

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Tereza Drahoňovská

**Fotografie jako prostředek instantní
komunikace**

Bakalářská práce

Praha 2012

Autor práce: **Tereza Drahoňovská**

Vedoucí práce: **Doc. Filip Láb, Ph.D.**

Rok obhajoby: 2012

Bibliografický záznam

DRAHOŇOVSKÁ, Tereza. *Fotografie jako prostředek instantní komunikace*. Praha, 2012. 56 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí bakalářské práce Doc. Filip Láb, Ph.D.

Abstrakt

Tato práce sleduje postupné proměny základních funkcí fotografického média, a to jak v historii, tak i v současné době. Teoretická část se věnuje vývoji fotografie v souvislosti s formováním její komunikační funkce a klade důraz na změny, které způsobily částečné přehodnocení základních funkcí fotografického obrazu. Práce pojednává také o problematice vlivu konceptu Webu 2.0 a rozšíření sociálních sítí na přístup k fotografii a nakládání se snímky. Dále rozebírá také rozmach nových funkcí fotografického média, které se v současnosti začínají rozvíjet. Do této kategorie se řadí zejména sebe prezentace a komunikační funkce. Praktická část potom srovnává vnímání fotografie a práci s ní v rámci sociálních sítí Facebook a Flickr a snaží se odhalit konkrétní změny, které v poslední době ovlivňují přístup k fotografii.

Abstract

This thesis follows changes in basic functions of photography in the history, as well as in actual days. Theoretical part covers development of photography in way of forming its communication function and focuses on changes causing partial turnover in main usage of photography. The work as well refers about problematic of influencing access and distribution of pictures with Web 2.0 conception and social networks boom. It analyzes current development of brand new photography functions, such as self-presentation and communication.

The second part of the thesis covers current usage and consuming photography in the field of amateur photographs. As part of the research a survey was published

questioning this theme together with photography on the social networks, such as Facebook and Flickr. Its results analysis takes place in the second part as well. Its purpose is revealing the concrete changes currently influencing the consumption of photography.

Klíčová slova

Digitální fotografie, digitalizace, sociální sítě, funkce fotografie, Facebook, Flickr, instantní komunikace

Keywords

Digital photography, digitalization, social networks, functions of photography, Facebook, Flickr, instant communication

Rozsah práce: 63 377 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 15. 5. 2012

Tereza Drahoňovská

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu této bakalářské práce Doc. Filipu Lábovi, Ph.D. za jeho rady a cenné podněty. Můj velký dík patří také všem, kteří si našli čas na vyplnění dotazníku, nebo mě inspirovali k objevení nových rovin pohledu na probírané téma.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV
Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Tereza Drahoňovská

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2009

E-mail diplomantky/diplomanta:

tereza.drahonovska@seznam.cz

Studijní obor/typ studia:

Žurnalistika

Předpokládaný název práce v češtině:

Fotografie jako prostředek instantní komunikace

Předpokládaný název práce v angličtině:

Photography as a medium of instant communication

Předpokládaný termín dokončení:

ZS 2012

Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků):

Práce se zaměřuje na vývoj vnímání fotografie a proměny její funkce a užití, dotýká se vlivu společnosti na obsah snímků, stejně jako na jejich zveřejňování a sdílení. Práce analyzuje současný pohled na funkce fotografie v závislosti na moderní době. Dále se zamýšlí nad vlivem sociálních sítí a dopady zvyšování přístupnosti fotografie.

Proměny vnímání fotografie a změny jejich funkcí dokládám na příkladu sociálních sítí Facebook a Flickr, které umožňují sdílení fotografií. Pomocí dotazníkové metody se snažím zjistit, zda se výrazně liší obsah, podoba a četnost publikovaných fotografií a zda uživatelé jednotlivých sítí pociťují rozdíl ve vnímání zaměření a profilu serverů. Hlavní linka mé práce spočívá ve zkoumání sociálního aspektu vývoje zacházení s fotografickým obrazem a změn funkcí fotografie v návaznosti s nástupem sociálních sítí a digitálních médií.

Předpokládaná struktura práce:

1. **Úvod:** Seznámení s cíli práce a použitou metodikou.
2. **Vývoj přístupu k fotografii v čase:** Rozbor změn vnímání fotografie a jejich společenských příčin.
3. **Změna vnímání fotografie s příchodem sociálních sítí:** Aktuální situace, vliv trendu sdílení fotografií a sociálních sítí, rozbor masivního nárůstu fotografické produkce.
4. **Vliv společenských změn na obsah a prezentaci fotografií:** Zamyšlení nad obrazovou stránkou fotografie, snaha o odůvodnění změn v souvislosti se společenskými souvislostmi, vliv způsobu prezentace.
5. **Praktická část práce – dotazník:** Uživatelům, kteří používají minimálně jeden server a mají obecné povědomí o obou, položím otázky ohledně vnímání serveru, počtu vkládaných fotografií či jejich motivaci.
6. **Analýza výsledků:** Na základě dotazníku se pokusím rozebrat získané informace a dojít

k ucelenému a obecně aplikovatelnému výsledku.

7. **Závěr:** Shrnutí výsledků práce, zhodnocení metodiky.

Vymezení zpracovávaného materiálu:

V práci používám metodu dotazníkového šetření se skupinou respondentů ve věkovém rozmezí 15 – 70 let.

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Dotazníková metoda

Základní literatura:

1. BERAN, Alexander; BERAN, Ludvík. *Obraz jako dialog s časem*. Praha: Národní informační a poradenské středisko pro kulturu, 2007. 302 s. ISBN 80-7068-205-1.

V teoretické části autoři přijatelnou formou přibližují vztah fotografie a filozofie, uvádějí základní názory na specifiku fotografického díla. V jednotlivých kapitolách nám zprostředkovávají pohled na "obraz" od paleolitu, přes první fotografii světa, klasiky české fotografie, až po současné amatérské fotografie.

2. LÁB, Filip; TUREK, Jaroslav. *Fotografie po fotografii*. Praha: Karolinum, 2009. 132 s. ISBN 978-80-246-1617-9.

Esejistická kniha na pomezí dějin umění a teorie médií vykládá z různých úhlů pohledu a stanovisek specifickou povahu fotografie jakožto média, jež stálo na počátku cesty, která lidstvo dovedla do éry vizuální komunikace.

3. STURKEN, Marita; CARTWRIGHT, Lisa. *Studia vizuální kultury*. Praha: Portál, 2009. 472 s. ISBN 978-80-7367-556-1.

Studia vizuální kultury pojímají média a obrazy v jejich komplexním vztahu a usilují o vytvoření nové disciplíny, která by překonávala tradiční úzké pojetí vizuální kultury. Zaměřují se na produkci, distribuci obrazů a sledují jejich „toky“ ve vztahu ke kulturnímu, sociálnímu a politickému kontextu a historicky proměnlivým způsobům, jakým na „obrazy“ nahlížíme.

4. COX, Andrew M. Flickr: What is new in Web2.0?. In *Towards a social science of Web2.0* [online]. York: University of York, 2007 [cit. 2011-06-03]. Dostupné z WWW: <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.123.3467&rep=rep1&type=pdf>>.

Text shrnuje historii serveru Flickr, jeho vývoj, důvody popularity a rychlého nárůstu členů. Zároveň se dotýká problematiky fotografie a její role v dnešní společnosti.

5. CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?*. [s.l.] : Herrmann & synové, 2004. 368 s.

Cílem předkládané antologie je podat reprezentativní průřez myšlením o fotografii, jak se vyvíjelo v průběhu 20. století. Kromě významu statí pro rozvoj oboru se výběr rovněž řídí snahou o zachycení vzájemných vztahů a poukazů mezi jednotlivými výkladovými stanovisky.

Diplomové práce k tématu 1. ROUBAL, Martin. <i>Problém interpretace fotografie</i> [online]. Praha, 2010. 72 s. Diplomová práce. Univerzita Karlova.
Datum / Podpis studenta/ky

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:	
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:	
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:	
Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na UK FSV vykonávám.	
Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.	
Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY UK FSV. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU KOPIÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE DOPORUČENÉ PEDAGOGEM/PEDAGOŽKOU BUDE VEDENÍ IKSŽ POUZE BRÁT NA VĚDOMÍ, TEZE PODÁVANÉ STUDENTEM SAMOSTATNĚ BUDE PROJEDNÁVAT.

Obsah

ÚVOD	2
1. VÝVOJ PŘÍSTUPU K FOTOGRAFII V ČASE	4
1.1. VZNIK FOTOGRAFIE A JEJÍ PRVOTNÍ FUNKCE	4
1.2. VÝVOJ PŘÍSTUPU K FOTOGRAFICKÉMU PORTRÉTU	5
1.3. INSTANTNÍ FOTOGRAFIE.....	6
1.4. FOTOGRAFIE A TEXT	8
1.5. JAZYKOVÉ PROSTŘEDKY FOTOGRAFIE.....	10
2. ZMĚNA VNÍMÁNÍ FOTOGRAFIE S PŘÍCHODEM SOCIÁLNÍCH SÍTÍ	12
2.1 DIGITALIZACE A POSTFOTOGRAFICKÁ ÉRA.....	13
2.1.1. <i>Pravdivost fotografie</i>	14
2.1.2. <i>Proměna fotografie v postfotografické éře</i>	15
2.2 FOTOGRAFIE JAKO KOMUNIKAČNÍ JEDNOTKA	16
2.2.1 <i>Sebeprezentace</i>	17
3 STRUČNÉ PŘEDSTAVENÍ ZKOUMANÝCH SOCIÁLNÍCH SÍTÍ	19
3.1 FACEBOOK.....	19
3.2 FLICKR.....	20
4 VÝZKUM VNÍMÁNÍ FOTOGRAFIE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH FACEBOOK A FLICKR	21
4.1 CHARAKTERISTIKA VÝZKUMU	21
4.1.1 <i>Záměr a cílová skupina dotazníkového výzkumu</i>	22
4.1.2 <i>Metoda výzkumu</i>	22
4.1.3 <i>Charakteristika respondentů</i>	23
4.2 VYHODNOCENÍ VLASTNÍHO VÝZKUMU	24
4.2.1 <i>Vnímání fotografie</i>	24
4.2.2 <i>Porovnání přístupu k fotografii na Facebooku a Flickru</i>	29
4.3 SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ VÝZKUMU	32
ZÁVĚR	34
SUMMARY	36
POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE	37
SEZNAM PŘÍLOH	40
PŘÍLOHY	41

Úvod

Podnětem ke zvolení tématu Fotografie jako prostředek instantní komunikace bylo pozastavení nad měnící se podobou a smyslem fotografie. Během dosavadního studia jsem se seznámila s velkým množstvím teoretických textů a úvah, které se snažily přiblížit funkce a možné způsoby vnímání fotografie. Myšlenky, které se v esejích objevily, mě často vedly k pochybnostem, zda se pohled na fotografické médium v současné době vlivem rychlého rozvoje techniky a dalších sociologických změn neposunul do další, zcela nové fáze.

V rámci této práce jsem se proto pokusila zpracovat historii fotografie z pohledu vývoje funkcí fotografického média. Snažila jsem se sledovat linii změn ve vnímání fotografie a pozastavit se u významných milníků v rámci vývoje fotografického média, které předznamenaly příklon k současnému stavu fotografie, nebo výrazně posunuly přístup veřejnosti k fotografickému obrazu. Nedílnou součástí práce je proto také zkoumání důsledků způsobených zmíněnými změnami.

Další motivaci ke zpracování výše zmíněného tématu mi poskytlo rozhraní sociální sítě Facebook, na které jsem již delší dobu pozorovala zajímavý přístup k fotografii. Ta se začínala proměňovat spíše do podoby informace, která se vyznačuje omezenou dobou platnosti a po krátké době již zcela upadá do zapomnění. Tento přístup mě přivedl na myšlenku pokusit se odhalit příčiny tohoto jevu, který je tolik příznačný pro moderní dobu prosycenou myšlenkovými procesy, jež jsou přizpůsobeny fungování sociálních sítí. Zároveň mě zaujalo také fungování další sociální sítě – serveru Flickr. Ten se na rozdíl od sítě Facebook zaměřuje výhradně na fotografie a vytvořil si tak svébytně fungující komunitu, která sdílí pouze vlastní snímky, a veškerý čas strávený na této síti věnuje právě fotografickému médiu. Seznámení s rozhraním serveru Flickr mě přivedlo na myšlenku porovnat dva světy založené na stejném principu – konceptu Webu 2.0. Dále se chci pokusit se odhalit rozdíly ve vnímání fotografie uživatelů sítí Facebook a Flickr a zkusit zaznamenat motivy, které vedou aktivní fotografy k odlišnému pohledu na jejich sdílenou tvorbu.

Pro dosažení maximálně vypovídajících výsledků jsem pro výzkum zvolila dotazníkovou metodu a pomocí krátkého dotazníku jsem oslovila jak uživatele sítí

Facebook a Flickr, tak i respondenty, kteří se chtějí vyjádřit k obecnému vnímání fotografie. Hlavním cílem praktické části je zejména ověření tvrzení, že fotografické médium se neustále proměňuje a s ním i přístup aktivních fotografů v rámci amatérské tvorby. To je způsobeno nejen rozvojem fotografické techniky, ale také možnostmi internetového prostředí a konceptem fungování sociálních sítí, které se stávají pevnou součástí každodenního života.

1. Vývoj přístupu k fotografii v čase

1.1. Vznik fotografie a její prvotní funkce

Již s Niépcovými prvními snímky – Pohledem z okna v Le Gras nebo záběrem zachycujícím prostřený stůl – se začíná neuvěřitelnou rychlostí rozvíjet zcela nové médium, které v budoucnosti otřese pevnými základy vnímání obrazu – fotografie. S příchodem daguerrotypií fotografie získala jednu ze svých prvních jasně daných funkcí, a to sloužit malířskému umění. „V rukou některých malířů se však proměnily v technickou pomůcku. Tak jako o sedmdesát let později vytvořil Utrillo své fascinující pohledy na Paříž nikoli podle přírody, nýbrž podle pohlednic, byla základem fresky prvního všeobecného synodu skotské církve v roce 1847 od ctěného anglického portrétního malíře Davida Octavia Hilla řada portrétních snímků,“ popisuje využití snímků Walter Benjamin v Malých dějinách fotografie. „A jsou to právě tyto nenáročné, k interním účelům zamýšlené pomůcky, jež zajišťují jeho jménu místo v dějinách, ačkoli jako malíř již dávno zapadl.“¹

Černobílé fotografie, které snadno dokázaly zachytit okamžik a uchovat ho, tak v polovině 19. století ušetřily nejen malíře, ale zejména jejich modely od složitého a zdlouhavého procesu zachycení reality. Snímky sloužily jako samotná předloha obrazu a našly uplatnění zejména u výjevů s velkým počtem aktérů. To ocenil právě výše zmíněný David Octavius Hill, snažil se totiž namalovat skupinu 474 duchovních při podpisu prohlášení o nezávislosti církve.

Stejně jako fotografie pomáhala při vzniku uměleckých děl, přispívala v 19. století také k rozšiřování povědomí společnosti o dílech již vytvořených. Význam fotografie byl viděn v možnosti zprostředkovat kulturní hodnoty, k čemuž sloužily početné reprodukce uměleckých děl. Snímky soch či obrazů přinášely rozšíření alespoň minimální znalosti umění i do nižších vrstev a zvyšovaly tak vzdělanost obyvatelstva. Přesnost a jasnost, které fotografie brzy dosáhla, většinu lidí nepřestávala udivovat. Autentickou reakci na daguerrotypii zachytil Walter Benjamin, který v Malých dějinách

¹ BENJAMIN, Walter. Malé dějiny fotografie. CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?*. Vyd. 1. Praha: Herrmann, 2004, s. 10. ISBN 80-239-5169-6.

fotografie cituje „starého Dauthendeye“: „Zprvu jsme si netroufali dlouho si prohlížet první obrázky, které zhotovil. Lekali jsme se jasnosti člověka a domnívali se, že malinké tvářičky postav na obrázku dokáží vidět nás samé. Tak ohromujícím způsobem působila na člověka neobvyklá jasnost a nezvyklá věrnost daguerrotypií.“²

Pomocná a dokumentární funkce ovšem mnohým vyznavačům nového obrazového média nestačila. Velká část fotografů se snažila přiblížit umění a ukázat společnosti, že fotografie je na stejné úrovni jako například malba.

1.2. Vývoj přístupu k fotografickému portrétu

Další posun ve vnímání fotografie přišel společně s masovým šířením portrétů, takzvaných vizitek. Tento speciální typ malých fotografií si 22. listopadu roku 1854 nechal patentovat André-Adolphe-Eugène Disdéri, který také přišel s vynálezem rotačního fotoaparátu, jenž usnadnil kopírování a následnou výrobu fotografií. Díky drobným vizitkám se fotografie rozšířila i do nižších vrstev, fotografická podobizna přestala být výsadou bohatých aristokratů a mohl si ji dovolit téměř každý.

