

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Alina Shupikova

**Proměna formy a obsahu fotografie
s nástupem mobilní fotografie a sociálních
sítí**

Bakalářská práce

Praha 2013

Autor práce: **Alina Shupikova**

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

Oponent práce:

Datum obhajoby: 2013

Hodnocení:

Bibliografický záznam

SHUPIKOVA, Alina. *Proměna formy a obsahu fotografie s nástupem mobilní fotografie a sociálních sítí*. Praha, 2013. 60 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí bakalářské práce MgA. Filip Láb, Ph.D.

Abstrakt

Tato práce se zabývá proměnou, ke které došlo ve fotografii vlivem nástupu mobilní fotografie a sociálních sítí. Výchozí je předpoklad, že rapidní nástup sociálních sítí, principu sdílení a využití stále se zlepšující technologie mobilní fotografie pravděpodobně způsobil určitou proměnu jak v samotné fotografii, tak i v její funkci a ve způsobu, jakým je vnímána. Pro zúžení poměrně obšírného pole zkoumání se práce především zaměřuje na novinářskou fotografii a způsob, jakým je pro fotoreportáž možné využít sociální síť Instagramu, určenou pro sdílení mobilní fotografie. Objektem zkoumání v praktické části je případová studie využití této sociální sítě magazínem TIME pro dokumentaci hurikánu Sandy v roce 2012. Tento inovativní přístup k fotografické reportáži je srovnáván s klasickou metodou fotodokumentace, kterou magazín TIME využil u událostí podobného charakteru v letech 2005 a 2011. Cílem práce je popsat, jakým způsobem a zda se fotografie změnila a v jakých aspektech k tomu došlo.

Abstract

This thesis attempts to answer the question whether there has been a change in photography due to the growth of mobile photography and social media. The initial assumption is that the growth has influenced changes within photography's form, function and perception. In an aim to narrow this relatively broad topic, the thesis is focused on professional photojournalism and the usage of the social network Instagram as a platform for the publication of photographic reportage. The practical part of the work is a case study of a photoreportage by TIME magazine on Instagram which captured hurricane Sandy in 2012. This innovative photojournalistic method is compared with reportages done on similar events in 2005 and 2011.

Klíčová slova

fotografie, fotoreportáž, fotožurnalistika, mobilní fotografie, sociální média, Instagram

Keywords

photography, photostory, photojournalism, mobile photography, social media, Instagram

Rozsah práce: 100 061 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 17.5.

Alina Shupikova

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu této práce panu doktoru Filipu Lábovi za vstřícnost, ochotu, poskytnutou pomoc a trpělivé konzultování při vypracování této práce.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK
Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce

TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:

Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:

Alina Shupikova

Razítko podatelny:

Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:

2011

E-mail diplomantky/diplomanta:

alina.shupikova@gmail.com

Studijní obor/forma studia:

Žurnalistika/denní

Předpokládaný název práce v češtině:

Proměna formy a obsahu fotografie s nástupem mobilní fotografie a sociálních sítí

Předpokládaný název práce v angličtině:

Changes of the form and content of photography due to growth of mobile photography and social media

Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013):

(diplomovou práci je možné odevzdat nejdříve po dvou semestrech od schválení tezí)

LS 2013

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

Plošné rozšíření fotografie pozorujeme již mnoho desetiletí, nástup digitalizace v tomto oboru přinesl ještě větší rozmach. Profesionální fotografické obrazy stále mají své místo, často ale mohou prohrávat s laickými snímky v kategoriích jako je rychlost či aktuálnost. K pořízení snímků již není potřeba speciální vybavení a běžnými prostředky pro fotografování se stávají předměty jako mobilní telefony či tablety. Cílem této práce je zjistit, jak se proměnila fotografie s nástupem málo kvalitních z technického hlediska snímků, které však umožňují větší rychlost i aktualitu a jak se změnilo vnímání společnosti vůči tomuto médiu. Požadujeme po fotografii profesionalitu nebo je dostačující přitažlivý, ač náhodně vzniklý produkt? Je dnešní době důležitějším faktorem rychlost, či kvalita? Jakou pozici má v době nástupu sociálních sítí a mobilní fotografie jako hlavního informačního média profese fotoreportéra? V této práci bych chtěla mimo jiné zjistit, zda ještě vnímáme pojem kvalita v otázce fotografie a případně jak je takový z hlediska běžných konzumentů fotografického obrazů chápán.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

- 1. Úvod – uvedení do problematiky.**
- 2. Současný stav fotografie – vlastní výzkum a informace čerpané z odborné literatury.**
- 3. Proměna fotografie, nástup mobilní fotografie.**
- 4. Výsledky výzkumu (dotazníku) a jejich analýza.**
 - 4.1 Vnímání kategorie kvality u respondentů.**
 - 4.2 Fotografické prostředky pro focení se zařízeními jako mobil či tablet**
 - 4.3 Fotoreportér s mobilem**
- 5. Závěr**

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):

Sociální síť – Facebook, Flickr, Instagram, Vkontakte a další

Postup (technika) při zpracování materiálu:

**analýza fotografického obsahu na sociálních sítích
dotazníkové šetření**

odborná literatura (Rose, Gillian: *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*)

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

Batchen, Geoffrey. 2000. *Each Wild Idea*. London: The MIT Press, s. 74.

Kniha zpracovává široké spektrum fotografických subjektů. Poskytuje reflexi historie fotografického obrazu, současné umělecké fotografie. Jednotlivé fotografické subjekty zasazuje nejen do sociálního a uměleckého kontextu, ale popisuje i formální atributy a zařazuje je současně do kulturní i materiální sféry.

Dijck, van José. 2008. Digital photography: communication, identity, memory. in *Visual Communication*, vol. 7: 57- 76, London: Sage

Článek zkoumá jak technická proměna – digitalizace ve spojitosti s rozvojem vědy a sociálně kulturními transformacemi ovlivnila osobní fotografii. Fotografie je nahlížena jako prostředek utváření individuální identity a komunikace.

Manovich, Lev. 2001. *The Language of New Media*. London: MIT Press

Autor nabízí systematický pohled na teorii nových médií. Zařazuje nová média do kontextu dějin vizuální a mediální kultury za posledních několik století. Ukazuje způsoby, kterými nová média vytvářejí novou realitu, oslovují diváka a vyplňují prostor.

Mitchell, William J. 1992. *The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-photographic Era*. Cambridge, MA: The MIT Press

Systematický pohled na digitalizaci fotografického obrazu. Kniha nabízí detailní vhled do samotného digitalizačního procesu, stejně jako popisuje způsob, jakým je proměňováno lidské vnímání a estetický a etický potenciál digitalizace.

Murray, Susan. 2008. Digital Images, Photo-Sharing, and Our Notions of Everyday Aesthetics in *Journal of Visual Culture*, vol. 7: 147 – 163, London: Sage

Autorka se zaměřuje na popis změny sociálního využívání digitální fotografie (viz. Flickr). Každodenní snímky mohou být pořízeny i s určitou jistotou komentovány amatéry. Fotografie se stává prostředkem každodenní, instantní komunikace a sdílení.

Villi, Mikko. 2011. *Visual Mobile Communication. Camera phone photo messages as ritual communication and mediated presence*. University of Art and Design Helsinki.

Práce se věnuje výzkumu vlivu, který mají konvence užití mobilních telefonů na interpersonální vizuální komunikaci jedinců, realizovanou právě pomocí mobilních telefonů.

Rantavuo, Heli. 2008. *Connecting Photos. A Qualitative Study of Cameraphone Photo Use*. University of Art and Design Helsinki

Práce zkoumá využití mobilní fotografie mezi uživateli ve Finsku. Zaměřuje se na otázky, jakým způsobem uživatelé s těmito snímky pracují, jak jejich pomocí komunikují a jaké technologie jsou užívány při jejich zpracování.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let):

Janda, Filip: Fenomén tagování na serveru Flickr.com a jeho vliv na extenzi interpretace fotografie, 2011

Javůrková, Klára: Fotoblog jako nová prezentační platforma, 2011

Vitoušová, Valérie: Czech Press Photo 1995-2005 : obsahová obrazová analýza vítězných fotografií v kategorii R, 2010

Topinková, Martina: Jak nové technologie a nástup digitalizace ovlivnily práci fotožurnalistů, 2011

Datum / Podpis studenta/ky

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předeepsané ke zpracování tématu:

Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK 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 FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI **VYZVEDNOUT** V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A **NECHAT VEVÁZAT** DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

--

Obsah

ÚVOD.....	3
1. FOTOGRAFIE – MOBILNÍ ÉRA A SOCIÁLNÍ SÍŤ.....	5
1.1 PRVNÍ MOŽNOSTI MOBILNÍHO SDÍLENÍ - MMS	7
1.2 WEB 2.0	9
1.3 MOBLOGGING	10
1.4 SOCIÁLNÍ SÍŤ	11
1.4.1 Facebook, Flickr a Twitter.....	12
1.4.2 Instagram	15
2. METODOLOGIE A VYMEZENÍ ZKOUMANÉHO VZORKU	16
2.1 ZKOUMANÉ FOTOGRAFIE.....	16
2.2 ZKOUMANÉ UDÁLOSTI	16
2.3 POUŽITÉ METODY	17
2.3.1 Obrazová analýza.....	17
2.3.2 Sémiotická analýza	18
2.3.3. Analýza kvantitativních dat	18
3. SOCIÁLNÍ SÍŤ A OBČANSKÝ ŽURNALISMUS.....	18
3.1 HURIKÁN SANDY NA INSTAGRAMU.....	19
3.2 HURIKÁN IRENE NA INSTAGRAMU.....	21
4. DOKUMENTACE HURIKÁNU KATRINA	22
4.1 ROZBOR UDÁLOSTI.....	22
4.1.1 Chris Usher	23
4.1.2 Robert Stolarik	24
4.1.3 Další snímky od různých autorů.....	25
4.2 SHRNUŤÍ FOTOGRAFICKÉHO STYLU	25
5. FOTODOKUMENTACE HURIKÁNU IRENE	26
5.1 ROZBOR UDÁLOSTI.....	26
5.1.1 Edward Keating.....	26
5.1.2 Matt Eich.....	27
5.1.3 Chip Somodevilla	28
5.1.4 Další fotografové.....	28
5.2 SHRNUŤÍ FOTOGRAFICKÉHO STYLU	29
5.3 ZVEŘEJNĚNÍ FOTOGRAFIÍ NA WEBU	29
6. FOTOGRAFICKÁ DOKUMENTACE HURIKÁNU SANDY.....	29
6.1 REPORTÁŽ O SANDY NA INSTAGRAMU	30
6.2 DALŠÍ DOKUMENTACE SANDY NA WEBU TIME	31
6.3 ROZBOR A STYL FOTOGRAFIÍ	32
6.3.1 Benjamin Lowy.....	33
6.3.2 Ed Kashi	34
6.3.3 Michael Christopher Brown	35
6.3.4 Stephen Wilkes.....	36
6.3.5 Andrew Quilty.....	37
6.4 SHRNUŤÍ FOTOGRAFICKÉHO STYLU	37
6.5 ZVEŘEJNĚNÍ SNÍMKŮ A POČET ZHLÉDNUTÍ	38
6.6 SOCIÁLNÍ INTERAKCE.....	40
7. POROVNÁNÍ FOTOGRAFICKÉHO STYLU A POHLEDU	41
7.1 SROVNÁNÍ OBSAHU	42
7.2 POROVNÁNÍ INTERAKCÍ NA INTERNETU A SOCIÁLNÍCH MĚDIÍCH	43
ZÁVĚR	44

SUMMARY	47
POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE.....	48
SEZNAM PŘÍLOH.....	52
PŘÍLOHY.....	53

Úvod

Fotografii se nejen aktivně věnuji, ale sleduji také dění ve fotografickém světě, zajímají mě nové tendence, vynálezy i technologie. Zároveň patří do mých zájmů i sociální média a celková proměna, kterou prochází komunikační prostředí v posledních desetiletích. Je zjevné, že téměř všechny aspekty lidského života a různé sféry aktivit jsou těmito změnami ovlivněny, fotografii samozřejmě nevyjímaje. K tématu této práce mne proto přivedlo zamyšlení nad rapidními technickými změnami v průběhu posledních několika desítek let a jejich možným vlivem. Zatímco ještě nedávno zůstávala fotografie médiem, využívaným především pro záznam důležitých, významných okamžiků či pracovním prostředkem profesionálů, dnes je její zastoupení v každodenním lidském životě mnohem větší. Telefon se postupně stal zároveň i fotoaparátem, samotné fotoaparáty přestaly být elitním, nedostupným zbožím a naopak se staly součástí nákupního košíku téměř každé rodiny. S nástupem internetu a jeho propojením s mobilními telefony získala mobilní fotografie zcela nový potenciál, který nikdy předtím neexistoval – potenciál okamžitého sdílení. Sociální sítě jako publikační platforma pro mobilní fotografii dodaly k prvku sdílení také potřebné publikum, které si snímky může prohlížet.

Technické kvality záznamů, které jsme jako uživatelé mobilních telefonů schopni pořídít na pouhé jedno kliknutí, stále stoupají a mnohé mobilní telefony se kvalitou rozlišením vyrovnají řadě digitálních fotoaparátů. Fotografie se stala předmětem každodennosti, vznik publikačních platforem umožnil její stále rozsáhlejší rozšíření. Stále se zvyšující jednoduchost sdílení, narůstající publikum, neustále se zlepšující technologie a zvyšující se množství snímků publikovaných na internetu, a to především na sociálních sítích, jsou na první pohled zjevnými, spíše technickými změnami, které se ve fotografii odehrály v posledních desetiletích.

Sociální média jako novodobý fenomén přinesla nevídané možnosti šíření fotografií a ve spojení se zmíněnou jednoduchostí zařízení, poskytnutou mobilními telefony, se objevily zcela nové možnosti využití fotografického média, v jejichž důsledku získala i samotná fotografie možnost zastávat nové funkce. Výsledkem se stal vývoj nové formy fotografie, která je dnes reprezentována sociálními sítěmi jako je Instagram – jedná se o fotografii okamžiku, momentky, které mají výpovědní hodnotu především ve svém množství. Slouží jako proud záznamů, které vizuálně doprovázejí lidské životy a vyprávějí každodenní příběhy, místo toho, aby zastavovaly čas – Susan

Murray (2011) tyto snímky nazývá *ephemera* neboli „fotografie s jepičím životem“. Mají jinou formu než fotografie kdy předtím, nemají možná dlouhého trvání, tyto kvality však vyvažují jednoduchostí pořízení, jednoduchostí a rychlostí sdílení a svojí okamžitou aktualitou.

Rozhodla jsem se proto tuto práci zaměřit na proměnu, která ve fotografii nastala vlivem všech výše uvedených faktorů a potvrdit či vyvrátit předpokládané změny. Technické změny jsou evidentní, co se však změnilo v samotné formě a obsahu fotografie? Zaměřila jsem se nikoliv na běžnou fotografii, ale na fotografii novinářskou. Žurnalistika jako obor, podávající informace o dění ve světě, by měla být také oborem nejrychleji proměnlivým, proto mne zajímalo, jakou změnu v souvislosti s nástupem sociálních sítí a mobilní fotografie prodělala novinářská reportážní fotografie. Jako případovou studii k této otázce jsem zvolila experiment z nedávné doby, ke kterému se rozhodl americký magazín TIME. Pro dokumentaci hurikánu Sandy na podzim roku 2012 totiž využil magazín TIME poměrně mladé sociální sítě Instagram, určené pro publikaci mobilní fotografie. Pět reportérům, kteří hurikán Sandy pro TIME zaznamenávali, umožnil TIME přístup na svůj profil na této sociální síti a fotografové pořízené snímky mohli na tento profil přímo, bez zásahu editora, sdílet.

Tento netradiční přístup a využití nových trendů, tedy mobilní fotografie a sociální sítě k reportáži o události, jsem porovnávala s „klasickými“ reportážemi magazínu TIME o dvou dalších velkých hurikánech, které zasáhly Severní Ameriku – hurikánem Katrina (2005) a hurikánem Irene (2011). Hurikán Katrina je zvolen proto, že se odehrál ještě v období před nástupem a rozšířením mobilní fotografie a sociálních sítí. Hurikán Irene pak proto, že se odehrál již v době, kdy se široce užívala jak mobilní fotografie, tak sociální sítě, magazín TIME je však nevyužil ke své reportáži. Zvolila jsem jej kvůli možnosti srovnat zapojení uživatelů, kteří obsah publikovaný magazínem TIME shlédli.

Konkrétní případ, který v této práci zkoumám, není zmíněn v názvu ani v základní charakteristice práce uvedené v tezích z důvodu, že v okamžiku vypracování tezí této práce neexistoval žádný příklad využití Instagramu zpravodajským webem nebo periodikem k plnohodnotné reportáži. Stejně tak se ani samotný hurikán ještě neodehrál.

Magazín TIME je tištěné periodikum, které vychází již od roku 1923, pro potřeby této práce jsem však hodnotila pouze materiály obsažené na webu magazínu TIME a stejně tak užití názvu *TIME* v této práci odkazuje k webové stránce magazínu, nikoliv k jeho tištěné verzi. Užití pouze webové prezentace je opodstatněné záměrem práce

věnovat se mobilní fotografii zveřejněné na sociální síti, tedy online, a dalšímu šíření této fotografie, které se také odehrává v online prostředí. Jak již bylo uvedeno, zajímala mě především proměna způsobená nástupem mobilní fotografie a sociálních sítí, pracuji proto s fotografiemi na Instagramu, který je sociální síti, jež je přímo určena ke sdílení výhradně fotografií pořízených mobilním telefonem.

