

*Fotografie***&***internet*

(fotoservery, prezentace autora na webu, společenské sítě, současné postupy
reportážní fotografie...)

Vojtěch Veškrna
Bakalářská práce

.....
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér reklamní fotografie



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ústav reklamní fotografie a grafiky

akademický rok: 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Vojtěch VEŠKRNA**
Osobní číslo: **K08319**
Studijní program: **B 8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimedia a design – Reklamní fotografie**

Téma práce: **1. Teoretická část:**
Fotografie a internet
2. Praktická část:
a) katalog výrobků nebo služeb: Boty Novesta
b) volný výstavní soubor: Hranice představivosti

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

rozsah práce: minimálně 25 stran textu + předepsané přílohy.

Součástí obhajoby práce i hodnocení je přednáška na téma teoretické části Bakalářské práce po dobu 15 min. včetně obrazové prezentace. Přednáškou se nerozumí přečtení obsahu práce. Časový limit je nutno dodržet.

2. Praktická část:

a) katalog výrobků nebo služeb: celkem 12 – 15 fotografií – formát 24x30 jako maketa s grafickou úpravou + stejný počet zdrojových fotografií ve formátu 30x40cm (nebo odvozený formát) adjustovaných ve formě výstavních zvětšenin a instalovaných na zdi. Publikace by měla obsahovat krátký informativní text. Text musí projít jazykovou korekturou.

b) volný výstavní soubor: ucelený, koncipovaný soubor fotografií (explikace + písemná obhajoba), min. 10 ks fotografií v archivní kvalitě, výstavní formát (min. 50x60 cm), libovolná technika, adjustováno + písemná obhajoba cca 2 str. textu.

Současně budou všechny části praktické i teoretické práce odevzdány v digitální podobě na 3ks CD v daném rozlišení v předepsané kvalitě.

Rozsah bakalářské práce: viz Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz Zásady pro vypracování
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/umělecké dílo

Seznam odborné literatury:

doporučené zdroje:

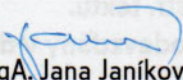
veškerá dostupná odborná literatura a webové stránky vztahující se k tématu po konzultaci s vedoucím práce.

Vedoucí bakalářské práce: **MgA. Irena Armutidisová**

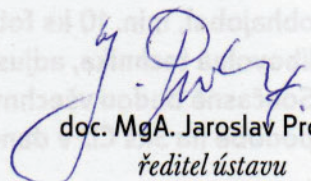
Datum zadání bakalářské práce: **1. prosince 2010**

Termín odevzdání bakalářské práce: **16. května 2011**

Ve Zlíně dne 1. února 2011


doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.
děkanka




doc. MgA. Jaroslav Prokop
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- беру на ве́домі́, же бакала́рская/дипломовá práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně 15.2.2011

Vojtěch Veškrna

Jméno, příjmení, podpis

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělěčně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

²⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

³⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlíží k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

Abstrakt

Cílem mé bakalářské práce je představit možnosti výskytu fotografie v internetovém prostoru. Začátek práce se zaměřuje na teoretická východiska fotografie v rámci internetu. Dále detailněji rozebírám fotografická alba a galerie, ze kterých volně přecházím k prezentaci autora na internetu. Závěr práce je věnován aktuálnosti fotografie a jejímu prodeji. Všechny části obsahují konkrétní příklady, které slouží k ilustraci poznatků obsažených v textu.

klíčová slova: internet, fotografie, portfolio

Abstract

The aim of my bachelor thesis is to present every possibility of photography appearance on the internet. First part is therefore focused mainly on theoretical approaches of photography in connection with internet. Next part is focused on photographic albums and galleries, which continues with presentation of author on internet. Last part of work is focused on actuality of photography and selling. All parts are connected with support materials for better understanding of informations in text.

key words: internet, photography, portfolio

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil jsem jen citovanou literaturu, kterou uvádím v bibliografických odkazech

Souhlas

Souhlasím, aby tato bakalářská práce byla zařazena do knihovny UTB ve Zlíně.

Poděkování

Rád bych poděkoval Mgr. Ireně Armutidisové za její užitečné rady při psaní této práce.

Vojtěch Veškrna
Ve Zlíně, 7.května 2010

© 2010 Vojtěch Veškrna
Univerzita Tomáše Bati / Fakulta mediálních komunikací / Ateliér reklamní fotografie

Obsah

ABSTRAKT	4
PROHLÁŠENÍ, SOUHLAS, PODĚKOVÁNÍ	5
ÚVOD	8
1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA	9
1.1. INTERNET	9
1.2. FOTOGRAFIE	10
2. FOTOGRAFICKÁ ALBA	12
2.1. UCHOVÁNÍ FOTOGRAFIÍ	12
2.2. ALBUM VIKTORA HUGA	12
2.2.1. KATALOGY	13
2.3. ZAHRANIČNÍ INTERNETOVÁ FOTOGRAFICKÁ ALBA	14
2.3.1. FLICKR	14
2.3.2. PICASA WEB GALLERY	16
2.4. ČESKÁ INTERNETOVÁ FOTOGRAFICKÁ ALBA	17
2.4.1. RAJČE	17
3. FOTOGRAFICKÉ GALERIE	18
3.1. LIGHTSTALKERS GALLERY	18
3.2. ČESKÉ INTERNETOVÉ GALERIE	21
3.2.1. FSTOP	22
4. PREZENTACE AUTORA NA INTERNETU	24
4.1. PORTFOLIO	25
4.1.1. PRVKY PORTFOLIA	26
5. INDEXHIBIT	30
6. INTERNETOVÉ BLOGY	32
6.1. THUMBLR	32
7. ISSUU	34
8. FACEBOOK	36
8.1. HISTORIE FACEBOOKU	36
8.2. FOTOGRAFIE NA FACEBOOKU	36
8.2.1. HLAVNÍ TYPY FOTOGRAFIÍ NA FACEBOOKU	36
9. AKTUÁLNOST A KVALITA FOTOGRAFIE NA INTERNETU	37
9.1. FOTOŽURNALISTICKÉ DATABÁZE	39
10. FOTOBANKY	40
10.1. SHUTTERSLOCK	40
ZÁVĚR	42
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	43

Úvod

Fotografie i internet patří mezi mladé technologie. Stejně jako si lidé zvykají na nové možnosti internetu, tak jsou obklopeni nástupem digitální fotografie a digitalizovaného obrazu všeobecně. Cílem mé teoretické práce, je prezentovat základní interakci mezi fotografií a internetem ve vztahu ke člověku, k jeho potřebě uchovávat obrazový materiál a jeho touze prezentovat se v tomto médiu. Vztah lidské populace k internetu je stále v začátcích, i když to tak na první pohled nemusí vypadat. Lidé se učí pohybovat v internetovém prostoru a využívat jeho multimediálních možností v co největší míře, neboť jsou si vědomi jeho důležitosti a především aktuálnosti. Informace moderní civilizace se do něj přesouvají v čím dál větší míře a s příchodem digitální fotografie se obrazový materiál na síti stává důležitým komunikačním artiklem. Fotografie na internetu je především doplňkovým materiálem k textu, avšak tvůrci internetového obsahu si začínají být vědomi obrovského potenciálu obrazů na kterém se dá postavit reakce diváka doslova od základu, neboť vizuální vjem je v moderní hektické době nejdůležitějším prvkem komunikace. Jelikož toto téma je velmi obsáhlého charakteru, rozhodl jsem se ho uchopit jako všeobecný úvod s cílem představit základní pilíře výskytu fotografie na internetu.

1. Teoretická východiska

Výměna informací je jedním ze základních stavebních kamenů civilizace. Lidé už si nedokáží život bez okamžité informace představit. Tištěný text ustupuje do stínu jeho internetové formy jelikož se jí, především co se týče aktuálních informací, nemůže rovnat. S narůstající gramotností obyvatel naší planety se zvyšuje potřeba okamžité informace a dochází k masivnímu rozšíření internetové sítě. Technologie internetu se stále vyvíjí a z původního jednoduchého komunikačního řetězce se stává komplexní systém prezentací jednotlivců a společností. Stejně jak postupuje vývoj Internetu, tak se také modernizuje jeho obsah. S nástupem nových technologií se možnosti digitalizace dat posunuly výrazně kupředu a v současnosti je možno elektronicky prezentovat takřka cokoli.

1.1. Internet

Internet má svoji počáteční formu spojenou s vojenskými účely. Spojené Státy spustily v roce 1958 projekt Advanced Research Projects Agency (Společnost pro pokročilé výzkumné projekty dále jen ARPA) jako odpověď na Ruské vypuštění Sputniku na oběžnou dráhu kolem Země. Cílem projektu bylo navrátit technologické vedení do rukou Spojených Států. ARPA zakládá kancelář zpracování informačních technologií (IPTO), který pracuje na spojení amerických radarových systémů do jedné informační sítě. Cílem bylo zabezpečit životaschopnost komunikačních kanálů vojenského aparátu jehož prvním krokem mělo být propojení Pentagonu, Čejenské hory (hlavní velitelství leteckých sil) a strategické centrály letectva (SAC). Stěžejní osobou stojící za výzkumem komunikační sítě byl J. C. R. Licklider. jako zakladatel univerzální sítě byl vybrán do vedení IPTO. Ve hře byly dvě technologické řešení, kde první z nich bylo přepínání okruhů a druhé výměna paketů (balíčků s informacemi). V roce 1965 rozhodl Lickliderův nástupce Ivan Sutherland na základě studie Paula Barana pro Letectvo Spojených Států, že práce bude probíhat na metodě výměny paketů z důvodu zachování robustnosti a životaschopnosti při katastrofě (v případě přepínání okruhů je síť závislá na jejich celistvosti a pokud by byl byt jen jeden z nich přerušen, znamenalo by to zkázu pro celý systém). 29. října 1969 se díky práci vědců v ARPANETu podařilo spojit dva uzly mezi Kleinrockovým Centrem Síťového Měření (Kleinrock's Network Measurement Center at the UCLA's School of Engineering and Applied Science) a systémem NLS Douglase Engelbarta na SRI (Stanford Research Institute). Na základě úspěchů s funkcí prvního prototypu sítě se rozhodli v BBN jako hlavní dodavatelé, že se pokusí zprovoznit komerční verzi systému. V roce 1975 tedy vzniká první síť s vytáčeným přístupem s názvem Telenet přístupná veřejnosti. Technologie přenosu paketů se díky ARPANETu stala ověřenou a fungující. Začla vznikat spolupráce s informačními středisky po celém světě počínaje Velkou Británií (1978). Další sítě vznikly v Evropě, Kanadě, Hong Kongu a v Austrálii v roce 1981.

Samotný boj s jednotlivými protokoly a operačními systémy si však vyžádal ještě skoro

celou dekádu než dostal veřejnou tvář jak ji známe nyní v podobě World Wide Webu. Od roku 1990 internetové přenosy závratně rostly a počet současných uživatelů internetu se pohybuje okolo 1.97 milionu (k 30. červnu 2010).

Nynější využití internetu je na hony vzdáleno původní myšlence neprůstřelného armádního systému. Stala se z něj nekonečná studnice vědomostí a okamžitého přístupu k informacím pro lidi, kteří se nacházejí v alespoň trochu technologicky uvědomělé civilizaci (je nutno podotknout, že přístup internetu i přes jeho nezměrný boom není stále ve všech místech naší planety). Nejdříve byla podoba internetových informací spíše textového charakteru, ale od roku 1992, kdy se objevila na world wide webu první naskenovaná fotografie (<http://gruntdoc.com/2005/02/the-first-internet-photo.html>) se obrazová informace začlenila bok po boku textovému obsahu. Internet je médium pracující s vizuální informací předávanou zkrz zobrazovací přístroj, práce s fotografiemi zde byla tedy na místě.

1.2. Fotografie

První experimenty s fotografií byly zaznamenány již v 18. století díky znalosti dvou základních principů. První z nich je znalost materiálů, které působením světla mění svou strukturu a druhý poznatek, že prostředí lze promítnout na jiný povrch za použití malého otvoru v zatemněné místnosti. V roce 1839 se konečně podařilo uchovat obraz permanentně díky Luisi Daguerrovi a jeho technologii Daguerotypie, na které spolupracoval spolu s N. Niépce. Zhruba ve stejnou dobu se fotografickým procesem zabýval Wiliam Fox Talbot v Anglii. Jeho způsob uchování obrazu (kalotypie) vyžadoval o něco kratší osvit než Daguerrotypie a jeho kvalita spočívala především ve vytvoření negativu jako výsledku procesu, jenž mohl být libovolně rozmnožován. Patentováním procesu Talbot bohužel oddálil jeho širší využití a narozdíl od Daguerra, který svůj proces poskytl k využití francouzské vládě, si musel na úspěch své technologie počkat. Náročnost technologie a cenová nedostupnost fotografických přístrojů oddálila fotografický boom až do roku 1884 kdy přichází na scénu George Eastman s prvním fotografickým filmem a prvním fotoaparátem pro běžného člověka s názvem KODAK. Nízká cena za provoz aparátu znamenala skoro okamžitě, jeho rozšíření do celého světa a pro Eastmanovu společnost významný úspěch. Fotografie se dostává do běžného života a vzniká nespočet osobních alb. S poptávkou na rychlejší a ergonomičtější stroj, způsobeným válkou a potřebou okamžité dokumentární fotografie, se na trhu roku 1925 objevuje společnost Leica s fotoaparátem stejného názvu na 35mm film. Do této doby je fotografie ještě většinou černobílá a barevného filmu se společnost dočkává až v roce 1935. Na konci 90. let dvacátého století nahrazuje fotografii na filmové materiály fotografie digitální. První fotoaparát tohoto druhu vybaven CCD čipem je datován do roku 1981. Je od firmy Sony a jeho jméno je Mavica. I když si digitální

technologie té doby ještě musí projít významnou proměnou a stejně tak musí změnou projít i záznamová média na uchování dat, je již jasné, že nabude v následujících desetiletích velkého významu.

první digitální fotoaparát



11

první fotografie na internetu



2. Fotografická alba

2.1. Uchování fotografií

Fotografie nám umožnila uchopit svět vizuálně. Odnést je kam se nám jen zachtělo. Stala se symbolem zmražených vzpomínek a zážitků. Narozdíl od současnosti byly fotografie hýčkány jako poklad. Sloužily také jako ukazatel společenského postavení a tato pozice je potřeba podpořit i způsobem prezentace. Fotografie nebyla určena ke skladování v šuplíku někde mezi časopisy, nýbrž jí bylo přiřazeno místo v albu, jenž bylo náležitě opečováváno. V rámci alba začaly fotografie vyprávět příběh, najednou byly umístěny mezi ostatními, jak v čase tak i umístěním. Na povrch vypluly jednotlivé vazby mezi událostmi, lidmi a podobné souvislosti. Rodiny zachycovaly díky albům svoji minulost. Často příkrášlenou stylizováním se do ideálních kompozic, které vypovídaly spíše o představě zákazníka pro kterého byla fotografie vyrobena, než jako dokument skutečné situace. Pokud šlo o rodinné prostředí tak album většinou tvořila žena, která se díky albu mohla umělecky realizovat. Poté bylo děděno z pokolení na pokolení jako nesmrtelná součást historie rodu.

