázek k otázce na schopnost rozlišení fotografií z různých fotografických médií

VI.I Evaluace metody

Metoda dotazníku, kterou jsme zvolili, se nám i nadále zdá jako nejvhodnější, dle našeho názoru fungovala pro naše účely dobře. Její výhodou je shromáždění velkého vzorku respondentů, snadné cílení na určité skupiny obyvatel a rychlé šíření. Pokud bychom chtěli získat ještě větší počet respondentů, připadá v úvahu i překlad dotazníku do angličtiny a jeho šíření mimo facebookové stránky, například na mezinárodních diskuzních fórech na dané téma. Pokud bychom chtěli zjistit, do jaké míry zná Polaroid a Instagram i laická veřejnost a jak se na ně dívá, měli bychom ho šířit i mimo zájmové skupiny týkající se analogové fotografie a Instagramu.

Pro zpřesnění některých odpovědí a hlubší analýzu motivací uživatelů by bylo také možné aplikovat kvalitativní výzkum v podobě osobních hloubkových rozhovorů.

VII. Vyhodnocení hypotéz

U hypotézy 1A, „Uživatelé, kteří aktivně používají Instagram, ho považují za finančně nenáročný.“, jsme vzali v úvahu 30 respondentů, kteří odpověděli, že s pomocí aplikace fotí několikrát denně či týdně. 29 z nich uvedlo, že je podle nich Instagram „rozhodně“ či „spíše“ finančně dostupný a jen jeden si myslí, že „spíše ne“. Hypotéza tedy byla potvrzena. Doplňkovou otázkou bylo, zda jim na tomto finančním aspektu záleží, či ne. 18 respondentů včetně toho, který uvedl, že mu Instagram finančně nenáročný spíše nepřipadá, odpovědělo, že jim na tom nezáleží. 8 respondentů uvedlo, že proto si Instagram pořídili a pro dva respondenty je to určující pro to, jak moc aplikaci používají. Finanční nenáročnost se tedy nezdá být až tak velkou výhodou, případně je možné, že si to uživatelé sami moc neuvědomují.

U hypotézy 1B, „Uživatelé, kteří aktivně používají Polaroid, ho považují za finančně náročný.“, jsme vzali v úvahu 36 respondentů, kteří odpověděli, že s pomocí Polaroidu fotí několikrát denně, týdně či měsíčně. 34 respondentů odpovědělo, že je podle nich Polaroid „určitě“ či „spíše“ finančně náročný, jen dva odpověděli, že „určitě“ a „spíše ne“. Hypotéza se tedy potvrdila. Doplňkovou otázkou bylo, zda jim na tomto finančním aspektu záleží, nebo nikoli. Jen osm respondentů odpovědělo, že jim na tom nezáleží, kdežto 27 respondentů uvedlo, že to určuje, jak často Polaroid používají. Jeden respondent si ho dokonce kvůli finanční náročnosti nepořídil. Finanční stránka je tedy pro uživatele Polaroidu negativní motivací, což je velký rozdíl oproti uživatelům Instagramu, kteří uvádí, že jim Instagram přijde finančně dostupný a že je to v jeho používání nijak neovlivňuje.

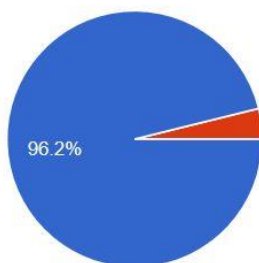
Hypotéza 2A, „Uživatelé, kteří používají Instagram, ho považují za jednoduchý na ovládání.“, se jednoznačně potvrdila, protože všichni uživatelé Instagramu bez výjimky odpověděli, že ovládání je buď „úplně“ nebo „spíše“ jednoduché.

Hypotéza 2B, „Uživatelé, kteří používají Polaroid, ho považují za složitý na ovládání.“, se naopak nepotvrdila, protože všichni uživatelé Polaroidu kromě dvou, kterým se zdá ovládání „spíše složitě“, odpověděli, že ovládání je buď „úplně“ nebo „spíše“ jednoduché. Jednoduchost či složitost ovládání tedy zřejmě nebude to, co rozhoduje mezi Instagramem a Polaroidem.

Abychom mohli potvrdit či vyvrátit hypotézu 3, „Více uživatelů zná a používá Instagram.“, podíváme se na odpovědi na dílčí otázky. První podmínkou bylo, aby více

respondentů odpovědělo, že znají Instagram než Polaroid (viz grafy č. 6 a 7). Tato podmínka byla splněna, ale pouze s rozdílem jednoho respondenta, což není dostatečně vypovídající.

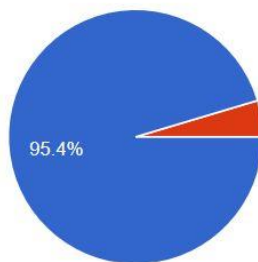
Znáte Instagram?



Ano	125	96.2%
Ne	5	3.8%

(6) graf ilustrující počet respondentů, kteří znají Instagram

Znáte polaroid?

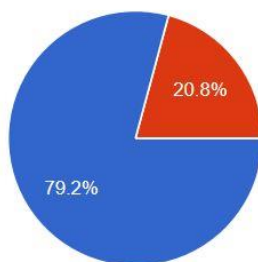


Ano	124	95.4%
Ne	6	4.6%

(7) graf ilustrující počet respondentů, kteří znají Polaroid

Již s větším rozdílem byla splněna podmínka, aby více respondentů používalo Instagram než Polaroid (viz grafy č. 8 a 9).

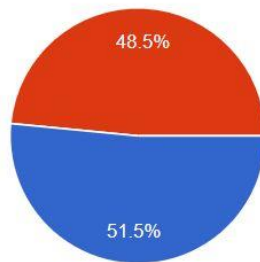
Používáte aplikaci Instagram?



Ano	99	79.2%
Ne	26	20.8%

(8) graf ilustrující počet uživatelů Instagramu

Používáte polaroid?

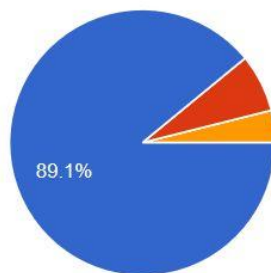


Ano	67	51.5%
Ne	63	48.5%

(9) graf ilustrující počet uživatelů Polaroidu

O potvrzení hypotézy nakonec rozhodla závěrečná otázka, která zjišťovala, zda je v okolí respondentů běžnější Instagram či Polaroid (viz graf č. 10). Téměř 90 % odpovědělo, že Instagram. Tato otázka by si pro plné potvrzení zasloužila rozšířit i mimo komunity, které se zabývají analogovou a instagramovou fotografií, aby byl vzorek respondentů neutrálnější.

