

Sociální fotografie

O fotografii
a sociálních médiích

Nathan
Jurgenson

STUDIA NOVÝCH MÉDIÍ

KAROLINUM

Sociální fotografie

O fotografii a sociálních médiích

Nathan Jurgenson

Z anglického originálu *Social Photo. On Photography and Social Media*
vydaného nakladatelstvím Verso roku 2019
přeložil a doslovem opatřil Martin Charvát.

Vydala Univerzita Karlova

Nakladatelství Karolinum

Praha 2022

Redakce Adéla Petruželková

Grafická úprava Jan Šerých

Sazba DTP Nakladatelství Karolinum

První české vydání

© Univerzita Karlova, 2022

© Nathan Jurgenson, 2019

Translation and Afterword © Martin Charvát, 2022

ISBN 978-80-246-4908-5

ISBN 978-80-246-4909-2 (pdf)

ISBN 978-80-246-4914-6 (epub)

ISBN 978-80-246-4915-3 (mobi)



Univerzita Karlova
Nakladatelství Karolinum

www.karolinum.cz
ebooks@karolinum.cz

OBSAH

1. Dokumentární pohled	9
2. Opravdový život	61
Coda. Sociální video	121
Poděkování	127
Doslov (Martin Charvát)	129

Věnováno
Annette, Cicely, Kim, Tonymu a Josephine

1. DOKUMENTÁRNÍ POHLED

Stále nevyvratněji se prosazuje potřeba mít předmět v největší blízkosti jako obraz a co více, jako obtisk, reprodukcí.

Walter Benjamin, 1936¹

Jsou tu maličkosti: kamarád, který místo zvonění u dveří pošle SMS. Autobus plný lidí, kteří místo do novin koukají do mobilů. A jsou tu i větší věci: vlny protestujících, kteří používají tytéž telefony, aby zaplnili ulice a svrhli etablované režimy. Dokonce i ti, kdo si nepamatují časy před chytrými telefony, se rodí do světa, který se stále ještě potýká s kolektivní závratí z překotných změn – nejen v oblasti technologií a přístrojů, ale i v mezilidských vztazích a v politické realitě. Společenské normy a vzorce chápání se snaží držet krok s proměnami toho, jak v důsledku nových digitálních a sociálních technologií vnímáme sami sebe, druhé i svět. Kolektivně i individuálně, různými způsoby a v různé míře se potýkáme s osobními a sociálními změnami, jež přicházejí spolu s redefinicí viditelnosti, soukromí, paměti, smrti, času, prostoru a všeho dalšího, co sociální média v současnosti zpochybňují.

Máme konceptuální nástroje, které nám pomáhají těmto změnám porozumět. Operační systémy používají metafory jako „soubory“ a „složky“, aby pro nás učinily fungování počítače srozumitelným.

¹ Walter Benjamin: Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti, in týž: *Dílo a jeho zdroj*, přel. Věra Saudková, Praha: Odeon 1979, s. 21.

telnějším. Osvojili jsme si prostorové chápání digitálního prostředí a říkáme, že „se připojíme“, že jsme v „kyberprostoru“; metafora je základem každé kvalitní fikce, protože rámuje nové něčím dobře známým. I když se to nemusí zdát jako intuitivní postup, vznik fotografie v polovině devatenáctého století nám může pomoci lépe porozumět současnému rozvoji sociálních médií.

Fotografie se objevila jako nová technologie, jako zvláštní kouzlo umožňující dokumentovat svět novými způsoby a sdílet tyto zmrazené kousky žité zkušenosti s lidmi, kteří jim nebyli přítomni. Změnila možnosti času a prostoru, soukromí a viditelnosti, pravdy a klamu. Fotoaparát proměnil způsob, jakým jsme *viděli* svět, a tím i vidění jako takové. A zrod fotografie vyvolal mnoho takových debat a zmatků, jaké dnes řešíme v souvislosti se sociálními médii, uprostřed další rozsáhlé změny v oblasti vidění. Jak vidíme, co můžeme vidět, co znamená sociální viditelnost a neviditelnost – to vše se dnes mění stejně rychle jako v prvních letech fotografie. Celý soubor způsobů, jimiž se lidé ukazují světu a svět ukazuje sobě, opět prochází zásadní transformací pod vlivem nových zařízení k zachycování a sdílení obrazů.