2.2. Album Viktora Huga

Jedním příkladem za všechny budiž známé Album Viktora Huga. Z důvodu jeho veřejných útoků na Napoleona III zkrz jeho texty, byl donucen odejít do exilu na ostrov Jersey. Roku 1854 Hugo se svou ženou sestavil album obsahující 40 fotografií pořízených mezi roky 1852 a 1854 jako dar pro hostitelku, u které žil. Album bylo v kožené vazbě se zlatým zdobením. Na první straně je Hugovo rukopisné věnování a přiložená řasa z ostrova Jersey v obálce, jako symbol spřízněnosti a společně stráveného času s jejich hostitelkou. Mnoho fotografií je vlastnoručně podepsaných od zobrazených osob, nebo u nich jsou popisky míst, odkud fotografie pochází. Většinu fotografií zhotovil syn Viktora Huga, Charles. Krátil si tak čas při pobytu na ostrově. Jeho otec zde byl často v roli aranžéra situace, upravoval pózy, hledal správné prostředí a ačkoliv neměl žádné fotografické vzdělání, tak si při přípravě kompozice počínal stejně dobře, jako při tvorbě obrazů či textů. Pomalu, kousek po kousku, vytvářeli se svým synem ideální obraz jejich pobytu. Pečlivému konstruování obrazu se nevyhl žádný ze členů rodiny i služebnictva, jejich dům ani jejich intimní záležitosti. Objevuje se zde plno detailů, zejména pak rukou Hugovy manželky, které jsou založeny na prosté kráse zobrazované části těla. Výsledkem jejich exilového pobytu měl být nakonec soubor textů, fotografií a kreseb, který bohužel nikdy nespátl světlo světa.³

Prvním zárodkem sdílení fotografií byly amatérské fotografické spolky, které vznikaly v druhé polovině 19. století. Mezi takové patří například Photographic Exchange Club. Členové většinou přinášeli na setkání mnoho malých fotografií a vzájemně si je mezi sebou vyměňovali. Každý se tak dozvěděl něco málo o životě toho druhého. Vznikaly také celá alba jako souhrn

klubové tvorby apod.

S nástupem internetu se vše změnilo. S první digitalizovanou fotografií z roku 1992 (<http://gruntdoc.com/2005/02/the-first-internet-photo.html>) se fotografické médium začalo pomalu ale jistě přesouvat na webové stránky a digitální alba. Digitální fotoaparáty v té době neoplývaly zrovna dechberoucím rozlišením a technika skenerů na film byla také ještě v zárodkách. Avšak nic z toho nezabránilo lidem svoje výtvořky prezentovat v internetovém prostoru. Z hýčkaných artefaktů v kožených albech se najednou stává pár kilobajtů povalujících se v síti nabývajících nové souvislosti a významy. Fotografické album se stává spíše veřejnou než-li soukromou formou prezentace a rodinné fotografie jsou vystaveny pohledům z celého světa. Lidi opouští strach ze ztráty fotografie neboť v elektronické podobě mohou mít nespočet kopií kde se jim zachce. Materiální podstata odpadá a zůstává jen pocit vlastnictví jakéhosi abstraktního obrazu jedniček a nul kdesi v síti. Také něco jako vlastnictví zážitku upadá nemilosrdně do pozadí, neboť s prezentací fotografie ve veřejném internetovém albu si rázem každý pozorovatel může přivlastnit vizuální zážitek a stát se jakoby prvním odběratelem neboli první osobou, která se na fotografii podívala a “zúčastnila” se zážitku. S nástupem firmy KODAK a její filosofií užití aparátu se do popředí fotografické tvorby dostaly snímky rodinných příslušníků a jejich zážitků. Nejinak tomu zůstává i co se týče uskladněných fotografií v internetových albech. Drtivá většina snímků obsahuje rodinné příslušníky (všeobecně) a jejich prožité příběhy.

2.2.1 Katalogy

Oblíbenou činností v rámci fotografie byla také tvorba fotografických katalogů. Jednalo se o určitý způsob dokumentace, kde objektem zájmu byly především historické architektonické objekty nebo zajímavé destinace. Katalog byl sestaven z po sobě jdoucích fotografií čistě informativního charakteru, které byly doplněny textem souvisejícím se zobrazeným objektem.

fotografie z fotografického alba Hugovy rodiny



2.3. Zahraniční Internetová fotografická alba

2.3.1. Flickr.com

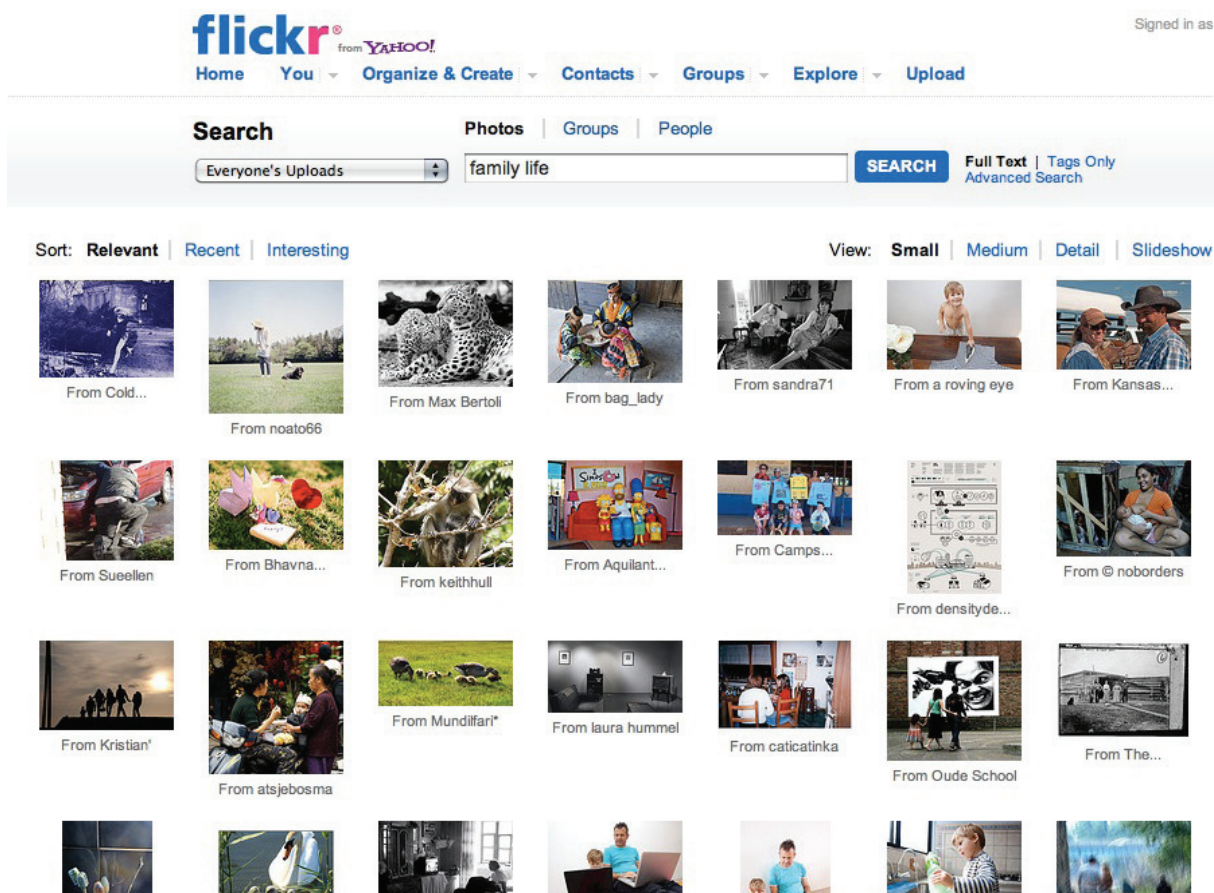
Flickr je jednou z nejrozšířenějších světových internetových databází fotografií. Umožňuje fotografie uskladnit, organizovat a nakonec sdílet. Stejně jako na většině jiných internetových platform je i zde prvním krokem k užívání, vytvoření uživatelského účtu. Vytvoření je bezplatné a vyžaduje jen základní údaje o uživateli z čehož nejpodstatnější roli hraje email (v každé moderní komunikační databázi se používá pro práci s heslem a k základnímu informování uživatele o změnách na účtu). Po úspěšném vytvoření profilu přichází krok druhý, čímž je nahrávání fotografií do databáze, které umožňuje flickr provést hromadně či po jedné a následné dělení do kategorií podle tématu. Nahrané fotografie jsou ihned přístupné všem ostatním uživatelům Flickru k nahlédnutí popřípadně ke komentáři. Zde se také dostáváme k další funkci fotografického alba. Flickr zprostředkovává především informaci obrazového charakteru, ale neméně důležitou část tvoří také informace textové. Uživatel se může stát členem jedné z mnoha skupin, které si vybírá především podle zaměření jeho fotografií (čili nějaké podobné náměty či techniky), nebo podle zájmu o konkrétní témata. Každá fotografie, která je nahrána do systému je uživatelem takzvaně otagována. Což znamená, že jsou jí přiřazeny určité parametry, na základě kterých je jí potom možno velice lehce dohledat. Mezi tyto parametry patří výběr typu fotoaparátu, místo pořízení snímku, pokud byl pořízen na film tak jeho typ, a mnoho dalších kategorií a subkategorií (tzv. metadata). Většina je jich přednastavených, ale uživatel může vytvořit úplně novou samostatnou. Tím je podpořena stálá aktualizace celého systému galerie a tedy i jeho neomezené časové využití.

Flickr tedy funguje jako dokonalá úschovna digitálního materiálu, která je pro člověka daleko příjemnější než skladování fotografií na osobním počítači. Hlavní výhodou je právě vyladěný vyhledávací algoritmus, který je stěžejní funkční jednotkou internetové galerie. Když si představíte svého průzkumníka, či jakýkoliv jiný vyhledávací program v počítači (pc-průzkumník, mac-spotlight atd.) a představíte si jak hledáte fotografii z dovolené v roce XY, třetí album, poslední část, tak se vám představa vyhozeného času a prakticky nulová úspěšnost stane zakrátko noční můrou. Za vším stojí velice neefektivní systém správy fotografií a nutná potřeba nějakého programu, který je většinou placený, k tomu, aby se vašim datům dostalo alespoň minimálního pořádku na pevném disku. Oproti tomu internetová galerie tohle všechno nabízí zadarmo, navíc bezstrachu o ztrátu dat při selhání pevného disku a podobně. Internetová galerie není jen nějaké abstraktní médium, ale jedná se o databázi fungující také na hardwaru podobnému tomu co má člověk doma. Rozdíl je však v tom, že taková internetová databáze není uchovávána jen na jednom serveru, ale je zrcadlena na nespočet dalších úložných stanic. Většina velkých firem, které vlastní tyto internetové servery mají svá data uložena na takzvaných výpočetních farmách, které sestávají ze serverového základu většinou o více než tisíce jednotkách a úložného prostoru minimálně v řádech tisíců terabajtů. Většina takových

společností má potom podle státem daných regulí povinnost svá data zálohovat až pět let nazpět, což jednoduše znamená, že pokud jednoho dne večer vypadne nebo se smaže nějaká část dat v internetovém prostoru avšak uloženém v takovémto typu celosvětové galerie, tak existuje skoro stoprocentní pravděpodobnost, se až se ráno člověk vzbudí, bude všechno tak, jak to bylo před vzniklým problémem.

Velice podstatnou částí prezentace fotografií na Flickru je i komunikace uživatelů jenž z něj dělají v podstatě sociální síť se vším všudy. Této problematice se však budu věnovat více později v rozebírání tematiky užití fotografií na facebooku, který je v tomto směru mnohem dále.

Příklady uskladněných fotografií na Flickru při zadání hesla: family life





Family Life (Życie rodzinne), Krzysztof Zanussi 1971

by Cold Spell Ahead (hide)

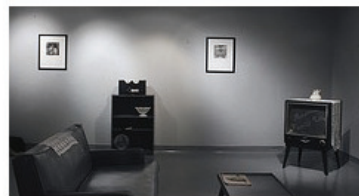
© All rights reserved

149 views

5 faves

Tagged with 1971, familylife, krzysztofzanussi, easteuropeancinema

Taken on May 17, 2007



American Family Life

by laura hummel (hide)

© All rights reserved

100 views

2 comments

4 faves

Tagged with blackandwhite, sculpture, television, vintage

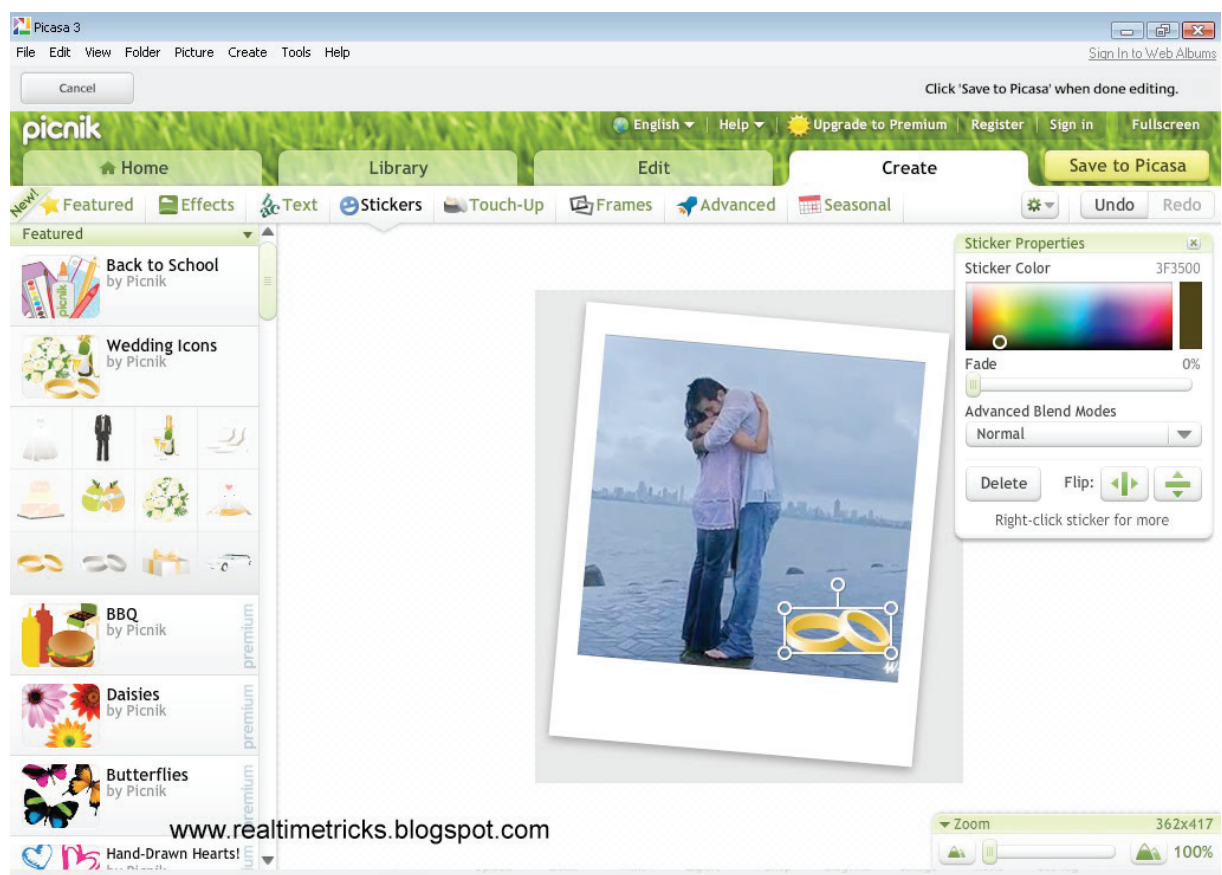
...