V mém okolí fotí lidé více ...

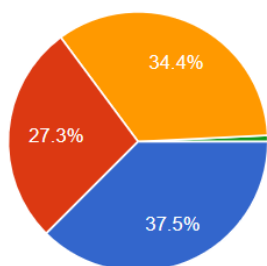


... na Instagram	114	87.7%
... polaroidem	9	6.9%
Je to vyrovnané	5	3.8%

(10) graf ilustrující dojem respondentů z fotografických aktivit jejich okolí

I u hypotézy 4, „Ve vztahu uživatelů Polaroidu a jejich fotoaparátu hraje větší roli pozitivní osobní vztah, než je tomu u uživatelů Instagramu.“, si ukážeme grafy (viz č. 11 a 12) a rozebereme jednotlivé podmínky pro její potvrzení. Nejprve se podíváme na srovnání otázek „Máte k Polaroidu nějaký citový vztah?“ a „Máte k Instagramu nějaký citový vztah?“. 63,8 % respondentů má „velmi“ či „spíše“ pozitivní vztah k Polaroidu a 48 % tak odpovědělo v případě Instagramu. Polaroid tedy v tomto ohledu vede.

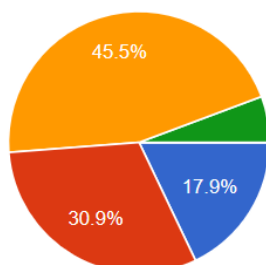
Máte k polaroidu nějaký citový vztah?



Velmi pozitivní	48	36.9%
Spíše pozitivní	35	26.9%
Neutrální	44	33.8%
Spíše negativní	1	0.8%
Velmi negativní	0	0%

(11) graf ilustrující emoce respondentů vůči Polaroidu

Máte k Instagramu nějaký citový vztah?

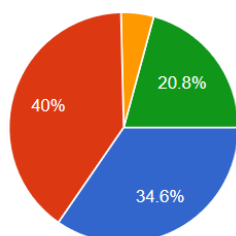


Velmi kladný	22	17.6%
Spíše kladný	38	30.4%
Neutrální	56	44.8%
Spíše negativní	7	5.6%
Velmi negativní	0	0%

(12) graf ilustrující emoce respondentů vůči Instagramu

Další otázky, které budeme srovnávat, jsou „Považujete Polaroid za součást určité módní vlny?“ a „Považujete Instagram za součást určité módní vlny?“ (viz grafy č. 13 a 14). „Ano a tato vlna je mi sympatická“ odpovědělo u Polaroidu 52 respondentů a u Instagramu jen 33, navíc „Ano a tato vlna mi není sympatická“ odpovědělo více uživatelů Instagramu (12) než Polaroidu (6), což tuto domněnku potvrdilo ještě silněji. Hypotéza 4 byla tedy potvrzena, v porovnání s Instagramem vzbuzuje Polaroid více emocí a sympatií.

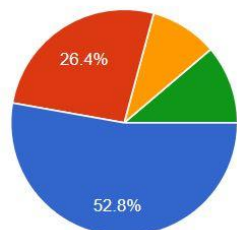
Považujete polaroid za součást určité módní vlny?



Ano	45	34.6%
Ano a tato vlna je mi sympatická	52	40%
Ano a tato vlna mi není sympatická	6	4.6%
Ne	27	20.8%

(13) graf ilustrující názor respondentů na Polaroid coby součást módní vlny

Považujete Instagram za součást určité módní vlny?



Response	Count	Percentage
Ano	66	52.8%
Ano a tato vlna je mi sympatická	33	26.4%
Ano a tato vlna mi není sympatická	12	9.6%
Ne	14	11.2%

(14) graf ilustrující názor respondentů na Polaroid coby součást módní vlny

U hypotézy 5, „Aktivní uživatelé Instagramu na této aplikaci baví zejména filtry a změna vzhledu fotografie.“, jsme vzali v úvahu 30 aktivních uživatelů (viz hypotéza 1A). Čtyři respondenti opravdu odpověděli, že je baví filtry, atmosféra fotografií a snadné kreativní úpravy, ale velkou většinu, tedy 16 respondentů, zajímají spíše sociální aspekty aplikace. Líbí se jim sledovat známé osobnosti či zcela neznámé lidi z různých koutů planety a inspirovat se jejich fotografiemi a také sdílet své fotografie s ostatními. Mezi ostatními důvody se objevilo „uchovávání vzpomínek“, „jednoduchost, unifikace“ či „preferenze vizuální informace“. V závěrečné otázce, která srovnává Instagram a Polaroid, zazněly jako důvody pro používání Instagramu jeho finanční nenáročnost (oproti Polaroidu) a také možnost sdílení fotografií. Tato hypotéza se tedy nepotvrdila, více uživatelé baví Instagram jako sociální síť, nikoli jako kreativní nástroj pro úpravu snímků.

Na doplňkovou otázku, „Co vás na Instagramu nebaví?“, se sešly velmi různorodé odpovědi. Některé se týkaly technických problémů, hashtagů, reklamy, spamu či „kšeftování“ s followery, ale větší počet respondentů (5) se shodl pouze na tom, že je odpuzují fotografie s určitým obsahem, například selfie, snímky jídla či „stupidních patnáctek“.