„Skutečnou obětí fotografie nebyla krajinomalba, ale portrétní miniatury. Věci se vyvíjely tak rychle, že se již koncem roku 1840 vážná část nespočetných malířů miniatur stala fotografy z povolání, zprvu jen vedle malování, brzy však výlučně,“³ popisuje situaci Walter Benjamin v Malých dějinách fotografie.

V zásadě se jednalo o ateliérové inscenované portréty, společně s tímto trendem se také brzy objevily nejrůznější metody retušování negativu. První případ byl prezentován již roku 1855 na Světové výstavě v Paříži. „Nakonec ale mezi profesní fotografy odevšad pronikli obchodníci, a když se později staly zcela běžnými retuše negativů, jimiž se špatní malíři mstili fotografii, nastal prudký úpadek vkusu. V této době se začala plnit alba,“⁴ vysvětluje Benjamin.

Vlastnit fotografický portrét již nebylo považováno za přepych určený jen „celebritám“ doby, alba plná rodinných fotografií se stala přímo společenskou nezbytností. V době největší obliby vizitek se asi nejvýrazněji projevila jedna z hlavních

² BENJAMIN, Walter. Malé dějiny fotografie. CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?*. Vyd. 1. Praha: Herrmann, 2004, s. 11. ISBN 80-239-5169-6.

³ Tamtéž, s. 12-13.

⁴ Tamtéž, s. 13.

vlastností fotografie a způsobů jejího vnímání – jako by snímky aktérům na fotce vdechly nesmrtelnost, věčnost. Jakmile měl člověk vlastní portrét, který si mohl vložit do tlustého alba mezi další fotografie rodiny, získal jistotu, že už nikdy nebude dalšími generacemi absolutně zapomenut. Již navždy totiž existoval důkaz, že žil - fotografie.

Zejména v Anglii se koncem 19. století začal objevovat také nový přístup k fotografování lidí. Jednotliví fotografové se toužili odlišit, nestačilo jim pouze zachycení okamžiku a čisté zdokumentování situace, ale snažili se do fotografie vložit tematický přesah. Šlo o postup, při kterém se díky použití a zkombinování několika samostatných negativů docílilo idealizování a změny vzhledu člověka. Tento způsob manipulace s fotografií, ale zároveň i s divákem, byl vlastní zejména anglickým piktorialistům. Díky většímu počtu negativů tak mohli piktorialisté vytvářet rozsáhlé obrazy, které většinou čerpaly inspiraci z literatury či výtvarného umění. Právě tímto způsobem se snažili fotografové dokázat, že fotografie se dokáže vyrovnat tradiční malbě, jelikož zvládne zobrazit stejné náměty.

Skládání negativů však začíná pomalu narušovat jednu z vlastností, která byla pro fotografii od jejího vzniku charakteristická. Divák si už nemůže být jistý, že to, co je na snímku, v daný okamžik opravdu stálo před očima fotografa. Fotografie již není přesným otiskem reality, ale mění se na malý fragment určený k další manipulaci, aby dal vzniknout většímu, dokonalejšímu celku. V 19. století se ovšem tento převrat objevuje takřka výhradně v umělecké fotografii, dokumentární snímky stále kladou velký důraz na objektivitu bez příkras.

1.3. *Instantní fotografie*

Skutečným zlomem a revolucí se pro fotografické médium stalo vynalezení instantní fotografie. Úžasný objev představil dne 22. února roku 1947 Edwin Land. Kouzlo první Land Camery, jak svůj vynález Land původně pojmenoval, spočívalo v použití speciálního samovyvolávacího filmu, díky kterému se vyfotografovaný snímek po vyjmutí filmu na vzduch objevil již po neuvěřitelných 60 sekundách. Pro tyto instantní fotoaparáty se brzy vžilo označení polaroid – podle firmy Polaroid Corporation, kterou Edwin Land založil roku 1937, a pro kterou se populární fotoaparáty staly na dlouhou dobu neúspěšnějším produktem. Černobílé polaroidové

fotografie zaplavily trh již v roce 1948, na barevný film si fanoušci fotografování museli počkat až do roku 1963.

Edwin Land přišel s jednoduchým vylepšením fotografického procesu. Polaroidový instantní film (na rozdíl od v tehdejší době výhradně používaného klasického filmu pokrytého emulzí) obsahuje v obálce či na samostatném fotografickém papíře kromě emulze i všechny další chemické látky, které jsou potřebné k vyvolání filmu. Po expozici obrazu tak nebylo nutné film vyvolávat a zvětšovat fotografie v temné komoře, celý tento proces se totiž během poměrně krátké doby odehrál uvnitř těla fotoaparátu.

Koncept polaroidového fotoaparátu je unikátní v několika ohledech. Nejpřevratnější změnou byla rychlost, s jakou lze získat výsledný snímek. Zatímco dříve fotograf musel vydržet, než naplní celý film, poté ho vyvolat a hrubou podobu fotografií, které stvořil, si mohl prohlédnout až ve zvětšováku (a to přitom stále ještě v negativní formě), díky polaroidu bylo možné fotografii držet v ruce již po pouhé minutě. Zjednodušila se tak manipulace s fotografiemi, které si mohli například účastníci společenských akcí ihned předávat, prohlédnout si, co je na snímku zachyceno, a reagovat na obraz téměř okamžitě po jeho vytvoření.

Masovému rozšíření polaroidu však zabránila jak vysoká cena, tak i další nevýhody instantní fotografie. Vzhledem k samočinnosti se polaroidový fotoaparát hodil spíše pro turistické a společenské účely, většinu typů filmu určených pro masového zákazníka také nebylo možné archivovat pro opětovné zvětšování, a proto byla každá fotografie jediným originálem. Nejrozšířenější forma polaroidu se tak příliš nehodila pro ty, kteří preferují zvětšení jen některých fotek z filmu. Neumožňuje totiž žádnou selekci, kterou bylo možné u klasických analogových fotoaparátů provádět v temné komoře.

Fakt, že polaroidové snímky podporují spíše instantní komunikaci než dokumentární charakter fotografie, dokládá i životnost výsledných fotografií. Ty po nějakém čase často začínají blednout a snímky mají spíš okamžitý efekt než archivní hodnotu. Popularita polaroidových fotoaparátů nepřímě odkazuje k dalšímu vývoji fotografie, totiž k příklonu k rychlosti a sociálnímu aspektu.

Fenomén polaroidových snímků ale i přes bankrot Polaroid Corporation a ukončení výroby polaroidových filmů v roce 2008 přetrval až do dnešních dní. Před úplným vymizením polaroid zachránila skupina bývalých zaměstnanců zkrachovalé firmy, kteří se pustili do odvážného počínu nazvaného „The Impossible Project“. V rámci tohoto projektu začali vyrábět instantní filmy a následně je prodávat do celého světa. Díky jejich invenci se myšlenka instantní fotografie zachovala a představuje sice velmi drahou, ale oblíbenou odbočku od digitální fotografie.

V současné době se navíc trend instantní a analogové fotografie opět vrací. Jedním z důvodů je přesycenost dokonalostí digitální fotografie, u které je dnes kvalita samozřejmostí i při použití levnějších kompaktních fotoaparátů. Příznaky tohoto návratu lze vypočítat již v době před několika lety. „...toho, co u klasické fotografie vyžadovalo řadu zkušeností a v počátcích digitální fotografie zase pořádný balík peněz, dokázal najednou dosáhnout každý. Jednoduchým a efektním způsobem jak se svojí tvorbou odlišit se tedy nestala honba za vyšší kvalitou, ale naopak využívání optických chyb, zkreslení barev a podobně,“⁵ vysvětluje Michal Čáp a Tomáš Nosek v článku o historii Polaroidu.

Touhu po tom odlišit vlastní tvorbu a vdechnout jí punc jedinečnosti dokazuje i velký počet online dostupných editorů, které dokážou fotografii snadno vizuálně přizpůsobit vzhledu polaroidů. Právě polaroidové snímky se totiž vyznačují unikátními vlastnostmi, a to nejen barevným spektrem, ale i jedinečností, nemanipulovatelností a schopností odrazit pravdu, která je vlastní i analogové fotografii. Používání polaroidového fotoaparátu je však už méně častým jevem a vzhledem k velké finanční náročnosti se jedná spíše o stylovou záležitost.

1.4. Fotografie a text

Výraznými změnami v průběhu let prošel také vztah fotografického obrazu a textu. Díky tomu, že fotografie představovala přesný a nezměnný odraz reality, našla brzy své využití ve zpravodajství a tisku. Obrázek zachycující aktuální dění či scénu z běžného života tak potvrzoval, že se něco takového skutečně událo. Tento předpoklad

⁵ ČÁP, Michal a Tomáš NOSEK. Polaroid - Jak to bylo, je a snad bude. *Temnokomorník*. 2008, č. 8, s. 5.

se uplatňoval zejména v době, kdy takřka neexistovala obrazová manipulace či cílené politické retuše a fotografická zvětšenina byla nezpochybnitelným důkazem.

Ostatně s textem se fotografie pojila již od doby svého vzniku, kdy s fotografickým médiem ještě společnost nebyla zcela seznámena. Text pod snímkem vysvětloval, co je na fotografii skutečně zachyceno. Podněcoval tak divákovu představivost, nasměroval ji správným směrem a zaštitil pochopení celého obrazu. I v dnešní době se jen málokterá fotografie obejde alespoň bez stručného popisku, ve kterém je uveden přinejmenším autor a název. Ať už se jedná o novinový článek, fotografický časopis nebo výstavu umělecké fotografie, text dotváří kontext fotografie a umožňuje divákovi propojit si obraz s reálným světem.

Právě vztah mezi textem a fotografií se poměrně výrazně vyvíjel a ještě dnes v tomto ohledu dochází k jistým změnám. Způsobuje to nejen stále objemnější fotografická produkce, ale také preference obrazového vnímání před vnímáním souvislého textu. Zajímavou úvahu na toto téma rozvedl například filozof Vilém Flusser: „V průběhu dějin dominovaly texty, v současnosti dominují obrazy. Nikoli článek vysvětluje fotografii, nýbrž fotografie ilustruje článek. Toto obrácení vztahu „text/fotografie“ je charakteristické pro postindustrii a znemožňuje jakékoliv historické jednání. V průběhu dějin texty vysvětlovaly obrazy, dnes ilustrují fotografie články. Románské kapitály sloužily biblickým textům, novinové články slouží fotografiím.“⁶ Flusser ve svém textu nadále předpokládá příklon k analfabetismu, který by měl být způsoben nadvládou technických obrazů. Flusserův analfabet navíc již není vyloučen z kulturního dění, ba naopak, může se na něm plně podílet skrz přijímání obrazů.

Tento trend podporuje také aktuální příklon k bulvární podobě většiny periodik. Kromě velkých titulků a kratších textů se na výsluní dostává také hojně využívání fotografií, ne vždy ale hrají dominantní roli, co se týče významu sdělení. Zatímco například v 60. letech 20. století prožívala fotografická reportáž období slávy a jednotlivým snímkům byl věnován maximální možný prostor, dnes je tomu jinak. Ilustrační fotografie jsou používány čím dál častěji, plní totiž nutnost přítomnosti obrazu, ale už neplní významovou funkci, nepředávají sdělení, které se skrývalo

⁶ FLUSSER, Vilém. *Za filosofii fotografie*. 1. vyd. Praha: Hynek, 1994, s. 54. ISBN 808590604X.

v reportážních či dokumentárních fotografiích. Vztah textu a fotografie se tak dostává do mrtvého bodu, kdy oba hrají pouze vyprázdněné role.

S Flusserovou hypotézou, že dnešní společnost se nachází v době, které vládnu obrazy, zpochybňuje například Roland Barthes v eseji *Rétorika obrazu*. Podle něho měly obrazy, jež jsou předkládány beze slov či textu, pevné místo pouze v analfabetických společnostech. Poukazuje na také fakt, že v současné rovině masové komunikace je lingvistická rovina pevně spjata s valnou většinou obrazů. „Jsme stále a víc než kdy jindy civilizací písma,“⁷ tvrdí Barthes.

Lingvistická stránka obrazu dle Barthese plní dvě základní funkce, a to zakotvení a převod. „Popisek [...] mi pomáhá zvolit *správnou rovinu vnímání*; dovoluje mi nejen akomodovat pohled, ale i moje poznávání. Na rovině „symbolického“ sdělení řídí lingvistické sdělení nejen identifikaci, ale i interpretaci, tvoří jakési kleště, které brání konotovaným významům přerůstati buď k oblastem příliš individuálním (to jest omezuje projektivní schopnost obrazu), anebo k dysforickým hodnotám“⁸. Podle Rolanda Barthese je tento typ zakotvení nejčastěji využíván v reklamních sděleních, která mají za úkol v divákovi vyvolat určité asociace, jež pomáhají zvýšit atraktivitu propagovaného produktu. „Mimo reklamu může být ovšem toto zakotvení ideologické povahy, což je bezpochyby také jeho hlavní funkce; text vede čtenáře mezi signifikáty obrazu, umožňuje mu některým se vyhnout a jiné převzít; prostřednictvím této často velmi subtilní dispečerské funkce jej dálkově navádí ke smyslu, který je předem zvolen,“⁹ dodává Roland Barthes.

1.5. Jazykové prostředky fotografie

Pevné propojení jazykových prostředků a fotografie dokazuje, že jazyk fotografie není zcela samostatný a jednoznačný. O jisté nesamostatnosti fotografie se zmiňuje i Susan Sontag: „Protože každá fotografie je pouhým fragmentem, závisí její morální a emocionální závažnost na tom, kam je vložena. Fotografie se proměňuje podle kontextu,

⁷ BARTHES, Roland. *Rétorika obrazu*. CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?*. Vyd. 1. Praha: Herrmann, 2004, s. 54. ISBN 80-239-5169-6.

⁸ Tamtéž, s. 55.

⁹ Tamtéž, s. 55.

ve kterém je vnímána.¹⁰ Co je vyjádřeno pouze obrazem, může být interpretováno každým divákem jinak na základě subjektivních konotací a prožitků. To platí zejména u umělecké fotografie, kde se uplatňuje široké spektrum tvůrčích postupů a motivací autora. S problémem rozdílné interpretace se ale lze setkat, i když v mnohem menší míře, i u dokumentárních či zpravodajských fotografií. V tomto ohledu může pomoci právě doprovodný text, který fotografii představí a ukáže záměr, nebo alespoň pohled autora, či kontext. „Bylo prokázáno, že domněle svébytný jazyk fotografie nikdy není oproštěn od určenosti jazykem jako takovým, což je důležité. Málokdy vidíme užitou fotografii, která nemá titulek či název, mnohem častěji se setkáváme s fotografiemi, připojenými k dlouhým textům nebo tvořícími součást psaného materiálu. Dokonce i do fotografie, k níž bezprostředně nepatří žádný text nebo jím není obklopena, proniká jazyk, když ji divák „čte“¹¹,“ vysvětluje Victor Burgin ve stati Prohlížení fotografií.

Silně objektivní dojem fotografie přitom navozuje pocit, že snímek tvoří dokonalý a přesný odraz reality, a samotný obraz by neměl navádět diváka k subjektivnímu čtení či vnímání symbolů. To, že by měla být fotografie oproštěna od veškerých konotací, naznačuje i Roland Barthes v eseji *Rétorika obrazu*. „Tento utopický ráz konotace značně posiluje paradox, na který jsme již upozornili a který vede k tomu, že fotografie (ve svém doslovném stavu) se zdá díky své absolutně analogické povaze tvořit sdělení bez kódu. Avšak strukturální analýza obrazu se zde musí specifikovat, protože ze všech obrazů pouze fotografie má schopnost přenášet informaci, aniž by ji formovala pomocí diskontinuitních znaků a pravidel transformace,“¹² uvádí Barthes. Čistý charakter fotografie potom demonstruje na srovnání fotografického obrazu a malby, kdy malba představuje silně konotativní sdělení. Malíř totiž během tvorby volí vlastní styl, určuje, co bude významné a co ne, co se na obraze objeví a co zůstane divákovi skryto. Oproti tomu fotografický obraz není tvořen rukou člověka, nýbrž mechanickým přístrojem, což evokuje pocit dokonalého a neovlivnitelného zaznamenávání.

¹⁰ Heroismus vidění. SONTAG, Susan. *O fotografii*. Vyd. 1. Praha: Paseka, 2002, s. 98. ISBN 80-7185-471-9.

¹¹ BURGIN, Victor. *Prohlížení fotografií*. CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?*. Vyd. 1. Praha: Herrmann, 2004, s. 92. ISBN 80-239-5169-6.

¹² BARTHES, Roland. *Rétorika obrazu*. CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?*. Vyd. 1. Praha: Herrmann, 2004, s. 56. ISBN 80-239-5169-6.