Dějiny fotografie nám mohou objasnit mnohé z toho, jak rozumíme sociálním médiím, a tedy i naši současné sociální realitě. Když se dnes říká, že záplava webového obsahu, komentářů a sociálních toků jen vytváří banální šum, v němž zaniká signál, nebo že internet z nás dělá hlupáky, je to jen ozvěna toho, co o fotografii napsal v roce 1859 básník Charles Baudelaire: „Bude-li fotografii dovoleno, aby nahradila umění v některých jeho funkcích, brzy je vystřadí úplně nebo je zkaží za pomoci svého přirozeného spojence – hlouposti davu.“² A sto let před tím, než se „pics or it didn't happen“ stalo mantrou, spisovatel Émile Zola v roce 1901 řekl: „Dle mého názoru nemůžete tvrdit, že jste něco skutečně viděli, pokud jste to nevyfotografovali.“³

Abychom porozuměli sociálním médiím, musíme pochopit, že způsoby vidění se mění; to, že něco vidíme a že to vidíme určitým způsobem, je dáno dějinnými a společenskými faktory. Nemůžeme

2 Charles Baudelaire: Salón 1859. Dopisy řediteli časopisu *Revue française*, in též: *Úvahy o některých současných*, přel. Věra Smetanová, Praha: Odeon 1968, s. 384.

3 Citováno dle Susan Sontagová: *O fotografii*, přel. Pavel Vančát, Praha: Paseka, Barrister & Principal 2002, s. 82.

pochopit fotografii ani sociální média, aniž bychom poodstoupili a podívali se na hlubší impuls, který je pro obojí hnacím motorem: touha po životě v jeho zdokumentované podobě.

Technologie a nostalgie se na sobě staly závislými: nové technologie a pokročilé marketingové strategie stimulují falešnou nostalgii – po věcech, o kterých jste ani neměli ponětí, že jste je ztratili – a anticipační nostalgii – nostalgii po přítomnosti, jež nám uniká rychlostí kliknutí myši.

Svetlana Boymová, 2007⁴

Sněhové bouře vytvářejí smršť obrazů. Vánice jsou zcela jistě úkazem, který stojí za to vyfotit. Vždyt každých několik nových centimetrů sněhové pokrývky mění ráz nám známého okolí, jež již vyčerpalo veškerý fotografický potenciál; jako by sních vdechl krajíně nový život. *Podívej, jak je vše najednou jiné.* A fotografie se sněhem vypadají skvěle. Sněhová pokrývka „zjednodušuje“ obraz, činí jej „čistším“ a zároveň o to výraznějším, i díky tomu, že veškeré nepodstatné detaily jsou zakryty. Čerstvý sních poskytuje okamžitý kontrast, díky němuž vynikne jakýkoli objekt. Sněhové vločky ve větru dodávají snímku pohyb, texturu a hloubku. Dopadající sních je rozfoukáván větrem do nepředvídatelných aranžmá, obtéká kontury objektů hladce a realisticky. I při barevném snímání mohou fotografie sněhu působit téměř černobíle. Sních je vlastním fotografickým filtrem.

Na Nový rok 2010 byl severovýchod Spojených států pokryt nádlíčkou ze sněhových bouří a na sociálních sítích se to jen hemžilo fotografiemi zachycujícími zasněžené urbánní prostředí. Kromě společného nutkání zdokumentovat dramatické povětrnostní podmínky však měly tyto snímky společného ještě něco jiného: mnohé z nich byly podobně vybledlé a zrnité a vypadaly, jako by byly pořízeny levným filmovým fotoaparátem před desítkami let. Náhlý příval retro či stylizovaně vintage fotografií patřil k novému fotografickému trendu, který odstartovaly dvě konkurenční aplikace pro mobilní telefony: Hipstamatic, který byl v roce 2010 společností Apple vyhlášen „aplikací roku“, a Instagram, který se nakonec stal dominantní fotografickou sociální sítí. Hipstamatic vyvolal oblibu staromódně vypadajících fotografií, které vytvářely čtvercové, rádoby staré sním-

4 Svetlana Boym: Nostalgia and Its Discontents, *Hedgehog Review* 9, č. 2 (2007).

ky po vzoru dřívějších filmových fotoaparátů, jako byl například Polaroid. Instagram vzápětí přidal celou sadu dalších filtrů (různých variant vintage vzhledu) spolu s populární sítí určenou přímo pro sdílení snímků.

Dlouho byla rychlou cestou k tomu, jak vyvolat dojem, že fotografie je starší než okamžik, který zachycuje, černobílá fotografie, vintage filtry ale nabídly širší škálu nových nástrojů pro vytváření pocitu nostalgie.⁵ Filtry mohly mimo jiné nechat snímek vyblednout (zejména na okrajích), přizpůsobit kontrast a odstín, přesytit barvy, napodobit různé typy objektivů a barevných zkreslení, jako je chromatická odchylka, rozostřit plochy s cílem zvětšit původně mělkou hloubku ostrosti, dodat imitaci filmového zrnění a tak podobně. Fotografie byly často vytvořeny tak, aby napodobovaly vzhled těch vytištěných na fyzický fotografický papír.