K tématu publikování fotografií na Instagramu se samozřejmě úzce váže fenomén občanské žurnalistiky. Toto téma by však bylo vhodné pokrýt samostatnou prací, proto se mu v této práci věnuji jen okrajově v popisu rozvoje sociální sítě Instagram v posledních letech. Narůstající čísla publikovaných fotografií z běžných uživatelů k aktuálním událostem, tedy v podstatě občanské fotožurnalistiky, také svědčí o tom, proč se TIME rozhodl využít Instagram pro dokumentaci hurikánu v roce 2012, avšak nevyužil tuto sociální síť o rok dříve při hurikánu Irene. Tato práce se zaměřuje právě na proměnu reportážní novinářské fotografie a tedy snímky pořízené profesionálními fotoreportéry v rámci práce pro magazín TIME. Interakce na sociálních sítích a na webu a také jejich případný nárůst by bylo vhodné sledovat pomocí konkrétních údajů (o počtu zhlédnutí jednotlivých galerií, návštěv webové stránky v daném období atd.), proto jsem požádala magazín TIME o poskytnutí těchto údajů o jejich webu. TIME však na žádost nereagoval, z tohoto důvodu jsem v práci mohla vycházet pouze z údajů, veřejně dostupných na internetu.

Cílem této práce je popsat, jak a zda se proměnila novinářská reportážní fotografie s nástupem mobilní fotografie a sociálních sítí na konkrétním případě užití mobilní fotografie a Instagramu jako prostředku pro novinářskou reportáž. Dále práce popisuje sociální interakci, kterou fotografie vyvolaly na sociálních sítích a to především z kvantitativního hlediska (počet uživatelů, který na fotografii některým způsobem reagoval) a případnou změnu, kterou možnosti sociálních sítí vnesly do přenosu fotografie k jejím recipientům.

1. Fotografie – mobilní éra a sociální síť

V této kapitole bych se chtěla stručně věnovat dějinám fotografie a podrobněji přiblížit hlavně vývoj v posledních desetiletích, kdy do fotografie zasáhly mobilní

telefony a sociální sítě. Fotografie jako médium, umožňující zaznamenat a zachovat jednotlivé momenty a okamžiky, které se nachází před našima očima, již provází lidstvo téměř dvě století. Fotografie prošla v průběhu svého vývoje různými etapami – od zdoluhavých metod, jako daguerrotypie, až k dnešní době, kdy je masové využití mobilní fotografií běžnou činností. Pořízení první fotografie od Niepceho pojmenované „Výhled z okna v Le Grass“ trvalo celých osm hodin expozice. Dnes trvá zachycení některého okamžiku pomocí moderních fotoaparátů ne více, než zlomek vteřiny. Díky nástupu moderních technologií je navíc sdílení těchto fotografií, pokud jsou pořízeny přístrojem disponujícím síťovým připojením, otázkou pouhých vteřin. Současné trendy navíc rozšiřují škálu přístrojů umožňujících připojení k internetu a sdílení a již dnes existují nejen mobilní telefony, ale i fotoaparáty, které disponují internetovým připojením. Podle současných odhadů bylo za méně než dvě století existence fotografie pořízeno více než 3,5 trilionů snímků¹ a s každým rokem je křivka grafu nárůstu pořízených snímků stále strmější. Ke každoročnímu zvyšování těchto čísel přispěl samozřejmě obrovskou mírou nástup digitální fotografie, kterou neomezuje množství použitého materiálu a rozšíření internetového připojení bortí hranice v možnostech šíření snímků. Fotografie prošla technologickou změnou a stala se médiem, které se masově rozšířilo, zároveň s technickou proměnou se však odehrála i změna ve vnímání fotografie. Nové vnímání a způsob zacházení s obrazem změnil pozici, kterou fotografický obraz jako součást vizuální kultury a komunikace zastává v sociálním životě.

Celkovou proměnu, v níž svou roli hraje i fotografie, popisuje Piotr Sztompka (2007, s.11) ve své knize *Vizuální sociologie*: „Hovoří se dokonce o třech po sobě jdoucích historických epochách, odlišujících se převládajícím rysem kultury: epoše orální, verbální a vizuální. (...) Nakonec v epoše vizuální získává v mezilidské komunikaci velký význam obraz.“ Nástup vizuální epochy znamená, že jsou naše životy stále více zaplněné vizuálními zobrazeními, která navíc sama rychle podléhají změnám. Také v obrazové epoše nastaly zlomové okamžiky. Skutečnou revoluci pak přinesl vynález elektronické registrace, kopírování a přenosu obrazu nejprve televize, pak počítače a internetu (Sztompka, 2007, s.12). Jedním z posledních kroků této evoluce obrazového sdělení je mobilní fotografie a možnosti jejího sdílení, které nastaly díky rozvoji sociálních sítí. Uživatelé dostali možnost šířit své záznamy reality pomocí

¹ Podle údajů webu Mashable.com, dostupné z [www: <http://mashable.com/2012/11/17/photography/>](http://mashable.com/2012/11/17/photography/)

několika málo kliknutí a přenášet vizuální sdělení na libovolné vzdálenosti. Tato sdělení mají často větší sdělnou sílu než skutečnost. Kvůli tomu, že získávají poznatky o světě a věcech jako umění, katastrofy či přírodní krásy skrze fotografii, jsou lidé často zklamaní, překvapení a nezaujatí, když se setkávají s reálnou věcí. Fotografické obrazy mají tendenci zvýraznit emoce z našich prožitků a emoce, které tyto snímky následně vyvolávají, nejsou identické těm, které prožíváme v reálném životě. Často nás něco oslovuje mnohem více jako fotografie, než když tuto skutečnost reálně prožijeme v životě² (Sontag, 2005, s. 131)

1.1 První možnosti mobilního sdílení - MMS

Pro umožnění zapojení mobilní komunikace do masového sdílení informací a především fotografií, byly nejdříve nezbytné technické proměny samotných mobilních telefonů.

První telefon se zabudovaným digitálním fotoaparátem se objevil v roce 1999 v Japonsku a ve stejném roce v Evropě uvedla svůj model pro úzkou skupinu profesionálních uživatelů i finská firma Nokia. Od tohoto okamžiku se mohla začít psát historie mobilní fotografie a jejího rapidního rozšíření mezi uživateli. Hned několik let na to, v roce 2001, byla vyvinuta technologie, díky které bylo možné odeslat první MMS zprávu.

Nokia uvedla na trh první telefon vybavený kamerou a možností odesílat obrazové zprávy, známé jako *multimedia messaging services*³ (MMS) v roce 2002. Již pět let poté byla více než polovina všech prodaných mobilních telefonů tzv. cameraphone – tedy telefony vybavené kamerou (Lillie, 2011, s.81). Nárůst jen pokračoval. Jen o tři roky později v roce 2007 dosáhl počet prodaných mobilních telefonů se zabudovanou kamerou jedné miliardy a Lillie (2011, s.81) předpokládá, že v roce 2011 bude takový aparát vlastnit jedna třetina světové populace. 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.

² Tuto a všechny další citace z cizojazyčné literatury v této práci přeložila její autorka.

³ V českém překladu „odesílání multimediálních zpráv“.

Jak již bylo řečeno, mezi uvedením prvního telefonu se schopností fotografovat a zprovozněním služby MMS bylo jen velmi krátké období. V Evropě se jedním z hlavních vývojářů technologie MMS stala firma Nokia, která viděla v obrazových zprávách logického nástupce textových zpráv SMS a předpokládala u nich stejný úspěch. Společnost spoléhala na to, že uživatelé upřednostní MMS před SMS, vzhledem k tomu, že jim nabízí veškeré možnosti SMS obohacené o větší počet znaků a multimediální přílohy (Ahonen, 2010). Uživatelé však byli stále příliš uchvácení samotnou možností a hlavně jednoduchostí odesílání SMS zpráv, oproti kterým byly MMS méně pochopitelné, složitější a mimo jiné také dražší. Nastala sice již vizuální éra, zároveň však také éra jednoduchosti a MMS zkrátka k masovému využití chyběla právě ona jednoduchost v použití. Analytik Dave McQueen (BBC News, 2006) uvádí: „MMS zprávy si nenašly své místo na trhu. (...) Lidé by rádi užívali fotoaparát na svém mobilu, ale neví, jak odeslat obrazovou zprávu. V některých případech je potřeba zmáčknout až 12 tlačítek, aby mohla být zpráva odeslána, a to vyvíjí tlak na softwarové vývojáře, aby zjednodušili ovládání.“

Určitý počet uživatelů si však MMS platforma našla. V roce 2011 bylo celosvětově odesláno více než 207 miliard MMS zpráv. Přímé užívání MMS zpráv jako možnosti odeslání multimediálního sdělení z jednoho mobilního zařízení na druhé podobně, jak to probíhá u SMS zpráv, si však nikdy nezískalo popularitu samo o sobě. Nárůst využívání této obrazové komunikace začal až ve chvíli, kdy se začalo využívat možnosti obrazové sdělení sdílet na internetu – nikoliv na jednoho uživatele, ale veřejně, aby se k fotografii mohlo dostat hned několik osob. Uživatelé získali ke sdílení jakousi nadstavbu. Odeslání zprávy několika přesně určeným recipientům mění jen způsob sdílení, nemění však podstatu – stále bylo pro uživatele možné ukázat snímky několika málo přátelům, jak tomu bylo u tištěné fotografie. Spojení s internetem však umožnilo ukázat snímek najednou potenciálním desítkám, stovkám i tisícům diváků. První krok k propojení MMS s internetovým sdílením vyšel z technických parametrů. Odeslání MMS zprávy vyžaduje připojení k internetovému protokolu a v mezičase mezi odesláním

a okamžikem, kdy si příjemce danou zprávu stáhne, je MMS uložena na webovém úložišti. Právě tato možnost nahrát obrazové sdělení na web stála za popularizováním sdílení mobilních fotografií. Na internetové úložiště se dostaly v každém případě, a proto bylo snadné je v internetovém prostoru i dále využít. Pozdější nástup sociálních sítí pak přinesl nevídaný rozmach celkového sdílení. Publikování fotografie

přestalo být relativně anonymním dějem, kdy autor předkládá možným recipientům obsah, aniž by měl možnost s nimi komunikovat či získat jejich zpětné reakce. Naopak umožnila webová publikace fotografií nejen sdílet, ale zároveň získat zpětnou vazbu poměrně širokého publika. Možnosti MMS proto vypadaly velmi omezeně ve srovnání s rapidním rozšířením a zveřejněním kreativních osobních médií v sociálním světě Web 2.0 (Lillie, 2011, s. 91). Dočasně ale i přes svou technickou nedokonalost posloužily jako způsob, jakým se zapojit do sdílení na platformě Web 2.0, která nabývala na popularitě.

„Přibližně kolem roku 2005 začalo použití MMS pro nahrání obsahu na stránky pro sdílení obrázků přitahovat více pozornosti uživatelů, poskytovatelů serverů a kulturních kritiků. Moblogging (plnění obsahu webových blogů textem, obrázky a videi nahranými z mobilních přístrojů) se pomalu objevovat s prvními amatérskými experimenty (...)“ (Lillie, 2011, s.91).

1.2 Web 2.0

Již zmíněný moblogging svým principem sdílení obsahu s více uživateli na osobním blogu odpovídá platformě Web 2.0, která byla zcela zásadní pro rozvoj a rozšíření sociálních sítí a samozřejmě také rozšíření působení mobilní fotografie na sociálních sítích. Zásadním rozdílem Web 2.0 od předchozí webové platformy byl právě její sociální, uživatelský, ale i ekonomický aspekt. Samotná myšlenka změny fungování celosvětového www rozhraní vznikla již v roce 1999, odstartování masového využívání tohoto rozhraní se však spojuje se jménem Tima O'Reillyho díky konferenci Web 2.0 z roku 2004. Změna, kterou tato platforma přinesla, se netýkala tolik technické proměny fungování celosvětového webu, jako změny působení samotných koncových uživatelů v rámci této platformy.

Web 2.0 umožňuje nejen získávat informace, ale především je sdílet. Jak uvádí O'Reilly (2009), staví především na metodě „uživatelské participace“, která motivuje uživatele, aby aplikacím během užívání dodávali přidanou hodnotu. Příklady této platformy jsou především sociální sítě jako je Facebook nebo Twitter, osobní blogy utvářené samotnými uživateli pomocí publikačních platforem, fenomén tagování⁴ a sdílení.

⁴ Tagování, z anglického *tagging*, znamená přiřazování klíčových slov k určité informaci (například fotografii).

1.3 Moblogging

V listopadu roku 2002 vytvořil web designer Adam Greenfield termín moblogging. Spojení slov „mobile“ ve smyslu mobilní a „weblog“ označovalo nastávající proměnu. Předpona „mo-“, zkratka z „mobile“ redefinovala charakter blogování. Zatímco blogování samo o sobě potřebovalo stacionární přístup k internetu, nejčastěji stolní počítač, moblogging probíhá v pohybu (Cooley, 2004). Ve stručnosti získali uživatelé možnost sdílet mnohem aktuálněji, přímo během prožívání událostí či okamžiků, které zachycují.

Moblogging využívá možnosti sdílet fotografie z mobilních telefonů přímo na web a tím umožňuje, aby fotografie zasáhly mnohem větší skupinu potenciálních recipientů. Tato inovace přitáhla více uživatelské pozornosti k mobilní fotografii, než kdy předtím. Poprvé se mobilní fotografie dostává do světa zpravodajství. Jak uvádí Gaby David (2010, s. 93), díky telefonům s fotoaparátem dostali lidé možnost sdílet obrázky ze svého života častěji a rychleji, občas i instantně: život v přímém přenosu... Pokud jsme v dnešní době svědky neočekávané události, je pravděpodobné, že využijeme kameru ve svém mobilním telefonu, abychom ji zaznamenali (David, 2010, s. 93). Dá se však říct, že tato tvrzení vstoupila v platnost již kolem roku 2005, kdy dostalo masové využívání telefonů k zaznamenání nečekaných událostí poprvé možnost díky mobloggingu ovlivnit novináře a zpravodajství – na scéně se začal objevovat občanský žurnalismus. Posílání a zveřejňování obrazových zpráv na webu mělo výrazný vliv na sbírání zpráv a jejich prezentaci (David, 2010, s. 93). Jako důkaz uvádí David hned šest důležitých událostí, které byly ovlivněny snímky pořízenými pomocí mobilních telefonů: bombové útoky v londýnském metru v roce 2005, střelení na univerzitě ve Virginii v USA v roce 2007 a zemětřesení v Číně ve stejném roce, havarijní přistání letadla přímo uprostřed řeky Hudson v New York City v roce 2009. Média a novináři si nejen uvědomují rostoucí množství snímků pořizovaných „obyčejnými lidmi“, ale také je stále více využívají ve svém vlastním zpravodajství. (...) Tito lidé, posílající snímky ze svých mobilních telefonů, byli pojmenováni „občanští novináři“... (...). Být na správném místě ve správný čas pro vyfocení určitého snímku samozřejmě nečiní z daného jedince okamžitě fotografa. Umožňuje to však zapojit se, zachytit vizuální stránku děje, který se odehrává a sdílet svůj způsob vidění a cítění (David, 2010, s. 92 – 93). Nehledě na

nízkou kvalitu amatérských fotografií se tak mnohem více cení jejich okamžitost a často může svědek mít mnohem větší vhléd do příběhu, než by měl fotoreportér.

Tímto okamžikem se proměňuje role běžných lidí a jejich moc zásahu do zpravodajství. Široká veřejnost získává možnost aktivní participace na zpravodajství díky tomu, že vyhrává ten, kdo byl ve správném místě ve správný čas, aby zaznamenal odehrávající se událost. Můžeme také sledovat proměnu kvality fotografií a zároveň i proměnu v nahlížení na tuto kvalitu. Kvalita záznamu většiny současných mobilních telefonů byla na svém počátku výrazně nižší než u jiných dostupných digitálních technologií, díky technickým inovacím se však zlepšuje každým dnem a mnoho dnešních mobilních telefonů je schopno pořídit snímek ve stejném rozlišení jako specializované fotografické přístroje. Podle údajů webu Businessweek.com (2012) byly přední výrobci profesionální fotografické techniky jako Canon a Nikon nuceni snížit odhady svých prodejů kvůli stále narůstajícím prodejům mobilních telefonů, které disponují fotoaparáty s vysokým rozlišením. Ostatně ale ani nedostatek kvality u snímků z mobilních telefonů se nejevil ani nejeví jako znatelná překážka. Je kompenzován lehkostí pořízení záznamu a dostupností přístroje, který i bez předchozího fotografického záměru má téměř každý člověk vždy s sebou a v případě potřeby je vždy k dispozici. Před lety, v roce 2003, předpověděli Daisuke a Ito, že mobilní telefony s fotoaparáty změní definici toho, co stojí za vyfocení. Pokud mají mobilní snímky, které pořizujeme, vliv na budoucnost, není to kvůli jejich kvalitě, ale kvůli jejich obsahu (David, 2010, s. 89). K proměně ve fotografii tedy dochází již v této rané fázi využití mobilní technologie a prvního sdílení, tedy mobloggingu. Rozebrání této proměny věnuji více prostoru v samostatné kapitole této práce vzhledem k tomu, že právě tato proměna je jedním z cílů zkoumání dané práce.

Ve stručném shrnutí umožnil moblogging lidem sdílet fotografie na web, v první fázi především na své osobní blogy.

1.4 Sociální síť

Dalším krokem v rozšíření mobilní fotografie se stal nástup sociálních sítí, jakými jsou Facebook, Twitter, Flickr a později Instagram. Vzhledem k tematickému zaměření práce je vhodné se u nich krátce pozastavit a stručně se věnovat způsobu, jakým tyto sítě pracují s fotografiemi a jaké možnosti poskytují uživatelům. Princip sdílení fotografií, který sociální sítě postupně nabídl, se značně liší od mobloggingu a od

posílání MMS zpráv. Pro odeslání MMS zprávy musí mít telefon internetový protokol, pomocí kterého může multimediální sdělení být nahráno na web nebo odesláno do jiného mobilního zařízení. Každá jednotlivá zpráva je však zpravidla zpoplatněna. Toto zpoplatnění je v podstatě limitem, který neumožňuje neomezené šíření obrazových zpráv ve formě MMS.