2. Změna vnímání fotografie s příchodem sociálních sítí

Příchod trendu sociálních sítí je poměrně pevně spojen s ideou takzvaného Webu 2.0. Ten se na rozdíl od svého předchůdce soustředí zejména na komunikaci mezi lidmi, jejich shlukování a sdílený obsah, který na web přidávají sami uživatelé a tvoří tak jednotlivé sítě. Samotná podstata Webu 2.0 se jen těžko přesně definuje, o jisté přiblížení se pokusil například Tim O'Reilly: „Web 2.0 je revoluce podnikání v počítačovém průmyslu způsobená přesunem ke vnímání internetu jako platformy a pokus porozumět pravidlům, která vedou k úspěchu na této nové platformě. Klíčovým mezi těmito pravidly je toto: Tvořte aplikace, které využijí síťového efektu a s přibývajícím počtem uživatelů se budou stále zlepšovat. (Což jsem jinde nazýval ‚vyžitím kolektivní inteligence‘.)“¹³

Mezi první a nejslavnější sociální sítě patřil koncept serveru My Space, aktuálně je však bezesporu nejpoužívanější sítí Facebook, který vznikl v roce 2004. Přímo na fotografii je potom zaměřená sítí Flickr, která vznikla ve stejném roce jako výše zmíněný Facebook.

V současné době vystřídal přední pozici Flickru jako fotografické sociální sítě takzvaný Instagram. Zajímavým fenoménem je neočekávaný vývoj rozvoje sítě, jakou je právě Flickr. Unikátní projekt již od jeho vzniku provázela vlna nadšení z objevení nové specializované platformy, s ubíhajícím časem se však ukázalo, že mnohem univerzálnější Facebook se zákonitě stane nadřazeným konkurentem. Pozici fotografické sítě specializované na fotografie dnes přebírá spíše nově vzniklý Instagram, který se přizpůsobil nejnovějším požadavkům aktivně fotografujících uživatelů.

Instagram se oproti Flickru liší hned v několika ohledech a ještě více se přibližuje ideji instantní komunikace skrz sdílenou fotografii. Rozvržením a myšlenkou totiž mnohem více než Flickr připomíná komunikační sítí Twitter. Místo krátkých zpráv však uživatelé nahrávají fotografie přímo z mobilních telefonů. Koncept Instagramu je postaven na možnosti použití několika efektních filtrů, které uživatelům umožňují před

¹³ O'REILLY, Tim. Web 2.0 Compact Definition: Trying Again. [online]. [cit. 2012-04-14]. Dostupné z: <http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web-20-compact.html>

nahráním každou fotografií personalizovat a přizpůsobit ji například vzhledu starých fotografií nebo barevnosti příznačné pro polaroidové snímky.

Charakter Webu 2.0 a princip fungování sociálních sítí se značně dotkly právě fotografie. Nejen, že se změnil způsob její propagace a šíření, jistý posun lze hledat i v její podobě a motivaci, která vede amatérské fotografy k jejímu vzniku. Vliv příchodu sociálních sítí spolu s digitalizací a masovým rozšířením fotografie představuje další stupeň vývoje fotografického média a jeho vnímání moderní společností.

2.1 Digitalizace a postfotografická éra

V knize *The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post- Photographic Era* (1992) zasadil William J. Mitchell začátek postfotografické éry na počátek 90. let 20. století. Mezník pro něj představovala doba, kdy se stala digitální fotografie rozšířenější než klasická analogová fotografie.

Celý svět v 90. letech podlehl rychlému rozvoji počítačové techniky a velké změny se nevyhnuly ani fotografii. Fotografický film byl nahrazen paměťovou kartou, z temných komor se opět staly koupelny a z rodinných alb se obrazy přesunuly na monitory počítačů. Digitalizace oblast fotografie zrychlila, zbourala veškerá kvantitativní omezení a zjednodušila proces vzniku snímků. Zároveň postupně dokončila proces masového rozšíření fotoaparátů, který započal model firmy Kodak již v roce 1888.

Změna funkcí fotografie vlivem masového rozšíření fotoaparátů zaujala i Susan Sontag, která poznamenává: „Fotografování se v poslední době stalo zábavou praktikovanou téměř stejně široce jako sex a tanec – což znamená, že jako všechny formy masového umění není fotografie většinou lidí provozována jako umění. Je především společenským rituálem, obranou proti úzkosti a nástrojem moci.“¹⁴

¹⁴ SONTAG, Susan. *O fotografii*. Vyd. 1. Praha: Paseka, 2002, s. 14. ISBN 80-7185-471-9.

2.1.1. Pravdivost fotografie

Společně s postupným šířením digitálních obrazů a digitalizací fotografie se masově rozmohla také možnost manipulace s obrazem. Zatímco analogová fotografie již od dob svého vzniku platila jako pravdivý odraz skutečnosti a zobrazovala přesně to, co se v daný okamžik nacházelo před očima fotografa, u digitálního obrazu, který lze poměrně snadno v rámci pixelů a dat upravit a pozměnit, se tato jistota čím dál tím výrazněji vytrácí. „U digitálního obrazu najednou chybí ona původní matice, u klasické fotografie reprezentovaná políčkem filmu, pomocí které by bylo možné prokázat původnost záběru,“¹⁵ poznamenávají autoři publikace *Fotografie po fotografii* Filip Láb a Pavel Turek.

Zcela nový rozměr potom pravdivost fotografie získává v době, kdy byť sebemenší úpravou prochází naprostá většina fotografií, ať už se jedná o úpravu barev, kontrastu nebo velikosti formátu. Se zdokonalováním techniky také přichází čím dál tím menší šance ověřit originalitu a jedinečnost snímku. Odras reality, který se skrýval v analogových fotografiích, se pomalu vytrácí, společnost ho však v digitálních obrazech stále hledá. „Fotografie si i přes všechny případy publikovaných manipulací stále zachovává svůj rys pravdivosti. Musíme ale souhlasit s Fredem Ritchinem (1999) v tom, že v dnešní době je tato reputace fotožurnalismu garantována spíše reputací fotografa, redakce nebo nějaké zaštitující instituce více než fotografickým snímkem samotným. [...] Díky samoregulačním mechanismům oblasti žurnalistiky zůstává fotografie stále oblastí veřejností vnímanou jako reprezentující realitu.“¹⁶

Lidé fotografii stále chtějí věřit, skutečnou realitu ale začíná nahrazovat ideální obraz světa, jak by podle autora, nebo toho, kdo fotografii upravil, měl vypadat. Odras života už nikomu nestačí, svět je třeba skrz fotografie přikrášlit, individualizovat a přizpůsobit tomu, co je momentálně žádané a pravdivé. „... postfotografie, digitální zobrazení, je součástí relativistického postmoderního náhledu, ve kterém se pravda

¹⁵ Objektivita. LÁB, Filip a Pavel TUREK. *Fotografie po fotografii*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2009, s. 51. ISBN 978-802-4616-179.

¹⁶ Divadlo fotografie. LÁB, Filip a Pavel TUREK. *Fotografie po fotografii*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2009, s. 106. ISBN 978-802-4616-179.

chápe jako nestálá, proměnlivá hodnota, měnící se v závislosti na kultuře společnosti,¹⁷ dodávají autoři knihy *Fotografie po fotografii*.

2.1.2. Proměna fotografie v postfotografické éře

Podoba, kterou vlivem digitalizace získala fotografická technika, částečně ovlivnila i samotný charakter výsledného snímku. „Je to možná vzájemným působením digitální technologie a softwaru sociálních sítí, že se postupně vytvořila zcela nová estetika. Digitální fotografie přinesla změnu v tom, že fotografie již není vzácná (a drahá), jak tomu bylo u tradiční analogové fotografie,¹⁸ uvažuje nad změnou vnímání fotografie profesorka médií, kultury a komunikace na Univerzitě New York Susan Murray.

Stačí si prohlédnout digitální fotoaparát a zauvažovat, v čem se liší od svého analogového předka. Podle funkcí, které mění nebo vylepšuje, lze snadno odvodit i dopady na fotografickou produkci. Velkokapacitní paměťová karta umožňuje nafotit nesrovnatelně vyšší počet snímků, zápisem dat se navíc neznehodnocuje tak, jak tomu bylo u filmu, takže neklade fotografovi téměř žádná množství omezení. Tato změna logicky podněcuje k většímu množství vyprodukovaných snímků, které ještě zvyšuje často téměř dokonalá automatizace procesu fotografování. Výrazně se zrychluje také možnost kontroly a případné selekce kvalitních či vyhovujících snímků. Tu umožňuje náhled fotografie, který se objeví záhy po stisknutí spouště. Všechny tyto změny propůjčují obrazovému médiu charakter bezprostřednosti a jednorázovosti ve spojení s nadprodukcí obrazů a snížením hodnoty fotografie na minimum. Zároveň také s digitalizací postupně mizí materiální podoba fotografie, fotografická alba nahrazuje datové úložiště a na fotografii už si často nelze sáhnout – přeměnila se totiž v pouhá data.

S rapidním zvýšením fotografické produkce se v této oblasti objevil nový typ fotografie zvaný „ephemera“, což v překladu znamená jepice. Takové snímky se vyznačují zcela běžným námětem, ale vzhledem k bezcennosti každé nově vzniklé

¹⁷ Objektivita. LÁB, Filip a Pavel TUREK. *Fotografie po fotografii*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2009, s. 50. ISBN 978-802-4616-179.

¹⁸ MURRAY, Susan. Digital Images, Photo-Sharing, and Our Shifting Notions of Everyday Aesthetics. *Journal of Visual Culture* [online]. 2008-08-01, roč. 7, č. 2, s. 156 [cit. 2012-04-14]. ISSN 1470-4129. DOI: 10.1177/1470412908091935. Dostupné z: <http://vcu.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1470412908091935>

fotografie získává všednost nový atraktivní rozměr. "Podstata současné fotografie je v tom, že je v pohybu," vysvětluje zakladatelka Flickru Caroline Fake. "Už nezastavuje čas, jak tomu bylo dříve, a možná je to škoda. Ale skrývá se v tom zároveň i jistá krása."¹⁹ Současný trend masové fotografie se soustřeďuje na vše obyčejné, jediná přidaná hodnota dnes spočívá ve formě pohledu. Tím se staví částečně do protikladu původní charakteristiky masové amatérské fotografie, která tíhla spíše k piktorialismu. Ten se zaměřoval na přiblížení fotografii ušlechtilým podobám malby a neváhal využívat fotomontáží a nejrůznějších efektů.

2.2 Fotografie jako komunikační jednotka

Médium fotografie se neustále rozšiřuje. Zatímco dříve fotografie představovala luxus a největší dosah získaly snímky zveřejněním v novinách, dnes nachází stále nové cesty k čím dál většímu publiku. Kromě digitalizace jí k tomu pomohlo i celosvětové rozšíření internetu a neustálé zdokonalování možností, které internetové prostředí nabízí. Způsob šíření fotografií se plynutím času také měnil. Předávání papírových zvětšenin a vystřihování fotek z novin vystřídaly diskety a CD nosiče, ty později předaly štafetu jednodušším e-mailům. Ruku v ruce s konceptem Webu 2.0 posléze i fotografie podlela trendu sdílení a stala se neodmyslitelnou součástí sociálních sítí, jakými je Facebook či Flickr. „V posledních letech můžeme pozorovat výrazné posuny vlivu mezi různorodými sociálními užitími: z rodiny se fotografie přesouvá k individuálnímu užití, už také není nástrojem paměti, ale spíš prostředkem komunikace a od sdílení (paměti) objektů se mění ve sdílení zkušeností,“²⁰ uvádí Jose van Dijck ve stati o digitální fotografii.

Díky nově nabyté vysoké rychlosti, která umožňuje téměř záhy po vytvoření snímku vystavit fotografii na internetu, se původně dokumentární médium začalo měnit spíše v jakousi formu komunikační jednotky. Ta je téměř stejně rychlá jako psaný text, zároveň ale obsahuje mnohem více informací najednou, je schopná předat celistvý

¹⁹ HARMON, Amy. We simply can't stop shooting. *The New York Times* [online]. 2007[cit. 2012-04-14]. Dostupné z: http://www.nytimes.com/2005/05/06/technology/06iht-ptphotos07.html?_r=1&pagewanted=all

²⁰ VAN DIJCK, Jose. Digital photography: communication, identity, memory. *Visual Communication* [online]. 2008-02-01, roč. 7, č. 1, s. 60 [cit. 2012-04-19]. ISSN 1470-3572. DOI: 10.1177/1470357207084865. Dostupné z: <http://vcj.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1470357207084865>

pohled na zachycenou věc, děj či osobu a je předávána ve vizuálně mnohem atraktivnější formě. „Jednoduché šíření obrazů skrz internet a mobilní zařízení mění snímky v upřednostňovaný způsob vyjadřování v rámci medializované komunikace,“²¹ pokračuje Dijck. Jednou z prvních možností rychlého šíření fotografií byly MMS (Multimedia Messaging Service), jež dovolily uživatelům poslat právě vyfoceně snímky přímo z mobilního telefonu. Velmi často je za příčinu změny funkce fotografie, která se začíná stále více přibližovat charakteru informační jednotky, označována digitalizace, s tímto pohledem však Dijck nesouhlasí. „Příčinou tohoto současného trendu není digitalizace, ale tendence slučovat fotografii s každodenní zkušeností a komunikací je součástí širší kulturní transformace, která zahrnuje individualizaci a zvyšování důrazu na osobní zkušenost.“²²

Současně s komunikačním charakterem fotografií však přichází i další specifika, která jsou s touto funkcí spojena. Zdánlivá výhoda internetového prostoru, která poskytuje uživatelům takřka neomezený prostor pro jejich data, se však z hlediska fotografie mění spíše v nevýhodu. Pokud uživatel veřejně sdílí fotografii, ztrácí nad ní téměř současně kontrolu a může se stát, že snímek na internetu začne žít svým vlastním životem. Z fotografií se stává pouze materiál, který bývá často přístupný velkému množství dalších uživatelů. Obraz se použitím neničí, ani neopotřebovává, je tedy téměř nesmrtelný, a tak mu nic nebrání v získávání nových kontextů. Moderní technologie navíc umožňují měnit i vzhled a obsah obrazu, čímž získává nový rozměr i informace, kterou fotografie šíří.

2.2.1 Sebe prezentace

Ruku v ruce s příklonem dnešní společnosti ke konzumnímu způsobu života přichází i trend individualizace, který se začíná projevovat ve všech odvětvích spotřebního života. Touha po sebevyjádření stále více proniká také do oblasti fotografie, a to hned z několika možných příčin. Podobně jako tomu bylo u komunikační funkce fotografie, i sebevyjádření formou fotografií je v mnoha ohledech spojeno s rozvojem

²¹ VAN DIJCK, Jose. Digital photography: communication, identity, memory. *Visual Communication* [online]. 2008-02-01, roč. 7, č. 1, s. 57 [cit. 2012-04-19]. ISSN 1470-3572. DOI: 10.1177/1470357207084865. Dostupné z: <http://vcj.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1470357207084865>

²² Tamtéž, s. 42

Webu 2.0, který klade velký důraz právě na individuální aktivitu uživatelů internetu. Současné moderní internetové prostředí podporuje osobní subjektivní názory, povzbuzuje uživatele k vyjádření vlastních zájmů, sdílení zkušeností a přizpůsobení funkcí, vzhledu i možností přesně na míru vlastním potřebám jednotlivce.

Touha po seberealizaci a odrazu vlastního já v jakékoli aktivitě a produktu života se odráží nejen ve zvýšené pozornosti věnované zevnějšku člověka, ale také ve způsobu, jakým se člověk prezentuje. Tento směr uvažování v době sociálních sítí logicky ovlivnil a změnil i náhled na produkci a zveřejňování fotografií. Čím dál častěji se tak lze na nejpoužívanější síti – Facebooku – setkat například se sdílenými fotografiemi jídla, které fotograf zrovna konzumuje, nebo desítkami snímků, na kterých uživatel zachycuje sebe sama v nejrůznějších variacích. Zmíněné snímky přitom jen těžko slouží k uchování vzpomínek, tuto funkci vylučuje nejen množství fotografií, ale také jejich námět. Místo toho obrazy nabývají čistě instantního krátkodobého obsahu, který za několik dní téměř ztrácí jakoukoli informativní hodnotu a jejich jediným úkolem se stává prezentace osoby fotografa před očima jeho přátel.

Zatímco při osobním setkání lze odhadnout člověka jak díky neverbálním projevům - podle vzhledu, výrazu tváře, rozpoložení a poměrně automatických a rychlých reakcí jak v rámci konverzace, tak i jednání, v internetovém prostředí je tomu jinak. Celkovou představu o osobnosti člověka si lze na internetu poskládat pouze z dostupných informací, jejichž obsah většinou ovlivňuje právě prezentovaná osoba. Právě tato možnost konstrukce a ovlivňování představ jiných se nejvýrazněji projevuje v prostředí Webu 2.0 a sociálních sítí.