Taken on Dec 1, 2008

2.3.2. Picasa Web Gallery

Flickr je určen především k uskladnění a následnému sdílení fotografií. Kdežto Picasa Web Gallery přichází s čistě internetovou formou grafického editoru pro přímou úpravu snímků po jejich nahrání do galerie a před jejich nasdílením ostatním lidem. Princip prezentace fotografií je u obou serverů stejný.

příklad webového editoru Picnik z Picasa Web Gallery



2.4. Česká internetová fotografická alba

2.4.1. Rajče(idnes)

V poslední části této kapitoly bych rád představil ryze české projekt fotografického alba. Pod hlavičkou serveru idnes se nachází internetová galerie <http://www.rajce.idnes.cz/> zajímavostí této galerie je její částečné propojení s internetovou verzí Mladé Fronty Dnes, jenž funguje na principu každodenního vybírání galerií a umisťování jich na stránku novin. Někdy jsou to galerie týkající se aktuálních témat, ale povětšinou jde jen o jakýsi náhodný výběr, který závisí na jednom člověku v redakci (vybírá z galerií jejichž návštěvnost překročila 8000 přístupů). Fotografie jsou potom prezentovány v rámci malého článku, kde je popsáno o co se jedná a kdo fotografie zhotovil.

17

ukázka prostředí webu rajce.idnes.cz a způsob vzběru a prezentace fotografie dne

Navrhni fotku dne

Fotka dne je zajímavá fotografie našich uživatelů, která si zaslouží, aby byla umístěna na hlavní stránce portálu **iDNES.cz** (úplně dole vpravo), stačí poslat na email info@rajce.net její odkaz a důvod, proč je fotkou dne!

1. fotka dne je obrovská příležitost a reklama pro všechny kteří rádi ukazují své fotky ostatním
2. nejlepší fotky zaznamenají i 7000 návštěv alba, ve kterém je fotka umístěn
3. např. tato fotka zaznamenala přístup více jak 8500 zobrazení
4. fotku dne najdete v dolní části portálu **iDNES.cz** která patří k velmi navštěvované části stránek

Kdo vybírá fotku dne?

Na Rajčeti můžeme najít hodně zajímavých fotografií. Naši zelináři vybírají podle svého nejlepšího úsudku ty nejzajímavější fotky, které se na Rajčeti objeví. Nyní můžete i vy ovlivnit, jaká fotka dne se zítřka objeví na hlavní stránce portálu **iDNES.cz**.

Jak navrhnout fotografii na fotku dne?

Pokud víte o nějaké fotografii, která by podle vašeho názoru měla být vyhlášena fotkou dne serveru **Rajče.net** napište nám o ni na adresu info@rajce.net a také důvod, proč by měla být fotkou dne!

Pravidla jsou jednoduchá:

iDNES.cz **DNES**

[iDNES.cz pro váš web](#) [TXT/PA](#) [Zprávy do mailu](#) [Zprávy na mobil](#) [RSS](#)

© Copyright 1999 – 2008 MAFRA a.s. a dodavatelé Profimedia, Reuters, ČTK, AP. Jakékoliv užití obsahu včetně převzetí, šíření či dalšího zpřístupňování článků a fotografií je bez souhlasu MAFRA a.s. zakázáno.

3. Fotografické galerie

V první části textu o galeriích byla zmíněna takzvaná témata a kategorie. Specifickou odnoží fotografického alba jsou fotografické galerie kde tématem prezentace je samotná fotografie v rámci estetických a technických kvalit a již ne na základě předávané informace či vzpomínky. Jsou pomyslnou polovinou cesty mezi čistou prezentací autora fotografií na internetu a všeobecným internetovým albem. Fotografická galerie sdružuje příznivce fotografie ze všech částí světa, kteří se vydávají do internetového prostoru své fotografie konzultovat a prezentovat ostatním příznivcům téhož média. Již nejde o pouhé ukládání a sdílení obrazů. Ale jde o sofistikovanou prezentaci, která má mnohdy blízko k samotnému webu fotografa avšak stále je tu důležitá komunikační část na bázi velkého celku uživatelů.

Objevuje se zde také často diskutované téma identity. Mnoho uživatelů se na internetu prezentuje pod pseudonymem a komunikace v takovém prostředí potom bývá velice otevřená a místy nevhodná. Člověk je v internetovém prostoru před realitou schován za svým pseudonymem jako za stěnou. Dle jeho komunikace se potom vytváří jeho identita zcela znovu, bez jakékoliv spojitosti s jeho předchozím životem. Lidé si na internetu dovolí více, neboť jde o nekontaktní způsob komunikace. Tento fakt potom vyvolává pocit nezranitelnosti a komunikace je tedy mnohdy bez jakýchkoliv zábran. Pokud se něco pokazí, či se člověk špatně prezentuje, jednoduše si změni pseudonym na nový. Tato praktika je na internetu velmi rozšířená a proto v současném nastavení není internet v určitých oblastech, jako jsou například obyčejné fotografické galerie, důvěryhodný.

3.1. Lightstalkers gallery

Jako příklad takového druhu galerie jsem zvolil server Lightstalkers.org. Záměrně zde neprezentuji klasickou fotografickou galerii typu Photo.net, kde jde opravdu jen a pouze o prezentaci fotografií a jejich vzájemné komentování (každý si domyslí, jak takový systém funguje a že o celém vyznění serveru vypovídá hlavně složení jeho komunity), ale vybral jsem galerii fungující na pokročilejším systému komunikace, kdy se ukazuje prezentační hodnota portfolií a komunikace mezi fotografy je spíše v rámci diskuzí na jednotlivá témata, aktuálních situací a jejich řešení.

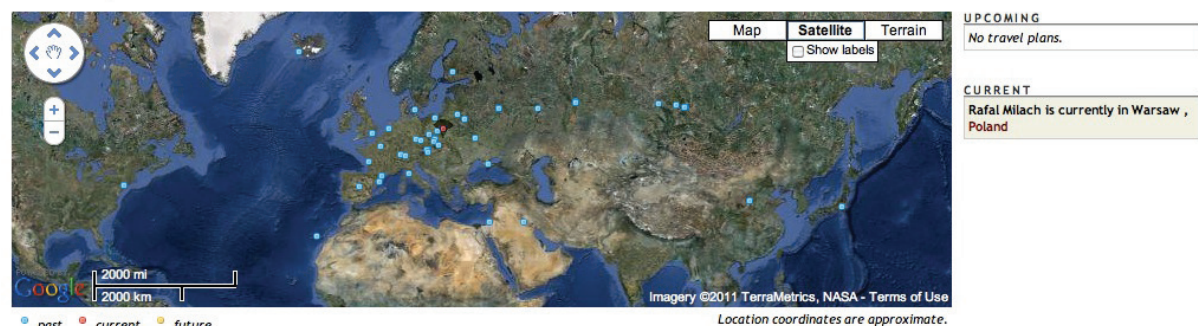
Lightstalkers je server, který se zabývá primárně dokumentární a reportážní fotografií. Jednotlivá portfolia fotografů jsou jakési avatary, které se pohybují v systému a jejich pohyb je zaznamenáván a popisován ostatním. Uměle tak může docházet k setkáním v tématech či v reálném světě. Základem je registrace, která probíhá formou pozvánky některého ze členů serveru. Navzdory tomuto systému má tento fotoserver velmi mnoho uživatelů, tudíž síto nefunguje destruktivně, ale spíše konstruktivně. nejde o žádné vytváření elity, ale spíše o vymezení hranic v rámci prospěšnosti komunikace v celém projektu. Narozdíl od obyčejných fotografc-

kých alb, zde člověk musí při registraci vyplnit širší záběr informací o sobě samém, neboť jeho profil poté slouží jako takové miniportfolio. První se vyplňují osobní informace. Pak následují kontaktní informace a na závěr lokace, kde se právě nacházíte. Jak bylo zmíněno, server je fotožurnalistického založení a informace o lokaci hraje důležitou roli. Jednotliví fotografové potom vidí, kde se nacházejí jejich spolupracovníci a lokace umožňují vznik situací, kdy se mohou fotografové setkat, pomoci si s technikou či jakkoliv jinak. V portfolioch fotografů se potom dá dohledat jak dlouho na pozicích zůstanou a také kam směřuje jejich další plánovaná cesta.

ukázka „mapy“ ze serveru *lightstalkers.org* pro uživatele Rafala Milacha

Rafal Milach's Travel History

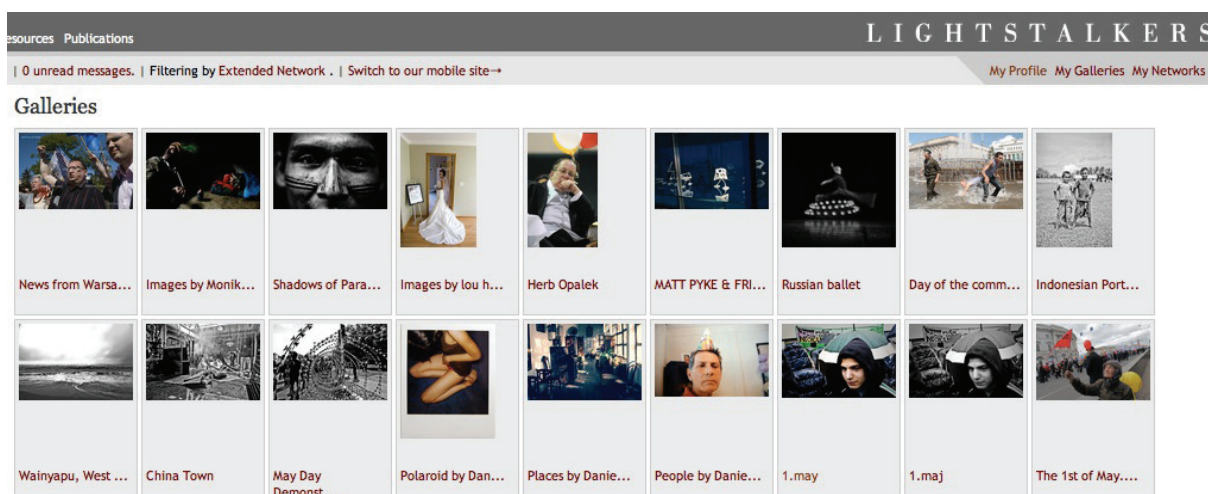
They can be contacted in Polish, English, Russian, or French. You can consult [Rafal's profile](#) for more background information or to obtain contact information (such as phone numbers or email addresses).



Date	Location
09/30/07	Warsaw , Poland
12/20/10	Warsaw , Poland
10/02/10	Warsaw , Poland
09/22/10	Reykjavik , Iceland
09/19/10	Warsaw , Poland
09/17/10	Minsk , Belarus
06/15/10	Warsaw , Poland
06/08/10	Madrid , Spain
06/06/10	Warsaw , Poland
05/05/10	Moscow , Poland
02/20/10	Warsaw , Poland
02/01/10	Ekaterinburg , Russia
01/27/10	Krasnoyarsk , Russia

Poté co se fotograf zaregistruje a vyplní profil následuje obvykle plnění portfolia fotografiemi. Nejdříve se uploadují fotografie na server a poté se třídí do sérií. Server Lightstalkers zprostředkovává potom prezentaci jednotlivých sérií formou představení po sobě jdoucích snímků na černém pozadí. Jde sice o velice jednoduchou metodu, ale co do prezentace fotografií jednu z nejlepších. K prezentaci je také možno nahrát zvukovou stopu jako podkres či komentář. Fotograf potom může ponechat takto vytvořenou sérii jen na jeho profilu, čili k zhlédnutí série je potřeba vyhledat fotografa a teprv potom v jeho tvorbě najít danou prezentaci, nebo může sérii vložit do veřejné galerie. Série je potom reprezentována malou ikonkou a po rozkliknutí je možno pustit prezentaci. Je zde také uvedeno jakých témat se série týká a tyto informace zde plní stejnou funkci jako metadata v obyčejných galeriích. Dá se tedy zkrz ně dostat na prezentace podobného tématu.

galerie serveru lightstalkers.org



Důležitým prvkem serveru je také diskusní forum, které není jako u většiny jiných serveru minoritní částí, ale je jedním z hlavních pilířů komunikace. Jde o první věc, kterou uvidíte na hlavní stránce. Jako každé klasické forum je rozdělené na aktuální témata, která se povětšinou týkají pohybu žurnalistů či dotazy co se týče technického vybavení do té či oné země. Často se zde také objevuje jako první informace o tom, že je někdo z fotografů pohřešován a jsou zde podnikány první kroky, k alarmování vnějšího světa a ostatních žurnalistů. Sběr těchto informací je ve spojení s mapou, kde se dotyčný poslední dobou nacházel, velmi silným prostředkem k řešení problému.

Dalším prvkem hlavní stránky je tzv. aktualizace pohybu, je přímo napojena na mapy pohybu jednotlivých fotografů a jednoduchým textem upozorňuje na to, kdo a kam se chystá nebo, kde se nachází. Aktualizace nastane v okamžiku, kdy sám fotograf na svém profilu změní místo, kde se nachází.

hlavní stránka serveru *lightstalkers.org*

Alerts submit

- Tim kileld, Chris is struggling
- chris hondros and Tim Hetherington killed in Lybia
- Nikon from a Canon perspective
- another victim of stockphotography
- Photographs: Reminders of Our Mortality
- New Images posted
- Marco Pighin website
- Famous last words

On the Move

- davidsutherland is in London , United Kingdom
- Andrew Brinkhorst is in Atlanta GA , United States
- Frederic Harster is in Odessa , Ukraine
- Jonathan Kingston is in Bend, OR , United States
- Rory Gatfield is in Karratha , Australia
- Nektarios Markogi... is in Pristina , Kosovo
- Putu Sayoga is in Yogyakarta , Indonesia
- Tatiana Cardeal is in Salta , Argentina

Upco

News & Announcements

Please take a moment to read our [Call for Support](#). If you'd like updates on November Eleven projects, you can [subscribe to our mailing list](#) or sub super-detailed updates, you can follow us via [Twitter](#).