U hypotézy 6, „Aktivní uživatelé Polaroidu na jejich způsobu fotografování baví především jedinečnost a originalita fotografie a její hmatatelná podoba.“, jsme vzali v úvahu 36 aktivních uživatelů (viz hypotéza 1B). 19 respondentů, tedy více než polovina vzorku, se shodla na tom, že je nejvíce baví okamžitá fyzická podoba fotografie, devíti respondentům se líbí atmosféra, osobité kouzlo a originalita fotografií, šesti nejistota a příjemné napětí při vyvolávání a postupném vybarvování snímku a pěti schopnost zachytit určitý okamžik a tím i vzpomínky. Dalších pět respondentů oceňuje netradiční barevné podání fotografií a jejich formát. Dva respondenti si pochvalují, že je to činnost, kterou moc lidí neprovozuje a také se objevují důvody jako tradice, retro styl, experimentování, že fotíme jen věci, které považujeme

za důležité a že si fotografií více vážíme. Hypotéza se tedy potvrdila. V závěrečné otázce, která srovnává Polaroid s Instagramem, nepřinesly odpovědi nic nového k preferencím Polaroidu, ale bylo zajímavé, že dva respondenti napsali, že polaroidové fotografie digitalizují a jeden z nich je sdílí dokonce právě přes Instagram, „aby se pochlubil“. Zaujala nás také odpověď „Používám Polaroid, je mnohem zábavnější čekat na výsledek fotky než si ho sám vytvořit na Instagramu.“ Toto prohlášení by mohlo naznačovat, že uživatel považuje vizuální výsledek Polaroidu a Instagramu za velmi podobný, ne-li totožný.

Na doplňkovou otázku, „Co vás na Polaroidu nebaví?“, odpovědělo 13 respondentů, že cena filmů a dva si stěžují na to, že stačí nepatrná chyba a fotografie je zkažená. Dále uživatelům vadí některé technické chyby a omezení jejich zařízení, doba vyvolání snímku, neekologická baterie, rozměry zařízení a „lidi, co si ho koupí, protože je cool“. Jasně z toho vyplývá, že největším negativem Polaroidu je dle jeho aktivních uživatelů vyšší cena fotografií a na druhém místě jsou to některé jeho technické parametry.

VIII. Závěr

Tématem naší práce bylo srovnání motivace uživatelů Polaroidu a uživatelů Instagramu, které vycházelo z předpokladu, že pro obě média je typický především okamžitý výsledek a možnost podobné vizuální stylizace, ať už díky čtvercovému formátu fotografií, nebo specificky saturovaným barvám a vinětaci.

Tento předpoklad potvrdila už odborná literatura, která se, jak jsme zjistili, věnuje zejména motivaci pro používání mobilních aplikací na úpravu fotografií, ale často se odvolává na analogovou fotografii a nostalgickou touhu po dávných dobách. Kromě již zmíněné nostalgie je podle některých autorů motivací uživatelů snaha o přidání estetické hodnoty do vlastního každodenního života, online socializování a budování identity, určitý způsob zpomalování technologického pokroku a také idealizování starých médií. I samotní tvůrci Instagramu přiznávají svou dětskou fascinaci starými analogovými fotoaparáty, konkrétně těmi instantními.

Vhled do historie fotografie v teoretické části nám umožnil zorientovat se v postupném vylepšování fotografických technologií a pochopit, k čemu vedlo, včetně specifických vizuálních charakteristik fotografií a jejich úprav. Technologický pokrok ostatně reflektuje i odborná literatura, kterou jsme k tématu prostudovali. Po počátečním období, kdy fotoaparáty vyráběli a často i používali pouze jejich vynálezci, se fotografie a později i přístroje na jejich výrobu začaly těšit oblibě i mezi širšími vrstvami obyvatelstva. Jedním z klíčových momentů byl začátek tovární výroby prvního fotoaparátu Kodak a služby této firmy, které vycházely vstříc i nezkušeným fotografům. Dalším milníkem bylo představení instantní fotografie, posléze fotografie digitální a mobilní.

Všechny tyto kroky směřovaly k demokratizaci a masovému rozšíření fotografie, díky kterým dnes velká část světové populace vlastní mobilní telefon se zabudovaným fotoaparátem a fotografování je pro ni běžnou každodenní činností. V souvislosti s mobilními fotoaparáty se na trhu objevily i aplikace pro snadnou úpravu fotografií, jako je například Instagram. I přes snadnou dostupnost a manipulovatelnost s digitální fotografií však někteří profesionální i amatérští fotografové stále používají speciální druh analogového fotoaparátu, jakým je Polaroid.

Cílem práce bylo nastínit, jakým způsobem používají uživatelé Polaroid a Instagram a pokusit se najít zásadní rozdíly. Začali jsme představením obou médií, jejich historie, období největších úspěchů a jejich současné situace. Poté jsme na základě uživatelských zkušeností

shromážděných z blogů, článků a rozhovorů studovali motivace uživatelů pro fotografování s Polaroidem i Instagramem. Vzorek nebyl příliš velký a nemá významnou statistickou hodnotu, pomohl nám ale pro ověření některých domněnek a posléze i k formulování výzkumných hypotéz. V případě Polaroidu jsme zaznamenali pouze pozitivní ohlasy, uživatelům se líbí vzrušující čekání, až se fotografie vybarví, její unikátnost, fyzická podoba, rychlost vyvolání i jakýsi umělecký pocit při práci s Polaroidem. Uživatelé Instagramu vidí aplikaci jako zdroj zábavy a uvědomění si hezkých chviliek ve vlastním každodenním životě. Pokud obě média postavíme proti sobě, vychází z tohoto srovnání, že Instagram je na rozdíl od Polaroidu chápán jako běžná součást našich životů. Obojí však může posloužit k socializaci, ačkoli Instagram spíše v online komunitě a Polaroid v té offline. Sociální aspekt je ovšem i něco, co klade na uživatele, případně jedince, kteří aplikaci nemají, určitý tlak, takže může v konečném důsledku vyvolat i negativní motivaci uživatelů.

Pro dosažení cíle diplomové práce nám nejvíce posloužil kvantitativní výzkum v podobě standardizovaného dotazníku. Naše hypotézy jsme zaměřili na finanční náročnost obou médií, složitost ovládnutí, povědomí a míru užití Polaroidu i Instagramu, osobní vztah uživatelů k Polaroidu ve srovnání s osobním vztahem uživatelů k Instagramu a na to, co uživatele na obou médiích nejvíce baví.

Z výzkumu vyplynulo, že aktivní uživatelé považují Instagram za finančně dostupný, ale nezdá se, že je to pro ně až tak silná motivace pro jeho používání, v každém případě si toho alespoň nejsou příliš vědomi. Naopak aktivní uživatelé Polaroidu si jsou vědomi finanční náročnosti svého média a ovlivňuje je to v četnosti jeho používání či dokonce v rozhodování, zda si Polaroid pořídit, nebo ne. Co se týče ovládnutí, Instagram je dle výzkumu jen o málo jednodušší než Polaroid, takže tento aspekt dle našeho názoru nehraje velkou roli při výběru fotografického média. Potvrdilo se naše očekávání, že více lidí zná a používá Instagram než Polaroid, ač jsou obě média chápána jako součást určité módní vlny, a také to, že Polaroid má v očích uživatelů více sympatií než Instagram.