K rozvoji tohoto trendu v rámci fotografické produkce přispívá i dostupnost grafických programů, které umožňují snadnou úpravu fotografií. Během několika kroků lze fotografie převést do černobílého spektra, vytvořit z nich koláže, přizpůsobit jejich vzhled podobě starých polaroidových snímků nebo negativů. To vše nabádá uživatele k individualizaci jejich tvorby, podporuje touhu po sebevyjádření a odlišení fotografií od masové produkce turistických a rodinných snímků. Osobní stránky členů sociálních sítí představují jakousi výlohu identity každého uživatele. Skrz publikované fotografie, informace a pocity může každý vybudovat vlastní „image“ přesně podle individuálních

přestav, i kdyby se tyto představy nezakládaly na pravdě. Lze tak vytvořit nekonečné množství variant vlastní osobnosti prezentované skrz rozdílné fotografie. Jose van Dijck uzavírá úvahu nad změnami funkcí osobní fotografie takto: „Naše fotografie nám sdělují, kým toužíme být, a jak chceme, aby vypadaly naše vzpomínky. Je těžké si představit, že by obrovské množství dostupných editačních programů *neovlivnilo* naši touhu upravit a zkrášlit naše staré já. Soukromá fotografie se může stát celoživotním údělem v podobě přehodnocování starých tužeb a jejich následné transformace do nových očekávání.“²³

3 Stručné představení zkoumaných sociálních sítí

3.1 Facebook

Facebook je největší internetová sociální síť na světě, která vznikla v roce 2004, a původně měla pomoci zjednodušit komunikaci vysokoškolských studentů. Každý uživatel si na ní může vytvořit vlastní profil, který je přístupný dalším členům zmíněné sítě. Na „Zdi“ profilu mohou s přáteli sdílet textové statusy, vkládat fotografie či videa, vyjadřovat se v rámci komentářů ke sdílenému obsahu svých přátel a prezentovat vlastní názory nebo myšlenky.

Uživatelé Facebooku mohou také tvořit skupiny, ve kterých se shlukují členové s podobnými zájmy. Praktickou pomůckou je také tvoření událostí, na které lze pozvat přátele či členy skupiny. Velkou oblibu si získaly nejrůznější aplikace – od jednoduchých her až po mapy znázorňující lokace, které jednotliví uživatelé navštívili. U každé informace je možné nastavit úroveň soukromí, uživatel tak může ovlivnit, jaká kategorie členů sítě si bude moci prohlédnout fotografie nebo přečíst jeho statusy.

I když Facebook není primárně zaměřen na fotografii, právě sdílení obrazu je s ním pevně spjato. První obrazovou informací se po založení profilu stává profilová

²³ VAN DIJCK, Jose. Digital photography: communication, identity, memory. *Visual Communication* [online]. 2008-02-01, roč. 7, č. 1, s. 70-71 [cit. 2012-04-19]. ISSN 1470-3572. DOI: 10.1177/1470357207084865. Dostupné z: <http://vcj.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1470357207084865>

fotografie, na osobním profilu uživatele lze také vytvářet tematická alba. Facebook navíc uživatelům nabízí neomezený prostor, právě vkládání snímků je proto velice populární. V poslední době se výrazně rozmáhá také možnost nahrávání fotografií na Facebook přímo z telefonu. Ihned po vyfocení snímku se tak lze na svém profilu pochlubit novou fotografií.

Možnost sdílení fotografií na Facebooku využívá také velké množství profesionálních fotografů. Na rozdíl od serverů jako Flickr, kde se publikum skládá převážně z aktivně fotografujících lidí, na Facebooku nachází profesionální fotografové mnohem vlídnější publikum a snáze získávají popularitu.

3.2 Flickr

Na rozdíl od Facebooku, Flickr představuje příklad sociální sítě, která je primárně zaměřená právě na fotografie. Členové Flickru si stejně jako uživatelé Facebooku mohou přidávat přátele, existuje však hned několik skupin pro rozlišení vzájemných vztahů. Kromě přátel lze druhého uživatele přidat také jako kontakt. Tento druh označení umožňuje sledovat přidané fotografie člena, zároveň ale poukazuje na to, že se uživatelé zřejmě osobně neznají a jedná se spíše o sympatie z hlediska stylu fotografování. Stejně jako u Facebooku, i na Flickru lze vytvářet skupiny, nastavovat viditelnost importovaných fotografií a komentovat jednotlivé snímky. Spíše než k oblasti námětu a obsahu fotografie však na serveru Flickr pod snímky probíhá debata o technickém zpracování.

V možnostech organizace fotografií je však Flickr mnohem vstřícnější než Facebook. Po nahrání snímků lze následně opatřit takzvanými „tagy“ (klíčovými slovy pro snazší vyhledávání), které usnadňují orientaci mezi miliony nahraných fotografií a mohou sloužit také jako skvělý prostředek k propojování uživatelů sítě, tedy aktivních fotografů. Možnost opatřit snímek tagy navíc nemusí mít pouze ten, kdo objekt nahrál, ale lze zvolit i variantu, kdy k tagování získají přístup i ostatní uživatelé. Právě tagy, tedy jednoslovná vyjádření, často poměrně široce rozvádí informace o fotografii. Mohou totiž označovat jak věcný popis snímku, tak i technické parametry

nebo náladu, jež se s obrazem pojí. Další rozšíření spočívá v umístění fotografie na mapu, která snímek sváže se souřadnicemi místa, kde byl pořízen. Spolu s charakteristikou obrazu tak skrz tagy fotograf svým způsobem sdílí i informace o vlastní osobě a přidává snímku sociální aspekt.

Místo facebookových alb zvolili tvůrci Flickr sety (Sets) a sbírky (Collections) pro vlastní fotky, dále také veřejné tematické skupiny (Groups) či galerie (Gallery). Snímky, které uživatele zaujmou, lze označit jako oblíbené a díky tomu je kdykoli rychle znovu vyhledat.

Na síť Flickr se může zaregistrovat kdokoli, účet zdarma však podléhá hned několika omezením. Každý měsíc lze nahrát maximálně dva video soubory a 300MB fotografií, aktivně se navíc v rámci neplaceného účtu zobrazí pouze nejnovější dvě stovky snímků. Flickr také předpokládá zájem uživatelů o seznámení s tvorbou dalších členů této sociální sítě a nabízí proto řadu možností, jak nacházet nové kontakty a sledovat, co se líbí ostatním uživatelům. Proto publikuje například výběr nejzajímavějších fotografií nahraných během posledního týdne.

Největší překvapení, které se pojí s příchodem sociální sítě orientované výhradně na fotografie, jakou je právě Flickr, je ochota členů komunity zveřejňovat velký počet vlastních fotografií. K tomu se vyjadřuje například Steven Levy a Brad Stone v článku *The New Wisdom of the Web*. „Nejpozoruhodnější věcí na Flickru je to, že ochota vkládat obrázky veřejně vytváří panoramatický efekt. Catherine Fake to nazývá ‚kultura štědrosti‘, ale ví, že pro některé lidi to může představovat problém.“²⁴

4 Výzkum vnímání fotografie na sociálních sítích Facebook a Flickr

4.1 Charakteristika výzkumu

²⁴ LEVY, Steven a Brad STONE. *The New Wisdom of the Web*. *Newsweek* [online]. 2006[cit. 2012-04-14]. Dostupné z: <http://www.thedailybeast.com/newsweek/2006/04/02/the-new-wisdom-of-the-web.html>

4.1.1 Záměr a cílová skupina dotazníkového výzkumu

Cílem výzkumu bylo zjistit, zda dochází ke změnám ve vnímání fotografie. V případě, že bych díky šetření odhalila jistý vývoj a posun v této oblasti, zajímal mě nejen jejich charakter, ale i možné příčiny. Otázky z první obecné části se týkaly způsobu fotografování, výběru námětů či uchovávání fotografií, měly tedy spíše obecný charakter a výběr vzorku respondentů proto nebyl nijak omezen.

Druhá část dotazníku se zaměřovala na porovnání přístupu k fotografii na sociálních sítích Facebook a Flickr. Tato část dotazníku měla ukázat, zda uživatelé Facebooku o fotografiích rozdílně přemýšlí a zacházejí s nimi jinak, než uživatelé Flickru, který je na fotografie přímo zaměřen. Výzkum spočíval v porovnání množství a typu vkládaných snímků, dále se snažil vyzorovat nejružnější motivace k jejich vkládání a zabýval se také porovnáním způsobu výběru fotografií, které následně uživatelé na sociální sítě nahrávají.

Hlavní cílovou skupinou dotazníku byli uživatelé sociálních sítí Facebook a Flickr, ale vzhledem k obecné části šetření, která se zabývala pouze změnami ve vnímání fotografie a nakládání se snímky, se výzkumu mohl účastnit kdokoli a výběr účastníků šetření nebyl omezen na jakkoli specifický vzorek respondentů.

4.1.2 Metoda výzkumu

Sběr dat týkajících se změn ve vnímání fotografie v běžném životě a na sociálních sítích probíhal formou online dotazníkového šetření a následné kvantitativní analýzy výsledných odpovědí. Výběr respondentů nebyl nijak omezen, cílové skupiny oddělilo až tematické větvení otázek, takže by výsledky měly odrážet aktuální situaci bez ohledu na sociální skupinu zúčastněných.

Dotazník byl na internetu distribuován prostřednictvím serveru Vyplňto.cz, a to v období 11. – 20. dubna 2012. Během této doby dotazník vyplnilo celkem 235 osob. Výzkum se skládal ze dvou tematických okruhů, kdy první z nich obsahoval otázky týkající se obecného vnímání fotografie bez ohledu na její výskyt na sociálních sítích.

Druhá část se potom zaměřila výhradně na aktivní uživatele konkrétních sociálních sítí (výzkum se věnoval pouze sítím Facebook a Flickr), kteří vkládají a aktivně publikují vlastní fotografie.

Celkem obsahoval dotazník použitý pro výzkum 26 otázek s různými podobami odpovědí. Nejpoužívanější formou dotazování byly polozavřené otázky s možností vypsání vlastní odpovědi, v menší míře byly použity i dichotomické, výběrové a škálové otázky. Průměrná doba vyplňování byla čtyři minuty, návratnost dotazníku, tedy poměr vyplněných a zobrazených dotazníků, činila 78,7 %.

Grafy použité pro demonstraci výsledků jednotlivých otázek dotazníku byly vygenerovány automaticky serverem Vyplňto.cz. Kompletní obrazová dokumentace výsledků průzkumu je přiložena v Příloze č. 2 a č. 3 na konci práce.

4.1.3 Charakteristika respondentů

Dotazník vyplnilo celkem 235 osob, z toho 147 žen a 88 mužů. Nejvíce respondentů (55,74 %) patřilo do věkové skupiny 18 až 23 let, 28 % potom vyhovovalo skupině 23 až 30 let. Výsledky dotazníku by tak měly odrážet jednání mladé generace, u které se případné změny vnímání a jednání pravděpodobně projeví nejvýrazněji. Vzorek odpovědí se však podařilo získat ze všech zahrnutých věkových kategorií, což zvyšuje vypovídající hodnotu výzkumu. Jediná podmínka, která omezovala možnost zúčastnit se online dotazníku, byla možnost přístupu k internetu.

V otázce nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů jasně dominuje skupina s dokončeným středoškolským vzděláním, která představuje 62,13 % zkoumaného vzorku, druhý největší počet zaznamenalo ukončené vysokoškolské vzdělání (23,4 %). Celkem 28 respondentů (11,91 %) úspěšně absolvovalo základní vzdělání, 2,55 % zúčastněných potom vlastní výuční list.

4.2 Vyhodnocení vlastního výzkumu

4.2.1 Vnímání fotografie

Tematický okruh, který se týkal obecného vnímání fotografie a nakládání s pořízenými snímky, obsahoval celkem 9 otázek.

Cílem první části dotazníku bylo zjistit, zda se zásadně posouvá funkce fotografie a její vnímání v rámci soukromé fotografické produkce. Položené otázky měly ověřit, zda se skutečně mění motivace k pořízení snímku a způsob nakládání s hotovou fotografií. Základním předpokladem pro tyto změny je potom neustálý rozvoj digitálních technologií a silný vliv sociálních sítí, které by mohly výrazně ovlivnit přístup k fotografii a způsob myšlení aktivních fotografů. Koncept Webu 2.0 by napovídal, že v oblasti fotografie bude kvůli vlivu sociálních sítí dominovat snaha vyvolat sdílenou fotografií co největší odezvu, trend sdílení také táhne k příklonu ke komunikační funkci a individualizaci fotografie.

Zároveň jsem využila dotazníkové šetření i ve vztahu k tematickým oblastem, které jsem nadnesla v teoretické části práce. Mezi ty patří například vztah fotografie a textu nebo trend sebeprezentace. Ten by se mohl projevit zejména u fotografií sdílených na sociální síti Facebook, kde je kladen důraz na projev a sebevyjádření jednotlivých uživatelů, a to nejen skrz fotografie, ale i přes sdílený text či odkazy na konkrétní internetové stránky.

Z dotazníkového šetření vyplynulo hned několik výsledků, které potvrzují, nebo dokazují jistou opodstatněnost tezí uvedených v teoretické části práce. V následující části textu se pokusím shrnout výsledky dotazníkového šetření, popsat pohnutky, jednání a názory dotazovaných spojené s fotografií a porovnat získaná data s tezemi, kterými jsem se zabývala v předcházející stati.

Motivace k vytvoření fotografie

Nejčastější motivací k fotografování bývá dle dotazníku snaha zachytit vzácný okamžik, na který bude chtít fotograf v budoucnu vzpomínat (42,55 %), snímky ale často vznikají také proto, aby zdokumentovaly společenskou akci a její účastníky (24,26 %) nebo aby vznikl krásný obraz s dobrou kompozicí a zajímavou atmosférou (17,02 %). V tomto případě by se zřejmě dalo mluvit o snaze o uměleckou či konceptuální fotografii. Předpoklad, že sdílení fotografie na sociálních sítích či šíření fotografie na internetu může podpořit samotný vznik fotografie, se v rámci dotazníkového šetření potvrdil. Možnost podělit se s přáteli o zajímavý moment nebo věc, se kterou se fotograf setkává, a sdílení fotografie přiměje vytvořit snímek celkem 11,91 % respondentů.



Šance zveřejnit vlastní fotografie na internetu ostatně slouží jako motivace k častějšímu fotografování hned pro 43,4 % respondentů. Fakt, že kladnou odpověď v tomto případě zvolila téměř polovina dotázaných, značí, že internetové prostředí má na objem fotografické produkce nezpochybnitelný vliv.

Digitalizace a rozvoj technologií

Stejně tak ovlivňuje fotografické médium i digitalizace a rozvoj technologií. Klasickým analogovým fotoaparátem fotografuje necelé procento dotázaných, digitální zrcadlovku používá 17,87 % respondentů. Nejpoužívanějším fotografickým přístrojem je s velkým předstihem kompaktní digitální fotoaparát, který bývá mimo jiné spojován s masovým šířením fotografie. Kompakt používá polovina všech dotázaných (50,21 %). Na druhé místo, co se oblíbenosti týče, se vyhoupl mobilní telefon (31,06 %), dříve příznačný pro komunikaci fotografií a zachycení okamžiku bez ohledu na kvalitu snímku. Vzhledem k poměrně vysoké kvalitě zabudovaných fotoaparátů však dnes získává stále širší použití. Stává se tak ideálním prostředkem pro univerzální instantní komunikaci ve všech ohledech. Nejen, že umožňuje verbální kontakt a posílání textových zpráv, ale v moderní době nabízí také snadný přístup k internetu a bývá propojen rovnou s uživatelským účtem na sociální síti. Vyfocený snímek tak lze okamžitě sdílet s poměrně rozsáhlým publikem. V tomto ohledu má rozvoj mobilních telefonů obrovský potenciál, kterého se fotografickým aparátům nedostává.