Změna nastala okamžikem nástupu telefonů nazývaných *smartphones*, přes které se lze různými způsoby připojit na internet. V první řadě mají nejčastěji pevný datový tarif a možnost připojení k internetu přes WiFi⁵, které umožňuje uživateli prakticky neomezené sdílení obsahu ze svého mobilního zařízení. Smartphone a mobilní aplikace pro přístup na sociální sítě umožnily zcela nový přístup k šíření mobilní fotografie, kdy nyní sdílení snímku technicky ani finančně limitováno a záleží pouze na samotném uživateli, zda této funkci využije. První smartphone uvedla na trh Nokia již v roce 1996, masové rozšíření těchto telefonů však proběhlo téměř o dekádu později ve spojení s rozšířením internetu, a v roce 2012 používala smartphony přibližně jedna miliarda obyvatel země. Jedná se o jednu čtvrtinu z počtu všech telefonů, vybavených kamerou. Jen v druhé čtvrtině roku 2012 se celosvětově prodalo 146,1 milionů smartphonů⁶. Samozřejmě je jejich využití především rozšířené v zemích západního světa a tam, kde je již samozřejmostí internetové pokrytí. Podle současných růstových tendencí se však dá předpokládat, že spolu se šířením a dostupností internetového připojení a dalších moderních technologií bude i nadále stoupat počet telefonů typu *smartphone* a s nimi i možnost přímého sdílení fotografického obsahu z mobilních zařízení.

1.4.1 Facebook, Flickr a Twitter

Změna technologie a možnost zaznamenávání fotografie pomocí jednoduše přenosného mobilního zařízení samozřejmě sehrála obrovskou roli ve změně obsahu běžné, neprofesionální fotografie. Od omezeně dostupného média, které vyžadovalo finanční prostředky a využívalo se především k záznamu významných událostí ze života jednotlivců nebo celkově důležitých událostí, se proměnila fotografie v prostředek záznamu každodenního života. Jednoduchost a bezplatnost pořízení digitální fotografie odstartovala novou éru fotografického zobrazování. Fenomén

⁵ Druh bezdrátového internetového připojení.

⁶ Podle údajů serveru www.businessweek.com, dostupné z [www](http://www.businessweek.com):

<<http://www.businessweek.com/news/2012-10-25/canon-reduces-forecasts-as-smartphones-start-replacing-cameras>>

sociálních sítí započal v roce 2004 založením Facebooku a Flickru, dva roky po nich následoval Twitter. I když ze všech uvedených sítí je pouze Flickr médiem, výsadně orientovaným na fotografie, i zbylé dvě sítě mají ve svém obsahu množství obrazové informace. Více než 70% veškeré aktivity uživatelů na síti Facebook je založeno na sdílení obrazového obsahu. Uživatelé mohou nahrávat fotografie přímo ze svých mobilních zařízení, vytvářet alba a označovat své přátele na snímcích. V roce 2012 měl Facebook přes 1 miliardu uživatelů a ti denně nahráli kolem 300 milionů fotografií⁷.

Flickr je fotografická síť založená ve stejném roce jako Facebook, ke dnešnímu dni čítá 51 milionů uživatelů a denně je na ní nahráno kolem 4,5 milionů fotografií (Yahoo, 2011). Flickr umožňuje uživatelům založení několika druhů účtu – amatérského či profesionálního a podle toho reguluje množství fotografií, které uživatelé mohou nahrávat. Na osobním profilu uživatele je vždy ke zhlédnutí omezený výběr z jeho nejaktuálnějších fotografií. Caterina Fake, zakladatelka Flickru, popisuje tento aspekt stránky jako přesouvání pozornosti z jedné fotografie na jejich množství: „Povaha fotografie je nyní v pohybu. Nezastavuje již čas a to je možná ztrátou. Ale zároveň je v tom i krása.“ (Harmon, 2005) Stránka uživatele na Flickru funguje jako autobiografie nebo deník, který na sebe vrství stále se měnící proud fotografií (Murray, 2008, s. 155).

Množství fotografií, které sociální sítě umožňují nahrát, a snadnost jejich sdílení způsobily posun od fotografie, která je zastaveným záznamem skutečnosti, k vizuálnímu proudu zobrazení.

Velkou změnu však sociální sítě přinesly nejen způsobu záznamu každodenních životů jednotlivců, ale také rázu informování o událostech širšího rozsahu. Významný podíl na tom získala například sociální síť Twitter, která vznikla v roce 2006 a od předchozích dvou se liší především svou formou. Twitter je sám o sobě proudem krátkých zpráv, které uživatelé mohou sdílet. Uživatelé mohou publikovat vlastní sdělení v délce ne více než 140 znaků a sledovat sdělení poskytovaná ostatními uživateli. Zatímco Facebook dlouho zůstával především sítí pro udržování kontaktů mezi přáteli a Flickr sítí na sdílení fotografií mezi příznivci fotografie, Twitter se od počátku profiloval jako více informační síť. Kromě sociálního aspektu umožnil uživatelům rychle a přímo ve svém mobilu se dozvídat novinky a události nejen ze života svých přátel,

ale

⁷ Data v tomto odstavci podle údajů webu Mashable.com, dostupné z [www: <http://mashable.com/2012/11/17/photography/>](http://mashable.com/2012/11/17/photography/)

i známých lidí či veřejných institucí. Klíčovou roli sehrál Twitter také v zapojení obyčejných uživatelů do tzv. občanské žurnalistiky. Triumfoval v roce 2010 během tzv. arabského jara, kdy nebylo možné získat žádné oficiální informace o občanských nepokojích v Tunisku, Egyptě a dalších arabských zemích a mnohé informace tak západní svět zjišťoval z toho, co publikovali svědkové událostí na svých profilech na Twitteru. Pozici rychlého zdroje informací o neočekávaných událostech přímo od jejich svědků či účastníků potvrdil ještě rok předtím. 16. ledna 2009 přistál let US Airways 1549 na řece Hudson v New Yorku. Jako reakci publikovat Janis Krums, pasažér parníku, který proplouval kolem, fotografii události pomocí služby Twitpic. Twitpic je aplikace, jež je součástí Twitteru a umožňuje sdílení fotografií přímo na uživatelský profil na Twitteru. Zájem o Krumsův snímek a další informace o události byl tak obrovský, že servery Twitpicu zkolabovaly a mnohá tištěná i online média použila fotografii na své titulní stránce (David, 2010, s.91). „Sociální síť hraje klíčovou roli v oběhu snímků tragických událostí. Objekty nebo produkty, které jsou a priori individuálním záznamem, se dostávají do povědomí veřejnosti.“ (David, 2010, s.91).

Rozdíl v šíření fotografií mezi uvedenými sociálními médii vychází z jejich podstaty. Flickr umožňuje využití tagů (klíčová slova označující témata, zastoupená na snímku) a Twitter zase hashtagů⁸, které propojují tematicky podobně zaměřené fotografie a umožňují jejich sledování. U Twitteru samozřejmě musíme brát ohled na to, že se jedná o sociální síť zaměřenou především na textová sdělení. Myšlenka však zůstává stále stejná – je jednoduché dohledat si konkrétní témata pomocí tagů či hashtagů. Facebook takovou funkci nenabízí, uživateli se tak zobrazuje obsah, který zveřejní jeho přátelé nebo případně osoby, které „sleduje“⁹. Klíčovým rozdílem je, že na Facebooku není možné vyhledat všechny snímky, které obsahuje a které se týkají konkrétního tématu. Flickr i Twitter takovou možnost nabízí alespoň v rámci všech snímků, které jsou označené konkrétním tagem nebo hashtagem. K dokonalosti systém používání hashtagů dovedla síť Instagram, kde díky nim mohou uživatelé prohlížet

⁸ Hashtag je číselný symbol (#) užívaný pro označení klíčových slov – původně se využíval pouze pro tweety, příspěvky na sociální síti Twitter. Nyní tento jednoduchý princip propojování obsahu s jednotnou tematikou využívá i řada dalších sítí, například Instagram. Příspěvek o přírodě se dá označit hashtagem #příroda.

⁹ *Follow* neboli „sledování“ je relativně nová možnost zavedená Facebookem, která uživatelům umožňuje dostávat aktualizace obsahu od uživatelů, kteří je zajímají, ale nejsou jejich přáteli – nejčastěji se tak jedná o veřejné činitele, celebrity a další.

proud neustále aktualizovaných fotografií a co je důležité – přímo ve svém mobilním telefonu.

1.4.2 Instagram

Finálním pojátkem mezi mobilní fotografií a sociálními médii se stala sociální síť Instagram, která je bezprostředně zaměřená na fotografování mobilním zařízením a sdílení pořízených fotografií přímo na Instagramu. Instagram vyžaduje, aby byly snímky na něm zveřejněné v nezvyklém čtvercovém formátu, který je vhodnější pro prohlížení na mobilních telefonech. Dále má uživatel možnost pořízenou fotografii upravit pomocí speciálních rámečků a řady barevných filtrů, které vytváří efekty jako je vinětace, změna a zvýraznění barevnosti, přiblížení estetiky polaroidových či filmových snímků nebo třeba zvýšení kontrastu. Po všech těchto úpravách, které probíhají na několik málo kliknutí, může uživatel pořízenou fotografii sdílet na Instagramu. Navíc také tato sociální síť umožňuje při publikaci jedním kliknutím sdílet fotografie i na další sociální síť jako je Facebook, Twitter nebo Tumblr. Na Instagramu je možné sledovat uživatele, vyhledávat témata fotografií, které uživatele zajímají, podle hashtagů a označit fotografie, které se mu líbí, tlačítkem „líbí se mi“¹⁰. Instagram se objevil v říjnu roku 2010 a za tři roky od tohoto okamžiku, v únoru 2013, využívalo Instagram měsíčně 100 milionů uživatelů. Původně byla tato aplikace dostupná pouze pro uživatele mobilních telefonů iPhone značky Apple, od roku 2012 je možné nainstalovat Instagram na mobilní zařízení fungující na platformě Android. Podle dat zveřejněných press centrem Instagramu v lednu 2013 přibude na Instagram denně 40 milionů fotografií a za jednu vteřinu stihnou jeho uživatelé rozdat 8 500 Likes neboli „líbí se mi“ a napsat 1000 komentářů.

Za vysoká čísla uživatelů vděčí Instagram především filozofii, kterou popisuje jeden z jeho zakladatelů Kevin Systrom: „Naším cílem není být jen aplikací na sdílení fotografií, ale být způsobem, jakým mohou lidé sdílet svůj život, když jsou v pohybu.“ (Lagorio, 2012) Oproti běžným aplikacím navíc také Instagram konečně nabízí řešení estetické stránky mobilních fotografií.

Jak již bylo uvedeno v předchozích kapitolách, hlavní výhodou mobilní fotografie je její rychlost a dostupnost, které vítězí nad nízkou kvalitou samotných snímků. Aktualita sdělení tak nahrazuje estetiku. Instagram však nabízí obojí. Díky již

¹⁰ Instagramu používá místo textového označení piktogram srdce.

zmíněnému použití filtrů se objevuje možnost vytvářet a instantně sdílet výtvarné snímky, které však zároveň zachycují aktuální moment.

2. Metodologie a vymezení zkoumaného vzorku

2.1 Zkoumané fotografie

Ke srovnání byly použity fotografie níže uvedených událostí, které byly zveřejněné na webové stránce www.time.com, která náleží magazínu TIME a také fotografie, které TIME zveřejnil na svém profilu na sociální síti Instagram. Odkazy bezprostředně na fotogalerie jsou uvedené u rozboru příslušných snímků v kapitole číslo 5 a stejně tak i časové období, ve kterém byly zveřejněny. Některé snímky jsou obsaženy v příloze této práce.

Portál www.time.com je zpravodajský portál amerického magazínu TIME, který má také tištěnou podobu. Pro tuto práci byly použity pouze materiály z webu magazínu TIME, z fotografického blogu magazínu TIME LightBox¹¹ a z profilu magazínu TIME na sociální síti Instagram¹². TIME LightBox je blog provozovaný fotografickým oddělením periodika, na kterém zveřejňují nejrůznější vizuální obsah, profily a práce známých fotografů, fotografické eseje i mnohé další.

2.2 Zkoumané události

Klíčovým bodem bylo srovnání fotografických záznamů tří podobných událostí, z nichž jedna se odehrála ještě před rozšířením využití mobilní fotografie a sociálních sítí pro její sdílení, druhé dvě proběhly již v období aktivního využívání a sdílení mobilních záznamů.

První zkoumanou událostí je hurikán Katrina, který zasáhl ostrovy v Atlantiku, Karibskou oblast a východní pobřeží USA v období od 23. do 30. srpna roku 2005. Pro účely práce byla použita část fotodokumentace této události profesionálními fotografy, kteří ji zaznamenali pro magazín TIME či případně fotografie novinářů z různých agentur, které TIME publikoval na svém webu v období od 30. srpna do 7. září 2005.

¹¹ Dostupné na [www](http://lightbox.time.com/): < <http://lightbox.time.com/>>

¹² Dostupné na internetu na adrese: < <http://instagram.com/time>>

Druhou událostí je hurikán Irene, který proběhl v období od 21. do 30. srpna roku 2011. Ke zkoumání byla použita galerie snímků této události, zveřejněná na webu magazínu TIME 29. srpna 2011. Fotografie v této galerii jsou pořízeny fotoreportéry přímo pro TIME nebo se jedná o snímky fotografů různých fotografických agentur, které TIME zveřejnil. K analýze kvantitativních dat jsou také použity některé snímky (jejich počet) pořízené uživateli Instagramu.

Třetí událostí je hurikán Sandy, který zasáhl USA v období od 22. do 31. října roku 2012. I v tomto případě byla použita fotodokumentace této události profesionálními fotografy, kteří ji nafotili pro server TIME. Tentokrát si však TIME najal pět profesionálů, aby celou událost v jejím průběhu zaznamenávali pomocí svých mobilních telefonů (iPhone) a fotografie přímo sdíleli na profil TIME na Instagramu v období od 29. do 31. října 2012. Galerie těchto snímků byla také zveřejněna na blogu LighBox magazínu TIME 30. října 2012. U Sandy byly také zohledněny snímky pořízené ostatními uživateli Instagramu k této události, posloužily však pouze k analýze kvantitativních dat, která ilustruje rozvoj užívání Instagramu v průběhu jednoho roku. Tyto údaje byly srovnány s údaji dostupnými o snímcích hurikánu Irene.

Z každé z uvedených událostí byl zkoumán pouze vybraný omezený počet fotografií. K jejich zkoumání, porovnání a analýze byly použity následující výzkumné metody.

2.3 Použité metody

Využité výzkumné metody vycházejí z metod, popsaných v knihách *Vizuální sociologie* (Sztompka, 2007) a *Metody výzkumu médií* (Trampota, Vojtěchovská, 2010).

2.3.1 Obrazová analýza

V první řadě byla na zkoumané fotografie aplikována metoda obrazové analýzy. V této části jsem se zabývala zkoumáním různých stránek vizuálního sdělení, které fotografie obsahují. Ve stručném souhrnu jsou zde předmětem zkoumání následující aspekty fotografie.

Příběh a způsob jeho vyprávění, zda fotografové spíše dávají pozor na jednotlivé záběry, které jsou nezaměnitelné, nebo naopak jejich narace probíhá pomocí sledu po

sobě jdoucích záběrů. Dalším aspektem je vzdálenost, jak blízko jsou fotografové samotnému ději, z jaké vzdálenosti ho zaznamenávají a za jakým účelem, zda mají odstup nebo jsou naopak přímo uprostřed dané události (Trampota, Vojtěchovská, 2010).

V obrazové analýze se věnují také velikosti zobrazení, zda se spíše jedná o celky nebo o detaily a z jakých z těchto částí staví fotografové své příběhy a v jaké míře. Další položkou ke zkoumání je barevnost snímků, jaké barevné tonality či modifikace jsou použity a jakou hrají roli v daném zobrazení.

2.3.2 Sémiotická analýza

Jako druhý způsob zkoumání fotografií byla použita sémiotická analýza, jejímž cílem bylo především definovat významy, obsažené ve snímcích určitého typu. Podle ní byly snímky popsány v rámci okolností a doby, do které spadají. Ve spojení s obrazovou analýzou byla použita denotativní úroveň analýzy a proveden rozbor toho co a jakým způsobem je na fotografiích vyobrazeno a dále byly hledány i konotace, které se objevily (Trampota, Vojtěchovská, 2010).

2.3.3 Analýza kvantitativních dat

Pro popis a porovnání úrovně interakce, kterou jednotlivé fotografické galerie v online prostředí a na sociálních sítích vzbudily, je využita analýza kvantitativních dat, tedy srovnání počtu interakcí a také procentuální interakce u jednotlivých galerií. Zároveň je z dostupných údajů hodnocen i potenciální nárůst lidí, kteří fotografie mohli vidět (Trampota, Vojtěchovská, 2010).

3. Sociální sítě a občanský žurnalismus

Vzhledem k tomu, že se v této práci poměrně podrobně věnuji fotografickému pokrytí hurikánu Sandy na webu www.time.com a novinářskému využití sociální sítě Instagram jako prostředku pro reportáž, je vhodné přiblížit také roli této sociální sítě a uvést ji do kontextu. Využití Instagramu časopisem TIME bylo zdůvodněno nárůstem

popularity Instagramu v předchozích letech a také motivováno možností dopravit fotografie ke svým čtenářům s pozoruhodnou rychlostí. Množství uživatelů, které se TIME podařilo svým inovativním nápadem zaujmout, bylo poměrně velké. Pro lepší vysvětlení okolností, které umožnily úspěch TIME se svým projektem, se tato kapitola věnuje popisu toho, jak se vyvíjelo pokrytí hurikánu Sandy na Instagramu a množství fotografií pořízených nikoli profesionálními novináři, ale obyčejnými lidmi. Dá se říci, že TIME se se svou reportáží úspěšně připojil k vlně fotografií, sdílených uživateli o této události. Dále chci také stručně srovnat fotografické pokrytí hurikánu Irene na Instagramu vzhledem k tomu, že toto srovnání také vysvětluje důvod, proč TIME přišel s konceptem prezentace na Instagramu až v roce 2012, ačkoli Instagram jako sociální síť fungoval již v roce 2011.

3.1 Hurikán Sandy na Instagramu

Sociální sítě a možnosti sdílení, které nabídly, se staly platformou pro rozmach občanského žurnalismu. Daly každému svědkovi události možnost ji zaznamenat a okamžitě sdílet mezi statisíce uživatelů. Důkazem toho, že tento nový trend chtějí lidé využít, se stal hurikán Sandy, který byl hned v několika článcích a studiích pojmenován „okamžikem Instagramu“ (Taylor, 2012). Důvodem tohoto pojmenování byl počet fotografií této události, které uživatelé na sociální síti publikovali. Instagram v této době také dosáhl špičky v počtu uživatel, který se vyšplhal podle různých údajů až na 100 000 000¹³.