Discussion

Posts	popular: Assign
Petition In Support Of Ai Weiwei's Release by teru kuwayama	Last reply
Boston Globe Media Lab Programmer Summer Intern by teru kuwayama	about 1 hour
Free Anton Hammler. by James Oatway	5 days ago
	5 days ago

3.2. České internetové galerie

Jen zkráceně zde uvedu informaci o český serverech čistě fotografického zaměření. Jedná se především o servery fotoaparát.cz a photoextract.com. Princip stojí na zdarma založených profilech fotografů a zpravidla jednou galerií fotografií, kterou se prezentují. Fotografie se vkládají do jakési denní galerie, kterou vidí všichni uživatelé a mohou si zde fotografie mezi sebou hodnotit jak bodově, tak slovně (bodové hodnocení lze z pozice odesílatele snímku zakázat, neboť většina uživatelů jenom kliká na čísla, ale pro mnohé mají cenu spíše komentáře). Složení uživatelů těchto fotoserverů většinou sestává z majitelů digitálních fotoaparátů, kteří prezentují fotografie zčásti za účelem skladování fotografií na internetu a za účelem podělení se o své zážitky s podobnou komunitou (povětšinou jde o jednoduché nadšení z vlastností fotoaparátu a vůbec možnost instantně zachytit nějaký zážitek alias. momentku), další sorta lidí už jsou spíše klasičtí fotografové amatéři s ambicemi pohybovat se dále ve fotografickém žebříčku. Pro ně je systém nastaven vlastně ideálně, neboť podle toho kolik dostanou bodů, nebo kolik mají kladných komentářů, si budují sebevědomí a nějakým směrem i svoji tvorbu. Nutno podotknout, že takovýto přístup a systém vypustí na svět jen velice málo “kvalitních” fotografů. Pokud je člověk inteligentní, brzy pochopí o co na serverech tohoto typu jde, a totiž o tzv. „kamarádčkování“ a po určitém čase o absolutním zastavení tvorby v rámci udržení nejvyšších známek. Poslední sortou lidí, která se na fotoserveru nachází jsou většinou profesionálové, kteří využívají sice velice omezené možnosti prezentace, ale za to zadarmo. Server bývá napojen na jednu z vyhledávacích databází typu google a tudíž prostá prezenace jména a například osobní webové stránky fotografa velmi usnadní jeho nalezení v rámci internetu.

ukázka hlavní stránky ze serveru fotoaparát.cz

The screenshot shows the homepage of FotoAparát.cz. At the top, there's a header with the site logo, a date/time stamp (8.5.2011 14:50), and a login/register section. Below the header, there's a main navigation bar with links like 'Hlavní strana', 'Všechny fotografie', 'Uživatelé', 'Kategorie', 'Fotoaparáty', and 'Soutěže'. The main content area is titled 'Všechny fotografie' and displays a grid of photo thumbnails with captions. On the right, there's a large yellow sidebar advertisement for the Olympus E-PL1 camera, highlighting its quality and price (9 990 Kč).

3.2.1. Fstop

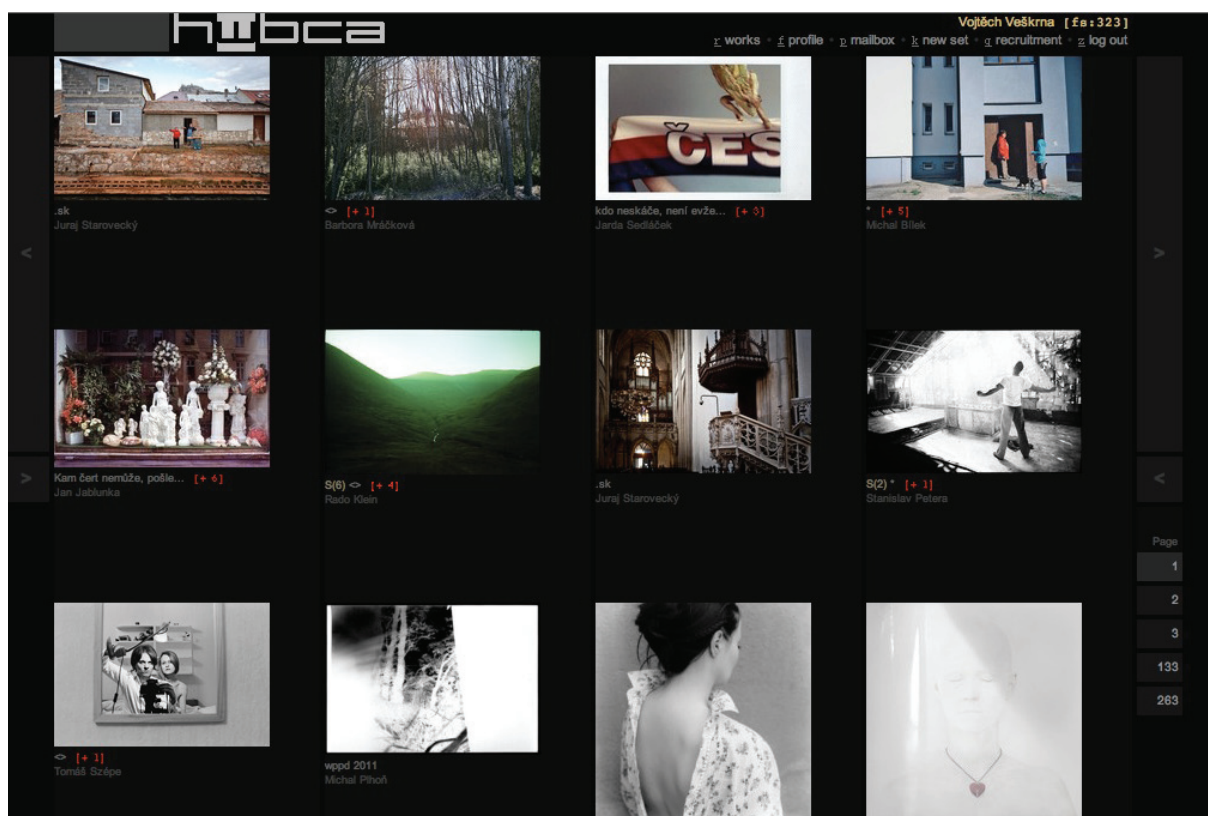
Co se týče serverů užšího zaměření, bylo by nesprávné nezmínit www.fstop.cz. Z definice se jedná o “hřiště úzké skupiny autorů věnující se tvorbě v oblasti současné fotografie”. Autorům není dáno žádné vymezení ani konkrétní žánr. Systém je založen na osobitém přístupu jednotlivých autorů. Pozornost se upírá především na práce zachycené na klasickou filmovou emulzi a víru v její nenahraditelnost. Poslední dobou se začíná objevovat také více digitálního materiálu, který chtě nechtě naznačuje vývoj fotografického média. Zajímavostí fstopu je jeho názorová různorodost, která jde ruku v ruce s kultivovaností projevu. Na obvyklých fotoserverech je běžné pozorovat různé podoby handrkování a bezúčelného tlachání či komentování komentářů. Tento trend se však na fstop naštěstí nepromítl a tudíž lze pozorovat rozsáhlé diskuze s velice širokým názorovým záběrem. Každý svobodně vyjádří svůj názor bez strachu z nějakého tlaku ze strany komunity autor dostává velice čirý reakční vzorek k vlastnímu posouzení a k následným reakcím.

Přijímání do komunity probíhá na základě podání přihlášky, ve které se žadatel představí a prezentuje výběr ze svých prací. Uživatelé fstopu poté hlasují možnostmi ANO-NE-ZDRŽUJI SE HLASOVÁNÍ. Podmínkou pro přijetí uchazeče je nadpolovičná většina hlasujících ze všech autorů fotoserveru a více jak 60. procentní kladné hodnocení. Poslední dobou se objevila možnost pozvat někoho takzvaně “na zkoušku”. Pozvaný má možnost vkládat fotografie, komentovat a po měsíčním testovacím období se stát členem.

Narozdíl od fotoaparátu.cz a podobných jiných českých fotografických serverů, které jsou napojeny na obchodní řetězce s digitálními fotoaparáty a fototechnikou a slouží víceméně jako spotřebitelské líhně pro nákupy zboží, je fstop nezávislý na vnějším komerčním světě. Provoz serveru se platí z členských ročních příspěvků, za které získávají uživatelé výhody v rámci uspořádávání portfolia a prezentace fotografií.

Poslední velice zajímavá věc na tomto fotoserveru je práce s identitou uživatele. V mnohých jiných internetových subjektech je korektnost komunikace nabourána užíváním pseudonymů a přezdivek, za které se povětšinou uživatelé schovávají. Nehledě na to, že samotný internetový prostor dává člověku odstup a pocit nezranitelnosti. Fstop pracuje s autory jako tvůrčími a nenahraditelnými osobnostmi, kde každý má právo na svůj názor, ale také za něj nese zodpovědnost. Po přijetí na server je nutno odeslat kopii dokumentu (zpravidla občanský nebo řidičský průkaz) potvrzující identitu uživatele. Je také pravidlem, že se uživatel musí prezentovat jen pod svým jménem bez výjimky. Tyto skutečnosti pak vedou k větší důveryhodnosti v rámci fotoserveru a ke smysluplnosti celého projektu.

hlavní stránka serveru fstop.cz

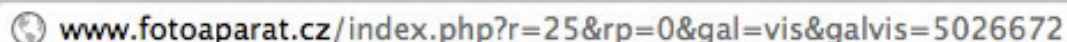


4. Prezentace autora na internetu

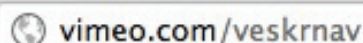
Jak na lightstalkers tak na fstopu se objevuje forma přechodu z fotografického serveru přímo do samotného fotografova portfolio. V práci byla zmíněna sorta profesionálů, kteří používají amatérské fotoservy k sebeprezentaci zdarma a u těchto dvou serverů je snaha o vytvoření autorského portfolio jednou z funkcí samotných galerií. Není to ještě ta prezentační rovina, ve které je autor sám za sebe se svou stránkou a informacemi, ale je to mezikrok, který je účinnější co se týče uvědomnění veřejnosti o autorovi.

Autor má k dispozici stránku, na které vyplní všechny údaje, které jsou potřebné ke komunikaci s klientem. Má zde prostor pro kontaktní informace, popis zameření a schopností a nakonec prezentaci fotografií. Což jsou pilíře pro získávání pracovních příležitostí. Existují zde dva nebo tři slabé články. Prvním z nich je prezentace fotografií, která je většinou velmi omezena, ať už jednoduchou prezentací (promítání snímků po sobě), či jednoduchým rozložením do galerií, které však nejsou z pohledu klienta jednoduše ovladatelné a přehledné. Druhým je neexistence unikátní a jednoduše dohledatelné adresy, kterou by se autor mohl prezentovat. Vzhledem k umístění portfolio v rámci fotoserveru se vždy v adrese projeví nejdříve identifikace serveru a teprve poté identifikace samotného portfolio či uživatele, která je prezentována většinou nějakým krkolomným číslem nebo podobnou těžko zapamatovatelnou formulí. Moderní servery, které staví svou existenci na propojení uživatelských portfolio již mají tento problém z části ošetřen alespoň smysluplnou identifikací uživatele, kterou si může ve většině případů zvolit sám.

ukázka složité identifikace uživatele

A screenshot of a web browser address bar showing a complex URL: www.fotoaparát.cz/index.php?r=25&rp=0&gal=vis&galvis=5026672. The URL is preceded by a small globe icon.

ukázka přehledné identifikace uživatele

A screenshot of a web browser address bar showing a simple URL: vimeo.com/veskrnav. The URL is preceded by a small globe icon.

Prvním příkladem by se uživatel pravděpodobně prezentovat nechtěl.

Posledním slabým článkem je zajištění dostupnosti portfolia za každé situace. Nedostupnost internetového portfolia je v momentálním hektickém komunikačním systému jistá forma autorovy smrti. Zde platí, že pokud má autor portfolio na ověřeném hostingu, nebo přímo na svém serveru u sebe doma, tak možnost reakce na nedostupnost je jednoduchá. Stačí se ozvat na zmíněný hosting, který zná nebo se podívat co se doma stalo se serverem. Jakmile se však jedná o pseudoporfolio postavené na veřejném fotografickém serveru, tak člověk o všechny tyto jistoty přichází. Pokud se stane takové portfolio nedostupným, tak uživateli nezbyvá než čekat. Stěžovat si nemá smysl, neboť služba je zadarmo. Pokud vypadne služba osobního hostingu, tak je aspoň možnost si zjistit, jak dlouho bude výpadek trvat a podle toho se zařídit. Poslední a nejhorší možný výpadek je formou zrušení hostingu. Tento fenomén má návaznost na dočasnou existenci většiny komunitních serverů na internetu. Jde o to, že uživatelská základna se může pod vlivem různých faktorů (např. vznik jiného lepšího serveru, či výpadky v hostingu) začít přesouvat jinam a rušit své účty. Takovýto přesun uživatelů, který je nějakého mohutnějšího charakteru, vyústí až k samotnému zániku fotoserveru, neboť ten je postaven na uživatelské základně, která kliká na reklamy a komunikuje mezi sebou, tudíž zprostředkovává poskytovateli nějaký zisk. Pokud uživatel používá server jen jako portfolio a nekontroluje ho moc často, tak se může stát, že se propaguje stále stejnou adresou, která už nemusí nějakou dobu fungovat. Což logicky vede ke ztrátám pracovních příležitostí a destrukci celého svého sebepropagačního systému.