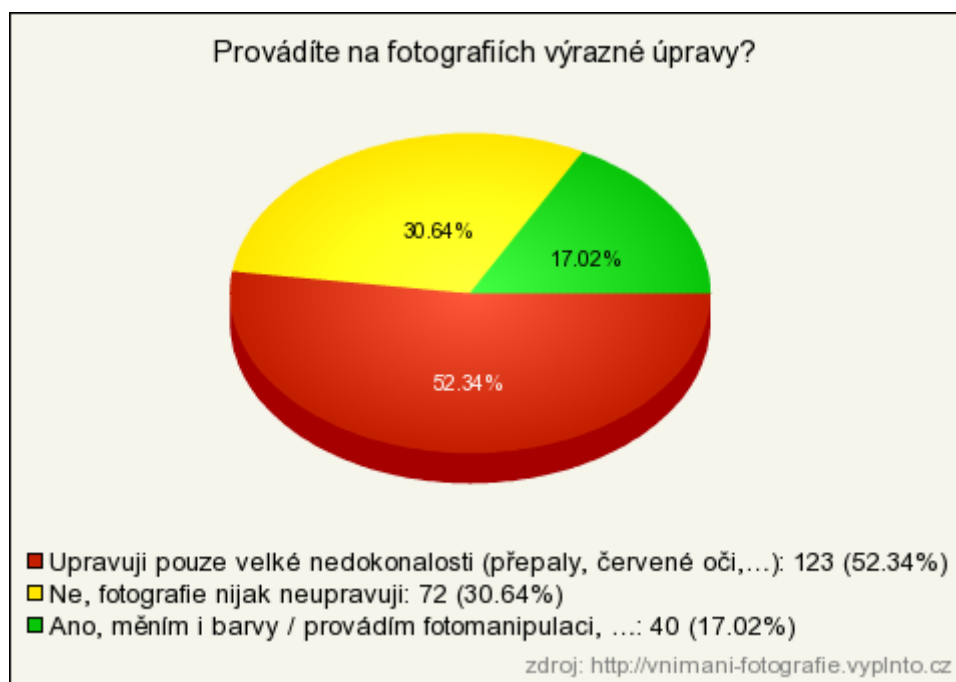
Digitalizace se kromě výběru fotografických přístrojů projevuje také ve způsobu nakládání s pořízenými snímky. Většina respondentů skladuje snímky v počítači nebo

na externím disku (83,83 %), celkem 10,21 % dotázaných potom vlastní fotografickou tvorbu prezentuje na internetu. K vyvolávání fotografií a tvoření klasických alb se hlásí pouhé 4,68 % zúčastněných a 1,28 % většinu snímků rovnou maže.

Předpoklad, že většina fotografií vzniká pouze pro bezprostřední předání informace, ovšem dotazník vyvrací. Nadpoloviční většina respondentů (62,13 %) uvádí, že starší fotografie si znovu prohlíží několikrát do roka.

Zajímavý výsledek poskytla otázka týkající se dodatečných úprav fotografie.

Více než polovina dotázaných (52,34 %) běžně upravuje pouze výrazné nedokonalosti jako například přepaly či červené oči. Do složitějších úprav - změn barev a fotomontáží - se ale pouští poměrně výrazná část zúčastněných, a to celkem 17,02 %. Necelá třetina (30,64 %) potom nechává vlastní fotografie bez jakýchkoli postprodukčních úprav. Tyto výsledky ukazují na značné rozšíření postprodukce i do soukromé fotografie. Výslednou podobu snímku dodatečně mění 69,36 % dotázaných.



Funkce fotografie

Za hlavní funkci fotografie většina dotázaných (52,77 %) stále považuje možnost zdokumentovat a uchovat důležité momenty života. Fotografie tak zřejmě ještě stále figuruje jako nástroj paměti a zhmotnění vzpomínek, myšlenka rodinných alb tedy očividně zatím není tak vzdálená, jak by se na první pohled mohlo zdát. Přesto se ale do popředí dere zcela nová funkce fotografického média, která se objevila již v teoretické části práce, a to sebe prezentace. Ta se stala druhou nejčastěji volenou možností v otázce, co na fotografii zúčastnění oceňují nejvíce. Variantu „možnost prezentovat vlastní individualitu, pohled na svět“ si vybralo celkem 15,32 % účastníků šetření, což rozhodně není zanedbatelný počet. Důvodem tak vysokého umístění této možnosti mohla být také poměrně majoritní účast mladé generace, které je vlastní používání sociálních sítí a snaží se následovat moderní trendy. Celkem 8,09 % respondentů na fotografii nejvíce oceňuje použití obrazu jako rychlé možnosti komunikace a přenosu informace ostatním, což jen potvrzuje zvyšující se význam komunikační funkce fotografie.

Vztah fotografie a textu

Skrze otázku týkající se vzájemného vztahu novinového článku a doprovodné fotografie jsem se snažila zjistit, zda se v současné situaci v médiích potvrzuje pravdivost názoru kladoucího důležitost obrazu před text, který zastával například Vilém Flusser²⁵. Ten se odráží například v často zmiňované bulvarizaci médií, jež velí zvětšovat fotografie na úkor rozsahu textu, jelikož obraz je vzhledově atraktivnější a přitáhne více pozornosti. Z dotazníku vyplynulo, že téměř polovina dotázaných (48,09 %) přikládá novinové fotografii menší důležitost než článku, který snímek ilustruje. Téměř třetina zúčastněných (31,06 %) považuje obraz a text v článcích za rovnocenné, fotografii potom staví nad text celkem 18,72 % respondentů.

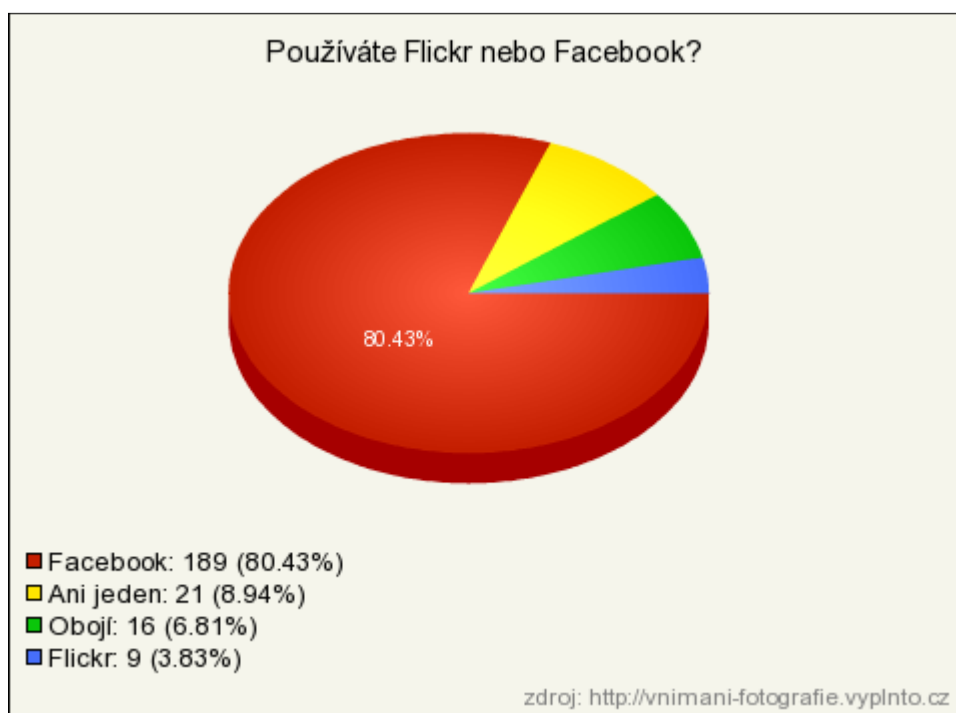
²⁵ Flusser ve stati Příjem fotografie z knihy Za filosofii fotografie uvádí, že znakem postindustriální doby je nadvláda obrazů nad textem, tedy obrácený vztah, než jaký platil dříve.

4.2.2 Porovnání přístupu k fotografii na Facebooku a Flickru

Druhý okruh dotazníku měl za úkol zjistit, zda členové Facebooku a Flickru vnímají nějaký rozdíl v přístupu k fotografiím na různě koncipovaných sociálních sítích. Pro porovnání jsem si vybrala nejrozšířenější síť Facebook, druhou síť je potom Flickr, který se přímo zaměřuje na sdílení fotografií a práci s nimi.

Pro získání co nejuvěrnějších výsledků z hlediska porovnání pohledu uživatelů jsou otázky zaměřující se na obě sítě totožné a týkají se zejména počtu vkládaných fotografií, jejich výběru a charakteristice typu snímků. Zajímalo mě také pohled uživatelů na samotnou síť a na její hlavní funkce.

Výsledky dotazníku potvrdily předpoklad, že zatímco členství na síti Facebook je v dnešní době téměř samozřejmostí, Flickr jako specializovaná síť zaujme spíše menšinového uživatele. Vlastní profil na Facebooku přiznalo celých 87,24 % respondentů, Flickr potom ke členství lákal pouze 10,64 % účastníků výzkumu. Většina uživatelů Flickru (64 %) potom patří i mezi členy sociální sítě Facebook (6,81 % zúčastněných).



Typ vkládaných fotografií

Největší rozdíl se ve výsledcích projevil v rámci definice typu nahrávaných fotografií. Na Facebooku převažují zejména fotografie ze společenských akcí (36,89 %), které jsou následovány zajímavými momentkami (32,52 %). Právě momentky hrají poměrně velkou roli v oblasti sdílení snímků a uplatňují se i v rámci přeměny fotografie v komunikační jednotku. Poměrně pevně je ve výsledcích zastoupena i turistická fotografie (16,99 %). Výše zmíněná specifika fotografií sdílených na sociální síti Facebook podporují domněnku, že profil na této síti slouží spíše ke sdílení zkušeností a zážitků, o které se chce uživatel podělit s ostatními.

Jedna z otázek v dotazníku se dotkla také konkrétních názorů účastníků šetření. Respondenti vlastními slovy napsali, podle jakých kritérií vybírají fotografie, které poté vkládají na Facebook. Mezi nejčastější odpovědi tak patřila například podmínka, aby byl snímek něčím zajímavý a neobyčejný, zároveň ale disponoval kvalitním technickým zpracováním. Velký důraz také uživatelé kladou na to, aby byla fotografie nějak blízká okruhu jejich přátel na Facebooku, aby byla atraktivní hlavně pro ostatní a měla nějakou spojitost s lidmi, se kterými je fotograf v kontaktu. V neposlední řadě při výběru figuruje také požadavek, aby na snímku vypadal dobře sám fotograf (týká se zejména autopořetů).

Výsledky otázek týkajících se Flickru potom jasně poukázaly na fotografické zaměření této sociální sítě. Nejvíce uživatelů (40 %) nahrává na Flickr nejčastěji umělecké fotografie, ty jsou následované zajímavými momentkami (24 %), v menší míře se potom uživatelé Flickru uchylují k nahrávání turistické fotografie (12 %). I individuální názory uživatelů Flickru potvrzují spíše umělecký a v porovnání s Facebookem i profesionálnější charakter této sítě. V první řadě členové Flickru vyzdvihují kvalitu a výjimečnost snímků. Podle nich musí být nadprůměrné a měly by disponovat náležitou technickou kvalitou. V odpovědích se projevila také snaha o umělecký dojem a fakt, že sdílené snímky patří na vrchol fotografovy tvorby.

Zpětná vazba na sdílené fotografie

Sociální sítě Facebook a Flickr se však příliš neodlišují v očekávané reakci veřejnosti na publikované fotografie. Respondenti mohli v rámci otázky vybrat z několika možností zpětné vazby alespoň jednu variantu a zároveň případně dopsat vlastní názor.

Jak na Facebooku (57,77 %), tak na Flickru (44 %), očekávají uživatelé zejména odezvu v podobě jakýchkoli komentářů. První rozdíl se ale projevují záhy. Zatímco na Flickru hraje druhou nejdůležitější roli touha po zveřejnění vlastní tvorby (40 %), hned 36,89 % uživatelů Facebooku na zpětné vazbě příliš nezáleží a možnost „zveřejnění své práce“ zvolilo pouze 11,7 % zúčastněných.

V případě Facebooku tak uživatelé očividně touží zejména po komentářích, u Flickru jsou potom očekávání fotografů poměrně vyrovnaná. I když na odezvě nezáleží 40 % respondentů, zbytku možností připadl poměrně rovnoměrný počet hlasů. Členové Flickru si tak kromě komentářů a možnosti publikace cení také tipů od ostatních uživatelů, které jim pomáhají k dalšímu tvůrčímu rozvoji (32 %) a vyzdvihují také konstruktivní kritiku vlastních fotografií (24 %). Nové kontakty a příležitosti na Flickru hledá celkem 16 % dotázaných.

Funkce sociálních sítí

Další oblastí, kterou jsem se v dotazníku zabývala, byla charakteristika funkcí zkoumaných sociálních sítí. Dotazovaní měli přiřadit k jednotlivým možnostem označení od 1 do 5 podle důležitosti, kdy vyšší číslo znamenalo zvyšující se důležitost.

U Facebooku se těšily všechny vyjmenované funkce poměrně vyvážené oblíbenosti, jako nejdůležitější však nakonec metodou aritmetického průměru skončila možnost komunikace s přáteli. Následuje prezentace vlastní tvorby, funkce smysluplné odezvy na fotografie a trávení volného času potom hodnotili zúčastnění jako

rovnocenné. Jako nejméně signifikantní skončila možnost získat prostor pro vlastní rozvoj.

U uživatelů Flickru se na první místo zařadilo zveřejňování vlastní tvorby, druhou nejdůležitější funkcí je potom prostor pro vlastní rozvoj. Na třetí místo dotazovaní zařadili smysluplnou odezvu na sdílené fotografie, následuje komunikace s přáteli a žebříček uzavírá trávení volného času.

Z výše uvedených výsledků jasně vyplývá, že Facebook slouží v očích uživatelů jako komunikační médium, kdy fotografie dokumentují život fotografa a jsou určeny spíše k tomu, aby vyvolaly reakci ze strany kontaktů uživatele. Ti, co aktivně fotografují a nahrávají snímky na Facebook, nemají zájem o řízený rozvoj vlastní tvorby, a proto se Facebook řadí spíše do kategorie volnočasových aktivit a zábavy.

Naproti tomu Flickr dostal pověsti sítě přímo zaměřené na sdílení fotografií, jejíž uživatelé se snaží prezentovat nejlepší snímky a získat zpětnou vazbu od ostatních fotografů, což je motivuje ke zdokonalování vlastní tvorby.

4.3 Shrnutí výsledků výzkumu

Z dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo celkem 235 respondentů, vyplynulo, že přístup veřejnosti k fotografii se skutečně mění, jak bylo nadneseno již v teoretické části práce. Hned na několik změn má vliv rozvoj technologií a digitalizace, velkou motivací k aktivnímu fotografování pro zúčastněné představuje už samotná možnost prezentovat vlastní tvorbu na internetu. Vytrácí se také zažitý předpoklad, že fotografie je přesným odrazem reality, k digitálnímu upravování snímků se přiklonila nadpoloviční většina všech dotázaných.

Proměny se týkají také funkcí fotografie, kdy klasickou dokumentární funkci začíná dostihovat zcela nové využití fotografie – sebereprezentace jednotlivce, která je poměrně vlastní zejména mladé generaci, jež je uvyklá konceptu sdílení informací skrz nejrůznější sociální sítě. K funkcím, které jsou momentálně na vzestupu, patří také využití fotografie jako prostředku rychlé a bezprostřední komunikace.

Druhá část výzkumu, která se zaměřovala výhradně na vnímání a používání sociálních sítí Facebook a Flickr, potom odhalila rozdíly jak v přístupu k samotné fotografii, tak i v očekávání fotografií s ohledem na zveřejňování a sdílení vlastních snímků.

Zřejmě nejmarkantnější rozdíl se skrývá už v typu nahrávaných fotografií. Na síti Facebook, která je užívána spíše jako rozhraní určené pro komunikaci, socializaci a sebe prezentaci, tvoří největší podíl fotografií snímky zachycující společenské akce, přátele nebo zajímavé okamžiky. Také uživatelé v rámci průzkumu často uváděli, že jejich prioritou je kromě kvality také podmínka, aby fotografie zaujala jejich okruh přátel v rámci kontaktů na sociální síti. Důležitým požadavkem je také to, aby na fotografiích sám uživatel vypadal dobře. Oproti tomu fotografové prezentující vlastní produkci na Flickru se snaží sdílet zejména umělecké fotografie, které vybírají z nejlepších snímků své tvorby.

V ohledu samotné charakteristiky jednotlivých sociálních sítí potom výsledky dotazníkového šetření nebyly nijak překvapivé. Za hlavní funkci Facebooku respondenti nejčastěji označovali prostor pro komunikaci s přáteli, nejméně si naopak uživatelé cení možnosti vlastního rozvoje. Flickr potom podle zúčastněných nejlépe charakterizuje zveřejňování vlastní tvorby, nejhůře dopadla varianta trávení volného času.

Závěr

Fotografické médium již prošlo mnoha změnami. V době bezprostředně po svém vzniku byla fotografie považována za pouhý nástroj umění a využívali ji zejména malíři jako předlohu pro tvorbu obrazů. Následovalo období příchodu fotografického portrétu a jedna z prvních radikálních změn přístupu k fotografii jako takové. Mezi zajímavé přelomové okamžiky patří také vynález instantní fotografie a polaroidu, který předznamenává rozvoj komunikační funkce fotografie. Dalším mezníkem je potom masové rozšíření fotoaparátů do soukromé sféry a samozřejmě digitalizace, které je přičítán velký podíl na proměně fotografického média. V současné době fotografie nejen že má stále pevnou pozici na umělecké scéně, ale přirozený vývoj ji posouvá na další úroveň.