Fotografie řazené ke stejnému tématu se na Instagramu, podobně jako na Twitteru, sdílí pod speciálním označením, nazývaným hashtag nebo tag. Je samozřejmě rozhodnutím samotného uživatele, jaký tag pro svoji fotografii zvolí. Vzhledem k tomu, že se jedná o druh klíčového slova platí, že čím přesnější a obecnější tag bude, tím více dalších uživatelů se k fotografii dostane. Často se toho využívá například pro reklamní kampaně, kdy některá značka vyzývá uživatele, aby sdíleli fotografie na určité téma a označili je konkrétním tagem. V případě velkých a důležitých události většinou uživatelé na základě sledování příspěvků ostatních uživatelů a tagů, které ostatní

¹³ Tohoto čísla Instagram dosáhl v únoru 2013, jak uvedl jeho tým v článku na blogu Instagramu, který je dostupné z [www: <http://blog.instagram.com/post/44078783561/100-million>](http://blog.instagram.com/post/44078783561/100-million).

uživatelé užili, vybírají také několik málo klíčových slov, pod kterými lze později dohledat majoritní většina fotografií pořízených k dané události.

Pro hurikán Sandy byly takovými tagy #sandy, #hurricanesandy a nakonec #frankenstorm. Nejpopulárnějším z uvedených byl první tag. Z funkčního hlediska je užití tohoto označení nevýhodné, protože není jedinečné – jedná se o osobní jméno a uživatelé tímto tagem označují fotografie osob a zvířat s tímto jménem. Sandy také v překladu znamená písečný, proto pod něj uživatelé řadí fotografie vztahující se k tomuto tématu. Z tohoto důvodu je s odstupem času těžší dohledat fotografie týkající se hurikánu Sandy pod tímto tagem. Fotografie jsou totiž na Instagramu řazeny podle okamžiku pořízení, nejaktuálnější jsou vždy řazeny na stránce nejvýše. Důvodem, proč se uživatelé masově rozhodli užívat tento tag v období hurikánu, je pravděpodobně jeho krátkost a v popisovaném časovém úseku také výstižnost – nehledě na ostatní kontexty slova označovalo “Sandy” v období trvání katastrofy především hurikán.

Pod #sandy sdíleli uživatelé Instagramu 789 266¹⁴ fotografií, které se vztahovaly ke katastrofě. Druhý nejpopulárnější tag byl #hurricanesandy a pod ním se na této sociální síti objevilo 478 925¹⁵ snímků, pod #frankenstorm dalších 48 000¹⁶. Celkem bylo k hurikánu Sandy na Instagramu pořízeno a sdíleno více než 1,3 miliónů snímků. Během špiček uživatelské aktivity stoupal počet nahrávaných fotografií až na 10 snímků každou vteřinu.

V průběhu události mohli lidé sledovat snímky vyhledáváním pomocí tagu #sandy ve svých mobilech nebo na webových stránkách instacane.com. Tento web byl původně svými autory vytvořen v roce 2011 ke sbírání všech fotografií z Instagramu, které se v tom roce vztahovaly k hurikánu Irene. Stránky byly obnoveny na podzim 2012 a přibývaly na ně všechny fotografie z Instagramu s tagem „sandy“ nebo „hurricane“. Web nabízí několik desítek nejaktuálnějších fotografií s uvedenými tagy a je neustále aktualizován, v období trvání hurikánu se proto stal webovou platformou pro šíření snímků hurikánu. V dnešní době na něm není možné snímky dohledat, byly nahrazeny nejaktuálnějšími fotografiemi z Instagramu označenými výše uvedenými tagy.

¹⁴ Podle údajů uvedených v článku na serveru Mashable, dostupné z [www: <http://mashable.com/2012/11/05/sandy-instagram-record/>](http://mashable.com/2012/11/05/sandy-instagram-record/)

¹⁵ viz výše

¹⁶ viz výše

Lidé začali pořizovat fotografie k hurikánu od příprav na jeho příchod přes celý průběh až po odstraňování následků. Zakladatel a CEO Instagramu Kevin Systrom komentoval množství nahrávaných fotografií (kolem půl milionu) v momentu, kdy se hurikán teprve blížil, pro server New York Times (Wortham, 2012): „Většinou se jedná o snímky lidí, kteří se připravují na hurikán a venkovní záběry. Myslím, že to ukazuje, jak se Instagram rychle stává užitečnou pomůckou pro sledování života v jeho průběhu – obzvláště během důležitých světových událostí, jako je tato.“

3.2 Hurikán Irene na Instagramu

Pro ukázkou toho, nakolik pozice Instagramu jako využívaného a sledovaného sociálního média zesílila za pouhý rok, je vhodné srovnat množství fotografií hurikánu Sandy s o rok dříve pořízenými fotografiemi hurikánu Irene na stejné sociální síti. Je těžké určit, kolik fotografií se objevilo na Instagramu pod tagem #irene vzhledem k tomu, že nejsou dostupné žádné statistiky a na samotné sociální síti jsou pod tímto tagem umístěny především fotografie osob se jménem Irene. Pro srovnání je ale možné využít tag #hurricaneirene, pod kterým se na Instagramu objevilo 7 072 fotografií. Pod tagem #hurricanesandy nahráli uživatelé na Instagram 538 917 snímků. Kvantitativní porovnání jasně ukazuje, že se Instagram stal mnohem masovějším médiem s větším obsahem během pouhého roku. Srovnání procenta uživatelů Instagramu, kteří sdíleli fotografie k tématu, je bohužel neprůkazné. Vychází z něj totiž, že zatímco fotografie k hurikánu Irene publikovalo celých 14% ze všech uživatelů Instagramu v té době, u hurikánu Sandy je to pouhé 1%. Pro vysvětlení těchto matoucích čísel je však třeba zohlednit desetinásobný nárůst uživatelů Instagramu během uvedeného roku a geografické rozložení těchto uživatelů. Instagramu je sociální síť, která byla vyvinuta v USA a původně fungovala pouze pro telefony značky Apple, proto také majoritní část jejich uživatelů v roce 2011 pocházela z USA, měla tudíž přímý vztah k hurikánu Irene a sdílela jeho snímky, protože je přímo zasáhl. O rok později však již Instagram měl sice 100 milionů uživatelů, většina z nich však nepocházela z USA, tudíž nemohla sdílet snímky hurikánu Sandy vzhledem k tomu, že se neodehrál v místě jejich geografické lokace.

Pokud tedy pouze kvantitativně srovnáme množství snímků, které se na Instagramu objevily, lze konstatovat, že se hurikán Irene zkrátka stal předzvěstí narůstající popularity Instagramu jako informační obrazové platformy.

4. Dokumentace hurikánu Katrina

Magazín TIME na svém webu www.time.com zdokumentoval tři hurikány, které zasáhly Severní Ameriku a Karibskou oblast v posledním desetiletí, a proto je možné tuto dokumentaci využít jako vzorek pro srovnání. Pro větší přehlednost práce je každému z hurikánu a rozboru jeho dokumentace věnována samostatná kapitola.

4.1 Rozbor události

Ničivý hurikán Katrina zasáhl východní i jižní část USA v období od 23. do 30. srpna 2005 a zapsal se do historie jako nejničivější a nejdražší hurikán v dějinách země. Tato událost se odehrála v době, kdy využití sociálních sítí ještě nebylo příliš rozsáhlé – Facebook sice již existoval, využíval se však pouze jako uzavřená komunitní síť pro studenty amerických univerzit a nikoliv pro širokou veřejnost. Ostatně ani plošné užívání internetového připojení ještě také nebylo zcela rozšířené, proto je pro srovnání s dokumentací hurikánu Sandy vhodné popsat pouze obsahovou a vizuální stránku fotografií, nebyla porovnávána část, spojená s rozšířením snímků na internetu ani uživatelskými interakcemi.

Na stránkách www.time.com bylo k hurikánu Katrina zveřejněno velké množství obrazového materiálu¹⁷. V roce 2005 bezprostředně v srpnu bylo uveřejněno sedm fotogalerií se snímky zaznamenávajícími průběh Katriny a následnou evakuaci. Ještě ten samý rok v říjnu byly zveřejněny černobílé snímky Kadira von Lohuizena, který pro TIME nafotil následky tragédie bezprostředně po jejím skončení. Řada dalších galerií mapujících následky Katriny v dlouhodobém hledisku a způsob, jakým se lidé vyrovnávali s tragédií, se objevila v roce 2006 (6 fotogalerií), další opět od Lohuizena v roce 2007 a ještě jedna v roce 2008. Další čtyři galerie byly uveřejněny v roce 2010 a nakonec jedna v roce 2012.

Ke srovnání fotografií jsem vybrala tři galerie na serveru www.time.com, které dokumentují průběh hurikánu Katrina¹⁸ - zásah hurikánu, počátek a průběh evakuace

¹⁷ Seznam všech galerií dostupný z [www](http://www.time.com):

<http://search.time.com/results.html?cmd=tags&D=katrina&sid=13EB34067BCF&Ntt=katrina&p=0&N=111&Nty=1&Nf=p_date_range%7cBTWN+20050101+20130131>

¹⁸ Dostupné z [www: <http://www.time.com/time/photogallery/0,29307,2012646,00.html>](http://www.time.com/time/photogallery/0,29307,2012646,00.html) (Hurricane Katrina hits Louisiana and Mississippi: Inside the Evacuation, Chris Usher),

a nakonec záznamy škod a poničení ihned poté, co začal hurikán mírně ubývat na síle. Tyto galerie byly na webu zveřejněny v období od 30. srpna do 7. září 2005.

Vzhledem k tomu, že TIME využil k dokumentaci nejen vlastní fotografie, ale také mnohé snímky různých fotografů z různých agentur, zvláště je popsána pouze práce několika vybraných fotografů, zbytek fotografií je popsán v celkovém shrnutí.

4.1.1 Chris Usher

Chris Usher je americký reportážní fotograf, který se zaměřuje především na lokální události. Kromě digitální se věnuje také klasické fotografii a jejím starším metodám. K focení obvykle využívá digitální zrcadlovku. Pro TIME dokumentoval zásah hurikánu Katrina v Louisianě a Mississippi.

Usherovy snímky pohromy, kterou Katrina napáchala ve zmíněných státech, se nesou ve velmi tlumené, do hněda ustupující barevnosti. Zčásti je to dáno tím, že velké množství záběrů pořídil v noci za omezených a velmi slabých světelných podmínek. Přesto, i pokud jsou snímky vytvořené za denního světla, jako například fotografie zástupu lidí, kteří nakupují v obchodě, je barevnost velmi decentní (Příloha 1). Tento snímek přitom v sobě obsahuje množství předmětů, které jsou v reálném světě plné křiklavých barev, jako jsou obaly různých potravin a celkově nepřehledné prostředí obchodu, přesto však Usher snímku propůjčuje utlumenou tonalitu. Takový barevný styl je pro tohoto autora příznačný i v jiných jeho sériích.

U Usherových fotografií je velmi zajímavý způsob, jakým pracuje s bleskem. Využívá ho samozřejmě v nočním osvětlení a v okamžicích, kdy je nezbytný, ale také používá osvětlení bleskem při focení za denního světla, aby jeho pomocí zdůraznil některé objekty na popředí.

Příběhy, které Chris Usher na svých snímcích vypráví, jsou velmi silné a také dojemné, aniž by potřebovaly slova. Nekoncentruje se tolik na celkový rozsah poškození, způsobených hurikánem, jako spíše na jednotlivé lidské příběhy. Příkladem může být například fotografie staré ženy (Příloha 2), která stojí v předsíni přede dveřmi

http://www.time.com/TIME/photogallery/0,29307,2012616_2180447,00.html (Hurricane Katrina: The Crisis Continues),

http://www.time.com/TIME/photoessays/hurricane_katrina_inside/stolarik/hurricane_stolarik.swf (Hurricane Katrina hits New Orleans: Inside the evacuation, Robert Stolarik)

svého zničeného domu znečištěného vodou a bahnem. Snímek je pořízený zevnitř a díváme se na ženu ven, chce pravděpodobně vstoupit dovnitř. Stojí bosa na mokré podlaze, jednou rukou se opírá na speciální pojízdné chodítko, druhou si zakrývá tvář a zřejmě pláče. Na popředí fotografie vidíme staré houpací křeslo, které jako atribut vyvolává pocit domáckosti a pohody, zasazené do domu zničeného hurikánem však naopak dokresluje obraz zkázy.

Usher na svých snímcích bývá ironický, jako na například již zmíněném záběru lidí, nakupujících v obchodě. Díváme se zepředu na dlouhou frontu před pokladnou a muž v popředí drží v rukou nákup pro okolnosti poněkud zvláštní – balení Sprite, balení Coca-Coly a ještě plastovou láhev Coca-Coly navíc.

4.1.2 Robert Stolarik

Robert Stolarik je fotograf reprezentovaný agenturou Polaris, který se kromě reportážní fotografie zabývá poněkud nezvykle také fotografií svatební. Pro TIME nafotil fotoesej o evakuaci lidí ze zničeného a zaplaveného vodou New Orleans.

I u Stolarika je práce s barevností velmi decentní, nechává barvy velmi realistické, přesto však volí spíše tlumenou barevnou škálu. Taková barevnost odpovídá atmosféře samotné tragické události a zároveň pomáhá fotografiím k tomu, aby působily mnohem uceleněji. U Stolarika je třeba povšimnout si velmi zajímavého citu pro kompozici. Občas ji skládá zdánlivě zcela proti pravidlům a plní snímek zdánlivě nesourodými detaily, které se však spojují do celku, který poutá divákovu pozornost určitým směrem, a upozorňují na některý důležitý objekt na snímku. Je tomu tak například u snímku muže na kole (Příloha 3), kdy vidíme velmi blízký záběr, který je prakticky celý zaplněn předním kolem dopravního prostředku a nohama muže. Pozornost diváka však během chvíle přitáhne pistole, kterou má muž zavěšenou u pasu. Tento detail dodává celé kompozici i fotografii smyslovou promyšlenost, fotograf netradičně kompozičně poskládaným záběrem přitahuje pozornost k detailu, který uvádí celý snímek do zcela nového kontextu a odkazuje na problém nedostatku bezpečí, který se v důsledku přírodní katastrofy vyskytl.

Stolarik na svých snímcích využívá záběry zblízka, ukazuje detaily a přímo se noří do příběhu, je velmi blízko lidem.

4.1.3 Další snímky od různých autorů

Server www.time.com zveřejnil také další fotografie dokumentující hurikán Katrina od fotografů různých agentur v galerii Hurricane Katrina: The Crisis Continues¹⁹, které byly také použity pro srovnání. Snímky v této galerii mají následující fotoreportéři (závorce za jejich jménem je uvedena fotografická agentura, kterou zastupují): Win McNamee (Getty Images), Denis Paquin (AP), Dave Martin (AP), Marc Serota (Reuters), David J. Phillip (Reuters), Bob Levey (EPA), Nicholass Kamm (Getty Images).

Vzhledem k množství zastoupených jmen a malému množství snímků od každého autora není možné rozebírat styl jednotlivých autorů. Celkově se o zveřejněných fotografiích dá říci následující: Pro záznam hurikánu Katrina a jeho následků volila většina reportéru spíše tlumenou barevnost nebo své fotografie ponechala v reálných barvách, nevyskytuje se žádné barevné zabarvení. Záběry obsahují jednotlivé lidské příběhy, vyprávěné pomocí portrétů jednotlivců čelících následkům hurikánu, ale také snímky, které naopak ukazují rozsah tragédie. Řada fotografů využila i technické možnosti a snímky pořídila z tzv. „ptačího pohledu“, tedy pravděpodobně z paluby vrtulníku. Pohled tak osciluje mezi odstupem, jehož cílem je ukázat celkový obraz, a naopak přiblížením, kdy je fotograf mnohem více ponořen do děje.

4.2 Shrnutí fotografického stylu

Fotografové zůstali pro dokumentaci tohoto ničivého příběhu věrní svému fotografickému stylu a způsobu záznamu, spojujícím prvkem pro většinu fotografií je využití spíše tlumenější, místy až desaturované barevnosti²⁰. Zaznamenávali napáchané škody, jednotlivé lidské příběhy a řada fotografů sáhla ve svých snímcích po jemné ironii. Z technických možností využili fotografové záběrů z výšky a také pravděpodobně možnosti zoomu, tedy přiblížení jednotlivých detailů pomocí optiky.

¹⁹ Dostupné z [www: <http://www.time.com/TIME/photogallery/0,29307,2012616_2180447,00.html>](http://www.time.com/TIME/photogallery/0,29307,2012616_2180447,00.html)

²⁰ Je nutné zohlednit, že částečně může být tato barevnost připsána stáří snímků a určitým nedokonalostem v digitální technologii v té době. Vnímání barevnosti může proto být zkreslené, snímky se mohou jevit více desaturované, aniž by to bylo autorovým primárním záměrem.

5. Fotodokumentace hurikánu Irene

5.1 Rozbor události

Hurikán Irene zasáhl východní pobřeží USA v období od 21. do 30. srpna 2011 a v porovnání s dvěma ostatními zmíněnými hurikány (Katrine a Sandy) byl nejmírnější s nejméně ničivými následky.

Vzorek fotografické dokumentace hurikánu Irene na serveru TIME byl použit proto, že se jedná o událost z nedávné doby, srpna roku 2011. V této době již sociální sítě zaujaly své místo a jejich popularita mezi lidmi byla poměrně vysoká. Fotografickou dokumentaci hurikánu Irene však TIME provedl klasickým způsobem za využití obvyklé reportážní fotografie, bez většího využití sociálních sítí a zcela bez využití mobilní fotografie. Velká galerie²¹ dokumentující průběh hurikánu vyšla na webu TIME 28. srpna 2011 a obsahuje více než stovku fotografií. Malý výběr ze snímků od různých fotografů zveřejnil TIME 29. srpna v galerii²² na svém blogu na LightBoxu a tyto snímky byly využity pro obrazovou analýzu v této práci. Vzhledem k tomu, že i v tomto případě využívá TIME snímky řady různých fotografů, chtěla bych se podrobněji věnovat práci tří z těchto fotografů – Edwarda Keatinga, Matta Eicha a Chipa Somodevilla. Zbylé fotografie z vybrané galerie k porovnání popíši jako celek, bez ohledu na jména jejich autorů.

