

Estetika fotografie v ére Instagramizmu

Michaela Pašteková; pastekova@vsvu.sk.

Abstrakt: Pre študentov fotografie, ktorí sa narodili v digitálnej ére už nie sú referenčnými zdrojmi publikácie a časopisy o fotografii, ale sociálne platformy ako Instagram. Hľadajú tam nie len aktuálne estetické trendy, ale Instagram aktívne zapájajú aj do svojich umeleckých projektov. Lev Manovich nazýva tento novodobý fenomén Instagramizmom. V našom príspevku sa pozrieme na základné znaky jeho estetiky. Zároveň porovnáme, ako s Instagramom pracujú etablovaní umelci Cindy Sherman, Richard Prince a česká fotografka Libuše Jarcovjaková a v čom sa líšia od tzv. Instagramerov.

Kľúčové slová: Instagram, Instagramizmus, Sherman, Prince, Jarcovjaková.

Abstract: For students of photography who were born in the digital era, publications and magazines about photography are no longer the reference sources of information, but it is the social platform Instagram. There, they are looking not only for current aesthetic trends, but they also actively use Instagram in their art projects. Lev Manovich calls this modern phenomenon Instagramism. In our paper we look at the basic features of his aesthetics. Then, we will compare how established artists such as Cindy Sherman, Richard Prince and Czech photographer Libuše Jarcovjakova work with Instagram and in which ways their approach is different from the co-called Instagrammers.

Keywords: Instagram, Instagramism, Sherman, Prince, Jarcovjakova.

Úvod

Keď ste sa pred desiatimi rokmi opýtali študentov fotografie na ich obľúbených fotografov či fotografky, odpoveďou boli zväčša známe mená z dejín fotografie. Dnes miesto toho otvoria Instagram a ukážu vám napríklad profil dievčaťa, ktoré si hovorí @melisaminca alebo @k_a_r_e_n_g z Honk Kongu, či niekoho, kto má nick @mafiamashi a takmer 10-tisíc sledovateľov. To sú pre nich dnes reprezentanti aktuálnych trendov vo vizuálnej kultúre a je irelevantné, že nie sú umelcami či umelkyňami. Knihy a časopisy sú pre generáciu dnešných dvadsiatnikov, podľa ich vlastných slov, málo flexibilné a neaktuálne. Dokonca aj o webových stránkach hovoria, že nie sú dostatočne dynamické. Radšej "scrollujú" Instagramové profily a prezerajú si Instagram Stories¹ namiesto sledovania televízie. Teoretik nových médií Lev Manovich dal tomuto novodobému fenoménu názov "Instagramizmus" (Manovich, 2017). V našom príspevku sa pozrieme na to, s akým typom estetiky tento novodobý "izmus" pracuje a na príkladoch využitia Instagramu umelcami ukážeme, aké otázky vnáša Instagram do teoretického diskurzu o vizuálnej kultúre.

1.

Keď bol Instagram v roku 2010 uvedený na trh, jeho slogan znel: Zachyť a podeľ sa o svetové momenty. Vznikol ako platforma pre bežných používateľov smartfónov, cez ktorú bolo možné zdieľať fotografie s rodinou či priateľmi. Po ôsmich rokoch existencie Instagram pravidelne využívajú aj umelci a stal sa tiež výskumnou databázou pre sociológov, psychologov či antropológov. V roku 2017 bolo na Google Scholar

¹ Funkcia, ktorá umožňuje na Instagram publikovať video alebo fotografie, ktoré po 24 hodinách zmiznú.

možné nájsť vyše 9-tisíc konferenčných príspevkov a článkov na tému Instagram. V oblasti teórie fotografie sa v posledných rokoch prudko zvýšil počet štúdií, ktoré sa zaoberajú dôsledkami a analýzou fotografie vytvorenej mobilným telefónom, presahmi medzi každodennou a umeleckou fotografiou, premenou funkcie rodinného albumu, fenoménom selfie či distribúciou fotografie prostredníctvom internetu. Smartfóny a platformy ako Flickr, Instagram či Facebook zasiahli aj do diskusií o niektorých klasických pilieroch teórie fotografie. Podľa dánskej teoretičky Mette Sandbye (2012) už napríklad fotografia primárne nehovorí, “čo bolo” (what-has-been), ale informuje o tom, “čo sa deje teraz” (what-is-going-on). Aj Geoffrey Batchen (2013, s. 46, prekl. M. P.) vyhlásil, že “digitálny snapshot funguje skôr ako správa v prítomnosti [...] než len ako záznam uplynulého momentu.” Fotografia prestala byť pripomienkou minulosti, spomienkou na niečo, čo sa existenciálne opakovať nemôže, ale stala sa “symbolom spojenia” (symbol of being in touch, Batchen, 2013, s. 46). Obraz samotný je dnes akciou.