Cíl této práce spočíval v pokusu o přiblížení možných příčin posunu ve vnímání fotografie. Pomocí dotazníkové metody a následné analýzy odpovědí jsem se snažila zjistit, jak v současné době k fotografii přistupují neprofesionální fotografové, a to nejen v rámci sociálních sítí spojených se sdílením snímků, ale i v oblasti široké laické veřejnosti. Vycházela jsem z předpokladu, že by rozvoj moderních technologií a změny životního stylu mohly mít vliv také na nakládání s fotografiemi, na motivace k jejich vzniku a očekávání reakcí těch, kdo si snímky prohlíží.

Z výzkumu vyplývá, že nezpochybnitelnou roli v proměně vnímání i nakládání s fotografií hrál výrazný rozvoj sociálních sítí. Právě koncept nakládání s informacemi, který obsahuje trendy sdílení jak okamžitých myšlenek, zájmů či sdílení, tak i obrazů a osobních zkušeností, značně přispěl k vývoji fotografického média. Už jen publikování vlastní tvorby na internetu se stalo jednou z hlavních motivací k samotnému stisknutí spouště. Fotografické obrazy navíc často vznikají za účelem vlastní sebe prezentace a mezi jejich prioritní cíle patří vyvolání jakékoli reakce ze strany publika. Tyto předpoklady v současné době začínají konkurovat jedné z původních funkcí fotografie – dokumentování a uchovávání významných a důležitých okamžiků v životě fotografa.

Na ústupu je také vnímání fotografie jako nezpochybnitelného symbolu pravdy a odrazu reality. Podíl na tom má stále větší příklon k manipulaci s fotografií, která se stává v mnohých případech téměř samozřejmou. Společnost navíc začíná být přesycena

dokonalostí digitální fotografie a snaží se proto pomocí postprodukce často alespoň vizuálně přizpůsobit obraz vzhledu starých fotografií, což navíc napomáhá odlišit vlastní tvorbu od masové fotografické produkce. Zejména u fotografií sdílených na nejoblíbenější sociální síti Facebook se ukázalo, že velká část fotografů vybírá snímky podle pravděpodobné reakce publika. Zpětná odezva se tak zařadila mezi motivace k samotnému vzniku snímku.

K současným změnám přístupu k fotografii přispělo nejen rozšíření trendu sociálních sítí, ale i proměny společnosti. Nové funkce fotografického média tak předznamenávají další stupeň vývoje vnímání obrazu, ale tradiční hodnoty z hlediska fotografie budou jen těžko někdy zcela nahrazeny.

Výsledky dotazníkového šetření potvrdily, že předpoklady nadnesené v úvodu práce jsou opodstatněné a skutečně dochází ke značnému posunu v oblasti vnímání fotografického média. Ať už se jedná o posílení komunikační funkce, proměny motivací k fotografování nebo vliv trendu sdílení, fotografie se stává součástí doby, která vyměňuje pravdivost za efekt, nesmrtelnost za okamžik a soukromý prožitek za reakci publika.

Summary

This bachelor thesis named Photography as a medium of instant communication deals with major changes in the way of seeing photography not only in history, but also in modern era. Beyond theory, this work offers research demonstrating evolution in utilizing images through sharing photography on social networks, archiving or making them public. The survey results confirm the hypothesis that importance of photography communication role is constantly growing and as well self-presentation is another lately preferred way of using photography. The evolution in the field of consuming photography is happening not only thanks to technological progress but also because of social networks boom and all possibilities given by the Internet. A big difference in attitude to photography has been discovered in comparison between social networks Facebook and Flickr. On Facebook, photography mostly plays an information role with a short-term effect. In opposite Flickr users put much more effort into selection before sharing their work.

Použitá literatura a zdroje

BARTHES, Roland. *Světla komora*. 2. vyd. Praha: Agite/Fra, 2005. 124 s. ISBN 80-86603-28-8.

BARTHES, Roland. Rétorika obrazu. CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?*. Vyd. 1. Praha: Herrmann, 2004, 51 - 61. ISBN 80-239-5169-6.

BENJAMIN, Walter. Malé dějiny fotografie. CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?*. Vyd. 1. Praha: Herrmann, 2004, s. 10. ISBN 80-239-5169-6.

BURGIN, Victor. Prohlížení fotografií. CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?*. Vyd. 1. Praha: Herrmann, 2004, s. 92. ISBN 80-239-5169-6.

CÍSAŘ, Karel. *Co je to fotografie?*. Vyd. 1. Praha: Herrmann, 2004. ISBN 80-239-5169-6.

FLUSSER, Vilém. *Za filosofií fotografie*. 1. vyd. Praha: Hynek, 1994. ISBN 808590604X.

LÁB, Filip – TUREK, Pavel. *Fotografie po fotografii*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2009. ISBN 978-80-246-1617-9.

SONTAG, Susan. *O fotografii*. Vyd. 1. V Praze: Paseka, 2002. ISBN 80-7185-471-9.

Články

ČÁP, Michal a Tomáš NOSEK. Polaroid - Jak to bylo, je a snad bude. *Temnokomorník*. 2008, č. 8, s. 5.

Elektronické zdroje

A World History of Art [on-line]. History of Photography [cit. 2012-04-05]. Dostupné z www:

<http://www.all-art.org/history658_photography.html>

EDWARDS, Owen. How the Polaroid Stormed the Photographic World. *Smithsonian magazine* [online]. 2012 [cit. 2012-04-28]. Dostupné z www:

<<http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/How-the-Polaroid-Stormed-the-Photographic-World.html>>

Facebook [on-line]. [cit. 2012-04-01]. Dostupné z www:
<<http://www.facebook.com/>>

Flickr.com [on-line]. [cit. 2012-04-01]. Dostupné z www:
<<http://www.flickr.com/>>

FITZGERALD, Michael. How We Did It: Stewart Butterfield and Caterina Fake, Co-founders, Flickr. *Inc. Magazine* [online]. 2006 [cit. 2012-04-28]. Dostupné z www:
<<http://www.inc.com/magazine/20061201/hidi-butterfield-fake.html>>

HARMON, Amy. We simply can't stop shooting. *The New York Times* [online]. 2007 [cit. 2012-04-14]. Dostupné z www:
<http://www.nytimes.com/2005/05/06/technology/06iht-tpphotos07.html?_r=1&pagewanted=all>

JANDA, Filip. *Fenomén tagování na serveru Flickr.com a jeho vliv na extenzi interpretace fotografie*. Praha, 2011. 86 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí bakalářské práce MgA. Filip Láb, Ph.D. Dostupné z www:
<http://digitool.is.cuni.cz/R/-?func=dbin-jump-full&object_id=710821&silolibrary=GEN01>

LÁZŇOVSKÝ, Matouš. Polaroid slaví 65 let. Jeho nejslavnější snímek zachytil Kennedyho smrt. *IDnes.cz* [online]. [cit. 2012-04-28]. Dostupné z www:
<http://technet.idnes.cz/polaroid-slavi-65-let-jeho-nejslavnejsi-snimek-zachytil-kennedyho-smrt-1zt/tec_foto.aspx?c=A120221_143224_tec_technika_mla>

LEVY, Steven a Brad STONE. The New Wisdom of the Web. *Newsweek* [online]. 2006 [cit. 2012-04-14]. Dostupné z www:
<<http://www.thedailybeast.com/newsweek/2006/04/02/the-new-wisdom-of-the-web.html>>

MEHDIZADEH, Soraya. Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* [online]. 2010, roč. 13, č. 4, s. 357-364 [cit. 2012-04-21]. ISSN 2152-2715. DOI: 10.1089/cyber.2009.0257. Dostupné z www: <<http://www.liebertonline.com/doi/abs/10.1089/cyber.2009.0257>>

MURRAY, Susan. Digital Images, Photo-Sharing, and Our Shifting Notions of Everyday Aesthetics. *Journal of Visual Culture* [online]. 2008-08-01, roč. 7, č. 2, s. 147-163 [cit. 2012-04-14]. ISSN 1470-4129. DOI: 10.1177/1470412908091935. Dostupné z www: <<http://vcu.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1470412908091935>>

O'REILLY, Tim. Web 2.0 Compact Definition: Trying Again. [online]. [cit. 2012-04-14]. Dostupné z www: <<http://radar.oreilly.com/archives/2006/12/web-20-compact.html>>

Polaroid Love [on-line]. [cit. 2012-04-16]. Dostupné z www:
<<http://polaroidlove.blogspot.com/>>

ROMERO, Sarah. Caterina Fake, founder of Flickr. *La Flecha* [online]. 2006 [cit. 2012-04-28]. Dostupné z www: <[http://www.laflecha.net/entrevistas/en/caterina-fake - fundadora-de-flickr](http://www.laflecha.net/entrevistas/en/caterina-fake-fundadora-de-flickr)>

The Impossible Project [on-line]. [cit. 2012-04-16]. Dostupné z www: <<http://www.the-impossible-project.com/>>

VAN DIJCK, Jose. Digital photography: communication, identity, memory. *Visual Communication* [online]. 2008-02-01, roč. 7, č. 1, s. 57-76 [cit. 2012-04-19]. ISSN 1470-3572. DOI: 10.1177/1470357207084865. Dostupné z www: <<http://vcj.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1470357207084865>>

Seznam příloh

Příloha č. 1: Plné znění dotazníku (dokument)

Příloha č. 2: Grafy zobrazující výsledky otázek obecné části dotazníku (grafy)

Příloha č. 3: Grafy zobrazující výsledky otázek části dotazníku, která se zabývala Facebookem a Flickrem (grafy)

Přílohy:

Příloha 1: Plné znění dotazníku (dokument)

Dotazník zkoumající rozdíly ve vnímání fotografie na serverech Facebook a Flickr a obecné změny v přístupu k fotografii

- Porovnání přístupu k fotografii na serverech Facebook a Flickr
 1. Pohlaví
 - a) žena
 - b) muž
 2. Věk
 - a) 15 – 18
 - b) 18 – 23
 - c) 23 – 30
 - d) 30 - 40
 - e) 40 a více
 3. Nejvyšší dosažené vzdělání
 - a) základní
 - b) středoškolské s maturitou
 - c) ukončené vysokoškolské
 - d) výuční list
 4. Jakým přístrojem nejčastěji fotografujete?
 - a) Mobilním telefonem
 - b) Digitálním fotoaparátem (kompakt)
 - c) Digitální zrcadlovkou
 - d) Analogovým fotoaparátem
 5. Jakým způsobem nakládáte s fotografiemi?
 - a) Jsou uloženy v počítači či na disku
 - b) Prezentuji je na vlastních stránkách
 - c) Vyvolávám je, ukládám do alb
 - d) Většinu fotografií mažu
 6. Jaké pohnutky vás nejčastěji vedou k fotografování?
 - a) Snaha zachytit vzácný okamžik, na který budu chtít vzpomínat
 - b) Zdokumentovat společenskou akci a lidi na ní

- c) Vytvořit krásný obraz s dobrou kompozicí a zajímavou atmosférou
- d) Podělit se s přáteli o zajímavý moment nebo věc, se kterými se setkáváte, a sdílet fotografie
- e) Jiné – vypište:

7. Jak často si prohlížíte vlastní starší fotografie? (např. z loňské dovolené, nebo posledních oslav narozenin)

- a) 1x měsíčně a častěji
- b) Několikrát do roka
- c) Méně často

8. Fotografie u novinových zpravodajských článků bývá vnímána:

- a) Rovnocenně s textem
- b) Jako důležitější než text
- c) Pouze jako ilustrace textu
- d) Jinak – vypište:

9. Co je u fotografie vnímáno jako vada?

- a) Nedokonalé technické zpracování
- b) Nezajímavý námět
- c) Špatná kompozice
- d) Ani jedno
- e) Vše dohromady
- f) Jiné – vypište:

10. Slouží pro vás možnost zveřejnění fotografie na internetu jako motivace k častějšímu fotografování?

- a) ano
- b) ne

11. Provádíte na fotografiích výrazné úpravy?

- a) Ne, fotografie nijak neupravuji
- b) Upravuji pouze velké nedokonalosti (přepaly, červené oči,...)
- c) Ano, měním i barvy / provádím fotomanipulaci, ...

12. Na fotografii oceňuji zejména:

- a) Možnost zachytit přesnou podobu věcí v mém každodenním životě
- b) Zdokumentovat důležité momenty života a uchovat je
- c) Použít obraz jako rychlou možnost komunikace a přenosu informace ostatním
- d) Způsob uměleckého vyjádření
- e) Možnost prezentovat vlastní individualitu, pohled na svět

- Facebook a Flickr

1. Kolik fotek vložíte za měsíc na zmíněnou síť?

Facebook	Flickr
a) 0-10	a) 0-10
b) 10-20	b) 10-20
c) více	c) více

2. Věnuji více času dodatečné úpravě fotek na:

- a) Facebooku
- b) Flickru
- c) nerozlišuji

3. Jaké funkce pro vás charakterizují Facebook a Flickr z fotografického hlediska? Označte jako ve škole dle důležitosti

Facebook	Flickr
a) Komunikace s přáteli	a) Komunikace s přáteli
b) Trávení volného času	b) Trávení volného času
c) Prezentace vlastní tvorby	c) Prezentace vlastní tvorby
d) Směrodatná smysluplná odezva na fotografie	d) Směrodatná smysluplná odezva na fotografie
e) Prostor pro vlastní rozvoj	e) Prostor pro vlastní rozvoj
f) Jiné – vypište:	f) Jiné – vypište:

4. Jaký typ fotografií nejčastěji vkládáte na Facebook / Flickr?

Facebook	Flickr
a) Fotografie ze společenských akcí	a) Fotografie ze společenských akcí
b) Turistické fotografie	b) Turistické fotografie
c) Zajímavé momentky	c) Zajímavé momentky
d) Umělecké fotografie	d) Umělecké fotografie
e) Jiné – vypište:	e) Jiné – vypište:

5. Co očekáváte jako odezvu na vložené fotografie?

Facebook	Flickr
a) Jakékoli komentáře	a) Jakékoli komentáře
b) Konstruktivní kritiku	b) Konstruktivní kritiku
c) Zveřejnění své práce	c) Zveřejnění své práce
d) Nové kontakty a příležitosti	d) Nové kontakty a příležitosti
e) Na odezvě mi nezáleží	e) Na odezvě mi nezáleží
f) Tipy pro vlastní rozvoj	f) Tipy pro vlastní rozvoj
g) Jiné – vypište:	g) Jiné – vypište:

6. Jako přínosnější z pohledu fotografa hodnotím

- a) Facebook
- b) Flickr

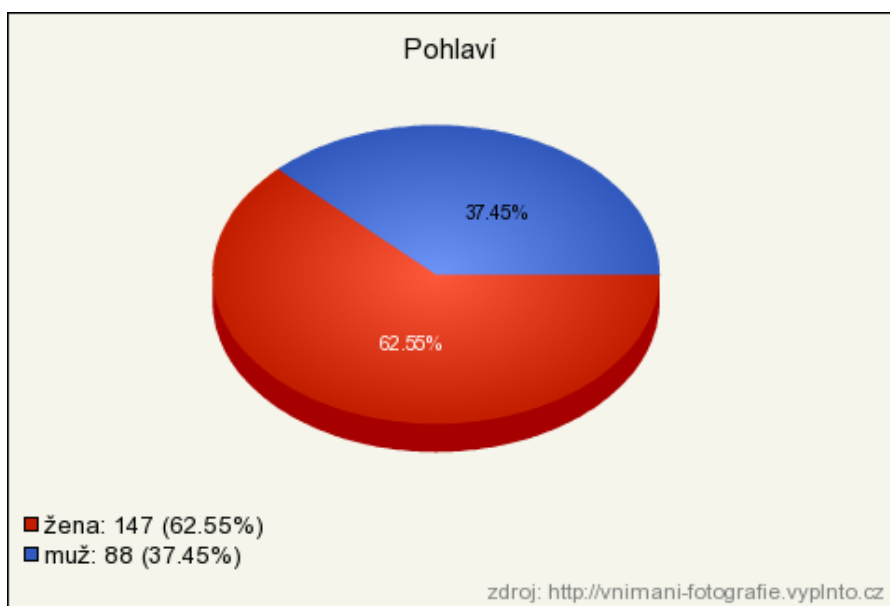
7. Podle čeho vybíráte fotografii, kterou vložíte na Facebook nebo Flickr?