4.1. Portfolio

V tomto kroku přecházím ke klasickým portfoliím a prezentacím autora na internetu, proto je nutno si definovat co to vlastně takové portfolio je, abych z těchto informací mohl dále vycházet při konstrukci portfolia vlastního. Samotné slovo “portfolio” se objevuje v mnoha významech. Většinou je to v ekonomickém segmentu, jako soubor akcií a cenných papírů investora, nebo také jako soubor produktů výrobce což už je trochu blíže k souboru prací člověka jako tvůrce. V případě portfolia zmíněného zde, se tedy jedná o ucelenou sestavu prací, které jsou použity pro vlastní prezentaci. Dnešní možnosti nabízejí dvě formy, kterými by se měl tvůrce prezentovat. Jedná se o formu tištěnou a elektronickou. Otázka, která z těchto možností je výhodnější či lepší je irrelevantní, neboť oba způsoby prezentace mají svoje opodstatnění a uplatnění. Tištěná verze portfolia působí reprezentativněji na osobní schůzce s klientem, kdy materiální podstata prací přináší dojem, že tvůrce již vytvořil „konkrétní“ dílo. Kdežto internetová forma prezentace je něco jako první dotek pozorovatele s fotografem, zjišťuje si obecné informace a posléze hlubší podstatu prací (pokud je popis k dispozici) konče kontaktní informací. Internetová forma je všeobecně brána za nedostatečnou prezentaci díla tvůrce (pokud se

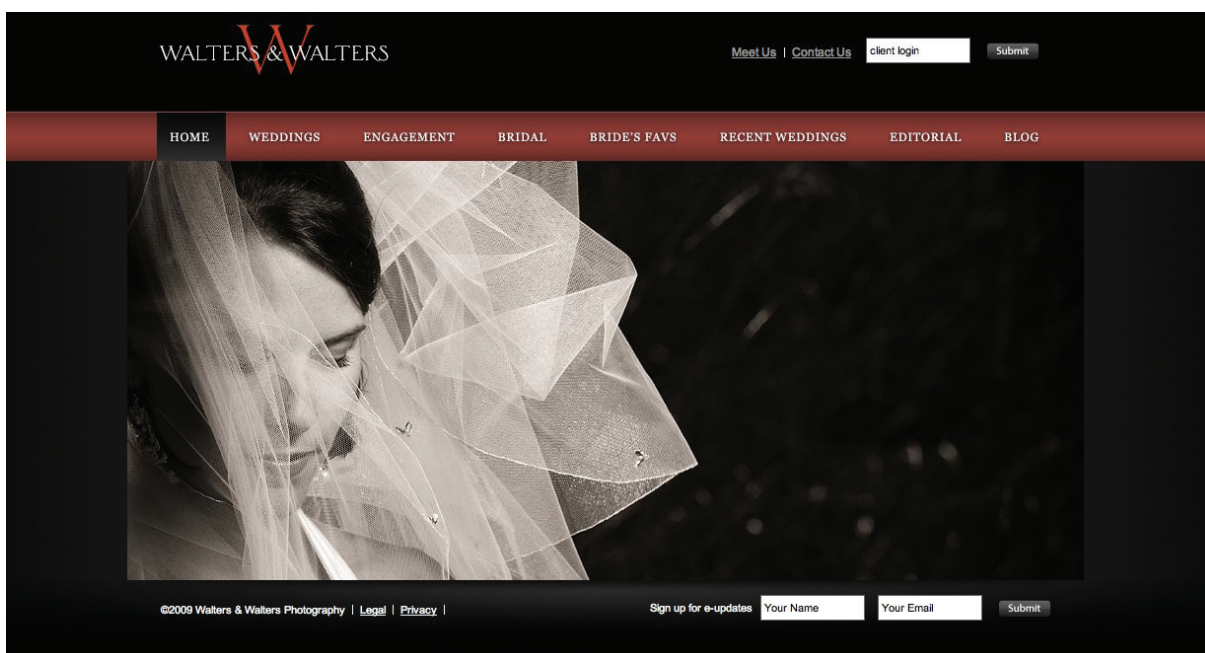
prezentuje jen tímto způsobem). Naopak pokud je provedena s citem a kvalitně, může podpořit všechny ostatní druhy prezentace autora a sloužit jako výchozí bod k pochopení jeho tvorby. Z tohoto důvodu by měly existovat vedle sebe obě formy prezentace neboli tištěná za podpory webové.

V následujících příkladech pracuji s myšlenkou, která definuje fotografovo portfolio jako záměr komerčního charakteru, a tedy má pozorovatele zaujmout a motivovat ke kontaktování fotografa. Považuji za nutné tuto informaci zde uvést z důvodu existence nespočtu jiných možností jak naložit s prezentací autora avšak většinou jsou jen podskupinou mnou zmíněného účelu. Možnost komerčního portfolio jsem vybral jako příklad extrému v dané oblasti, který je aktuální a nejvíce užívaný.

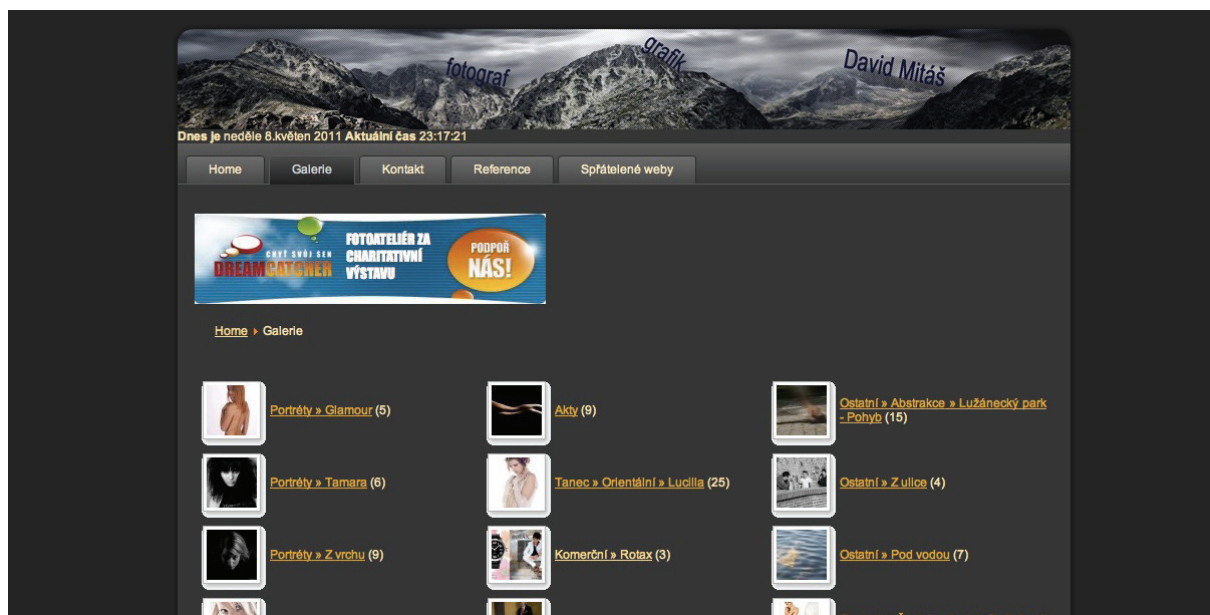
4.1.1 Prvky portfolio

Identifikace zaměření - při prvním setkání s webovou prezentací bychom měli být schopni rozlišit, čeho se daný web týká. Weby prezentující klasický průřez autorovou tvorbou bývají založeny na jeho jméně jako na hlavním prezentovaném artiklu a výčtem prací což patří k nejčistší prezentaci.

ukázka jednoduchého a rozeznatelného webu



ukázka nerozeznatelného a nepřehledného webu



27

Jednoduchost a přehlednost - Mnoho současných portfolioů je postaveno na nespočtu efektů, zvláště pak jsou v oblibě flashové prezentace, které tříští strukturu a prezentaci ubližují. Zapomíná se tak na pravou podstatu prezentovaného materiálu, který by měl být přehledný, jednoduše zobrazitelný a měly by také být k dispozici utříděné a krátké informace o projektech autora. Dalším úskalím tohoto druhu prezentace je využití technologií, jako je právě flash či podobné nadstandartní prvky, které vede k znepřístupnění stránek mnoha uživatelům jejichž přístroje, na kterých si stránky prohlíží, nedisponují přehrávačem použitých technologií, nebo neví jak a co použít, aby se jim stránka zobrazila správně. Často také dochází k vizuální destrukci stránky na různých zařízeních, neboť bývá obvykle složité udělat takový typ prezentace kompatibilní se všemi prohlížeči.

ukázka srozumitelné a moderní prezentace (/www.plushnoise.com)

News Work / About / Contact



FRAME 2010. Exhibition
Opening at 19:00
06/01/2010, Leica Gallery
Prague.



Black Noise

The 2nd Price Winner in
International Photo
Contest Frame 2010.

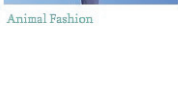
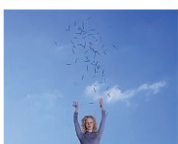


Animal Fashion

Look Book for WupWup
Company.



White Noise



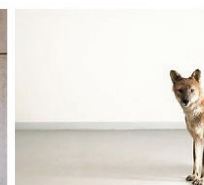
Untitled



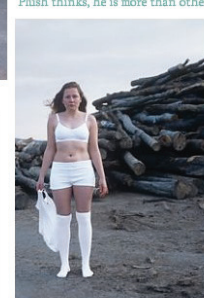
Homesick



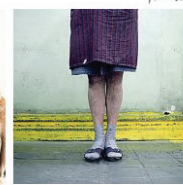
The Book



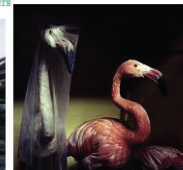
Plush thinks, he is more than others



White Noise



Novesta Factory



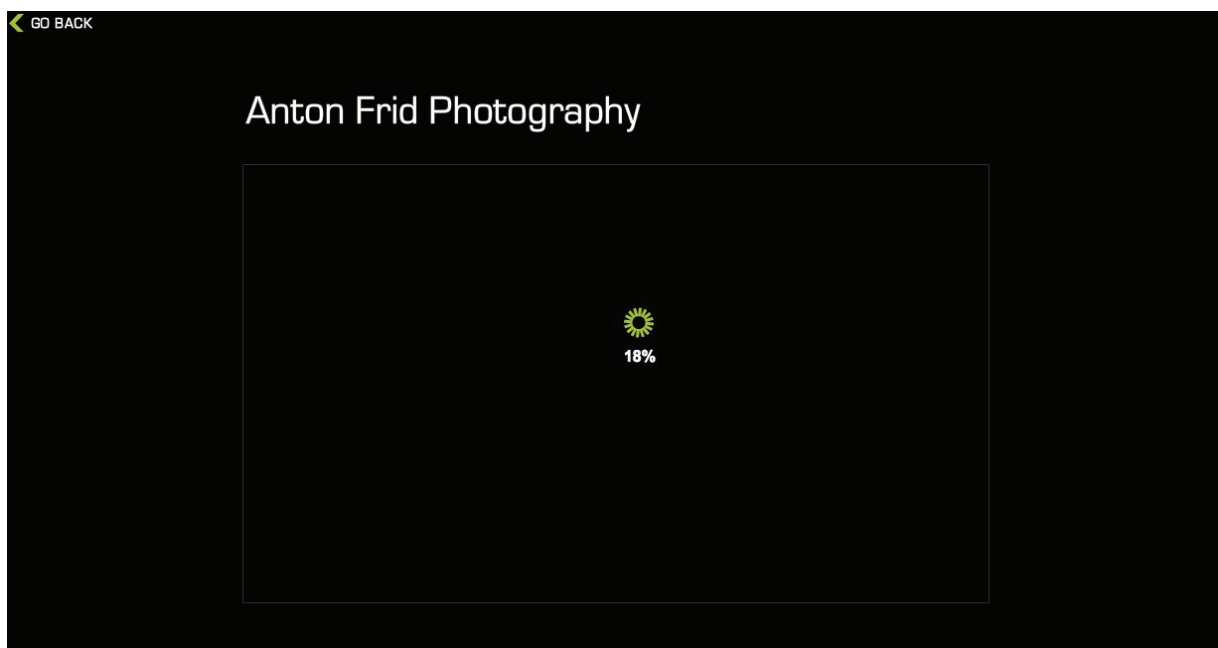
The Second Life

ukázka moderní prezentace založené na flashi



28

v lepším případě se nám naskytne tento pohled



a v horším tento

Please [upgrade your Flash Player](#).

Already have Flash Player? [Click here if you have Flash Player 6 installed](#).

Struktura - Webová prezentace by také měla být postavena na smysluplné a jednoduše pochopitelné struktuře dat. Uživatel, který se stránkami bude pohybovat, by se neměl ztrácet v informacích a měl by být jednoznačně veden ke hledané informaci. Mnohokrát se stává, že se uživatel ztratí v záplavách informací či obrazového materiálu a bez příslušných pomocných navigačních prvků (většinou se jedná o navigační tlačítka typu “domů” “zpět” a “dále”) může znechucen stránku opustit aniž by se vůbec dobral k nějakému výsledku. Práce by měly být roztrženy v logických segmentech, které by se dále větvily na podsložky v rámci toho o jaký druh práce by se jednalo. Čím méně počátečních segmentů, tím lépe. Uživatel by měl být po příchodu do portfolia vystaven co nejmenšímu počtu informací (výjimky potvrzují pravidlo a záměr), které by měly být jakýmsi absolutním zjednodušením a zezkratkováním prezentované galerie. Zkrz tyto segmenty by se pak měl uživatel dále dostat k podrobnějším informacím, kde už tolik nezáleží na absolutní uspořádanosti. Hlavní je výchozí bod, který je současně bodem návratu (domovská stránka) ve kterém se cítí uživatel zorientovaně a z toho plyne jeho zájem dále prozkoumávat portfolio.

Kontakt - Často se stává, že je portfolio vyrobeno s citem a v jeho prezentaci by se jen těžko hledaly chyby, ale autor upozadí řádnou prezentaci kontaktu na něj. V rámci honu za absolutním minimalismem informace o kontaktu vyjíždějí z nesmyslných pozic, nebo jsou moc malé. Kontakt by tedy měl být viditelný a měl by obsahovat minimálně jméno a mailovou adresu.

Životopis - Portfolio by mělo obsahovat alespoň zkrácenou verzi životopisu autora aby si pozorovatel mohl udělat nějaký obrázek o autorově předchozí činnosti.

Snadná editace - Jeden z prvků, který, ač se to nezdá, má vliv na samotnou existenci portfolia. Pokud si autor nechá vytvořit portfolio od profesionála musí si pohlídat, aby možnost následné editace autorem byla na uživatelsky příjemné úrovni. Stránka může být sebelepší a sebekrásnější, ale v současnosti ve stále se zrychlujícím toku informací a dat, je potřeba ji aktualizovat. Internetové portoflio, které se nemění v průběhu s časem působí mrtvě a pozorovatelům jednoznačně sděluje, že autor buď nemá zájem, nebo si neví rady s aktualizací což vrhá negativní stín na jeho osobnost. Ve vztahu autora k portfoliu musí být určitá pohodlnost v editaci. Vždyť právě internetové portfolio je jako zrozené k nenáročným obměnám narozdíl od portfolia tištěného. Když autor musí se změnou složitě bojovat nebo dokonce pověřit někoho jiného, tak logicky klesá zájem pouštět se do takových kroků. Stránka pak postupně odumře a nebude nejlepším přísunem klientů k autorovi.