Instagram však nedáva len možnosť zdieľať práve prežívané momenty, ale ponúka nástroje, ktoré vedia pár klikmi premeniť obyčajné momentky na vizuálne atraktívne fotografie. Pôvodne nezaujímavé zátišie taniera s jedlom po aplikácii jedného z filtrov (t.j. jedného z estetických “balíčkov”) odrazu vyzerá ako snímka Williama Egglestona zo 70. rokov minulého storočia. Instagram presvedčil používateľov smartfónov, že dokážu vytvoriť umelecké fotografie, ktorými sa vymania zo záplavy banálnych snímok. A pribúdajúce “lajky” a “followeri” ich v tom utvrďovali. Samozrejme, postupom času sa ukázalo, že kreativita je ilúziou. Keďže počet filtrov a možností na úpravu snímok je obmedzený, vo výsledku začali všetky fotografie vyzeráť podobne. Pôvodne nástroje diferencie nás napokon opäť spojili do jednej uniformnej masy.² Zdá sa, že Flusserova (1994) “moc aparátu” - či už vo význame stroja alebo inštitúcie stále ostáva v platnosti.

Najmä mladá generácia si tieto limity začala pomerne rýchlo uvedomovať. Vyprovokovalo ju to k tomu, aby začala pracovať s fotografiami na Instagrame konceptuálnejším spôsobom. Svoje profily začala chápať ako galérie, ktoré by mali mať osobitú estetiku a dramaturgiu. Oveľa viac pracuje s obsahom snímok, ich radením, buduje cez ne určitý príbeh. Ak sa kedysi neologizmus Instagram spájal s rýchlosťou a bleskovou akciou (odfotografovať, aplikovať filter a zavesiť), dnes tu začína dominovať pomalosť, zručnosť a dôraz na detail. Aj zdanlivá spontánnosť je výsledkom precízne štylizovaného usporiadania fotografií.

Manovich (2017) charakterizuje Instagram ako nástroj pre “estetickú vizuálnu komunikáciu”. Vymedzuje ho voči aplikáciám Google (nástroj pre informačný servis), Facebook (nástroj sociálnej komunikácie), Flickr (platforma pre archiváciu fotografií) či Twitter (kanál pre zdieľanie noviniek a výmenu internetových odkazov). Dlhodobo pracuje na systematickom rozvoji inovatívnych metód v rámci tzv. Digital Humanities (Caplan, 2016). Medzi rokmi 2012 až 2016 analyzoval Manovich 16 miliónov snímok zo 17 rôznych svetových miest. Výsledky zhrnul v publikácii *Instagram and Contemporary Image* (2017), kde na základe zozbieraných dát definuje tri estetické vzorce, ktoré na Instagrame podľa neho prevažujú a cez komparáciu, ako aj porovnanie s obrazmi z histórie fotografie, filmu, videa či grafického dizajnu, prepája ich so širšími sociálnymi fenoménmi. Rozbor týchto vzorcov považuje za nevyhnutný, nakoľko Instagram komunikuje primárne vizuálnym jazykom a estetika tu zásadným spôsobom vplýva na interpretáciu obsahu. Fotografia s nevyváženou kompozíciou, podexponovaná či neostrá môže byť znakom veľmi priemerného fotografa, avšak rovnako môže ísť o sofistikovanú autorskú stratégiu a zámernú simuláciu estetiky snapshotu, ako ju používajú napríklad Nan Goldin či Wolfgang Tillmans. Na

² Téma paradoxov estetiky Instagramu sa podrobnejšie venujeme v štúdiu *WHAT-IS-GOING-ON-NOW. A Few Reflections About The Paradoxes Of Instagram Aesthetics* (Pašteková, 2015).

to, aby sme daný úmysel identifikovali, musíme analyzovať fotografiu v širšom kontexte profilu jej autora (Manovich, 2017, s. 39).