Obě aplikace přinesly podobnou estetiku, která na krátkou dobu ovládla sociální fotografie a zaplnila sociální sítě snímky se stejnou umělou patinou. Napodobovaly zub času a vyvolávaly nostalgii i pocit autenticity, který digitálním fotografím v jejich počátcích zřejmě chyběl. V roce 2010 fotograf Damon Winter pracující pro *New York Times* získal fotografickou cenu za své stylizovaně vintage válečné fotografie z Afghánistánu, což potvrdilo rozšíření této estetiky mimo oblibu mas na úroveň profesionálů a estetické elity.

Kulturní význam nostalgických filtrů se shodoval s nástupem sociální fotografie, kdy miliony lidí najednou začaly pořizovat, sdílet a vzájemně si prohlížet své fotografie jako součást každodenní komunikace. Sociální fotografie přeskočila z digitálních kompaktních fotoaparátů na smartphony, resp. na malé počítače připojené k síti, u kterých je mnohem pravděpodobnější, že je budou mít jejich majitelé stále po ruce. Jako součást počítačového ekosystému je sociální fotoaparát propojen s řadou sofistikovaných softwarových aplikací a je digitálně připojen k internetu. Stejná technologie, která podmiňuje, že je vůbec možné, aby se fotografie staly důležitou součástí sociální komunikace, umožňuje také snadnější použití filtrů a dalších vylepšení, tedy ve srovnání s kompaktními fotoaparáty nebo softwary na úpravu fotografií, jaké byly běžné dříve. Filtry mohou

⁵ Viz Paul Grainge: TIME'S Past in the Present. Nostalgia and the Black and White Image, *Journal of American Studies* 33, č. 3 (1999), s. 383–392.

být přidány přímo v okamžiku zachycení a sdílení snímku, přičemž se uživateli nabízejí ve formě menu, jako okamžitě dostupné alternativy výrazu pro tentýž snímek, aniž by bylo třeba pro vlastní editaci disponovat jakýmkoliv technickými znalostmi.

Proč byl ale tento okamžik, počátek vzniku každodenní sociální fotografie, tak silně definován estetikou nasycenou nostalgií? Nízká kvalita některých fotoaparátů u prvních smartphonů by mohla vysvětlovat, proč se mohl stát populárním filtr, který tento nedostatek maskoval nebo využíval, ale proč zrovna *vintage* filtr? Pochopení přitažlivosti této konkrétní estetiky v onom kritickém okamžiku, kdy sociální fotografie jako taková vznikala, je zásadní pro pochopení její logiky i dnes, včetně toho typu dokumentárního pohledu, který podporuje.

Můžeme začít tím, že zaměříme pozornost na to, proč první záplava sociálních fotografií tak často vizuálně odkazovala na fyzické fotografie, které nahradila. Rozšíření digitálních médií vyostřuje difference mezi nimi a médii analogovými, včetně toho, že za pomoci kontrastu zvýrazňuje samu povahu těch analogových. Stejně jako nástup digitální hudby ve formátu MP3 a online streamování doprovázela obnova prodeje vinylových desek, došlo i v případě sociální fotografie k oživení a novému využití fyzických fotografií. Analogové snímky bývají považovány za vzácné, nákladné a jejich produkce je pomalá přesně tak, jak jsou sociální fotografie běžné a jak nenáročně a levně vznikají. To, že původní fotografie mohla přežít tak dlouho, jí zároveň dodává autoritu, jaké obdobná, dnes pořízená digitální fotografie nemusí nikdy dosáhnout. Už pouhá fyzická stránka starých fotografií – jejich váha, vůně, hmatatelnost – nabývá v odlescích zářících digitálních obrazovkách nového významu.

Digitální fotografie by si mohly tento význam přivlastnit jako nostalgii a napodobit fyzické fotografie prostřednictvím rozostření, dodání umělých škrábanců, polaroidových rámečků atd., aby zdůraznily plynutí času. Vytváření digitálních fotografií tak, aby se podobaly fotografiím fyzickým, jim dodává na prestiži a důležitosti, která je v současnosti materialitě připisována. Stejně jako v případě jiných digitálních skeuomorfismů využívaných s cílem imitace fyzických objektů (ikonka „uložit“ vypadá jako disketa, ikonka „e-mailu“ jako dopis) jsou napodobeniny fyzických a *vintage* fotografií bodem, kde se potkává imaginární minulost a digitální budoucnost,