Facebook:

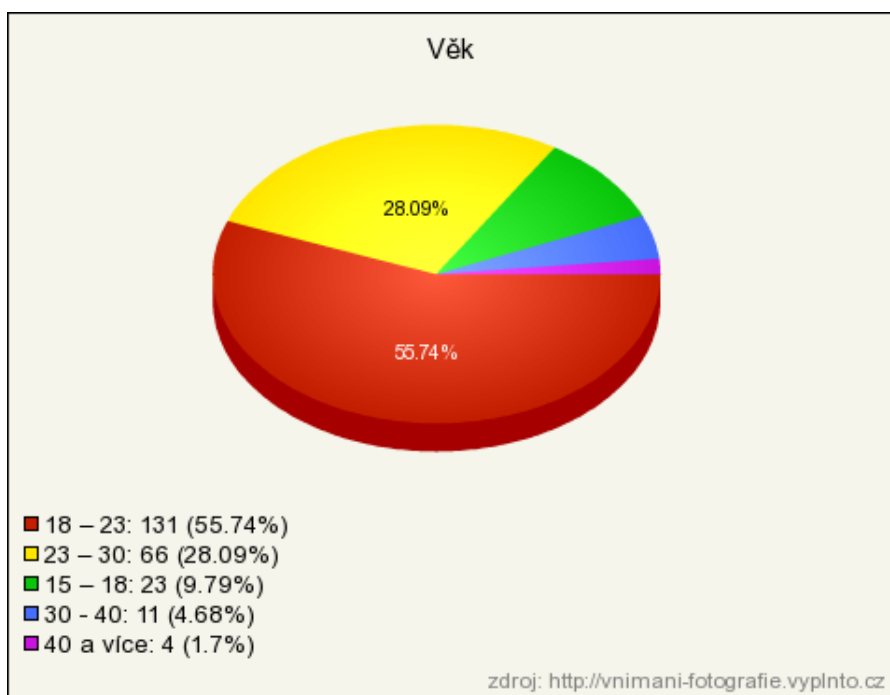
Flickr:

Příloha č. 2: Grafy zobrazující výsledky otázek obecné části dotazníku (grafy)