5.1.1 Edward Keating

Edward Keating je americký fotograf zastoupený fotografickou agenturou Contact. Kromě magazínu TIME a jeho webu fotí také pro Rolling Stone nebo New

²¹ Galerie je dostupná z [www: <http://www.time.com/time/photogallery/0,29307,2090187,00.html>](http://www.time.com/time/photogallery/0,29307,2090187,00.html) (Hurricane Irene Leaves Behind a Trail of Destruction)

²² Dostupné z [www: <http://lightbox.Time.com/2011/08/29/following-the-path-of-hurricane-irene/#1>](http://lightbox.Time.com/2011/08/29/following-the-path-of-hurricane-irene/#1).

York Magazine, věnuje se portrétní fotografii i takzvané *street photography*²³. Hurikán Irene fotil pro TIME v ulicích New Yorku.

Keatingovy snímky se nedají označit jinak než realistické, jejich barevnost žádným způsobem neupravuje, nezvýrazňuje ani nepotlačuje. Barvy jsou přirozené, takové, jaké je fotograf pravděpodobně zachytil v okamžiku pořízení. Keating často pracuje s centrální kompozicí, kdy je hlavní objekt na fotografii umístěn v jejím prostředku nebo případně je fotografie alespoň geometricky vycentrovaná. Zajímavě také využívá hloubku ostrosti, předměty v popředí snímku jsou často ostré na rozostřeném pozadí, na kterém jsou ale objekty stále rozpoznatelné.

Jako mnoho ze zmíněných fotografů i Keating pracuje s ironií ve svých snímcích, využívá k tomu čistě vizuální i verbální prostředky. Na jedné z jeho fotografií (Příloha 3) je například zachycen obchod firmy Apple, který je celý zalepený bílým ochranným papírem, nad jeho vchodem však vidíme nadpis: „Stále otevřeno 24 hodin“²⁴. Na jiném snímku je zase zachycena dívka, která venčí svého psa schovaná pod obrovským deštníkem. Na popředí je snímek orámován stromem, který pravděpodobně strhl hurikán a nyní zakrývá silnici.

5.1.2 Matt Eich

Matt Eich je mladý fotograf z New Yorku zastupovaný agenturou Luceo, který se věnuje reportážní fotografii i řadě vlastních, více uměleckých projektů. Pro server TIME nafotil zásah hurikánu Irene ve svém rodném státě Virginii.

Fotografie Matta Eicha na první pohled zaujmou svou barevností, barvy jsou poměrně výrazné a přesto stále decentní. Eich umí skvěle pracovat s hrou barevných tonalit i světla, jeho snímky mají díky tomu silnou atmosféru. Pracuje výhradně s přirozeným světlem a umí ho na svých fotografiích dobře využít k potřebnému účelu. Eich také velmi zajímavě využívá kompozici jako například na geometricky vycentrovaném snímku (Příloha 5), kde zachytil dům, muže projíždějícího na kole a jejich odraz ve vodě, čímž docílil působivé symetrie. Jeho reportážní fotografie má v sobě prvky umělecké fotografie.

Stejně jako u Keatingových snímků je i u Eicha důležitým vizuálním komponentem hloubka ostrosti. Na některých snímcích ji využívá tak, aby upoutal

²³ Street photography, v překladu z anglického jazyka – pouliční fotografie, nejčastěji focení různých scén z každodenního života města.

²⁴ Přeloženo z anglického jazyka, v originále zní věta *Still open 24 hours*.

pozornost k zaostřenému objektu na popředí a dodal snímku hloubku pomocí rozostřeného pozadí, na jiných snímcích naopak zaostřuje na objekty na pozadí a snímku dodává celistvost pomocí rozostření objektů před nimi.

Eich zachycuje působení hurikánu pravděpodobně v místě, kde přinesla tato přírodní katastrofa hlavně záplavy, proto jeho snímky zachycují odstraňování následků či lidi procházející vodou ke svým domovům. Využil také možnosti snímku z výšky, aby zaznamenal úplný obraz zaplavené Virginie. Spíše než celkový zásah se však soustředí na lidi a jednotlivé příběhy.

5.1.3 Chip Somodevilla

Chip Somodevilla je reportážní fotograf pracující pro agenturu Getty Images, jehož záběry TIME využil pro svou webovou galerii zásahu hurikánu Irene. Somodevilla fotil působení hurikánu v New Yorku.

Tento fotograf ve své práci používá neupravenou, realistickou barevnost. Specifikou jeho stylu je především práce se zoomem. Jeho snímky často zaznamenávají detaily, které by bez použití speciální optické techniky nebyly na snímku viditelné – například jako záběr muže (Příloha 6), který stojí v okně domu a pravděpodobně v rámci příprav na příchod hurikánu Irene utěšňuje okna lepicí páskou. Zoom používá Somodevilla podobným způsobem velmi často i v řadě svých jiných fotografických projektů. Pracuje také s bleskem jako prostředkem pro zvýraznění vizuálního vzhledu své fotografie. Z technických prostředků dále Somodevilla využívá širokoúhlé objektivy, umožňující vytvářet velmi obsáhlé záběry.

V ulicích New Yorku zachytil příběhy jak příprav na příchod hurikánu, tak jeho následků jako jsou vyvrácené stromy. Nafotil ale i městský život, který pokračuje nehledě na přírodní katastrofu, jako je bleskem nasvícený snímek dvou běžců, kteří se v dešti protahují a zároveň dívají na rozbouřené moře (Příloha 7).

5.1.4 Další fotografové

K prezentaci ve své webové galerii zvolil TIME také práce těchto fotografů: Spencera Platta (Getty Images), Brendana Haffmana (Getty Images), Jima Lo Balzoa (EPA), Julia Corteze (AP), Joeho Raedla (Getty Images), Waltera Bosse (TIME),

Timothyho A. Clarryho (AFP/Getty Images), Mario Tamy (Getty Images) a Patricia Smitha (Getty Images).

Snímky zachycující hurikán Irene používají přirozenou barevnost, který zachycuje atmosféru foceného okamžiku. Více než na jednotlivé lidské příběhy se fotografové v tomto případě spíše zaměřili na dokumentaci škod napáchaných hurikánem a zachycení samotné síly přírodní katastrofy, své příběhy vypráví spíše v detailech. Stejně jako Somodevilla využívá i například Mario Tama širokoúhlého objektivu, aby zachytil některé scény.

5.2 Shrnutí fotografického stylu

Pro zachycení hurikánu Sandy zvolili všichni fotografové barevnou fotografii, všichni také prezentovali své snímky v realistických barvách, výrazně nepozměňovali skutečnou barevnost zachycených scén ani objektů. Fotografové využívali technické možnosti fotografie jako je práce s ohniskovou vzdáleností a užití zoom objektivů, které umožňují přiblížit některé scény a zvýraznit vzdálené detaily. U snímků tří podrobněji popisovaných fotografů jsou zjevné prvky jejich individuálního stylu, který fotografové využívají.

Fotografové zachycovali lidské příběhy, zaznamenávali následky hurikánu a průběh katastrofy.

5.3 Zveřejnění fotografií na webu

Jak již bylo uvedeno, popsané snímky byly zveřejněny v rámci galerie na webu www.time.com. Vzhledem k tomu, že nebyly uveřejněny na žádné další sociální síti, není z veřejně přístupných dat možné sledovat množství uživatelů, kteří si galerii prohlédli.

6. Fotografická dokumentace hurikánu Sandy

Hurikán Sandy zasáhl území Severní Ameriky na konci října roku 2012 a kvůli své síle a velkému rozsahu napáchaných škod si vysloužil od médií přezdívku

„Superstorm Sandy“²⁵. Hurikán se zformoval ve vodách Atlantického oceánu 22. října v oblasti Karibiku a o méně než týden později zasáhl plnou silou východní pobřeží USA.

Dá se říci, že byl tento hurikán událostí očekávanou, její příchod byl znám s téměř týdenním předstihem. Je běžné, že při takových událostech mají zpravodajské portály buď přímo své fotografy, kteří jsou připraveni dokumentovat děj nebo spolupracují s různými fotografickými agenturami jako je Getty Images nebo Reuters a k prezentaci události pak používají snímky pořízené fotografy těchto agentur. V případě internetových médií jsou snímky, nebo spíše jejich výběr, zpravidla zveřejněny ten samý nebo následující den vzhledem k tomu, že v dnešním fotografickém zpravodajství hraje rychlost obrovskou roli a snímky, které jsou aktuální během jedné hodiny, už nemusí být hodnotné během další. Pořízené fotografie slouží buď jako samostatně informativní, pokud je snímek dostatečně silný a odhaluje dříve neznámé informace (například první dostupný záběr události), dále mohou také být použity jako ilustrační fotografie doplňující článek s novými informacemi o dané události nebo se z výběru snímků vytváří fotogalerie. Všechny zmíněné fotografie publikují zpravodajské portály na svých webových stránkách. V posledních letech je velmi časté, že se odkaz na publikovaný článek zveřejní také na sociálních sítích daného média, nejčastěji se jedná o nejpopulárnější síť Twitter a Facebook. Není však zatím příliš rozšířenou praxí, aby se některá sociální síť přímo využila k obrazovému zpravodajství o některé události. Poprvé se plně spolehnout na sociální síť a zároveň mobilní fotografii rozhodl New Yorkský magazín TIME.

6.1 Reportáž o Sandy na Instagramu

Fotoeditorka magazínu TIME Kira Pollack se v říjnu roku 2012 při nástupu hurikánu Sandy rozhodla, že vyzkouší zcela nový způsob dokumentování události, který bude rychlejší a umožní okamžité publikování snímků, které fotografové TIME pořídí. Tímto rozhodnutím se stalo využití Instagramu pro dokumentaci průběhu přírodní katastrofy. V rozhovoru pro online server magazínu Forbes vysvětlila Pollack, že použití Instagramu byl experiment vyžádaný potřebou. „Mysleli jsme, že to bude nejrychlejší způsob, jak událost pokrýt a také ta nejpřímější cesta,“ říká. „Neřekli jsme

²⁵ Superstorm Sandy – v překladu z angličtiny superbouře Sandy.

si, 'Páni, tohle je trend, pojďme to udělat na Instagramu'. Bylo to o tom, jak rychle dokážeme dostat fotografie k našim čtenářům.' (Bercovici, 2013)

Tým magazínu TIME kontaktoval pět fotografů, kteří dostali přístup k profilu TIME na Instagramu a iPhone místo fotoaparátu. Každý z fotožurnalistů se vydal do určité oblasti, kde bylo jeho úkolem zaznamenávat průběh hurikánu Sandy a pořízené snímky přímo sdílet na profil TIME na Instagramu. První fotografie z této reportáže od pěti fotografů se na Instagramu objevila 29. října 2012 a poslední 31. října 2012. Pořízené fotografie se zároveň objevily na LightBoxu, fotografickém blogu časopisu v galerii pojmenované In the Eye of the Storm: Capturing Sandy's Wrath²⁶, která byla zveřejněna 30. října.

Fotografové, které TIME oslovil, byli nejen renomovaní fotožurnalisté, ale také příznivci nových technologií jako například Benjamin Lowy, mladý fotograf pracující mimo jiné pro Getty Images, který měl obšírné zkušenosti k dokumentaci různých událostí i válečných konfliktů jen pomocí mobilního telefonu. Na mobil fotil pro New York Times například kampaň před prezidentskými volbami v Americe v roce 2012 nebo ve stejném roce první demokratické volby v Libyi. Michael Christopher Brown byl dalším fotografem, kterého TIME oslovil. I on měl hodně zkušeností s mobilním focením z několika projektů v Číně a Africe. Dalšími fotografy byli člen agentury VII Ed Kashi, výherce World Press Photo Adrew Quilty a Stephen Wilkes. „Bylo to hlavně o rychlosti,“ říká Pollack (Marshall, 2013). „Byl to způsob jak získat fotografie nejrychleji, jak jsme mohli, ale potřebovali jsme správné fotografy, aby to fungovalo.“ Vysvětlila, že Lowy, Brown a Kashi byli vybráni kvůli svým schopnostem fotit pomocí smartphonů. „Jsou to výjimeční fotografové a to, co dokážou s technologiemi, je neméně úžasné,“ říká. „Brown fotil snímky uprostřed noci, v absolutní tmě, když ve městě nebyla elektřina, s minimálním dostupným světlem, pouze pomocí svého telefonu.“

6.2 Další dokumentace Sandy na webu TIME

Hurikán Sandy se na www.time.com objevil ještě v pěti dalších galeriích, které byly publikovány od 6. do 28. listopadu 2012. Jednalo se především o zaznamenání následků hurikánu Sandy. Stephen Wilkes, který v průběhu hurikánu fotil pro TIME na

²⁶ V překladu z anglického jazyka *Uprostřed bouře: Záznam zuření Sandy*.

Instagramu, se poté vydal na cestu, aby i po skončení hurikánu zdokumentoval jeho dopad – především zničené pobřeží. K této reportáži již využil fotoaparát.

6.3 Rozbor a styl fotografií

Celkem publikovali fotografové na Instagramu TIME přibližně stovku snímků hurikánu Sandy. Každý z nich přitom odpovídal za určitou oblast, kde hurikán zasáhl. Michael Christopher Brown fotil zásah hurikánu na Manhattanu v New Yorku, Ben Lowy fotil východní pobřeží od Atlantic City po New York, Ed Kashi a Andrew Quilty v New Jersey, Stephen Wilkes v Connecticutu.

Instagram jako aplikace automaticky dodává fotografiím určitá specifika. Samozřejmě v první řadě se jedná o snímky pořízené mobilním telefonem a v souvislosti s tímto je jim vlastní řada typických znaků. Takovými jsou nižší kvalita rozlišení zobrazení a zvýšená úroveň digitálního šumu oproti použití profesionálního fotoaparátu. Mobilní telefony mají nižší citlivost senzoru a proto ve špatných nebo složitých světelných podmínkách je kvalita snímků, které pořídí, takřka nevyzpytatelná. Ve tmě mají snímky tendenci k vysoké úrovni šumu, při velkém světelném rozdílu mezi světlem a stínem jsou zase velmi kontrastní a jedna část snímku může být zcela přesvícená, zatímco druhá bude velmi tmavá či naopak. Mobilní fotografie také neumožňuje využívat hloubky ostrosti ani měnit úhel pohledu pomocí zoomu. Využití digitálního zoomu, který mívají mobilní telefony zabudované, mnohonásobně snižuje kvalitu pořízeného snímku a v mnoha případech jej činí nepoužitelným, proto se prakticky nepoužívá, pokud není záměrem fotografa zaznamenat vzdálený a důležitý detail. Pohled, který mobilní telefony skrze svoje hledáčky nabízí, je v podstatě stejný, jakým disponují nejjednodušší point-and-shoot fotoaparáty²⁷.

Kromě uvedených charakteristik, které jsou typické pro většinu snímků pořizovaných mobilním telefonem, jsou tu i charakteristiky příznačné pro snímky pořízené pomocí aplikace Instagram. Především je to čtvercový formát zobrazení, se kterým se v dnešní době nesetkáváme u fotografií tak často. Na Instagramu musí být všechny fotografie automaticky oříznuté na čtvercový formát, při focení přímo přes aplikaci vidí fotograf rovnou skrz čtvercový hledáček a kompozici si rovnou utváří do tohoto tvaru.

²⁷ *Point-and-shoot* (anglicky, v překladu ukaž a foť) fotoaparáty, také nazývané kompaktní fotoaparáty, jsou určeny primárně pro velmi jednoduché operace, nabízí většinou jen automatická nastavení včetně ostření. Typický je pro ně zabudovaný blesk.

Další funkcí, která ovlivňuje typický vzhled fotografií pořízených přes Instagram, je využití speciálních barevných filtrů, které snímkům dodávají retro vzhled, vinětači, vyšší kontrast či specifické zbarvení. Fotograf si může pro svůj snímek zvolit libovolný z nabízených filtrů, dále také může využít možnost nastavení vyššího kontrastu nebo použít speciální efekt rozostření, který nahrazuje optickou hloubku ostrosti. Rozostření může fotograf použít například pro vytvoření „zamlženého“ pozadí nebo pro zvýraznění pouze některé části obrazu.

Ačkoliv Instagram fotografie do určité míry unifikuje, je stále finální vzhled snímku z velké části výsledkem tvůrčí činnosti konkrétního fotografa. Ten volí moment, který zachytí, způsob a úhel pohledu, v jakém to udělá, nastavuje si oříznutí či barevnost pořízeného snímku. V souvislosti s tímto bych v rámci rozboru stylu snímků, které byly zveřejněny na Instagramu TIME v rámci dokumentace hurikánu Sandy, chtěla věnovat krátkou kapitolu rozboru stylu a obsahu snímků každého z pěti fotografů.

6.3.1 Benjamin Lowy

Benjamin Lowy je mladý fotograf z New Yorku, který se specializuje na reportážní fotografii ze zón válečných konfliktů, sociálních problémů, ale pokrývá také události, jako jsou například volební kampaně nebo jakou byl právě hurikán Sandy. Mnoho svých reportáží nafotil pomocí mobilního telefonu a za použití různých aplikací na jejich úpravu jako je například Instagram nebo Hipstamatic.

Snímky, které pořídil a zveřejnil na Instagramu časopisu TIME, nesou známky jednotného fotografického stylu. V první řadě si Lowy pro všechny fotografie zvolil stejný „rámeček“, snímky jsou zarámovány v šedobílém papírovém rámu s mřížkovým vzorem. Snímky jsou barevné a Lowy se i tady drží jednotného stylu, barvy na jeho fotografiích jsou sice jasně zřetelné, ale drží se spíše tlumených, chladných barevných filtrů. Samozřejmě je barevnost také předdefinována tím, že větší část svých snímků pořídil u pobřeží a dominuje na nich rozbourené moře nebo obloha. Stejnou chladnější a tlumenou barevnou paletu ale Lowy udržuje i například u portrétu muže s leopardím přehozem na ramenou (Příloha 8) nebo i nočních fotografií. Volí tlumené barevné tóny a barevné filtry používá k vytvoření atmosféry. Jeho snímky jsou dostatečně kontrastní a u většiny záběrů používá stejnou perspektivu – fotí z výšky pohledu dospělého člověka, nepoužívá nadhled ani podhled.