Na volnou otázku ohledně kladů a záporů obou médií se sešly zajímavé odpovědi. Několik uživatelů Instagramu napsalo, že se jim líbí filtry, atmosféra fotografií a snadné kreativní úpravy, ale velkou většinu respondentů zajímají spíše sociální aspekty aplikace, ať už sledování vizuálního vyjadřování ostatních uživatelů nebo sdílení vlastních fotografií. Negativa Instagramu se týkaly technických problémů, hashtagů, reklamy, spamu či kupování si

followerů, ale větší počet respondentů se shodl pouze na tom, že je subjektivně odpuzují fotografie s určitými, často se opakujícími motivy.

Více než polovina vzorku aktivních uživatelů Polaroidu se shodla na tom, že je nejvíce baví okamžitá fyzická podoba fotografie, dalším se líbí atmosféra, osobité kouzlo a originalita fotografií, nejistota a příjemné napětí při vyvolávání snímku, schopnost zachytit určitý okamžik a tím i vzpomínky, netradiční barevné podání fotografií a jejich formát. Objevily se i důvody jako tradice, retro styl, možnost experimentování, že jde o poměrně neobvyklou činnost a že fotíme jen věci, které považujeme za důležité, takže si fotografií i více vážíme. Respondenti se shodli i na hlavním záporu Polaroidu, kterým je pro ně cena filmů. Kromě finanční stránky uživatelům nevyhovují některé technické nedostatky zařízení a ojedinělým důvodem bylo i to, že si ho lidé kupují jen kvůli tomu, že je symbolem určité módní vlny.

Autorčina osobní domněnka byla, že více lidí zná a používá Instagram, a to z toho důvodu, že je levnější, dostupnější a uživatel nemusí mít k fotografii žádný speciální vztah, aby si k němu našel cestu. Ukazuje se však, že je to zejména proto, že Instagram není vnímán jako prostředek k pořizování fotografií, ale spíše sociální síť a nástroj komunikace mezi uživateli, ač mnohdy s podobnými vizuálními výsledky jako Polaroid. Ten je naopak vnímán jako fotoaparát se vším, co k tomu patří – to dokládá i fakt, že respondenti ve výzkumu hodnotili vizuální stránku fotografií, proces vyvolávání a fotografování. Naplno se tu projevuje rozdíl mezi starým a novým médiem, u kterého již přece jen hraje větší role interaktivita a síťová propojenost.

Metoda výzkumu, kterou jsme zvolili, nám dovolila shromáždit velký vzorek respondentů z českého prostředí, snadné cílení na určité skupiny obyvatel a rychlé šíření. Jedna z možností, jak výzkum rozšířit, je jeho překlad do angličtiny či jiných cizích jazyků a šíření na mezinárodních diskuzních fórech či facebookových stránkách. Tím by bylo možné skupinu respondentů ještě zvětšit a obohatit výzkum i o názory zahraničních uživatelů. Pro zpřesnění některých odpovědí a hlubší analýzu motivací uživatelů by bylo možné aplikovat také kvalitativní výzkum v podobě osobních hloubkových rozhovorů.

Diplomová práce dle našeho názoru svůj cíl naplnila a přes drobné nedostatky, které jistě má, se domníváme, že přispěla svým dílem k prozkoumání motivací uživatelů Polaroidu a Instagramu, což bylo do této chvíle opomíjené téma, a doufáme, že podnítí další výzkumy v této oblasti.

Seznam použité literatury

Knihy

- BARTHOLEYNS, Gil. *The Instant Past: Nostalgia and Digital Retro Photography*. In: NIEMEYER, Katharina. *Media and Nostalgia – Yearning for the past, present and future*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. 241 s. ISBN 978-1-137-37587-2.
- BENJAMIN, Walter. *Malé dějiny fotografie*. In: CÍSAŘ, Karel, (ed.). *Co je to fotografie?*. Vyd. 1. Praha: Herrmann & synové, 2004. 365 s. ISBN 80-239-5169-6.
- BENJAMIN, Walter. *Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti*. In: RITTER, Martin (ed.). *Výbor z díla*. Vyd. 1. Praha: OIKOYMENH, 2009. 335 s. Knihovna novověké tradice a současnosti. ISBN 978-80-7298-278-3.
- BOLTER, Jay Davis a GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, London: The MIT Press, 1999. ISBN 978-026-2268-981.
- BONANOS, Christopher. *Instant: the story of Polaroid*. First edition. New York, New York: Princeton Architectural Press, 2012. 192 s. ISBN 978-1-61689-085-8.
- FLUSSER, Vilém. *Za filosofii fotografie*. Vyd. 2., upr. Praha: Fra, 2013. 103 s. Vizuální teorie. ISBN 978-80-86603-79-7.
- FUNDOVÁ, Johana. *Vizuální komunikace a budování identity Mezinárodního filmového festivalu Karlovy Vary prostřednictvím Instagramu*. 2016. 106 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce Andrea Průchová.
- JOHNSON, William S, RICE, Mark a WILLIAMS, Carla; MULLIGAN, Therese a WOOTERS, David (eds.). *Dějiny fotografie: od roku 1839 do současnosti*. V Praze: Slovart, 2010. 766 s. George Eastman House collection. ISBN 978-80-7391-426-4.

KRÁLOVÁ, Pavla. *Médiium v procesu změny: fotografie ze smartphonů a dalších mobilních zařízení v kontextu profesionální fotožurnalistiky*. 2013. 98 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce Filip Láb.

MARKS, Laura U. *Touch: Sensuous Theory and Multisensory Media*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002. 259 s. ISBN 08-166-3889-6.

MIRZOEFF, Nicholas. *Úvod do vizuální kultury*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2012. 318 s. Vizuální studia; sv. 3. ISBN 978-80-200-1984-4.

NICHOLLS, Bill. *The Work of Culture in the Age of Cybernetic Systems*. In: WALDRIP-FRUIN, Noah a MONTFORT, Nick. *The New Media Reader*. Cambridge, London: The MIT Press, 2003. 840 s. ISBN 978-0262232272.

NIEMEYER, Katharina. *Media and Nostalgia – Yearning for the past, present and future*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. 241 s. ISBN 978-1-137-37587-2.