Toto jsou jen v obecné příklady jak správně naložit s prezentací sebe sama na internetu. Je mnoho možností jak tento úkol uchopit a jak je již zvykem, porušování pravidel nemusí být vždy na škodu, ale může podpořit promítnutí autorovy osobnosti do jeho prezentace.

5. Indexhibit

V poslední době se stává trendem užívání přednastavených šablon pro přehledné prezentace na internetu. Člověk, který si nechce najímat drahého programátora, nebo má jiné problémy se samotným vytvořením portfolio jako je neurčitá představa, jak by mělo nakonec portfolio vypadat apod. se může obrátit na jednu z mnoha internetových služeb, které poskytují za poplatek nebo zadarmo své šablony určené k tvorbě prezentací. Z nejznámějších zde představuji Indexhibit (<http://www.indexhibit.org/>), který vznikl, jak už název napovídá, za účelem nějaké exhibice či představení prací. Za vznikem projektu stojí Daniel Eatock a Jeffery Vaska, kteří se roku 2006 rozhodli vytvořit uživatelsky příjemnou webovou aplikaci. Po rozsháhle komunikaci a úpravách se zrodila první verze aplikace indexhibit v lednu roku 2007. Aplikace byla postavena na “internet friendly” prostředí, což znamenalo, že byla uzpůsobena vyhledávacím systémům pro snadnou dostupnost a byla velmi jednoduše uzpůsobitelná k pohledu světu. Každá stránka zobrazuje podpis “built with Indexhibit” (vyrobena za pomoci Indexhibitu), který zároveň funguje jako link do komunity všech projektů na něm postavených. Podporuje tak možnost uživatelů propojit své stránky mezi sebou. Aplikace Indexhibit je neustále aktualizována jak jejími tvůrci, tak samotnými uživateli, neboť její kód, je k dispozici od samého počátku zdarma. Placené jsou až pokročilé funkce systému, či pomoc při odstranění chyb, které si uživatel způsobil. Tvůrci také na stránkách uvádějí možnost přispět jim určitou sumou na další vývoj projektu.

Užívání Indexhibitu je snadné. Stačí si z hlavní stránky projektu stáhnout balíček souborů, který později uživatel nahraje na svůj vlastní server. Autor si potom jednoduše zaplatí doménu, pod kterou chce daný web provozovat a nějaký hosting, kde bude data (fotografie, programovou strukturu šablony) skladovat. Na daný server data Indexhibitu nahraje a nastaví potřebné parametry. Vše další již probíhá ve webovém prostředí, kdy si uživatel definuje jak má jeho stránka vypadat a jak se mají chovat prezentace fotografií. Poté si vytvoří samotnou strukturu sestávající z kategorií, odkazů a informací o autorovi. (víceméně klasické stavební prvky portfolio ve zjednodušené formě) Těchto pár kroků vede k velmi jednoduché, ale za to efektivní prezentaci vlastních prací na internetu.

stránka Jakuba Jurdiče postavená na systému indexhibit (jakubjurdic.com)

[_lucie](#) [_hair](#) [_fashion](#) [_contact](#)
[_jarmil](#) [_nowhere land](#) [_portraits](#) [_about / _links](#)
[_day after](#) [_foils](#) [_main](#)

jakubjurdič



info cz | info en

Like 87

31

stránka designéra postavená na systému indexhibit (www.designandother.com.au)

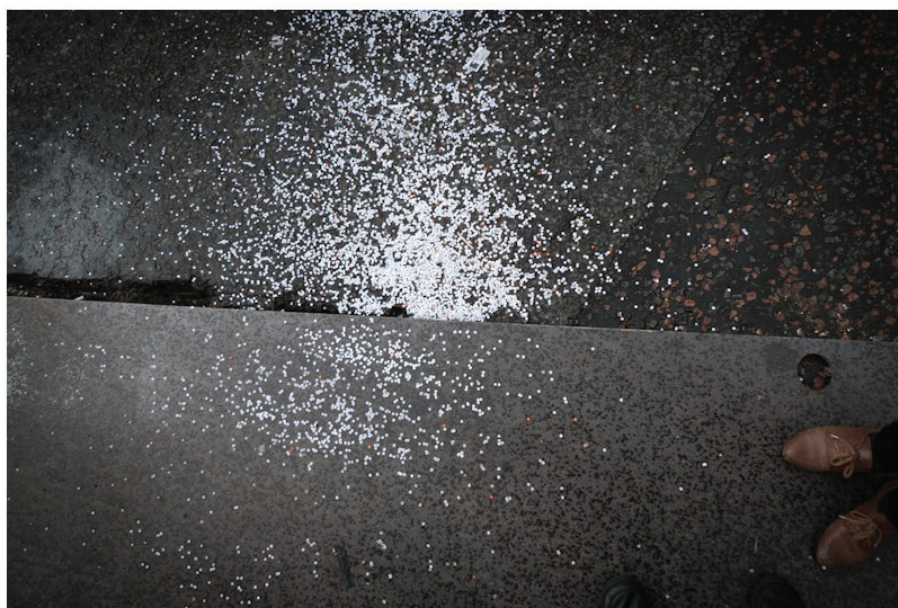
Design & Other

Projects

Lockengelöt Sampler
 MUFF XI
 Benny Walker - Summer Sun
 Robin Street Market
 Tippling Club
 24 Moons
 24 Moons - Posters
 A.U.D.I.O - Incompletely
 Is Text Cheating?
 Melbourne Museum of Printing
 MUFF X

Information

About / Contact
 Mailing List



Copyright Design & Other 2011+
 Built with Indexhibit

podoba sjednocujícího odkazu

Built with Indexhibit

Prezentace Idexhibitu je minimalistického charakteru a naznačuje, jaký trend převládá v klasických uměleckých portfoliích poslední doby.

6. Internetové blogy

Internetové blogy existují již nějakou tu dobu jako první alternativa, oproti klasické webové stránce, jak se podělit se světem o informace či o nějaké své zážitky. Původní záměr blogování bylo vytváření internetových deníků jednotlivých uživatelů, kteří do nich umísťovali svoje názory, poznámky a fotografie, aby se o ně podělili se světem (slovo “blog” vzniklo z anglického “web log”, což v češtině zhruba znamená webový zápisník). Výhoda oproti klasické webové stránce, kterou si musíte vytvořit, je nepotřebnost jakékoliv gramotnosti v programovacím jazyce, či jakákoliv znalost internetového prostředí a funkcí systému. Jediné co bylo potřeba, je adresa blogu, vybrání šablony (jde o přednastavený design, který se stará o logické rozmístění prvků blogu), přihlašovací údaje a pár naučených gest jak založit nový příspěvek a publikovat ho.

S nástupem sociálních sítí jako je Twitter a Facebook začínají blogy ztrácet svoje majoritní postavení v internetové prezentaci sebe sama a stahují se do ústraní, aby se skoro za okamžik vrátily v plné síle. Mnoho uživatelů internetu stále hledá nové a jednoduché možnosti prezentace svých prací a mezi ně samozřejmě patří fotografové. Najednou se vrací princip blogů jako jednoduché a velmi rychlé možnosti sebeprezentace v internetovém prostoru. Uživatelé tak povětšinou mění obsah z textového na mediální. Z blogů se stávají weby plné hudby, videí a fotografií, které podporují psaný text na nich obsažen.

Společnosti vlastníci blogy si trendu “přerodu” na internetové prezentace všimly velice brzy a na tomto poli začalo vznikat mnoho pokročilých možností jak efektně představit tvorbu uživatele blogu. Vzniká množství nových šablon, které upořádají užívání textu jako hlavní hnací jednotky blogu a dávají přednost fotografiím, či jinému multimediálnímu obsahu. K dispozici jsou různé typy prolínání, efektního skládání náhledů a v neposlední řadě jednoduchých seznamů velice podobných těm v indexhibitu. Stejně jako Indexhibitová prezentace, tak i blogová, se stává trendem současnosti a oblíbeným řešením nové generace tvůrců.

6.1. Tumblr

Příkladem za všechny budiž server Tumblr.com, který se velice rychle rozšířil mezi současné uživatele internetu. Základem prezentace na tomto serveru je jednoduchá registrace, která nezabere mnoho času. Poté si uživatel vybere jednu z přednastavených prezentačních šablon a začne nahrávat svoje práce. Předvytvořené šablony již obsahují všechny důležité prvky co se týče struktury a uspořádání jednotlivých částí. Jsou také velmi přizpůsobivé uživateli co se ovládání týče. Ke každé šabloně je k dispozici ovládací panel, kde si uživatel vybere jaký typ média chce prezentovat. Na výběr jsou kategorie “Text, Fotografie, Video, Audio” stačí jen kliknout a uživatel může začít nahrávat svoje práce zkrz webového průzkumníka. K dispozici je editor se základními funkcemi co se týče formátování textu, vkládání linků a např. volba velikosti obrázků. V duchu historie blogování se každý takový soubor fotografií, textu či jiné-

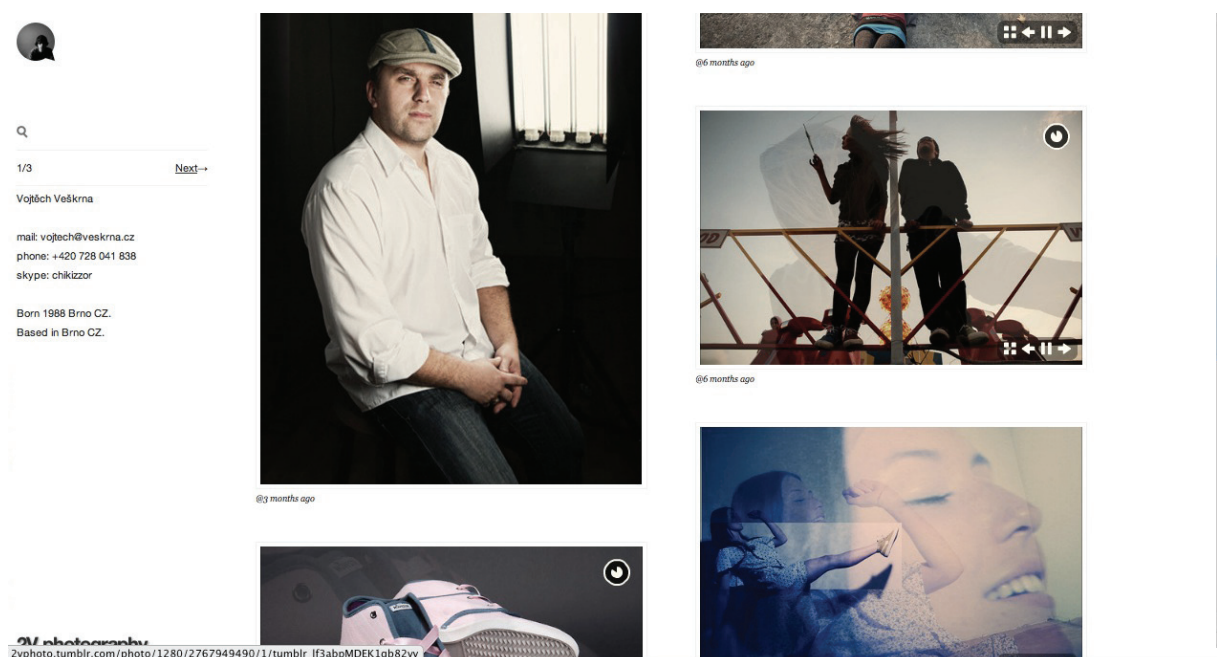
ho obsahu, označuje jako příspěvek. Po vytvoření příspěvku v blogovém editoru má uživatel možnost se v náhledu přesvědčit, zda-li bude výsledek takový, jaký si představoval. Jestli je i s kontrolou spokojen stačí příspěvek publikovat. Uživatelův výtvar se objeví většinou okamžitě (záleží na odezvě hostitelského serveru) na jeho blogu mezi ostatními pracemi.

33

uživatelské prostředí serveru tumblr



příklad samotné prezentace na tumblr na základě jedné ze šablon



Jednoduchost a také bezplatné užívání jsou vykoupeny mnoha omezeními, nebo řekněme spíše hranicemi. Aby bylo zachováno uživatelsky příjemné prostředí i pro méně zdatné uživatele, tak jim musí být k dispozici poměrně velmi jednoduché ovládací prvky. Servery poskytující tyto služby, cílí povětšinou na tuto méně zdatnou komunitu, která je vlastně ještě méně technicky zdatnější než by měli být uživatelé Indexhibitu (neboť, zde není žádná forma instalace, ani nutnost pracovat s doménami či hostingem). Technicky zdatnější uživatelé mají často možnost přístupu k pokročilejším nastavením po vstoupení do placené verze, kterou většina těchto serverů také poskytuje. Všeobecně zde funguje touha mít něco navíc než ostatní. Placené účty tedy potom dovolují daleko více si přizpůsobit prezentaci sebe sama a udělat svůj blog mnohem více individuálnější. Což v době, kdy jsou tyto servery velmi populární, velmi rozšířené a prezentace jsou podobny jako vejce vejci, dává smysl.

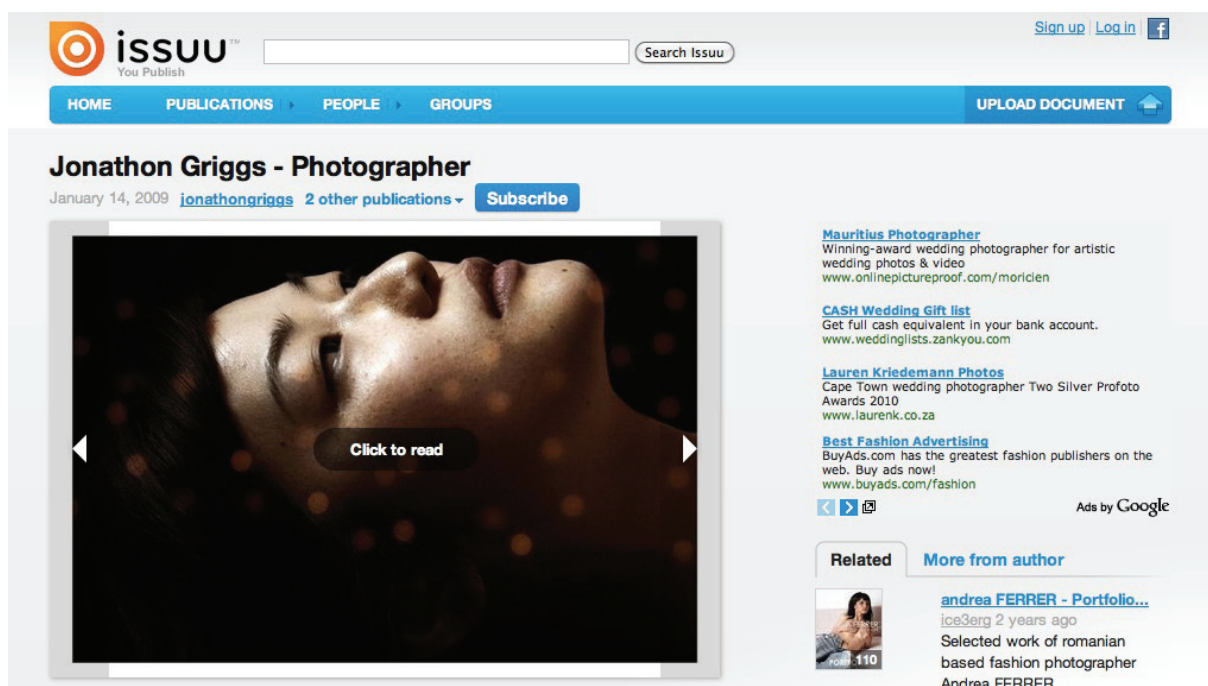
7. Issuu

Server Issuu je velmi omezenou, avšak také oblíbenou a určitě nenezajímavou formou prezentace na internetu. Jedná se o extrém přístupu k vlastní prezentaci a systém je zde mnohem více založen na výsledném efektu než u všech předchozích možností.