Pokud se na fotografiích Lowyho vyskytují lidé, je to nejčastěji jeden člověk a věci či pozadí snímku, které ho obklopuje, vypráví odehrávající se příběh. Například na jednom snímku (Příloha 9) prochází žena v dlouhém černém plášti na popředí v levé části snímku a za ní vidíme ruiny satelitního městečka. Dá se předpokládat, že se jedná o obyvatelku některého ze zničených domů, která se po skončení hurikánu vrátila domů a nyní se dívá na ničivé následky přírodní katastrofy. Žena si drží hlavu rukama a má zdrcený, zoufalý výraz. Kromě takovýchto lidských příběhů nafotil Lowy také fotografie bez lidí, které zaznamenávají škody napáchané hurikánem. Díky barevné i formální sladčnosti působí fotografie velmi dobře pohromadě jako série snímků a i při prezentaci s pracemi dalších fotografů v rámci Instagramu časopisu TIME jsou rozpoznatelné svým jednotným stylem.

Mezi snímky se vyjímá jeden záběr (Příloha 10), kdy Lowy vyfotil muže přeskakujícího kaluži na pozadí velké lodi, kterou hurikán přitlačil k pobřeží. Kompozice snímku jasně odkazuje k ikonickému snímku Henri Cartier-Bressona „Za nádražím Saint-Lazare“. Tento nápad nenechali bez povšimnutí ani uživatelé Instagramu, kteří sledovali zveřejňované fotografie. Komentáře uživatelů mluvily o skvělém odkazu na Bressonovu klasiku a precizním využití mobilní fotografie, ale také předpokládaly možnost inscenování snímku (Instagram.com, 2012). Možnost zveřejnění této fotografie je z velké části opodstatněna platformou Instagramu. Snímky, které se zde objeví, nejsou vnímány natolik seriózně jako ty zvolené například pro publikaci v tisku nebo na webu, proto je pro fotografa možné dovolit si takovýto „žert“ bez větších problémů či negativních ohlasů, jedná se o pouhý jeden snímek z desítek fotografií publikovaných na téma Sandy na Instagramu TIME. Pokud by byl snímek zveřejněn v rámci malé selekce na jiné platformě, je možné, že by se setkal s mnohem ostřejší negativní reakcí. Je velmi diskutabilní otázkou zda spíše ironický snímek s velkou pravděpodobností inscenace patří do reportážní fotografie.

6.3.2 Ed Kashi

Ed Kashi je fotograf, který pracuje na reportážích pro agenturu VII a stejně jako všech pět zvolených fotografů je známý díky své lásce k využití mobilní fotografie. Podobně jako u Lowyho jsou i jeho snímky zaznamenávající hurikán Sandy stylově podobné.

U několika fotografií používá Kashi černé barevné rámování se zaoblenými rohy, později však od tohoto stylu ustupuje a většina jeho snímků nepoužívá žádné rámování. Část jeho fotografií je pořízena spíše v tlumené barevnosti, která je příznačná mimo jiné pro styl fotografií z agentury VII, některé snímky však naopak obsahují velmi výrazné barvy. Kashi používá u různých snímků různé barevné filtry, nesnaží se celé fotografie sladit do jednotného barevného zbarvení, spíše nechává vyznít přirozené barvy. Fotografie okamžiku, kdy bouřka zasahuje pobřeží a vidíme siluetu sochy proti temnému nebi, je zachycena ve velmi tlumených barvách, které se skoro až blíží k černobílým snímkům (Příloha 11). Když ale pořizuje Kashi záběr muže (Příloha 12), který se v New Jersey dívá na kořeny stromu, který spadl na dům, nechává křiklavě žlutou barvu mužovy helmy vyznít v plné barevnosti stejně, jako křiklavě zelenou barvu trávy. Nechává situacím na svých fotografiích jejich přirozené barevné vyznění. Sjednocujícím vizuálním prvkem je použití silného jasu a kontrastu, který dodává fotografiím ostřejší rysy a sjednocuje jejich styl.

Z obsahového hlediska jsou na Kashiho snímcích zachyceny jednotlivé příběhy lidí stejně jako záběry rozbouřené přírody a následků hurikánu. U toho fotografa je navíc možné pozorovat určitou ironii příběhů, které zachycuje, a také využití metafory – například když fotí muže, který směřuje na oslavy Halloweenu v masce smrtky, a za jeho zády vidíme moře rozbouřené hurikánem. Fotografie fungují dohromady jako příběh o hurikánu a jeho následcích v New Jersey a na pozadí mnoha snímků dokumentujících ničivý průběh či následky se vyjímá snímek malého kluka, který projíždí po mokré silnici na skateboardu. Dá se předpokládat, že fotograf zaznamenal tento malý příběh, aby ukázal, jak život jde dál i během těžkých, nehostinných podmínek.

6.3.3 Michael Christopher Brown

Reportážní a válečný fotograf, který své příběhy vypráví především prostřednictvím kamery mobilního telefonu. Jeho snímky hurikánu Sandy, který pro TIME dokumentoval na Manhattanu, jsou všechny sjednocené pomocí použití bílého rámečku se zakulacenými vnitřními rohy. Jeho fotografie jsou tak stylově snadno rozpoznatelné už díky tomuto prvku. Ze všech pěti fotografií využívá Michael Christopher Brown pravděpodobně nejméně možnost barevného zbarvení snímků. Jeho fotografie jsou až na několik výjimek laděny do tlumené barevnosti a jeho snímky

zachycují scény v jejich skutečné barevné tonalitě, nevyužívá žádného přibarvení. Na svých snímcích ale využívá efektu vinětace, téměř všechny Brownovy fotografie jsou světlejší ve středu a ztmavují se směrem k rohům. Díky tomuto efektu dosahuje fotograf efektu celistvosti záběru, i pokud fotí velmi nepřehlednou situaci.

Snímky Michaela Christophera Browna jsou ukázkou zkušené práce s kompozicí. Nehledě na to, že fotil v ulicích Manhattanu, které jsou plné velkého množství objektů – lidí, aut, budov, značek - dosahuje Brown pomocí promyšlené kompozice zakončeného vzhledu svých fotografií. Nejčastěji využívá centrální kompozice, kdy je nejdůležitější objekt nebo příběh umístěn ve středu zobrazení nebo umísťuje nejdůležitější část svého fotografického sdělení naopak do popředí snímku. Oproti již popisovaným snímkům od Lowyho a Kashiho je na Brownových fotografiích mnohem více lidí, což je dáno především tím, že své snímky pořizoval ve velkém městě. Jeho fotografie se ale mimo jiné také liší velkou pozorností pro detaily, která Brownovi pomáhá dostat se mnohem blíže k vyprávěnému příběhu. Kromě záznamů škoda a jednotlivých lidských příběhů tady přibývají i rozsáhlejší snímky, dokumentuje hasiče při přípravě města na hurikán nebo například evakuaci.

6.3.4 Stephen Wilkes

Jako jediný ze všech pěti je Stephen Wilkes nejen reportážní fotografem, ale je již mnoho let známý také díky svým projektům v umělecké a komerční fotografii. Pro dokumentaci hurikánu Sandy pomocí iPhone si nevolil žádné zarámování, které by fotografie sjednotilo a co se týká vizuálního stylu, vybírá si spíše tlumenou barevnost. Je jednotná pro všechny pořízené snímky a i pokud Wilkes fotí velmi barevné objekty jako je například zeď plná graffiti, stejně spíše barevnost utlumuje do šedomodrých tónů.

V obsahu jeho fotografií je vidět rozdíl od ostatních čtyř fotografů především v tom, že se nebojí využít ani viditelně inscenované snímky – fotí například rozesmáté studenty na pozadí rozbouřeného moře (Příloha 13), kteří se seskupili před objektivem jeho mobilu, a jedná se o aranžovanou skupinovou fotografii, nebo zaznamenává muže, který sedí s šálkem čaje v ruinách svého domu. Inscenaci ale používá pouze v malé míře a především proto, aby s její pomocí vyprávěl příběh. Stejně také ale zaznamenává klasické reportážní momenty. Jeho snímky se více věnují zaznamenání škod, které

hurikán napáchal a je na nich kromě již zmíněné skupinové studentské fotografie poměrně málo lidí – Wilkes fotí spíše následky v přírodní scénérii nebo poničené domy.

6.3.5 Andrew Quilty

Andrew Quilty je mladý fotograf z Austrálie, který se věnuje reportážní fotografii i různým multimédiím a dalším projektům. Jeho způsob zobrazení Sandy pomocí snímků na Instagramu se liší od všech ostatních snímků, pořízených zbylými čtyřmi fotografy. Zatímco Lowy, Kashi, Brown i Wilkes využili pro svoje snímky spíše tlumenější barevnosti, kterou zvýraznili barevnými filtry nebo ponechali v přirozených tónech, Quilty se rozhodl pro téměř přesný opak. Na jeho fotografiích je barevnost naopak velmi výrazná, s vysokou saturací a až nerealisticky jasnými barvami. Pro některé ze snímků využil Quilty tenký černý rámeček se zaoblenými vnitřními rohy, většina jeho fotografií však žádné rámování nemá.

Obsahově fotí podobně jako všichni kromě Browna buď škody napáchané hurikánem nebo jednotlivé lidské příběhy. Zachycuje například muže sedícího na židli v kanceláři (Příloha 15). Následkem hurikánu chybí kanceláři celý strop a muž se proto s úsměvem dívá ze svého křesla přímo nahoru na oblohu. Je pravděpodobné, že se jedná o vlastníka kanceláře, který se přišel podívat na pohromu, kterou hurikán na jeho majetku napáchal a stejně jako u Wilkesova snímku muže v ruinách domu je možné předpokládat, že se jedná o inscenovaný snímek. Inscenace je ale plně opodstatněna pravdivým příběhem, který chce fotograf vyprávět.

6.4 Shrnutí fotografického stylu

Instagramu jako aplikace, která přímo nabízí způsob k úpravě fotografií a kvůli tomu propůjčuje zachyceným snímkům určitou uniformitu – užití čtvercového formátu, rámečků a pozměněná barevnost pomocí omezeného množství filtrů. Nehledě na tyto vlastnosti Instagramu je však ze zkoumaných fotografií zjevné, že si každý z pěti fotografů byl schopen zvolit svůj vlastní styl a do snímků prosadit osobitý vizuální rukopis. Použití mobilní fotografie ani jednotné aplikace pro focení v tomto případě nedegradovalo možnost zachování si fotografického stylu. Stejně tak je z kompozičního hlediska zjevné, že fotografové umí s kompozicí pracovat. Z tohoto důvodu zůstává zachována podstata fotoreportéra, který sice nepořizuje svoji reportáž profesionálním

přístrojem, ale přesto nehledě na techniku odvádí profesionální práci, která je zřejmá. Potvrzuje to i samotné rozhodnutí Kiry Pollack (Marshall, 2013), která při volbě fotografií pro svůj projekt věděla, že nebude fungovat bez lidí se správným viděním. S jejím názorem souhlasí i jeden z fotografů, Stephen Wilkes (Photoshop.com, 2013): „Myslím, že fotografové přeceňují vybavení. Lidé přicházejí do mého studia a říkají ‘Páni, podívejte na ty skvělé fotoaparáty.’ Pak řeknou, že se jim líbí konkrétní obrázek a zrovna ten jsem vyfotil na plastovou kameru za 5 dolarů. Není to o fotoaparátu nebo technologiích. Bez mých očí a schopnosti vidět světlo, barvy, pohyby a design bych byl ztracený – nebo bych dělal něco zcela jiného.“

Převládající použití tlumené barevnosti u většiny snímků odpovídá tomu, že fotografové chtěli zachovat realistické zobrazení událostí a i přes použití barevných filtrů. Tlumená barevná paleta také odpovídá atmosféře události, jedná se o silnou přírodní katastrofu, proto je volba spíše chladné barevné palety adekvátní. Instagram propůjčuje snímkům kvality jako zvýšený kontrast a určitý barevný odklon od reality, žádný z fotografů však těchto prvků nenadužíval a žádný ze snímků tak nepůsobí vyloženě vizuálně nerealisticky.

Některé fotografické eseje obsahují sjednocující vizuální prvek – zarámování nebo využívají vinětaci. Všechny fotografie jsou barevné, žádný z fotografů nevyužil černobílý záznam. Vzhledem k čtvercovému formátu, který k tomu přímo vybízí, je na mnohých snímcích použita centrální kompozice, případně jsou nejdůležitější objekty, které jsou nositeli příběhu, umístěny v popředí snímku. Fotografové zachytili řadu situací, jsou zde záběry krajiny a zničených stavení, také řada portrétů.

6.5 Zveřejnění snímků a počet zhlédnutí

TIME poskytl pěti fotografům přístup na svůj profil na Instagramu, kam mohli snímky, které pořídili, přímo sdílet. Celkem bylo na profilu TIME na této sociální síti zveřejněno 99 fotografií na téma hurikánu Sandy. Každý snímek, nahraný na profil, se automaticky zobrazil každému, kdo magazín na Instagramu sleduje. Podle aktuálních dat to je 324 396 uživatelů²⁸. V době hurikánu Sandy v říjnu 2012 mohlo být toto číslo o několik desítek tisíc menší. U každé fotografie je také označený její autor a jeho profil

²⁸ Podle aktuálního počtu sledujících na profilu TIME na Instagramu, dostupné z <<http://instagram.com/TIME>>.

na Instagramu pomocí speciálního odkazu ve formátu @uživatelskéjméno, jako například snímky Benjamin Lowyho byly označeny @benlowy. Většina fotografií fotografie sdílela nejen na Instagramu TIME, ale také na svém profilu, což pro každý snímek znamenalo o tolik zhlédnutí navíc, kolik má ten který fotograf *sledujících*. Pro Benjamin Lowyho je to 22 954 uživatelů, Christopher Michael Brown má 43 556, Ed Kashi 12 560 uživatelů, Stephen Wilkes 24 017, Adrew Quilty 842 uživatelů.

U každého zveřejněného snímku byly použity následující tagy: #sandy, #hurricane nebo #hurricanesandy. Podle volby autorů, kteří fotografie publikovali, se objevuje i řada dalších tagů: #photojournalism, #documentary, #iphoneonly, #mobilephotography a další tagy, které upřesňovaly místo, kde byl snímek pořízen nebo odpovídaly obsahu fotografie jako #newjersey, #NYC, #streetphotography, #truck, #grill a mnohé další. Použití tagů sice nezajišťuje okamžitě přesně daný počet uživatelů navíc, kteří fotografie zhlédnou, přesto má velký vliv na zvýšení rozšíření fotografií na internetu díky tomu, že libovolný uživatel Instagramu může vyhledávat a prohlížet fotografie podle tagu. Tag #sandy byl v době hurikánu nejpopulárnější označení pro snímky s ním spojené. Fotografie označené tagy #sandy a #hurricane se navíc také automaticky objevily na již dříve v této práci zmíněném blogu www.instacane.com, který sbírá všechny fotografie s těmito tagy, publikované na Instagramu a zobrazuje je na svých stránkách.

Z pořízených fotografií vznikla také galerie publikovaná na fotografickém blogu LightBox časopisu TIME²⁹. „Tato výsledná galerie byla jednou z nejpopulárnějších fotogalerií, které jsme kdy vytvořili“, uvedla Pollack (Bercovici, 2012). Galerie na sebe upoutala celých 13% z celkové návštěvnosti stránky během týdne, kdy probíhala Sandy a web www.time.com zaznamenal čtvrtou nejvyšší návštěvnosti vůbec. Podle statistik dostupných online má tento web průměrnou návštěvnost kolem 100 000 unikátních návštěv³⁰ za den, je tedy možné předpokládat, že na webu TIMEs.com si fotografie prohlédlo několik tisíc návštěvníků denně. Vypovídají o tom i čísla o sdílení dané galerie na dalších sociálních sítích. Celkem 4 600 lidí označilo článek pomocí tlačítka „Líbí se mi“ sociální síť Facebook, které je na stránce integrované přímo pod článkem. Při zakliknutí tohoto tlačítka se uživateli automaticky nabízí možnost článek sdílet na

²⁹ Galerie je dostupná z [www: <http://lightbox.Time.com/2012/10/30/in-the-eye-of-the-storm-capturing-sandys-wrath/#1>](http://lightbox.Time.com/2012/10/30/in-the-eye-of-the-storm-capturing-sandys-wrath/#1).

³⁰ Unikátní návštěva označuje vstup na server z jedné unikátní IP adresy.

svém profilu na Facebooku, je proto možné, že se galerie tímto způsobem rozšířila mezi stovky dalších uživatelů. Dále 4 090 uživatelů sdílelo galerii na svůj profil na sociální síti Twitter.

6.6 Sociální interakce

Instagram jako většina sociálních sítí umožňuje uživatelům označovat fotografie, které se jim líbí, a poskytuje každému, kdo se na snímek na sociální síti podívá, údaje o tom, kolika lidem se daný snímek líbí. Na rozdíl například od Facebooku může na „to se mi líbí“ tlačítko (reprezentované piktogramem srdce) kliknout každý, aniž by musel přímo sledovat profil uživatele, který fotografii sdílel. Fotografie publikované na Instagramu TIME označilo jako ty, jež se jim líbí, průměrně 2000 až 3000 uživatelů, nejméně populární snímky nasbíraly kolem 1000 „to se mi líbí“ a ty nejsilnější naopak označilo až 5000 uživatelů.

V současnosti má TIME na Instagramu přibližně 300 000 uživatelů, kteří ho sledují. I pokud budeme vycházet z tohoto čísla, bude průměrný počet kolem 2000 až 3000 „to se mi líbí“ na snímek znamenat, že velké množství publikovaných snímků pozitivně zasáhlo více než 10% uživatelů a ti je označili jako snímky, jež se jim líbí. Je pravděpodobné, že další tisíce uživatelů snímky viděly, aniž by je označily.