PAVLÍČEK, Antonín. *Nová média a sociální sítě*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2010. 181 s. ISBN 978-80-245-1742-1.

SHUPIKOVA, Alina. *Proměna formy a obsahu fotografie s nástupem mobilní fotografie a sociálních sítí*. 2013. 60 s. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce Filip Láb.

SCHEUFLER, Pavel. *Teze k dějinám fotografie do roku 1914*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění, Filmová a TV fakulta, 2000. 76 s. Studijní texty. ISBN 80-85883-57-0.

SCHREY, Dominik. *Analogue Nostalgia and the Aesthetics of Digital Remediation*. In: NIEMEYER, Katharina. *Media and Nostalgia – Yearning for the past, present and future*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. 241 s. ISBN 978-1-137-37587-2.

SONTAG, Susan. *O fotografii*. Vyd. 1. Praha: Paseka, 2002. 181 s. ISBN 80-7185-471-9.

STURKEN, Marita a CARTWRIGHT, Lisa. *Studia vizuální kultury*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. 471 s. ISBN 978-80-7367-556-1.

TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2010. 293 str. ISBN 978-80-7367-683-4.

Elektronické zdroje

About us. In: *Impossible* [online]. [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <https://eu.impossible-project.com/pages/about-us>

ANKETA: Co vy a Instagram? In: *Srdce blogu* [online]. 2014 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://blog.blog.cz/1410/anketa-co-vy-a-instagram>

BALDY, Iceman. My Love-Hate Relationship with Polaroid Photography. In: *Iceman Baldy: A Geek with Swag* [online]. 2016 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://icemanbaldy.com/2016/01/21/my-love-hate-relationship-with-polaroid-photography/>

BARTOŠ, Tomáš. Zabil digitál instantní fotografii? In: *Milujeme fotografii* [online]. 2014 [cit. 2016-03-19]. Dostupné z: <https://www.milujemefotografii.cz/zabil-digital-instantni-fotografii>

BARTOŠ, Tomáš. Zkuste si retro. In: *Milujeme fotografii* [online]. 2014 [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <https://www.milujemefotografii.cz/zkuste-si-retro>

BROOK, Pete. In: *Wired* [online]. 2012 [cit. 2016-03-19]. Photographs are no longer things, they're experiences. Dostupné z: <http://www.wired.com/2012/11/stephen-mayes-vii-photography/>

BŘEZINA, Petr. Fotky jako z Polaroidu. In: *Milujeme fotografii* [online]. 2011 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <https://www.milujemefotografii.cz/fotky-jako-z-polaroidu>

Celebrating a Community of 400 Million. In: *Instagram* [online]. 2015 [cit. 2016-03-20].

Dostupné z: <http://blog.instagram.com/post/129662501137/150922-400million>

CROUCH, Ian. Instagram's Instant Nostalgia. In: *The New Yorker* [online]. 2012 [cit. 2016-

03-17]. Dostupné z: <http://www.newyorker.com/culture/culture-desk/instagrams-instant-nostalgia>

ČERMÁK, Miloš. Momentálně nejpoblárnější český fotograf? Díky sociálním sítm

talentovaný "amatér". In: *Reflex* [online]. 2012 [cit. 2016-03-25]. Dostupné z:

<http://www.reflex.cz/clanek/zpravy/47289/momentalne-nejpopularnejsi-cesky-fotograf-diky-socialnim-sitim-talentovany-amater.html>

DUDEK, Dalibor. Fotografie – 1. díl – Od camery obscure k objektivu fotoaparátu. In:

Čtenářská gramotnost a projektové vyučování [online]. 2011 [cit. 2016-03-16]. Dostupné z:

<http://www.ctenarska-gramotnost.cz/medialni-vychova/mv-casopisy/fotografie-1>

DUFKOVÁ, Aneta. 5 důvodů proč milovat Instagram. In: *Objevit.cz* [online]. 2013 [cit.

2016-03-25]. Dostupné z: <http://objevit.cz/5-duvodu-proc-milovat-instagram-t32968>

FAQ. In: *Instagram* [online]. [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <https://instagram.com/about/faq/>

HEJNA, Michal. *Historie Polaroidu* [online]. 2014 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z:

<https://hejnamichal.wordpress.com/2014/07/17/historie-polaroidu-1/>

HEJNA, Michal. Láska jménem Polaroid. In: *Michal Hejna Photography* [online]. 2015 [cit.

2016-03-24]. Dostupné z: <http://michalhejna.cz/blog/2015/02/laska-jmenem-polaroid-love-named-polaroid/>

HILL, Simon. From J-Phone to Lumia 1020: A complete history of the camera phone. In:

Digital Trends [online]. 2013 [cit. 2016-03-16]. Dostupné z:

<http://www.digitaltrends.com/mobile/camera-phone-history/>

HISCOTT, Rebecca. 14 Instagram Photojournalists Who Will Open Your Eyes to the World. In: *Mashable* [online]. 2013 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: <http://mashable.com/2013/12/26/instagram-photojournalism/>

History of Digital Photography. In: *Practical Photography Tips* [online]. [cit. 2016-03-16]. Dostupné z: <http://www.practicalphotographytips.com/practicalphotographytips/history-of-digital-photography.html>

HU, Yuheng, MANIKONDA, Lydia a KAMBHAMPATI, Subbarao. *What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types*. [cit. 2016-03-22]. Dostupné z: <http://149.169.27.83/instagram-icwsm.pdf>

CHANDLER, Lisa a LIVINGSTON, Debra. Reframing the Authentic: Photography, Mobile Technologies and the Visual Language of Digital Imperfection. *Inter-disciplinary.net* [online]. 2012 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://www.inter-disciplinary.net/at-the-interface/wp-content/uploads/2012/05/chandlervlpaper.pdf>

Investigating the style of self-portraits (selfies) in five cities across the world. In: *Selfiecity* [online]. [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://selfiecity.net/#intro>

KADLEC, Ota. Historie digitální fotografie. In: *Fakulta informatiky Masarykovy univerzity* [online]. [cit. 2016-03-16]. Dostupné z: <http://www.fi.muni.cz/usr/jkucera/pv109/2004/xkadlec2.htm>

KAVANOVÁ, Lucie. S fotkami z Instagramu na zdi londýnského metra. In: *Respekt* [online]. 2014 [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <http://www.respekt.cz/fokus/s-fotkami-z-instagramu-na-zdi-londynskeho-metra>