Server Issuu.com pracuje se systémem uživatelů, kde jejich tvorba je prezentována PDF soubory nahranými a zpracovanými do formy elektronické knižní publikace. Tato forma prezentace si získala svou oblibu hlavně díky svému vzhledu, který vytváří před pozorovatelem plochu na niž leží virtuální časopis, jímž lze pak následně listovat. Taková prezentace je pak doplněna všemi “reálnými” efekty, jako je ohýbání stránek a stínování publikace, které vytváří plastický dojem. Práce na prezentaci se tak z internetového prostoru přesouvá spíše do autorova počítače, kde zpracovává vlastní soubor PDF. Stačí mít vhodný program jako například InDesign od Adobe, ve kterém si autor vytvoří takovouto virtuální knihu sám. Zadá počet stránek, vytvoří obalku a potom začne postupně sázet jednotlivé práce a jejich popisy do souboru. Takováto příprava je shodná s přípravou publikace do tisku, tudíž je to vlastně nejjednodušší cesta jak si zhotovit zároveň internetovou verzi svého portfolio pokud si ho autor připravuje i do tištěné podoby. Vytvořený soubor potom autor jednoduše nahraje na server Issuu, kde za pomoci algoritmu na vytvoření virtuální publikace, vznikne výsledný prezentační soubor. Ten je poté dostupný pod určitou adresou, která je generována serverem, potažmo může být upravena do nějaké smysluplnější podoby (zjednodušena na jméno autora apod.).

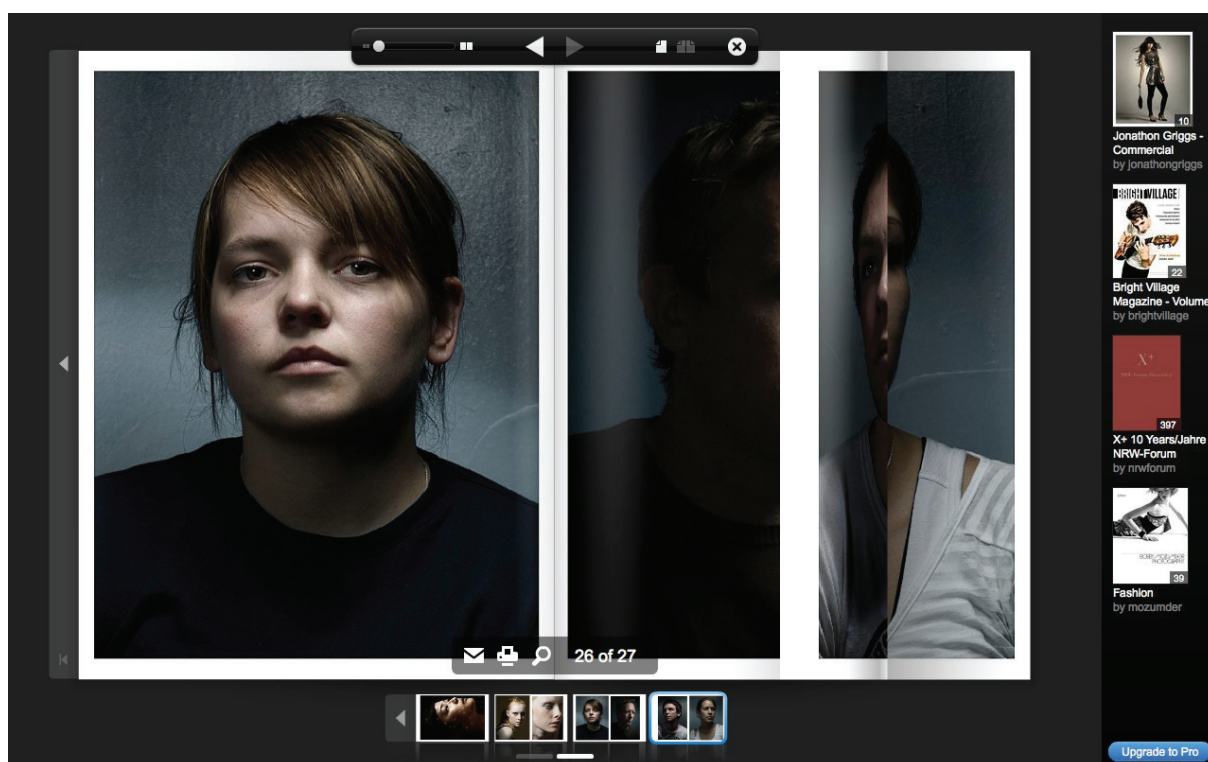
Výhodou může být také i to, že se autorova publikace objeví na hlavní stránce serveru, kde se zobrazují všechny právě vytvořené práce a může popřípadě zaujmout nějakého potenciálního klienta už jen tím, že tyto stránky navštěvuje a průběžně si virtuálními publikacemi listuje. Funkce zobrazení se dá samozřejmě zakázat.

stránka náhledu s knihou na serveru Issuu



35

náhled knihy samotné na serveru Issuu



Tato slepá, ale zajímavá ulička, stojí na půli cesty mezi všemi ostatními druhy prezentace a gigantom, který je všechny zastíní mrknutím oka. Jde o sociální síť, strašáky a hybatele dnešní moderní společnosti. Kde v předchozích možnostech jako je flickr, či blogy, nacházíme možnosti komunikace, skupin a podobných sociálních prvků, tam v sociálních sítích nacházíme obrovské komunikační provazce a žíly, které tepou informačním obsahem jak lidská nervová soustava.

8. Facebook

Svou pozornost zde budu věnovat Facebooku, jako největší sociální síti současnosti a jeho vlivu na existenci a užití fotografie v rámci internetu.

36

8.1. Historie Facebooku

Tato sociální síť byla založena studentem Markem Zuckenbergem. Původně byl tento systém určen jen pro vnitřní užití studentů Harvardovy univerzity pod doménou thefacebook.com. V průběhu následujících měsíců byl rozšířen na další univerzity takzvané Ivy League a výsledkem bylo zpřístupnění systému všem studentům s univerzitním typem emailové adresy v rámci USA. Poté začalo napojování nadnárodních společností všude po světě tento boom vyvrcholil možností připojení pro kohokoliv staršího 13let. (K prvním školám v České republice, kterým byl tento systém zpřístupněn patřila Masarykova univerzita.) Systém je postaven na možnosti propojování uživatelů mezi sebou a vytváření skupin ať už podle zájmů, školy, firmy, lokace... apod. Od roku 2007 patří tento systém mezi servery s největším počtem uživatelů mezi studentskými weby. Co se týče sdílení a ukládání fotografií, tak je facebook na prvním místě v USA.

Registrace probíhá stejně jednoduše, jako u jiných internetových serverů. Stačí si zvolit přihlašovací údaje, vyplnit informace o sobě a tím si vytvořit svou vlastní malou stránku v rámci facebooku, a uživatel může začít sdílet text a média.

8.2. Fotografie na facebooku

Jako jedna z menšiny aplikací na facebooku, které jsou povětšinou tvořeny lidmi zvenčí, je aplikace obstarávající práci s fotografiemi vytvořena přímo tvůrci systému. Zprostředkovává nahrání fotografií pomocí java appletu, statickou stránkou s formulářem a nebo pomocí externích aplikací. V současnosti mohou jednotlivé galerie uživatele obsahovat pouze 200 fotografií, avšak počet těchto galerií pro jednoho uživatele je neomezený.

8.2.1 Hlavní typy fotografií na facebooku

Rodinné osobní album - klasické fotografie denního života uživatele facebooku. Fotky jeho rodiny, přátel, které má stejné principy jako první alba ještě z dob, kdy internet neexistoval.

Dokumentární - Fotografie zaznamenávající nějaký typ uživatelské činnosti, ať už jde o návštěvu koncertu, či třeba nějaké významné události v jeho okolí. Následným označováním ostatních přátel a spojení uživatele alba s jejich alby je vytvořena forma kolektivní paměti z dané události.

Pracovní - Facebookové galerie, lze také použít jako prostor pro představení a rychle rozšíření tvorby mezi ostatní. Alba potom zpravidla reprezentují jednotlivé části autorovy tvorby, do kterých se dá potom nahlížet a sdílet je.

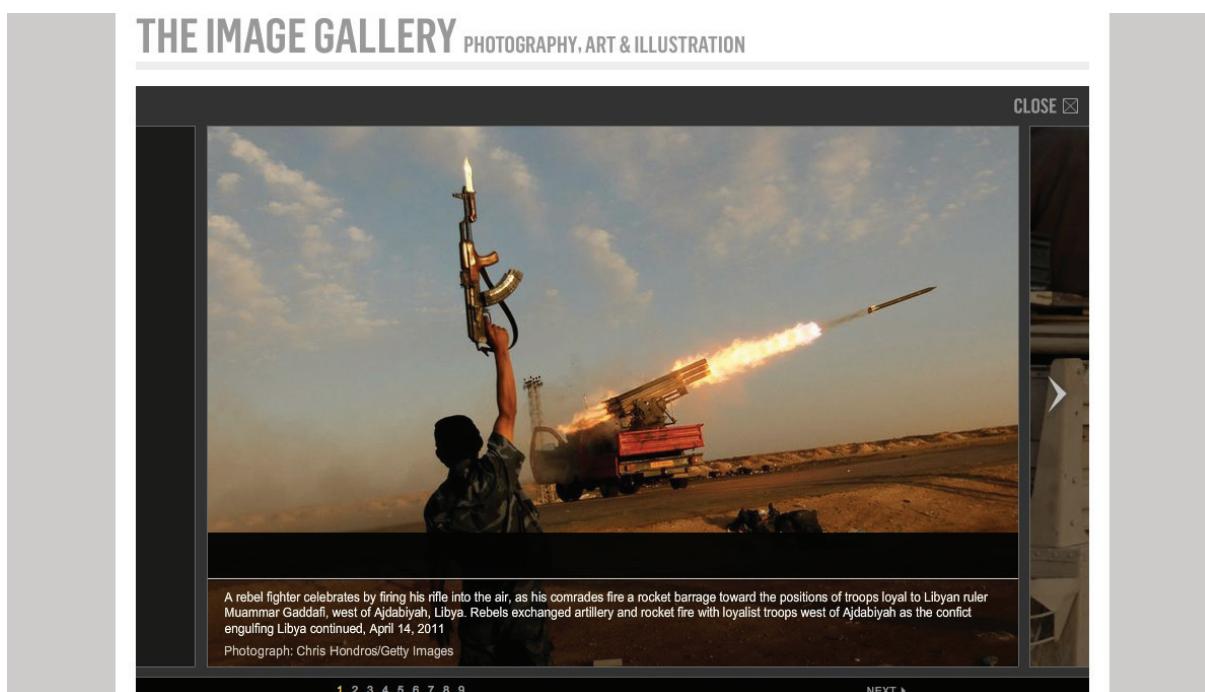
Možnosti editace, či nějaké pokročilé vlastnosti facebooková prezentace fotografií postrádá. Její síla je však ve způsobu distribuce. Stačí album jednoduše publikovat a ukáže se všem, kteří jsou nějak napojení na uživatelský profil či dokonce na přátele uživatele, který fotografie publikuje. Všechny vizuální kvality portfolia jdou najednou stranou a vítězí zde bezprostřední dostupnost obrazového materiálu a to skupině lidí, kterou si přímo uživatel určí výběrem a rozesláním pozvánek. Takovýto uživatel potom hravě porazí v získávání pozornosti všechny jiné typy prezentací. Neboť pro současnou internetovou komunitu, která nerada ztrácí čas hledáním něčeho pomocí zdoluhavého klikání na linky a procházení osobních stránek, je nejjednodušší způsob jak se prezentovat, naservírovat jim svou práci doslova pod nos. Stinnou stránkou věci je, že se zde naplno projevuje fenomén masové digitální fotografie a spíše než kvalitou, vyniká prezentace kvantitou a aktuálností.