Publikování fotografií na Instagramu také umožnilo všem uživatelům zanechávat u fotografií své komentáře. U každého snímku se objevilo přibližně několik desítek komentářů, které většinou vyjadřovaly soucit se situací nebo lidmi trpícími na snímcích, dále také mnoho komentářů chválilo kvalitu uveřejněného snímku. Překvapivě největší množství uživatelských komentářů, celých 171, nasbírala fotografie³¹ Eda Kashiho z New Jersey, na které zaznamenal muže, který dokuřuje joint venku na ulici vedle stromu, který spadl kvůli hurikánu. V tomto případě je obsah snímku úzce propojen s tím, co k němu autor uvedl. Ze samotné fotografie není přímo zjevné, že se jedná o joint a dalo by se předpokládat, že muž kouří obyčejnou cigaretu. Kashi opatřil obrázek následujícím popiskem: „Smoking a blunt near a downed tree in#jerseycity #newjersey in the first salvos from #hurricane #sandy on October 29, 2012. @edkashi @viiphoto#viiphoto“³². Množství komentářů pod snímkem se týká právě toho, že byla na oficiálním profilu TIME otevřeně zveřejněná fotografie

³¹ Snímek není dostupný ke stažení, je však dostupný z [www: <http://instagram.com/p/RYoKBBq6_-/>](http://instagram.com/p/RYoKBBq6_-/)

³² V překladu (s vynecháním tagových označení): Kuřák jointu u spadlého stromu v New Jersey je první, kdo se zachránil před hurikánem Sandy 29. října 2012.

obsahující kuřáka marihuany. Vznáší opět otázku, kterou již naznačil fotografický vtíp Bena Lowyho, o serióznosti či spíše neserióznosti reportáže na Instagramu a většimu prostoru, který díky odlišnému, odlehčenému, vnímání dává pro publikovaný obsah.

7. Porovnání fotografického stylu a pohledu

Na základě popisu fotografické dokumentace všech tří událostí uvedených v předchozích odstavcích je možné srovnat vizuální styl klasických reportážních fotografií pořízených pomocí speciálního fotografického vybavení (profesionálních fotoaparátů) pro hurikány Katrina a Irene s vizuálním stylem snímků pořízených pro hurikán Sandy prostřednictvím fotoaparátu mobilního telefonu iPhone a upravených v aplikaci Instagram.

Nejdříve bych se chtěla věnovat popisu prvků, ve kterých se všechny fotografie shodují. Především se jedná o to, že nehledě na to, jakým technickým prostředkem je fotograf vybaven, stále je u snímků konkrétního autora zjevný individuální styl. Tento styl může být v reportážních snímcích vyjádřen fotografiemi sladěnými v určité barevné tonalitě (Chris Usher, Benjamin Lowy), užíváním neobvyklé kompozice (Robert Stolarik), používáním specifického technického vybavení (Chip Samodevilla) nebo například využíváním stejné perspektivy u většiny snímků (Lowy). Osobitý způsob fotografování a vizuální projev je fotografům vlastní nehledě na to, zda fotí mobilem či fotoaparátem.

Všichni fotografové se pro dokumentaci hurikánů rozhodli k užití barevné fotografie, žádný z rozebíraných fotografů nepoužil černo bílou fotografii. Některé snímky však k monotónní barevnosti inklinují, jedná se však o reálné barvy zachycující zbarvení prostředí vlivem přírodních podmínek.

Odlišujícím elementem je samozřejmě v první řadě formát fotografií, snímky pořízené pomocí Instagramu mají vždy čtvercový formát a s ohledem na tento formát je u těchto fotografií častěji využita centrální kompozice. Dalším rozdílem je možnost barevných úprav (filtrů), které Instagram nabízí a také možnost využití zarámování fotografií. Na rozdíl od klasických reportážních fotografií je větší část snímků zveřejněných na Instagramu barevně upravena pomocí speciálních filtrů, filtry jsou použity pro zvýraznění přirozené barevnosti snímků nebo pro vytvoření atmosféry. Fotograf Benjamin Lowy například u všech svých snímků s největší pravděpodobností

používá stejný barevný filtr a všechny jeho snímky jsou tak mírně laděny do modra. V případě fotoeseje o hurikánu Sandy však nepoužil žádný z fotografií filtr, který by přímo zkresloval barevnost fotografie a měnil by reálné barvy, přesto však dochází k mírnému pozměnění realistického záznamu. Úprava barevnosti a kontrastnější snímky vedou k dramatičtějšímu zobrazení.

U většiny fotografií, nehledě na způsob jejich pořízení, volili fotografové spíše tlumenou barevnou škálu, zachovali však přitom přirozené barvy zobrazovaného.

Část z fotografií při použití Instagramu také využila možnosti zarámování svých fotografií. Například již zmíněný Benjamin Lowy nejen užil u všech snímků podobný barevný filtr, ale také využil pro všechny své snímky stejný rámeček, jeho fotografie jsou proto velmi jednoduše rozpoznatelné.

Fotografové při reportážích Katriny a Irene využívali technických funkcí profesionálních fotoaparátů jako je zoom a použití širokoúhlých objektivů. Tato možnost není u mobilní fotografie technicky možná, proto jsou všechny snímky hurikánu Sandy nafoceny se stejnou ohniskovou vzdáleností. Fotografie pořízené mobilními zařízeními jsou focené často z menší vzdálenosti a více se u nich vyskytují tzv. close-up záběry. Technickým rozdílem je hloubka ostrosti, kterou není možné u mobilní fotografie měnit a nějakým způsobem s ní pracovat, všechny fotografie jsou proto zaostřené v celém svém rozsahu. Na rozdíl od toho používali fotografové fotící Irene a Katrine hloubku ostrosti jako důležitý prvek k tomu, aby upoutali pozornost na konkrétní objekt v popředí či v pozadí nebo aby fotografiím dodali hloubku.

7.1 Srovnání obsahu

U obou způsobů reportážního pokrytí událostí zůstává obsah fotografií stejný, přechod na využití mobilního fotoaparátu a Instagramu pro reportáž o události nezměnil obsah pořízených snímků o hurikánu. Fotografové fotili lidské příběhy zpodobněné pomocí portréty, z nichž je u některých možné předpokládat, že jsou částečně inscenované, dále také průběh hurikánu, škody, které zanechal. Fotografové, kteří působili v městech, především v New Yorku, zaznamenali, jak vypadaly městské ulice v období hurikánu, fotili průběh evakuace i následky, které hurikán způsobil. Na žádné mobilní fotografii se nevyskytlo zobrazení oblasti postižené hurikánem nafocené ze vzduchu, spíše než o obsahovém rozdílu to vypovídá o technických možnostech (nízké

rozlišení mobilní fotografie pro focení z takové vzdálenosti) a je také možné, že novináři pověřeni nafocním hurikánu Sandy nebyli pověřeni focením ze vzduchu.

7.2 Porovnání interakcí na internetu a sociálních médiích

Vzhledem k tomu, že sociální média nebyla v době hurikánu Katrina v roce 2005 dostatečně masově rozšířena, není galerie snímků tohoto hurikánu zahrnuta do následujícího porovnání. Fotografie hurikánu Irene byly na internetu zveřejněny pouze na blogu magazínu TIME LightBox, nebyly zveřejněny na žádné další sociální síti. Vzhledem k tomu není možné hodnotit uživatelské názory ani interakce. Podle dat zveřejněných Googlem³³ za červenec roku 2011 byl celkový počet unikátních návštěv³⁴ webu www.time.com, kde byla galerie zveřejněna, 6 700 000. Z veřejně dostupných čísel „Líbí se mi“ nebo sdílení na sociálních sítích označilo tento článek 184 lidí tlačítkem „Líbí se mi“ (Facebook), tedy 0,003% z celkového počtu návštěvníků webu za měsíc, 113 lidí sdílelo tuto galerii na svůj profil na Twitteru, tedy 0,002% z celkového počtu návštěvníků webu za měsíc. Žádný uživatel nezanechal pod galerií komentář. Galerii k hurikánu Sandy umístila redakce TIME kromě Instagramu také na blog magazínu LightBox. Podle dat, které zveřejnil magazín TIME³⁵ na svém webu, měl web www.time.com v srpnu roku 2012 8 842 752 unikátních návštěv. Galerii o hurikánu Sandy zveřejněnou na webu magazínu TIME označilo tlačítkem „Líbí se mi“ (Facebook) 4 600 návštěvníků, tedy 0,052% z celkového počtu návštěvníků webu za měsíc. 4 090 ji sdílelo na svůj profil na sociální síti Twitter, tedy 0,046% z celkového počtu návštěvníků webu za měsíc. Z uvedených údajů není možné vyhodnotit počet uživatelů, kteří si galerii prohlédli. Celková měsíční návštěvnost webu stoupla o čtvrtinu, zatímco počet „Líbí se mi“ nebo sdílení se zvýšil až 25 krát. Zároveň uživatelé zanechali pod galerií fotografií Sandy 68 komentářů.

Dále je u Sandy možné sledovat interakce uživatelů na sociální síti Instagram, kde TIME publikovat fotografie na svém profilu, není však možné srovnat tuto interakci s hurikánem Irene vzhledem k tomu, že jeho snímky takto publikovány nebyly.

³³ Dostupné z [www: <http://www.google.com/adplanner/static/top1000/#>](http://www.google.com/adplanner/static/top1000/#)

³⁴ Unikátní návštěvník neboli Unique User navštívuje konkrétní webovou stránku v určitém časovém období, kdy se jeho návštěva započítá do statistiky. Při jeho další návštěvě se již jeho návštěva nepočítá. Definice podle serveru Itbiz.cz, dostupná z [www: <http://www.itbiz.cz/slovník/marketing/unikatni-navstevnik>](http://www.itbiz.cz/slovník/marketing/unikatni-navstevnik)

³⁵ Dostupné z [www: <http://www.TIMEmediakit.com/digital/TIMEcom/index.html>](http://www.TIMEmediakit.com/digital/TIMEcom/index.html)

Závěr

Cílem zkoumání této práce bylo zjistit, jakou (a zda vůbec) proměnou prošla forma a obsah fotografie s nástupem mobilní fotografie a sociálních sítí. Za účelem zúžení poměrně rozsáhlého tématu zkoumání byla zvolena dokumentace tří hurikánů, které zasáhly Severní Ameriku v letech 2005, 2011 a 2012 a jejich dokumentace na webu magazínu TIME. V posledním případě se jednalo o hurikán Sandy, pro jehož dokumentaci se TIME rozhodl využít sociální sítě Instagram a jeho reportéři své snímky pořizovali pomocí mobilních telefonů iPhone.

Praktická část práce potvrdila základní nadnesený předpoklad, tedy že fotografie prošla změnou. U konkrétního druhu fotografie, který byl předmětem zkoumání, novinářské reportážní fotografie, se však změna neodehrála v obsahu, tak jak se to odehrálo například u každodenní fotografie, která od zachycování neopakovatelných okamžiků transformovala spíše ke každodennosti (Murray, 2010, s.159). Oproti tomu u reportážní fotografie, nehledě na technické podmínky jejího pořízení, zůstal obsah stejný. Stejně jako obvyklými fotoaparáty pořizované snímky, sleduje i mobilní reportáž identický cíl a sice zachycení průběh události, jež se odehrává. Nebylo by proto ani opodstatněné, aby samotný obsah prošel změnou. Místo toho však nástup mobilní fotografie a sociálních sítí změnil formu, možnosti šíření a sdílení fotografie, způsob přístupu k ní a její dostupnost.

V první řadě vnáší užití mobilní fotografie a Instagramu do reportážní fotografie zcela novou estetiku. Fotografie pořízené pomocí těchto prostředků mají čtvercový formát, který se za jiných okolností u reportážní fotografie nevyužívá, protože se nejedná o výchozí formát digitálních fotoaparátů, které naopak pracují s obdélníkovým zobrazením. Kromě neobvyklého formátu se s Instagramem mění také barevná estetika snímků. Všichni fotografové, kteří dokumentovali pro TIME hurikán Sandy pomocí Instagramu, využili možnost barevných filtrů, které sice zcela neskreslují originální barvy snímku, dodávají mu však barevný nádech. U běžné reportážní fotografie nejsou výraznější barevné úpravy zvykem, do reportážní fotografie se tak prostřednictvím mobilů a Instagramu dostává nová estetika, ke které patří i užívání speciálních rámečků, které aplikace nabízí a které také mají vliv na výsledný vzhled fotografie. Do reportážní fotografie se poprvé dostává fenomén větších postprodukčních úprav, aplikace filtru

výrazně mění formální charakter snímku, nezasahuje však do obsahu. Tato změna s její novou estetikou je velkým zásahem do vývoje fotografického média.

Porovnání snímků pořízených různým způsobem také ukázalo, že nehledě na použité technologické prostředky a unifikaci, kterou způsobuje neobvyklý formát možnosti úprav nabízené aplikací Instagramu, si fotografové zachovávají svůj styl focení, které je na větším vzorků fotografií rozpoznatelný.

Užití Instagramu jako hlavní publikační platformy také potvrdilo proměnu formy fotografie od média zaznamenávající jediný okamžik na médium, které vypráví příběh v pohybu pomocí po sobě jdoucí řady různých zobrazení. Jedná se opět o onen princip fotografie v pohybu, který zmiňovala již Catherine Fake u digitálních snímků na serveru Flickr. Pět reportérů sdílelo na profil TIME na Instagramu v průběhu hurikánu Sandy přibližně stovku snímků oproti několika desítkám snímků, které je možné zveřejnit ve webové galerii či ještě menšímu množství snímků, které se může objevit v tištěném vydání magazínu. Instagram je navíc také sociální síť, která je lidmi běžně užívaná ke sdílení svých vlastních fotografií, proto je její využití pro sdílení novinářských reportážních snímků prostředkem přiblížení fotografie lidem. Toto přiblížení reportážních snímků lidem komentoval i jeden z fotografů Michael Christopher Brown (Marshall, 2013), který kromě hurikánu Sandy dokumentoval pomocí mobilního telefonu i například válku v Libyi: „Lidé se dívají na to, co mají hned k dispozici a mohou říct ‘Já si iPhonem fotím svůj oběd nebo kočku a tenhle člověk používá iPhone aby fotil Afghánistán, Libyi nebo hurikán.’ Natolik blíž se k nim fotografie dostane.“

Zároveň s množstvím snímků a způsobem, jakým vypráví příběh, se také reportáže pořízené pomocí Instagramu liší svým základním poselstvím. Hlavním důvodem pro využití Instagramu v novinářské reportáži je rychlost, se kterou je možné snímky získat a zveřejnit. Nepředpokládá delší zkoumání konkrétní události ani dlouhodobější projekty a sází právě na rychlostní aspekt. Ten se tedy dá označit za výrazné specifikum využití této sociální sítě v novinářské fotografii. Jak je evidentní z časových údajů, fotografie hurikánu Sandy se na Instagramu objevily pouze v rozmezí tří dnů, kdy byla tato událost nejaktuálnější a nejvíce sledovaná. Rychlost a množství obsahu na sociálních sítích neumožňují zveřejňovat snímky jednoho tématu v dlouhodobějším měřítku, protože jsou pro uživatele zajímavé jen jako aktuální informace. Například i fotograf Stephen Wilkes, který pro TIME dokumentoval průběh Sandy jako jeden z pěti fotografů na Instagramu, po skončení této práce cestoval dál podél amerického pobřeží a pořídil sérii snímků, zaznamenávajících dopad hurikánu. Tyto však již nafotil

digitálním fotoaparátem a byly zveřejněny pouze jako galerie³⁶ na blogu magazínu lightbox.time.com. Zatímco je možné předpokládat, že využití mobilní fotografie pro reportážní fotografii bude narůstat, právě díky již zmíněné rychlosti a dostupnosti této formy, je s potazem, zda bude kdy využita jako nástroj pro dlouhodobé dokumentární projekty.

Další proměna, která se odehrála, se netýká samotné formy a obsahu fotografie, ale možnosti společnosti na fotografii reagovat. Publikace fotografií na Instagramu umožnila komukoli zanechat svůj komentář přímo pod snímkem z dané reportáže a s ohledem na desítky komentářů pod fotografiemi, uživatelé sociální sítě této možnosti využili. Tato proměna vede k mnohem větší transparentnosti, kdy je pro kohokoli možné přečíst si názory dalších uživatelů, stejně jako zjistit, nakolik je fotografie mezi uživateli populární.

Využití mobilní fotografie a její publikace přímo na sociální sítě mění také celý proces jejich zveřejnění. TIME poskytnul pěti fotoreportérům možnost snímky přímo zveřejnit na svém profilu na sociální síti Instagramu. Rozhodnutí o tom, které z fotografií zveřejnit, zůstalo plně na uvážení daných fotografů a z celého procesu tak vypadla jeho jinak velmi důležitá součást – fotoeditor, který obvykle novinářské snímky před zveřejněním prohlíží a třídí. Publikované snímky navíc měly okamžitý zásah, uživatelé sociální sítě je mohli vidět a komentovat ihned po jejich zveřejnění. Fotografická reportáž se tak ke svým recipientům mohla dostat prakticky okamžitě, s odstupem pouhých minut a pravděpodobně v syrovější a zároveň více personalizované formě. Podtrhuje to opět již zmíněný fakt rychlosti jako jednoho z hlavních aspektů zveřejňování fotografické reportáže na sociální síti. Reportáž, která nepodlehla předchozí editaci, není míněná tak, aby působila jako jednotný celek, ale naopak jako aktuální zpravodajství, ukazující probíhající děj. V tom lze vidět výrazný rozdíl od klasické formy fotografické reportáže, která bývá protříděna tak, aby obsahovala snímky, které dohromady vytvářejí jednotný příběh.

³⁶ Dostupné z www: <<http://lightbox.time.com/2012/11/15/sandy-stephen-wilkes/>>

Summary

Social media publication platforms, i.e. Instagram, and mobile photography have provided photojournalism with new possibilities for fast sharing of visual information. Speed has gained a more significant role than ever before. Journalists are able to share images within minutes and reach the audience immediately. Furthermore, the audience they are able to reach with social media is wider than on the usual online and offline publication platforms. Qualities such as speed make mobile photography and social media a more than suitable platform for fast news reporting, which is actual only for a short period and is quickly replaced by more up to date stories.