KVAPILOVÁ, Pavlína. Konec čtverců na Instagramu? In: *Igers* [online]. 2015 [cit. 2016-03-14]. Dostupné z: <http://igers.cz/konec-ctvercu-na-instagramu/>

LAMACZ, Lukáš. Apple jako Polaroid? In: *Kurzy.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-03-19]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/zpravy/358274-apple-jako-polaroid/>

MANOVICH, Lev a HOCHMAN, Nadav. Zooming into an Instagram City: Reading the local through social media. In: *First Monday* [online]. 2013 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4711/3698>

MANOVICH, Lev, TIFENTALE, Alise, YAZDANI, Mehrdad a CHOW, Jay. The Exceptional and the Everyday: 144 Hours in Kyiv. In: *The Everyday* [online]. 2014 [cit. 2016-03-17]. Dostupné z: https://drive.google.com/file/d/0B2zp_-wC_PsZxZzeDRaS0tpdUU/view

MÍSAŘ, Jan. Historie fotografických úprav aneb úpravy před Photoshopem i po něm. In: *ČVUT Wiki* [online]. 2014 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: https://cw.fel.cvut.cz/wiki/_media/courses/a7b33dif/sinlavy/historie_fotografickyh_uprav.pdf

Nejsledovanější Čech na Instagramu: „Moje fotky jsou v Londýnském metru“. In: *Appmagazín* [online]. 2013 [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: <http://www.appmagazin.cz/sloupec/nejsledovanejsi-cech-na-instagramu-moje-fotky-se-vystavuji-v-moskve-nebo-zdobi-metro-v-londyne/>

NIGATU, Heben. How To Tell If Your Friends Are #NoFilter Fakers On Instagram. In: *BuzzFeed* [online]. 2013 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <http://www.buzzfeed.com/hnigatu/how-to-tell-if-your-friends-are-nofilter-fakers-on-instagram#.nj21LO6pn>

OČADLÝ, Tomáš. Historie fotomobilů. In: *Svět Andoida* [online]. 2013 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <http://www.svetandroida.cz/fotoserial-historie-fotomobilu-201312>

Od polarizace k Polaroid Cube. In: *Polaroid Cube* [online]. [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <http://www.polaroidcube.cz/historie/>

Proč nemám rád Instagram. In: *Errolovy výlevy* [online]. 2011 [cit. 2016-03-25]. Dostupné z: <http://blog.errolek.cz/2011/12/proc-nemam-rad-instagram.html>

SMITH, Graig. By The Numbers: 160+ Interesting Instagram Statistics. In: *DMR* [online]. 2016 [cit. 2016-03-21]. Dostupné z: <http://expandedramblings.com/index.php/important-instagram-stats/>

SOTO, Emily. The Importance Of Polaroid - Why I Still Love To Shoot With Instant Film. In: *Huffpost* [online]. 2014 [cit. 2016-03-23]. Dostupné z: http://www.huffingtonpost.com/emily-soto/the-importance-of-polaroi_1_b_6120662.html

Stats. In: *Instagram* [online]. [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <https://instagram.com/press/>

SVORNÍK, Petr. Češi vracejí Polaroidy do hry. In: *Novinky.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/internet-a-pc/395312-cesi-vraceji-polaroidy-do-hry.html>

TESAŘ, Michael. Historie fotografie. In: *Fotografie* [online]. [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <http://www.tesar.estranky.cz/clanky/historie-fotografie.html>

WORTHAM, Jenna. A Stream of Postcards, Shot by Phone. In: *New York Times* [online]. 2011 [cit. 2016-03-18]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2011/06/04/technology/04photosharing.html>

Seznam příloh

Příloha č. 1: Statistika srovnávající výrobu digitálních a analogových fotoaparátů dle marketingové agentury Mayflower Concepts (PrintScreen)

Příloha č. 2: Upravená statistika srovnávající výrobu digitálních, analogových a mobilních fotoaparátů dle fotografa Svena Skafiska (PrintScreen)

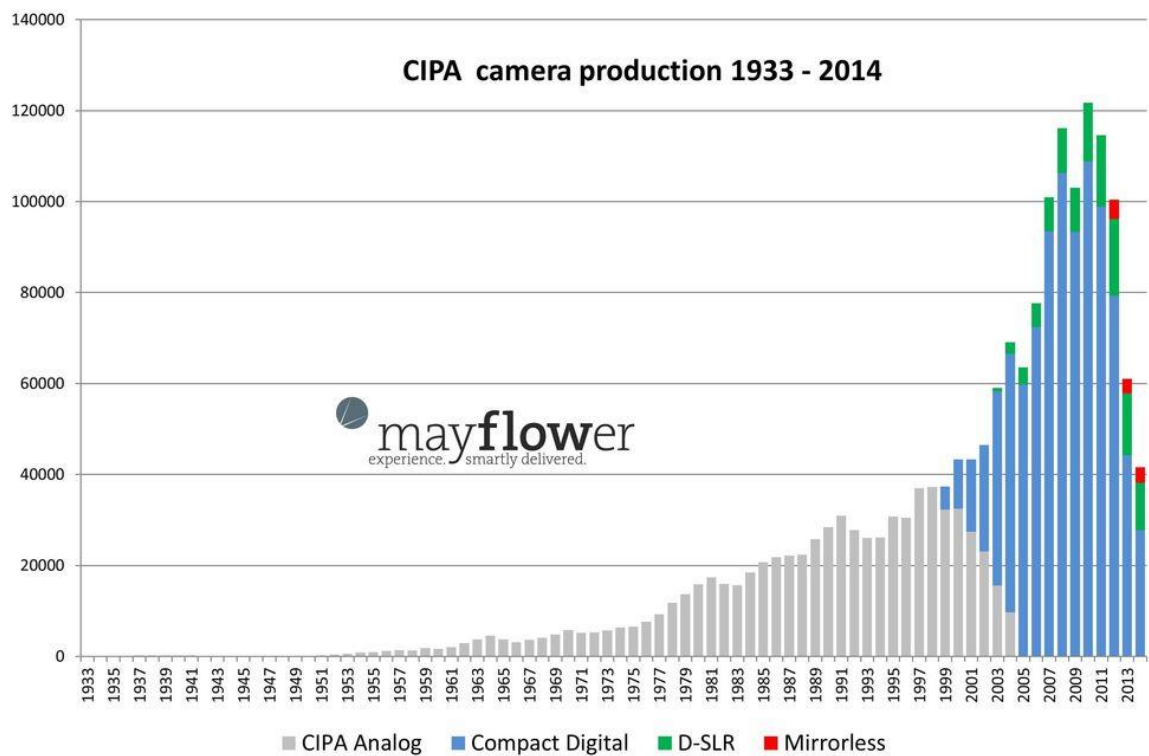
Příloha č. 3: Fotografie Lucase Samarase, ilustrující techniku deformování snímku (PrintScreen z PDF knihy)