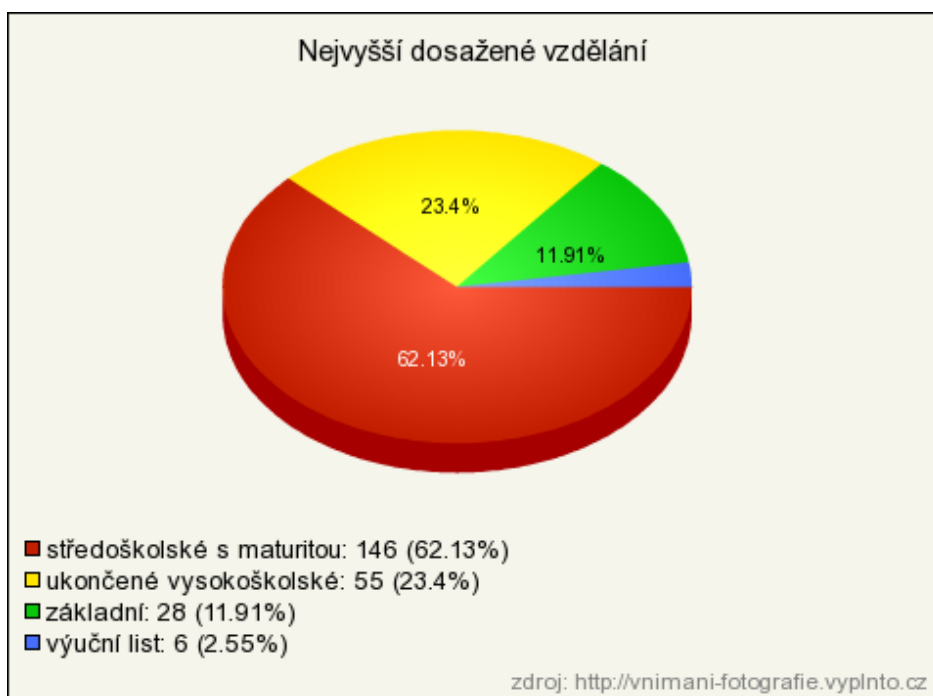
Otázka č. 1



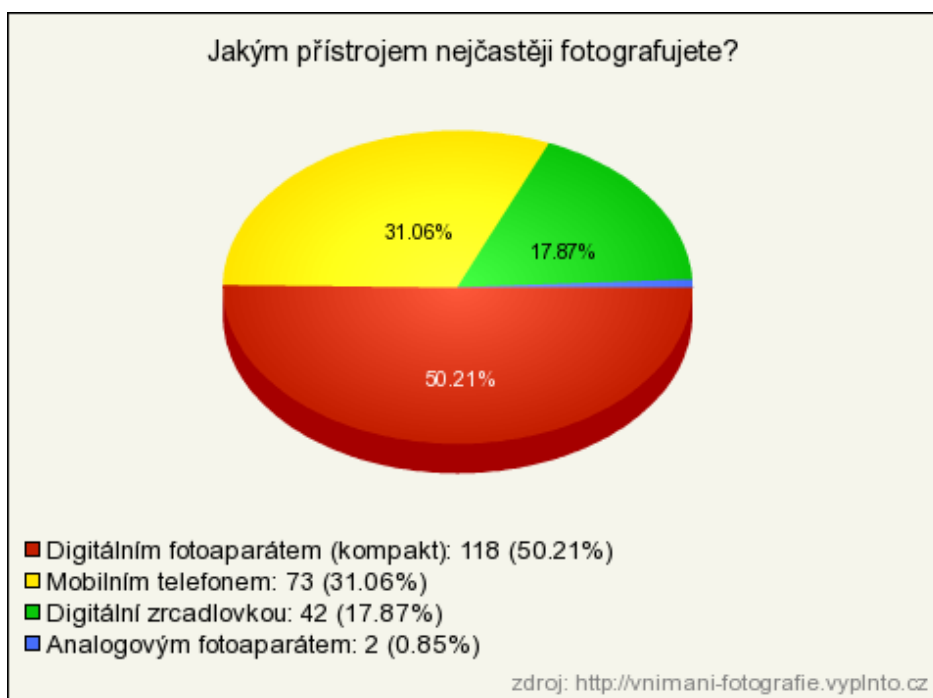
Otázka č. 2



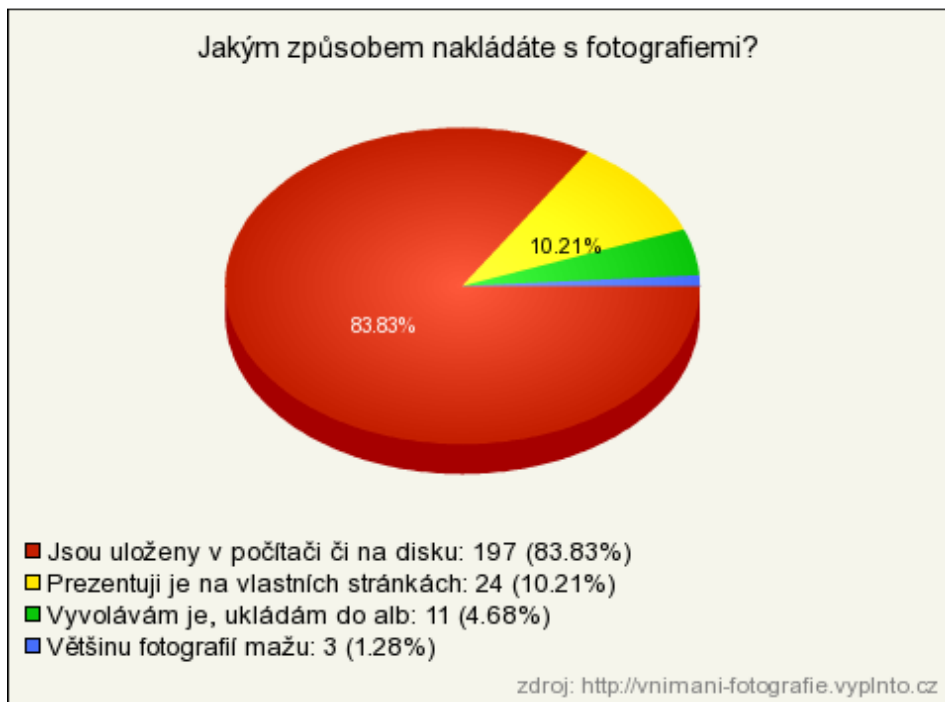
Otázka č. 3



Otázka č. 4



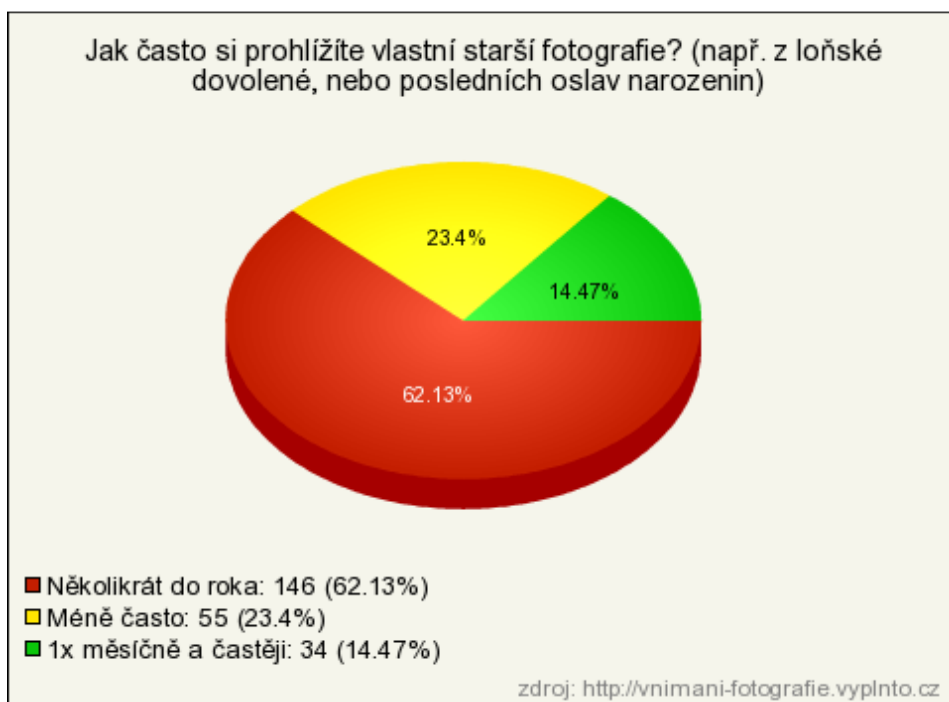
Otázka č. 5



Otázka č. 6



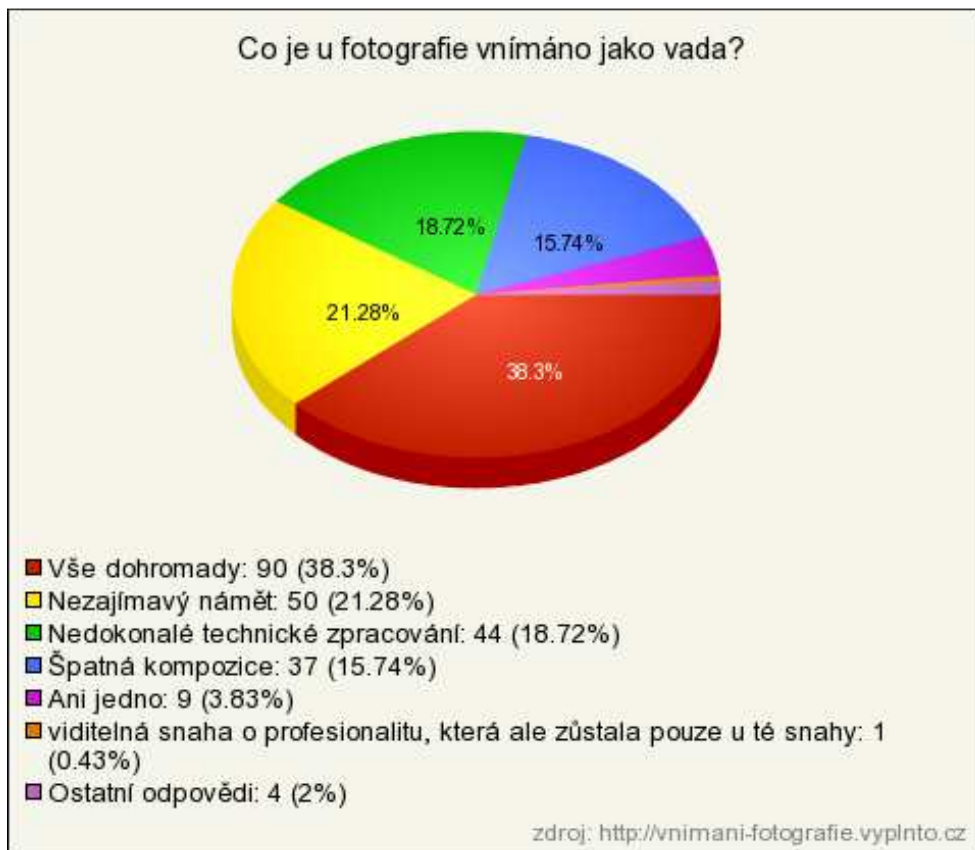
Otázka č. 7



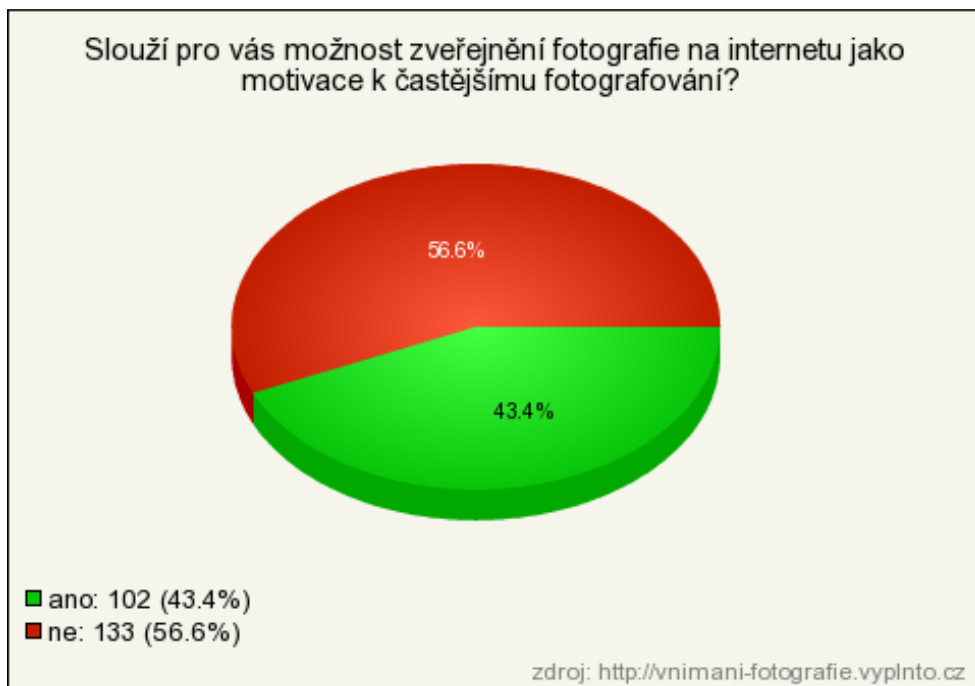
Otázka č. 8



Otázka č. 9



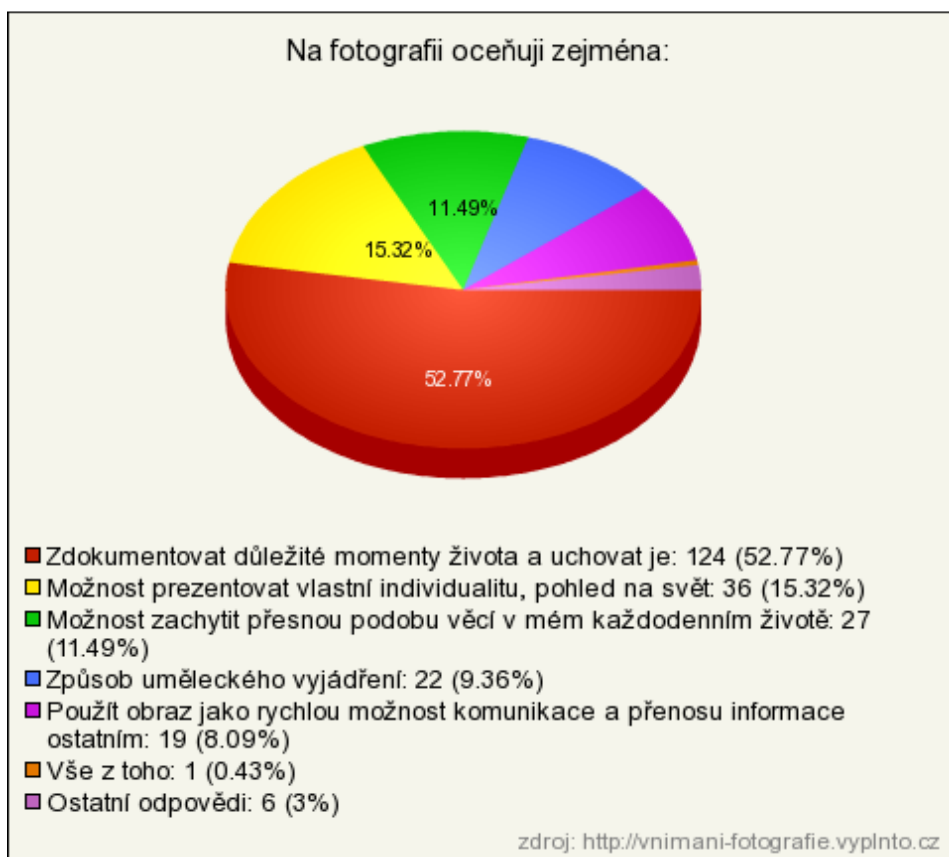
Otázka č. 10

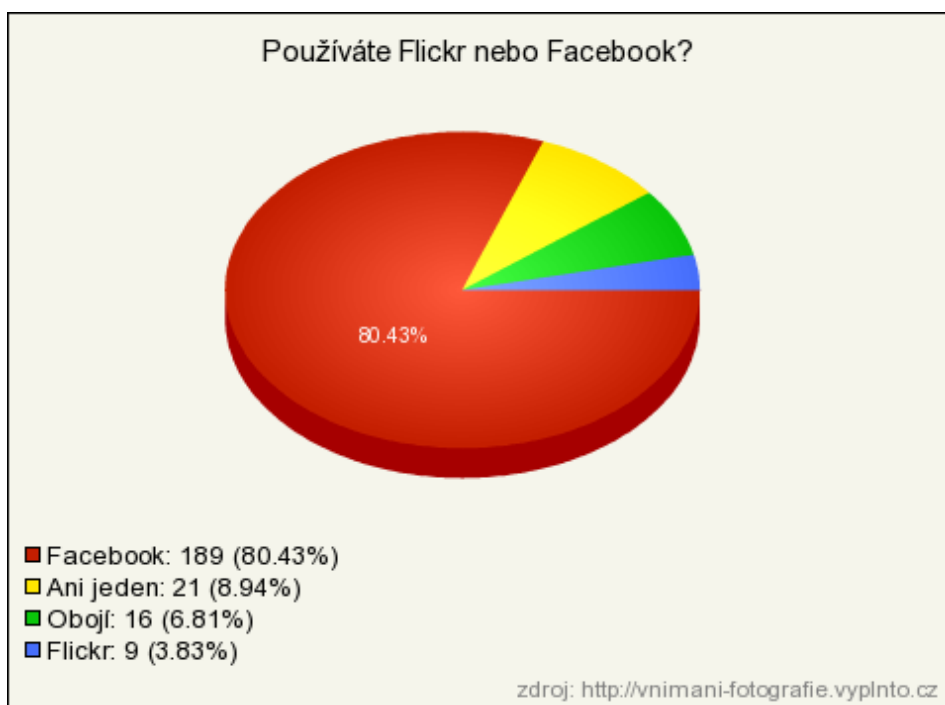


Otázka č. 11



Otázka č. 12

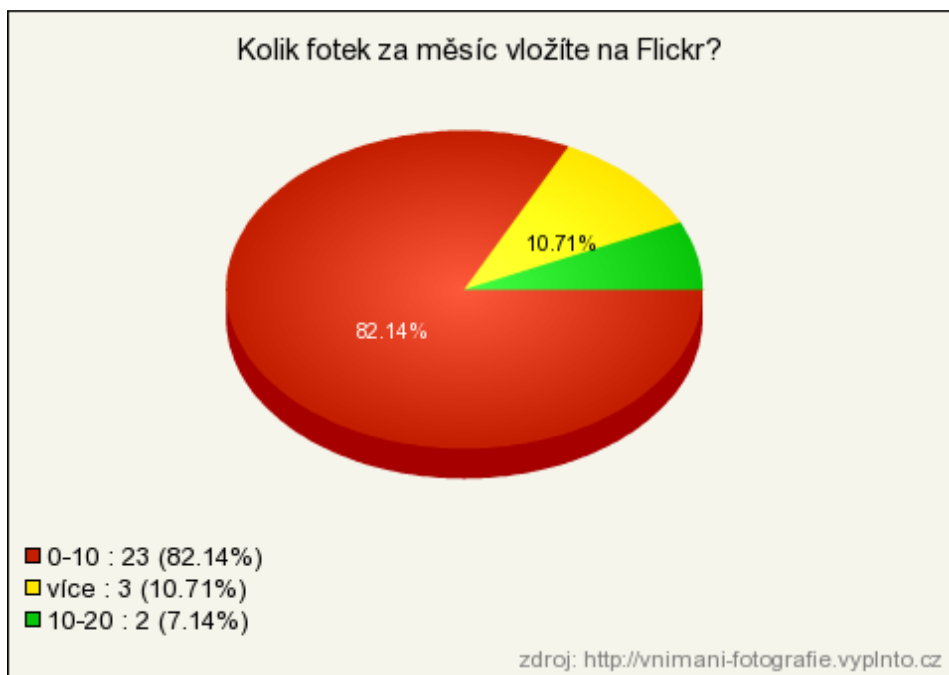




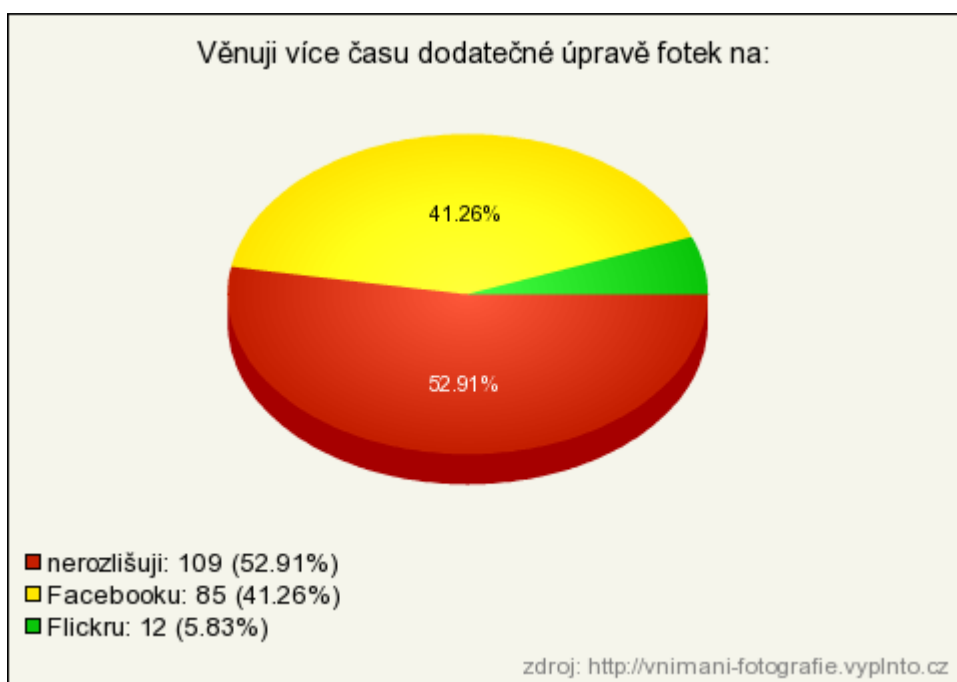
Příloha č. 3: Grafy zobrazující výsledky otázek části dotazníku, která se zabývala Facebookem a Flickr (grafy)

Otázka č. 1

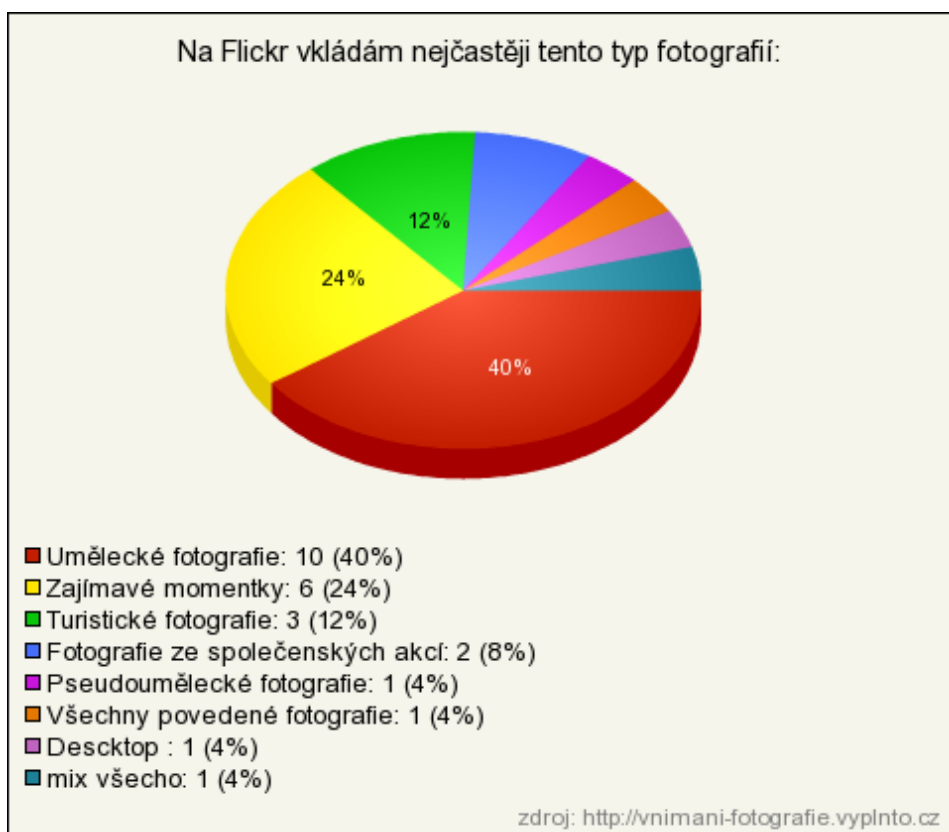




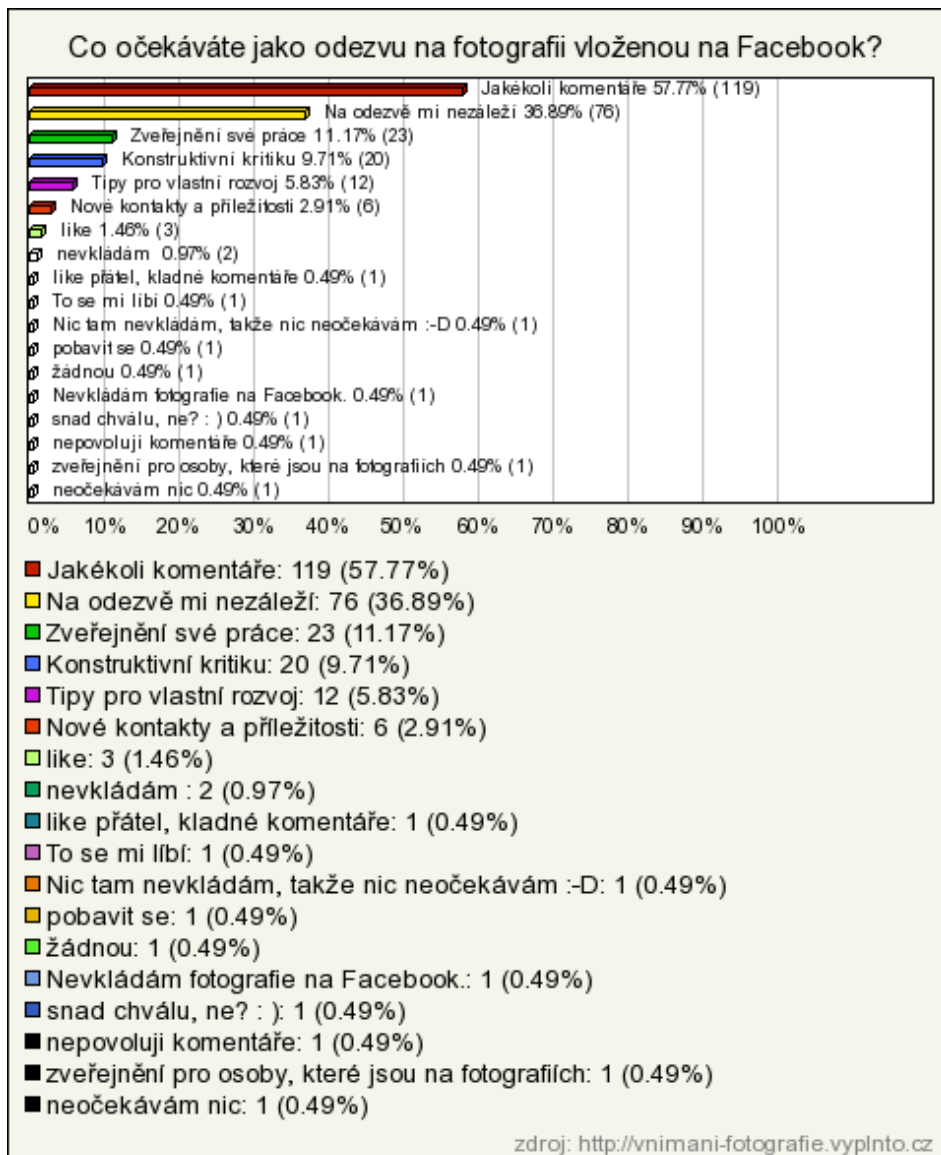
Otázka č. 2



Otázka č. 4



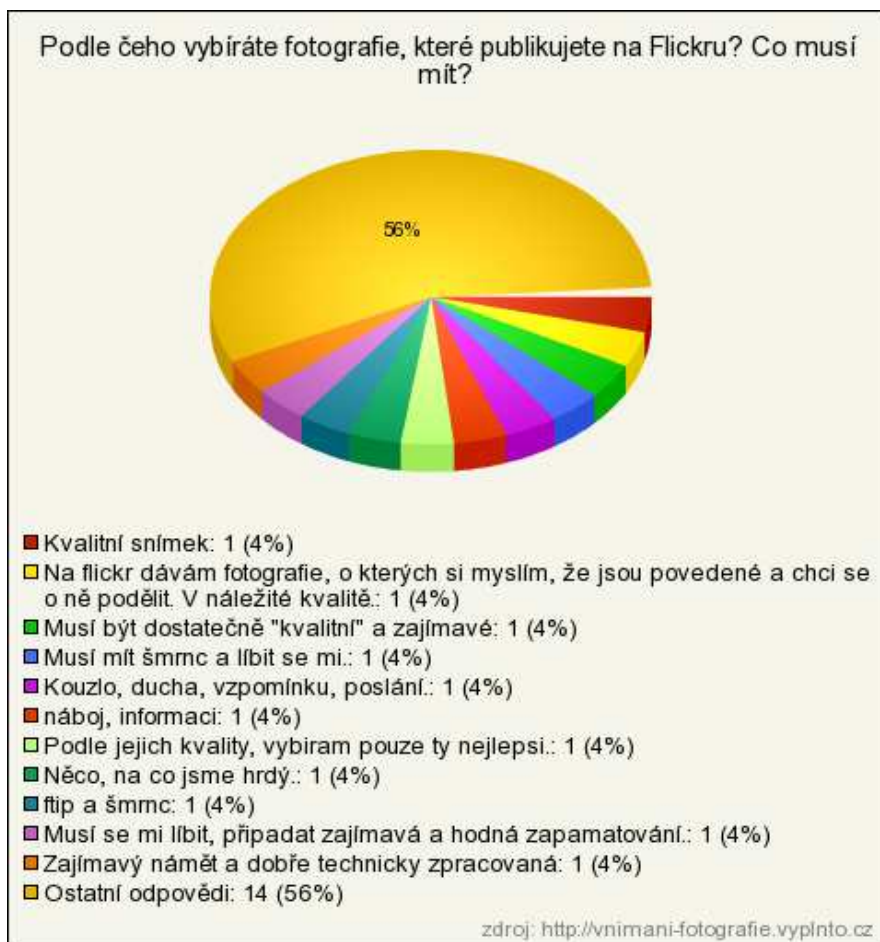
Otázka č. 5



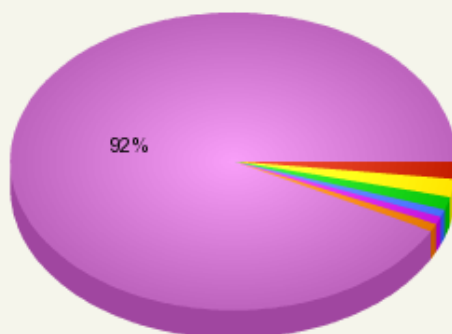
Otázka č. 6



Otázka č. 7



Podle čeho vybíráte fotografie, které publikujete na Facebooku? Co musí mít?



- nevím: 4 (1.94%)
- nepublikuji: 4 (1.94%)
- musí se mi líbit: 3 (1.46%)
- musí být zajímavé : 2 (0.97%)
- musí být zajímavá: 2 (0.97%)
- zajímavost: 2 (0.97%)
- Ostatní odpovědi: 189 (92%)

zdroj: <http://vnimani-fotografie.vyplnto.cz>