The usage of social networks and mobile photography in photojournalism asks less in terms of quality and complexity of the story. At the same time, it allows a more diverse visual modification of photographs and influences new visual aesthetics which are formed by the characteristics of the medium. Images are no longer used as singular statements as the visual narration is expressed in multiple photographs flowing one after another.

Použitá literatura a zdroje

Monografie

BATCHEN, Geoffrey. *Each Wild Idea*. Massachusetts: The Mit Press, 2002. 235 s. ISBN 978-0-262-5232-4-0.

MANOVICH, Lev. *The Language of New Media*. Massachusetts: The MIT Press, 2001. 354 s. ISBN 978-0-262-63255-3.

ROSE, Gillian. *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Wiltshire: Cromwell Press, 2007. 287 s. ISBN 978-1-4129-2190-9

SONTAG, Susan. *On photography*. London: Penguin Books, 2002. 207 s. ISBN 0-14-118716-6

SZTOMPKA, Piotr. *Vizuální sociologie: Fotografie jako výzkumná metoda*. Praha: SLON, 2007. 168s. ISBN 978-80-86429-77-9.

TRAMPOTA, Tomáš. VOJTĚCHOVSKÁ, Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. 296 s. ISBN 978-80-7367-683-4.

VILLI, Mikko. *Visual mobile communication: Camera phone photo messages as ritual communication and mediated presence*. Jyväskylä: ws Bookwell Ltd., 2010. 202 s. ISBN 978-952-60-0006-0.

Články

COOLEY, Heidi Rae. „Identify“-ing a New Way of Seeing: Amateurs, Moblogs and Practices in Mobile Imaging. *Spectator*, 2004, 21.ročník, 1. č., s. 65 – 79.

Elektronické zdroje

AHONEN, Tomi T. An Inconceivable Truth: MMS is a Global Success at 30B dollars. *Communities-dominate.blogs.com* [online]. 2010 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://communities-dominate.blogs.com/brands/2010/06/an-inconceivable-truth-mms-is-a-global-success-at-30b-dollars.html>>.

BERCOVICI, Jeff. Why Time Magazine Used Instagram To Cover Hurricane Sandy. *Forbes* [online]. 2012-11-01 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2012/11/01/why-time-magazine-used-instagram-to-cover-hurricane-sandy/>>.

Capturing life's mysteries. *Photoshop.com* [online]. [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://www.photoshop.com/spotlights/stephen-wilkes>>.

Flickr. *Yahoo* [online]. [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <<http://advertising.yahoo.com/article/flickr.html>>

GABY, David. Camera phone images, videos and live streaming: a contemporary visual trend. *Visual Communication* [online]. 2010-3-22. roč. 25, č.1, s 89 – 98 [cit. 2013-03-18] ISSN 1472-5878. DOI: 10.1080/1472586100360717. Dostupné z www: <<http://dx.doi.org/10.1080/1472586100360717>>

HARMON, Amy. We simply can't stop shooting. *The New York Times* [online]. 2007 [cit. 2013-04-14]. Dostupné z www: <http://www.nytimes.com/2005/05/06/technology/06ihtptphotos07.html?_r=1&pagewanted=all>

Hashtag. In: *Techterms.com* [online]. 2012-03-15 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://www.techterms.com/definition/hashtag>>.

Instagram.com [online]. 2012-10-30 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://instagram.com/p/Ra8XJNq676/>>.

LAGORIO, Christine. Kevin Systrom and Mike Krieger, Founders of Instagram. *Inc.com* [online]. 2012-04-09 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <<http://www.inc.com/30under30/2011/profile-kevin-systrom-mike-krieger-founders-instagram.html>>.

LI, Anita. Is Photography Dead? A History From Early Cameras to Instagram [INFOGRAPHIC]. *Mashable* [online]. 2012-11-17 [2013-4-10]. Dostupné z [www](http://www.mashable.com/2012/11/17/photography/): <<http://www.mashable.com/2012/11/17/photography/>>.

LILLIE, Jonathan. Nokia's MMS: A cultural analysis of mobile picture messaging. *New Media & Society* [online]. 2011-7-7, roč. 14, č. 1, s. 80 – 97 [cit. 2013-03-20]. DOI: 10.1177/1461444811410400. Dostupné z [www](http://www.nms.sagepub.com/content/14/1/80): <<http://www.nms.sagepub.com/content/14/1/80>>

MANDELL, Nina. Instagram has 100 milion monthly users. *fastcompany.com* [online]. 2013-02-26 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z: <<http://www.fastcompany.com/3006319/fast-feed/instagram-has-100-million-monthly-users>>.

MARSHALL, Travis. Photojournalists Move To Instagram, From Syria to Sandy. *American Photo Mag* [online]. 2013-4-3 [cit. 2013-04-10]. Dostupné z [www](http://www.americanphotomag.com/photo-gallery/2013/03/iphoneonly): <<http://www.americanphotomag.com/photo-gallery/2013/03/iphoneonly>>

Mobile phone sales start to slow. *BBC News* [online]. 2006-10-04 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/5403588.stm>>.

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. 2013-03-20]. ISSN 1470-4129. DOI: 10.1177/1470412908091935. Dostupné z [www](http://vcu.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1470412908091935): <<http://vcu.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1470412908091935>>

O'REILLY, Tim a John BATTELLE. Web Squared: Web 2.0 Five Years On. *Web2summit.com* [online]. 2009 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://www.web2summit.com/web2009/public/schedule/detail/10194>>.

TAYLOR, Chris. Sandy Really Was Instagram's Moment: 1.3 Million Pics Posted. *Mashable* [online]. 2012-11-05 [cit. 2013-04-12]. Dostupné z: <<http://mashable.com/2012/11/05/sandy-instagram-record/>>.

TERDIMAN, Daniel. Photo of Hudson River plane crash downs TwitPic. *CNET news* [online]. 2009-01-15 [cit. 2013-03-20]. Dostupné z: <http://news.cnet.com/8301-1023_3-10143736-93.html>.

Unikátní návštěvník. *Itbiz.cz* [online]. [cit. 2013-05-20]. Dostupné z [www](http://www.itbiz.cz/slovník/marketing/unikatni-navstevnik): <<http://www.itbiz.cz/slovník/marketing/unikatni-navstevnik>>

VAN DIJCK, José. Digital Photography: Communication, Identity, Memory. *Visual Communication* [online]. 2008-01-21, roč. 7, č.1, s. 57 – 76 [cit. 2013-03-20]. ISSN 1470-3572. DOI 10.1177/1470357207084865. Dostupné z [www](http://vcu.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1470357207084865): <<http://vcu.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1470357207084865>>

WORTHAM, Jenna. On Instagram, 10 Photos a Second of #sandy. *New York Times Bits* [online]. 2012-10-29 [cit. 2013-03-18]. Dostupné z: <<http://bits.blogs.nytimes.com/2012/10/29/on-instagram-10-photos-a-second-of-sandy/>>.

Seznam příloh

- 1: Chris Usher: Dlouhé fronty (fotografie)
- 2: Chris Usher: Zaplaveno (fotografie)
- 3: Robert Stolarik: Právo a chaos (fotografie)
- 4: Edward Keating: Vývěsní cedule na zabezpečeném obchodu Apple (fotografie)
- 5: Matt Eich: Místní obyvatel projíždí v neděli na kole podél zaplavené ulice v Portsmouthu, Virginia (fotografie)
- 6: Chip Somodevilla: Muž v Battery Park City zalepuje okna před příchodem hurikánu Irene (fotografie)
- 7: Chip Somodevilla: Obyvatelé SoHo Amy Eagle, vpravo a Rich Thomson na ranní procházce těsně před zvýšeným přílivem podél promenády World Financial Center v době, kdy jsou následky Irene na Manhattanu stále cítit. (fotografie)
- 8: Benjamin Lowy: Michael, sluchově postižený muž, opustil svůj dům a strávil noc v kostele v Breezy Point (fotografie)
- 9: Benjamin Lowy: Prohlížení poškození v Breezy Pointu (fotografie)
- 10: Benjamin Lowy: Loď John B. Caddel putovala kolem Staten Islandu během hurikánu Sandy (fotografie)
- 11: Ed Kashi: Socha čelí hurikánu Sandy na pobřeží Jersey city, N.J., s nedokončeným World Trade Centrem, čnicím nad Manhattanem
- 12: Ed Kashi: vyvrácené stromy v Montclairu, N.J., ráno poté, co hurikán Sandy (fotografie)
- 13: Stephen Wilkes: Studenti čelí silným větrům a dešti na pobřeží v Milfordu, Conn (fotografie)
- 14: Stephen Wilkes: Zničený 100letý dům Davida Younga ve Wiltonu, Conn (fotografie)
- 15: Andrew Quilty: Prohlížení škod v autoprodejně, kterou postavil se ženou za poslední 3 roky v Asbury Parku, New Jersey (fotografie)

Přílohy

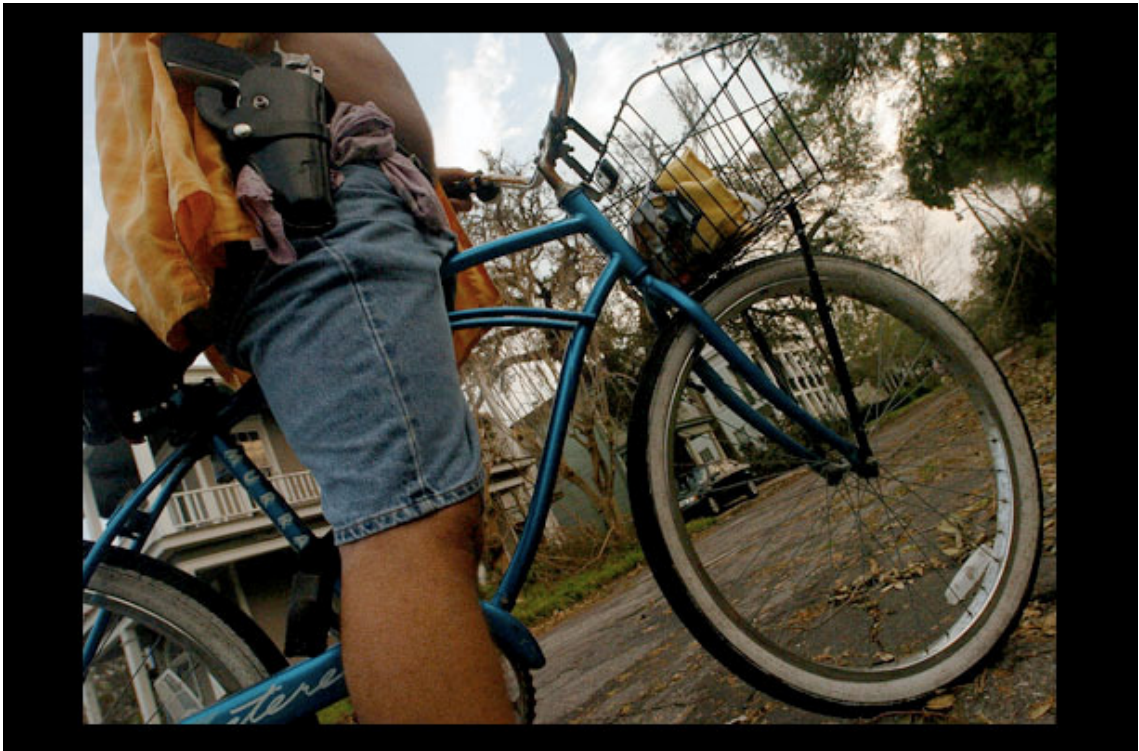
1: Chris Usher: Dlouhé fronty (fotografie)



2: Chris Usher: Zaplaveno (fotografie)



3: Robert Stolarik: Právo a chaos (fotografie)



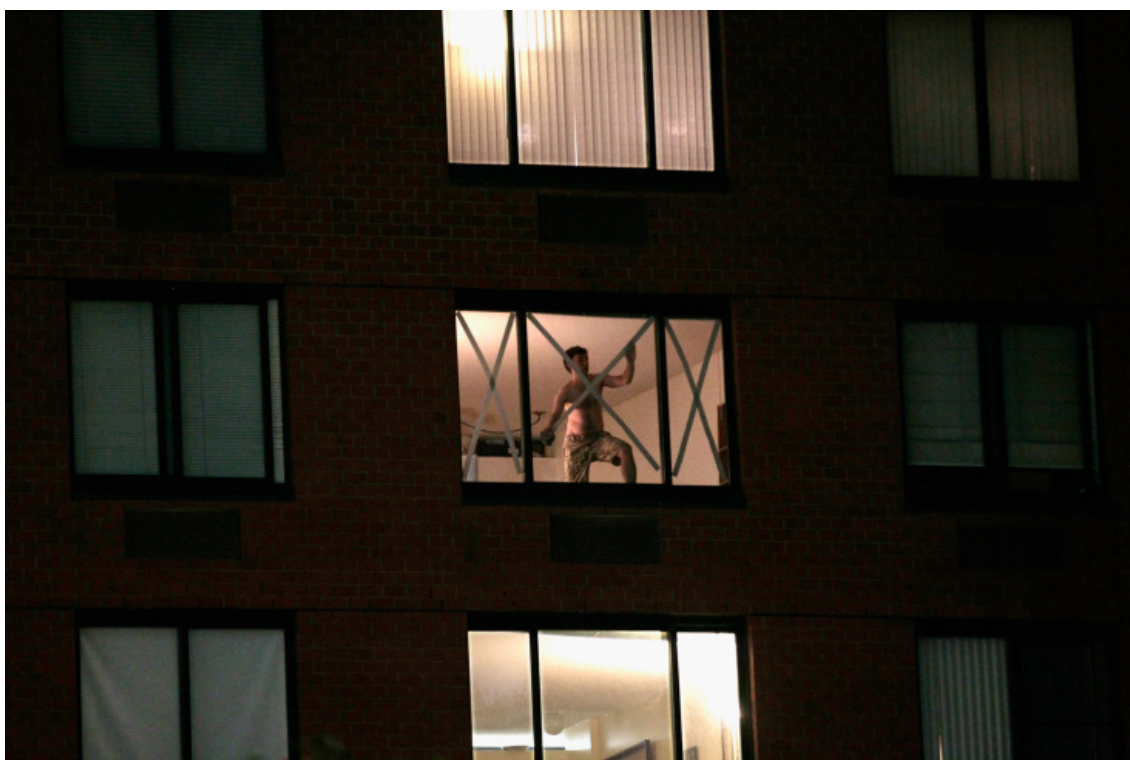
4: Edward Keating: Vývěšní cedule na zabezpečeném obchodu Apple (fotografie)



5: Matt Eich: Místní obyvatel projíždí v neděli na kole podél zaplavené ulice v Portsmouthu, Virginia (fotografie)



6: Chip Somodevilla: Muž v Battery Park City zalepuje okna před příchodem hurikánu Irene (fotografie)



7: Chip Somodevilla: Obyvatelé SoHo Amy Eagle, vpravo a Rich Thomson na ranní procházce těsně před zvýšeným přílivem podél promenády World Financial Center v době, kdy jsou následky Irene na Manhattanu stále cítit. (fotografie)



8: Benjamin Lowy: Michael, sluchově postižený muž, opustil svůj dům a strávil noc v kostele v Breezy Point (fotografie)



9: Benjamin Lowy: Prohlížení poškození v Breezy Pointu (fotografie)



10: Benjamin Lowy: Loď John B. Caddel putovala kolem Staten Islandu během hurikánu Sandy (fotografie)



11: Ed Kashi: Socha čelí hurikánu Sandy na pobřeží Jersey city, N.J., s nedokončeným World Trade Centrem, čnicím nad Manhattanem



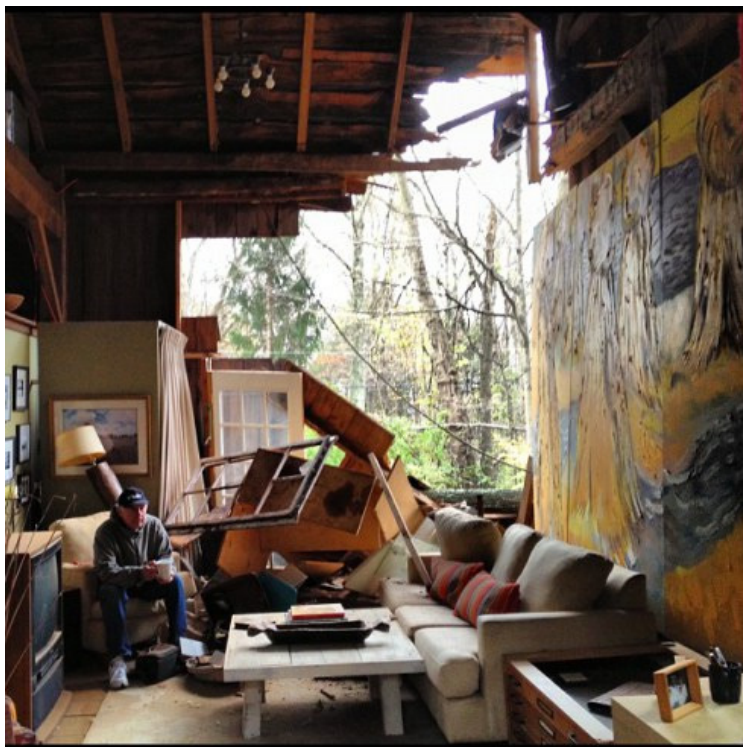
12: Ed Kashi: vyvrácené stromy v Montclairu, N.J., ráno poté, co hurikán Sandy
(fotografie)



13: Stephen Wilkes: Studenti čelí silným větrům a dešti na pobřeží v Milfordu, Conn
(fotografie)



14: Stephen Wilkes: Zničený 100letý dům Davida Younga ve Wiltonu, Conn (fotografie)



15: Andrew Quilty: Prohlížení škod v autoprodejně, kterou postavil se ženou za poslední 3 roky v Asbury Parku, New Jersey (fotografie)