Příloha č. 4: Kompletní znění dotazníku (text)

Příloha č. 5 (viz. CD): Tabulka se všemi odpověďmi respondentů výzkumu (tabulka)

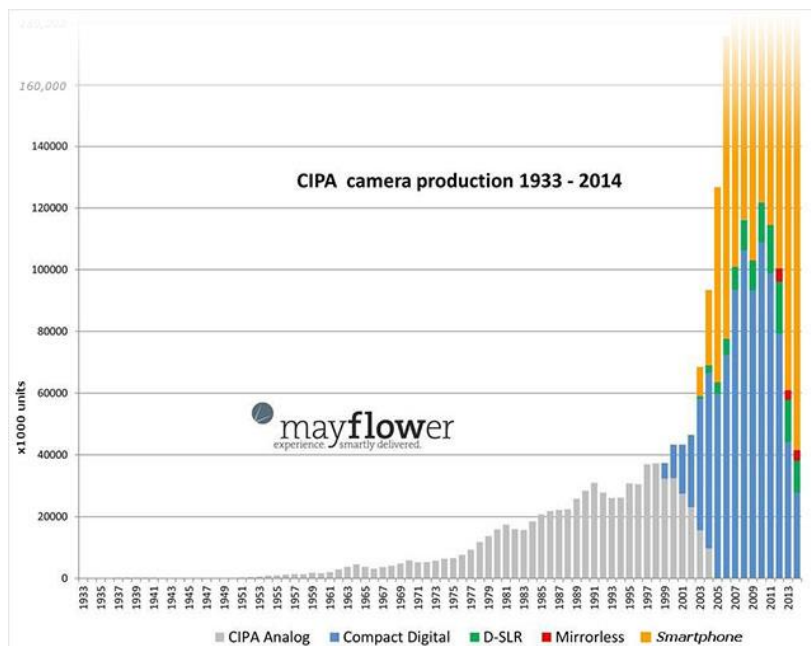
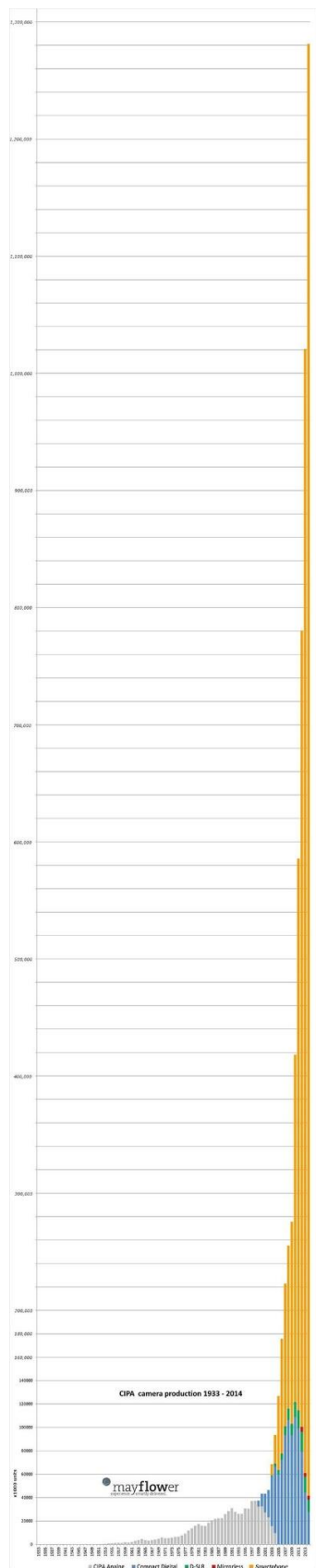
Přílohy

Příloha č. 1: Statistika srovnávající výrobu digitálních a analogových fotoaparátů dle marketingové agentury Mayflower Concepts (PrintScreen)



Dostupné z: <http://petapixel.com/2015/04/09/this-is-what-the-history-of-camera-sales-looks-like-with-smartphones-included/>

Příloha č. 2: Upravená statistika srovnávající výrobu digitálních, analogových a mobilních fotoaparátů dle fotografa Svena Skafiska (PrintScreen)



Dostupné z: <http://petapixel.com/2015/04/09/this-is-what-the-history-of-camera-sales-looks-like-with-smartphones-included/>

Příloha č. 3: Fotografie Lucase Samarase, ilustrující techniku deformování snímku (PrintScreen z PDF knihy)



BONANOS, Christopher. *Instant: the story of Polaroid*. First edition. New York, New York: Princeton Architectural Press, 2012, str. 96. ISBN 978-1-61689-085-8.

Příloha č. 4: Kompletní znění dotazníku

Mechanika dotazníku: Pokud respondent odpověděl „Ano“ či tučně nevyznačené „Ne“, zobrazily se mu podotázky o stupeň nižší úrovně. Pokud zaškrtnul tučně vyznačené „Ne“, pokračoval k další otázce stejné úrovně.