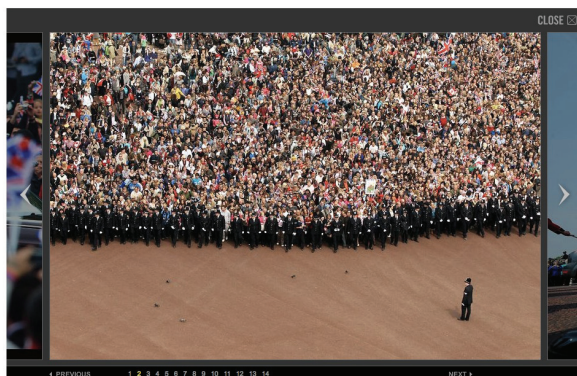
9. Aktuálnost a kvalita fotografie na internetu

Tato krátká část se týká žurnalistické fotografie, neboť ta jediná je ohrožena rychlostí přenosu informace a fotografie se objevují nejvíce právě ve formě internetových deníků jako obrazový doprovod. Oblíbený způsob prezentace je totiž přímo z mobilního telefonu v danou chvíli, z místa, kde se uživatel zrovna nachází. Všeobecné estetické pojetí fotografie už pokleslo díky všudypřítomnému obrazu z digitálních fotoaparátů na takovou úroveň, že lidem už nezáleží na tom jak kvalitní fotografie je, ale co zobrazuje a jak rychle se k nim dostane. Příchod moderních technologií byl označen nejprve jako velký přínos co se týče přenosu obrazové informace a aktuálnosti dat. Ale množství amatérů, které se díky tomu k fotožurnalismu dostalo, velmi snížilo výslednou kvalitu přijímané informace. Je jen málo internetových deníků, které si se svým fotografickým obsahem vědí rady. Mezi ně patří například The Times, jejichž fotografové a fotoeditoři si velmi hlídají, zda by fotografie obstály samy o sobě bez textu, ke kterému se vztahují či nikoliv. Vytvářejí prezentace, často v rámci multimedializace podpořené i zvukovým záznamem, které mají skoro stejnou výpovědní hodnotu jako textová část a jistě daleko větší emocionální vyznění. Česká média naproti tomu pracují s fotografií víceméně na bázi kvantity a internetový prostor je pro ně jen místem navíc. To znamená, že co se nevejde do tištěné verze, nasypou bezezbytku do internetové, bez ohledu na to, jestli to má nějakou sdělovací hodnotu. Touha po aktuálnosti a technická proveditelnost postavila uživatele internetu do stejné pozice jako uživatele fotoaparátu při přechodu z filmu na digitální záznam. Většina opustí péči

a kvalitu, kterou fotografiím věnovala a nějakou dobu se topí ve fascinaci novým médiem, které jim toho dovolí hodně a takřka zadarmo. Kvantita a mizivá nutnost vybírání snímků se přesouvá i do pozice prezentujícího, který materiál doslova nasype na internet a odprezentuje stisknutím tlačítka. V současnosti je jen velice málo redaktorů, kteří své práci doopravdy rozumí a nechají projít snímky kvalitní a hodnotné. Jejich práce závisí na třech faktorech. Jejich vzdělání, kvantitě přijímaných fotografií a časovém presu, který je na ně ukládán. Tím, že se přenos dat přes internet stal takřka okamžitým, sice odpadají prodlevy a čekání na obrazový materiál, ale koncové pozice, které se s tímto materiálem mají potýkat, jsou vystaveny mnohonásobně vyšším nárokům než v minulosti. Zvláštní je, že toto téma se nijak zásadně neřeší a principuálně se k jejich náplni práce přistupuje stejně jako by jim přišlo deset kvalitních fotografií místo pětiset pochybných ze kterých musí vybrat deset. Pravděpodobnost, že projde kvalitní snímek do koncového média se stává v této situaci takřka nicotná, neboť zde figuruje fotograf, což v době moderních technologií může být kdokoli, dokonce i bez jakéhokoliv fotografického vzdělání a na druhé straně stojí redaktor či v tomto případě fotoeditor, který je buď pod nadměrným tlakem, nebo svojí práci nerozumí, neboť nemá dostatečnou kvalifikaci. Neexistují zde totiž žádná školení ani vzdělávací zařízení na tento obor a jelikož tuto funkci většinou zastává někdo, kdo je ještě na jiných pozicích a jediné, jak by se k informacím “jak na to” dostal by bylo z vlastní iniciativy, tak se do internetového prostoru dostávají tuny balastu a jen velmi těžce se z této situace deníky dostávají.

prezentace fotografií na serveru The Times (www.thesundaytimes.co.uk)





prezentace fotografií na serveru Brněnský Deník (brnensky.denik.cz)

Nordic Walking v parku u Antroposu.
DENÍK/Attila Racek

Tablo roku
Pět tisíc pro vítěze

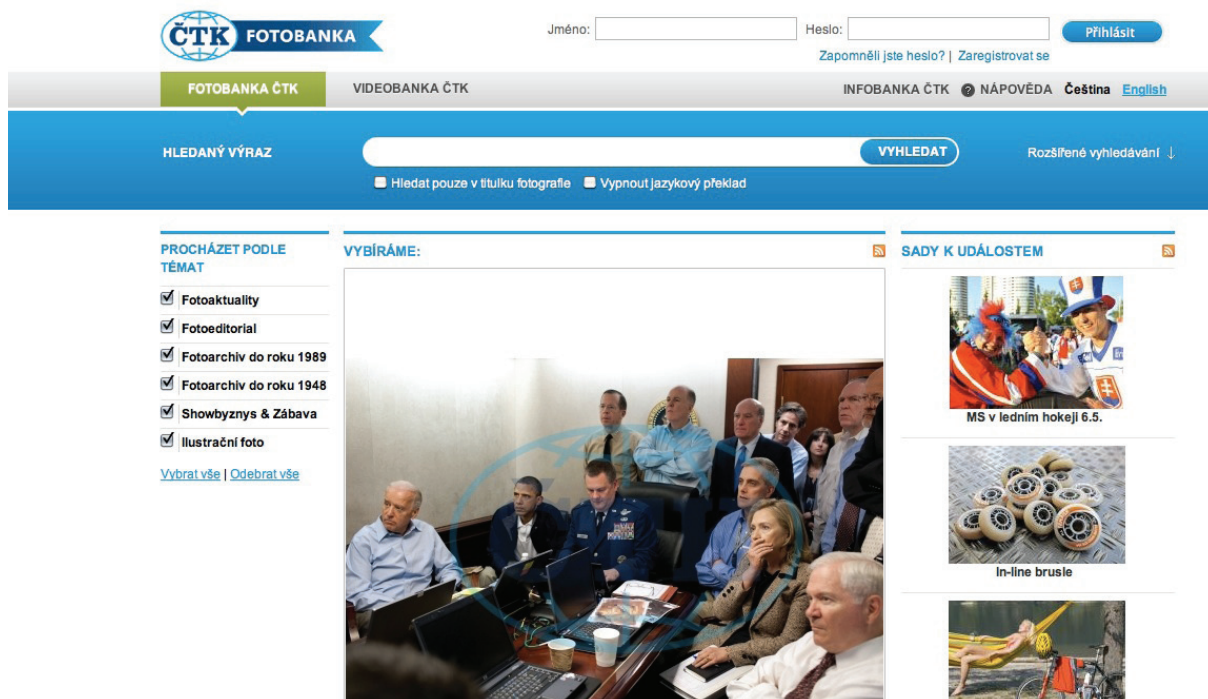
Facebook
Staňte se fanouškem

Seriál Deníku
Slavní Jihomoravané

9.1. Fotožurnalistické databáze

Určitým řešením co se týče kvality fotografií v médiích, je užívání snímků z fotožurnalistických databází, které většinou spolupracují s profesionálními fotografy a tudíž fotografie, které jsou k dispozici bývají kvalitní. Mezi takovéto databáze patří například zahraniční AP (Associated Press), Reuters a nebo česká ČTK (Česká tisková agentura), která denně zásobuje tuzemské deníky v průměru 400 fotografiemi ze svého seznamu. Agentury tohoto typu se snaží svými reportéry obsáhnout širokou škálu témat a událostí. Většinou se týká o všeobecné kulturní či politické dění, které je potom rozdělováno do podskupin podle aktuálnosti tématu. Obecně platí, že co se České republiky týče, tak velké agentury jako AP, či Reuters se zde ukazují jen pokud je potřeba zaznamenat něco doopravdy zajímavého či jednoduše přesahujícího měřítko naší republiky.

ukázka webu České tiskové kanceláře (www.ctk.cz)



40

10. Fotobanky

Poslední téma, kterého bych se chtěl alespoň dotknout je prodej fotografií po internetu, neboť i ten patří k větším položkám co se výskytu fotografií na internetu týče. S rostoucí kvalitou digitálních fotografií a s rozvojem technické vyspělosti internetu se nákup fotografií stal oblíbenou záležitostí. Firmám se vyplatí koupit si fotografii z fotobanky spíše, než si shánět fotografa a vysvětlovat mu, jakou fotografii má pořídit a kam kvůli tomu musí cestovat. S využitím fotobanky je vše daleko jednodušší. Autoři, kteří prodávají svoje fotografie na fotobankách jsou z celého světa a pravděpodobnost, že zde společnosti najdou požadovaný obrazový materiál je velmi vysoká. Paradoxně tak fotobanky obírají o práci klasické fotografie.

10.1. Shutterstock

Mezi nejznámější servery, na kterých je možno se registrovat a následně tam své fotografie prodávat, patří Shutterstock a iStock Photography. Pokusím se tu nějak zjednodušeně popsat jak takový prodej fotografií funguje a jaký výdělek by měl fotograf očekávat.

Autor se nejprve musí registrovat, což probíhá za pomoci přijímacího systému. Po uvedení základních informací jako je jméno a adresa, je nutno na server poslat také fotografii dokumentu (pas nebo řidičský průkaz), kterým si ověří identitu autora. Poté co proběhne ověření identity, což zpravidla trvá kolem 48 hodin, musí autor na server nahrát 10 ukázkových snímků, kterými prezentuje svoje schopnosti co se týče kvality fotografického výstupu. Ač se to může zdát absurdní, tak mezi jedno z nejvýznamnějších kritérií při posuzování přijímacích fotografií,

patří hlavně hodnota digitálního šumu, až za ní pak stojí světlo na snímku, kompozice a potenciál komerčního využití snímku. Šum bývá zdaleka nejčastějším důvodem zamítnutí přihlášky a další pokus je možno uskutečnit až po měsíci od posledního pokusu. Typická databázová fotografie také nesmí obsahovat loga firem (toto je například častý problém u snímků z města, kde jsou vidět všechny nápisy apod.) a identifikovatelné osoby (pokud nemá autor k dispozici model release). Po schválení alespoň sedmi z desíti nahraných fotografií se autor stává platným uživatelem serveru a může začít pracovat na svém základním prodejním portfolio s tím, že požadavky na uploadované fotografie jsou následující. Formát musí být JPEG (v nejvyšší kvalitě) nebo TIFF. Velikost snímku musí být minimálně 4MPx (tato hodnota se však s časem a rostoucími nároky stále navyšuje), pokud autorovy fotografie jsou jen o něco menší, je povoleno je zvětšit ve fotoeditoru avšak maximálně o 5%.

Ceny (k 14.4.2011 server Shutterstock) - Za každé stažení fotografie dostane autor 0.25\$, kde existuje ještě možnost pro zákazníka objednat si CD s vybranými fotkami a jeho následné zaslání na adresu zákazníka. Za každou zákaznickou koupenou fotku, kterou si nechá vypálit na CD dostane autor 0.05\$. Snímky je také možno pořídit s rozšířeným licencováním což bývá za cenu 20\$. Některé fotografické databáze spolupracují i s jinými partnerskými subjekty, kde je pak účtováno za prodej tolik peněz, kolik mají nastaveny tito partneři. Peníze můžete také získat za pomoci doporučení jiného fotografa. Potom za každý jeho Prodej autor inkasuje 0.03\$. Shutterstock posílá potom výdělky každý měsíc, s tou podmínkou, že minimální získaný obnos musí činit 100\$. Pokud za měsíc tento limit autor nenaplní, tak se mu peníze převádějí do dalšího měsíce. Výdělky se poté vyplácejí buď formou šeku nebo na účet Paypal.

Poté co si tímto všim autor projde a všechno zařídí tak jak má, stačí mu jen pravidelně aktualizovat jeho databázi o nové přírůstky a tak na sebe průběžně upozorňovat.

ukázka serveru Shutterstock shutterstock.com)

The screenshot displays the Shutterstock website interface. At the top, there are navigation tabs for 'PHOTOS' and 'FOOTAGE', along with contact information (+1 646-419-4452) and language settings (English). A 'SUBSCRIBE' button and a 'SIGN IN' link are also present. Below the navigation bar is a search bar with the placeholder text 'Search keyword or image id...' and a 'Search' button. On the left side, there is a sidebar with various filters: 'Image Type' (Photos, Illustrations, Vectors), 'Orientation' (Horizontal, Vertical), 'Category' (Any Category), 'Exclude Keywords' (Not These Words), and 'Contributor Name'. There are also links for 'People', 'Editorial', and 'Color'. A 'Search' button and a 'Clear' button are at the bottom of the sidebar. The main content area is titled 'Lightbox: Editor's Choice' and displays a grid of 24 thumbnail images. At the bottom left, there is a 'VIEW BY CATEGORY' section with a link to 'Abstract'.

Závěr

Mohlo by se možná zdát, že fotografie je médium, na které si v rámci internetu už všichni zvykli a je používáno tak jak by mělo být. Avšak pravidelné sledování internetu mě stále přesvědčuje o tom, že fotografie na internetu stále hledá svoje místo a hlavně svoji správnou prezentaci. Všichni jsou postaveni do pozice svých vlastních kurátorů a rozhodují, co prezentováno bude a co nikoliv. Ačkoliv se nacházíme v moderní společnosti, tak celkový obraz prezentovaných fotografií na internetu je ještě stále ovlivněn tím počátečním nadšením ze samotné digitální fotografie a internetový prostor je zahlcován vlnami všemožných obrazů, které nemají žádné hlubší opodstatnění. Procento takových fotografií, tu bude navěky. Myslím si však, že čím více půjdeme časem dopředu, tím více se stanou tyto technologie naší součástí a konečně je budeme moci i v tom nejširším slova smyslu používat smysluplně a s vědomím, že již jimi nejsme fascinováni, nýbrž je užíváme ke svému prospěchu.

Za účelem zpracování této práce jsem se na všech prezentovaných serverech zaregistroval a delší dobu pohyboval. Účastnil jsem se všech druhů komunikace na diskuzních fórech, abych pronikl do podstaty problému. Text tedy vychází z mé vlastní zkušenosti a autentických zážitků.

Seznam použité literatury

- [1] ³ **Gilles Lambert** *Dějiny fotografie* Taschen (2010)
ISBN: 9788073914264
- [2] **José van Dijck** *Mediated Memories in the Digital Age* (2007)
ISBN: 9780804756235

Seznam internetových zdrojů

- ¹<http://www.tesar.estranky.cz/clanky/historie-fotografie.html>
- ²<http://www.fi.muni.cz/usr/jkucera/pv109/2004/xkadlec2.htm>
- http://www.marillier.nom.fr/collodions/PGH/victor_hugo.html
- <http://imgur.com/a/mc1fT/all>
- <http://www.alexandersperr.com/FL/>
- <http://www.ambroisetezenas.com/>
- [http://www.fotolibra.com/gallery/search/ photography for sell with the date before 1980](http://www.fotolibra.com/gallery/search/photography%20for%20sell%20with%20the%20date%20before%201980)
- <http://www.fastcashphoto.com/2010/03/does-art-sell-on-the-internet/>
- http://www.pickysite.com/blog/web_design/371/a-definitive-collection-of-stock-photography-sites-on-the-internet.html
- <http://www.wikinomics.com/blog/index.php/2009/09/04/the-rise-of-computational-photography-and-the-birth-of-camera-2-0/>
- <http://www.xtremecamera.com/articles/25> (How The Internet Is Killing Good Photography)
- <http://www.photospherix.com/> (360 degrees photography)
- <http://ryanscarry.com/photography-on-the-internet/>
- <http://www.telegraph.co.uk/technology/advice/7590387/How-the-internet-has-changed-photography.html>
- http://jmcolberg.com/weblog/extended/archives/photography_copyright_and_plagiarism/
- <http://www.parallax8.com/featured/photography-and-the-internet-an-interview-with-joerg-colberg>