muž žena

Věk: ____

Zaměstnání: _____

1. Vlastníte smartphone? Ano Ne
2. Zajímá vás fotografie či výtvarné umění? Rozhodně ano Spíše ano Spíše ne
 Vůbec ne
3. Znáte Instagram? Ano **Ne**
 - 3.1. Jak složité vám připadá pořídit si Instagram? (nalézt, stáhnout, nainstalovat...)
 Úplně jednoduché Spíše jednoduché Spíše složité Hodně složité
 - 3.2. Je podle vás aplikace Instagram finančně snadno dostupná? (pokud vezmete v úvahu cenu dat, které vyčerpáte na mobilu a jiné provozní náklady) Rozhodně ano Spíše ano Spíše ne Rozhodně ne
 - 3.3. Je pro vás důležité, zda je aplikace Instagram finančně snadno dostupná? Je mi to jedno Ovlivňuje to, jak moc ji používám Proto jsem si ji pořídil/a Proto jsem si ji nepořídil/a
 - 3.4. Máte k Instagramu nějaký citový vztah? Velmi kladný Spíše kladný Neutrální
 Spíše negativní Velmi negativní
 - 3.5. Považujete Instagram za součást určité módní vlny? Ano Ano a tato vlna je mi sympatická Ano a tato vlna mi není sympatická Ne
 - 3.6. Používáte aplikaci Instagram? Ano **Ne**
 - 3.6.1. Jak často si prohlížíte fotky ostatních? Vícekrát za hodinu
 Několikrát denně Několikrát týdně Méně než několikrát za týden
 - 3.6.2. Jak často zde zveřejňujete fotografie? Několikrát za den Několikrát týdně Několikrát do měsíce Méně než několikrát do měsíce
 - 3.6.3. Jak složité je podle vašeho názoru ovládnutí Instagramu? Úplně jednoduché Spíše jednoduché Spíše složité Hodně složité

- 3.6.4. Co vás na Instagramu baví? *(vyplňte)*
- 3.6.5. Co vás na Instagramu nebaví? *(vyplňte)*
- 3.6.6. Fotíte na Instagram spíše pro sebe, nebo pro své blízké? Spíše pro sebe Spíše pro své blízké Pro své sledující (i pro lidi, které neznám)
- 3.6.7. Máte zkušenosti s analogovým fotoaparátem? Ano, velké Ano, malé Vůbec žádné
- 3.6.8. Zveřejňujete/sdílíte instagramové fotky i na dalších sociálních sítích? Ano, často Ano, občas Nikdy
- 3.6.9. Nechali byste si vyvolat dobrou fotografii z Instagramu? Určitě ano Spíše ano **Spíše ne** **Určitě ne**
- 3.6.9.1.1. Věnovali byste takovou fotku svým blízkým jako dárek? Určitě ano Spíše ano Spíše ne Určitě ne
- 3.6.10. Jak dlouho v průměru upravujete fotku v aplikaci Instagramu? 1-2 minuty 3-5 minut 6-10 minut Často i déle než 10 minut
- 3.6.11. Kolik snímků v průměru pořídíte, než vyberete ten správný, který poté publikujete? 1 2-3 3-5 Více než 5
4. Znáte Polaroid? Ano **Ne**
- 4.1. Případá vám, že je jednoduché ho sehnat? Úplně jednoduché Spíše jednoduché Spíše složité Hodně složité
- 4.2. Používali vaši rodiče či prarodiče Polaroid? Ano Ne Nevím
- 4.3. Máte k Polaroidu nějaký citový vztah? Velmi pozitivní Spíše pozitivní Neutrální Spíše negativní Velmi negativní
- 4.4. Považujete Polaroid za součást určité módní vlny? Ano Ano a tato vlna je mi sympatická Ano a tato vlna mi není sympatická Ne
- 4.5. Je podle vás Polaroid finančně náročný? Rozhodně ano Spíše ano Spíše ne Určitě ne
- 4.6. Jak moc je pro vás důležité, zda je Polaroid finančně náročný? Je mi to jedno Ovlivňuje to, jak moc ho používám Proto jsem si ho koupil/a Proto jsem si ho nekoupil/a
- 4.7. Používáte Polaroid? Ano **Ne**
- 4.7.1.1. Jak často používáte Polaroid? Několikrát za den Několikrát týdně Několikrát do měsíce Méně než několikrát do měsíce

- 4.7.1.2. Jak složité je podle vašeho názoru ovládnání Polaroidu? Úplně jednoduché Spíše jednoduché Spíše složité Hodně složité
- 4.7.1.3. Co vás baví na Polaroidu? *(vyplňte)*
- 4.7.1.4. Co vás na Polaroidu nebaví? *(vyplňte)*
- 4.7.1.5. Fotíte Polaroidem spíše pro sebe, nebo abyste pak mohli ukázat fotky svým známým? Pro sebe Pro sebe i pro známé Pro známé
- 4.7.1.6. Máte někde vystavené polaroidové fotky? Ano Ne
- 4.7.1.7. Věnovali byste polaroidovou fotku svému blízkému? Určitě ano Spíše ano Spíše ne Určitě ne
- 4.7.1.8. Zveřejňujete polaroidové fotky na sociálních sítích? Ano, často Ano, ale málo **Nikdy**
- 4.7.1.8.1. Tvoříte z polaroidových fotek na sociálních sítích alba? Většinou ano Zveřejňuji je spíše samostatně Tvořím z nich alba, ale zveřejňuji je i samostatně
- 4.7.1.8.2. Kolik snímků z jednoho filmu v průměru publikujete? Všechny Většinu Jen vybrané Často jen jednu

5. Znáte Instagram i Polaroid? Ano **Ne**

5.1. V mém okolí fotí lidé více ... na Instagram ... Polaroidem Je to vyrovnané

5.2. Připadají vám instagramové fotografie podobné polaroidovým? Ano Spíše ano Spíše ne Ne

5.3. Dokážete rozeznat, kterým zařízením byly tyto fotografie pořízeny?



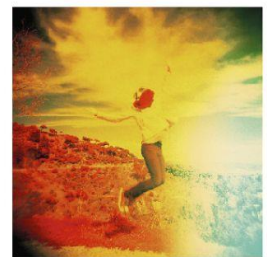
1



2



3



4

- (1) analogový fotoaparát Holga, (2) digitální fotoaparát + Photoshop, (3) Polaroid, (4) digitální fotoaparát + Photoshop (1) Polaroid, (2) Instagram, (3) analogový aparát Holga, (4) digitální fotoaparát + Photoshop (1) digitální fotoaparát + Photoshop, (2) analogový fotoaparát Holga, (3) Polaroid, (4) Instagram (1) analogový fotoaparát Holga, (2) Polaroid, (3) digitální fotoaparát

+ Photoshop, (4) Instagram □ (1) Instagram, (2) digitální fotoaparát + Photoshop,
(3) Polaroid, (4) analogový fotoaparát Holga

5.4. Napadá vás nějaká poznámka k rozpoznávání fotografií? (Bylo to jednoduché,
složitě...?) *(vyplňte)*

6. Napadá vás cokoli, co byste nám chtěli říct o vašich osobních preferencích Instagramu či
Polaroidu? (Proč používáte jedno či druhé? Nebo obojí?) *(vyplňte)*