Najrozšírenejším estetickým vzorcom na Instagrame sú neformálne fotografie (causal photos). Pripodobniť by sme ich mohli k tradičným osobným či rodinným fotografiám. Sú to snímky, ktoré vznikajú bez akéhokoľvek umeleckého zámeru; ich cieľom je zaznamenať nejakú udalosť, zážitok, odfotografovať priateľov či rodinu, zachytiť alebo sprostredkovať emóciu. Ich primárnou funkciou nie je získavanie "lajkov", ale komunikovanie v rámci určitej sociálnej skupiny. Pre ňu sú fotografie vytvárané a tej sú aj najviac zrozumiteľné. Mimo jej okruh pôsobia často banálne a nezaujímavo. A hoci aj tu autori využívajú filtre, narábajú s nimi skôr arbitrárne, než by systematicky budovali uniformnú estetiku svojho profilu. Predobraz neformálnych fotografií môžeme podľa Manovicha hľadať v 50. rokoch 20. storočia, kedy rozkvet zažívala tzv. home photography. Farebný film sa stal v tej dobe cenovo dostupnejší a vzrástol tak aj počet domácich fotografií. Dovolenky, svadby, rodinné oslavy či portréty dominujú ako témy aj dnes, smartfón však do ich diapazónu vniesol viac záberov všedných a súkromných situácií, ako aj novodobých autoportrétov - selfies. Aj v minulosti sa fotografovali zdanlivo bezvýznamné momenty a zátišia, avšak málokedy sa dostali do výberu rodinného albumu či na stenu v obývačke. Súčasné virtuálne albumy sú takýchto záberov plné. Nemusíme totiž strážiť ich počet, selektujeme menej precízne a aj preto teoretici hovoria, že žijeme v ére priemernosti a banality. Hoci zaobalenej do atraktívnych filtrov.

Druhou skupinou sú profesionálne fotografie (professional photos). Tradične sem radíme autorov, ktorí sa fotografovaním živia. Manovich sa však pojmom "profesionálny" odvoláva skôr na pravidlá fotografovania, kodifikované v učebniciach o fotografii a prítomné v mnohých inštruktážnych videách, fotografických blogoch a na webových stránkach či v textoch určených pre fotografické kurzy (Manovich, 2017, s. 58). Ide o zásady, ktoré boli ustanovené ešte v dobe pred mobilnými aparátmi a internetom a aj dnes sa k nim referuje ako ku normatívu "dobrej fotografie" (výrazný dominantný motív, pravidlo tretín, optická vyváženosť, prirodzené orámovanie motívu, eliminácia vedľajších prvkov, jasná identifikácia námetu a pod.). Profesionálna fotografia odkazuje k systematickej aplikácii týchto štandardov a preto sú pre ňu príznačné opakujúce sa vizuálne vzorce a témy (prírodné scenérie, panorámy miest, tradičné portréty...). Na Instagrame je tematický záber profesionálnych fotografií o niečo širší, mení sa v závislosti od miesta, kde sa autor vyskytuje a žije.

Tretou skupinou, ktorú vyhľadávajú aj študenti vizuálnych médií, sú štylizované fotografie (designed photos), ktoré podľa Manovicha na jednej strane odkazujú k estetike modernej, až avantgardnej fotografie zo začiatku 20. storočia, na strane druhej sa vyznačujú aj viditeľnými odkazmi ku grafickému dizajnu. Mnohé pripomínajú štýl módnych časopisov 40. a 50. rokov minulého storočia (Harper's Bazaar, Vogue), či estetiku fotografie Novej vecnosti, hoci k nej priamo Manovich nerefereje. Typický je pre štylizované fotografie plochý priestor bez viacerých plánov, asymetria, pastelová farebnosť, nevýrazná saturácia. Pri architektúre je priestorovosť potláčaná na úkor zdôrazňovania geometrických ornamentov, pri portrétoch smeruje pohľad subjektu často mimo záber alebo je úplne odvrátený od kamery. Zátišia sú zväčša fotografované z nadhľadu a v personalizovaných priestoroch (kuchyňa, spálňa, kúpeľňa.). Najčastejšie sa v nich objavujú predmety ako laptop, šálky s kávou, kvety, mobilné telefóny, tanieri s jedlom a teda objekty spájané s kultúrou hipster či urban.³

Zatiaľ čo neformálne alebo profesionálne fotografie sú primárne vytvárané ako sólové, štylizované fotografie musíme vnímať v kontexte profilu, na ktorom boli zverejnené. Najmä mladá generácia vníma

³ Ale formujú sa už aj rôzne tzv. trashové estetiky a komunity, ktorý jazyk má punkovejší nádych. Tým sa však Manovich nevenuje a skôr by sme ich mohli vnímať ako prejav určitého vzdoru voči štylizovaným fotografiám.

Instagram ako alternatívny galerijný priestor a systematicky si buduje konzistentný vizuálny rukopis, akýsi reprezentatívny štýl. V posledných dvoch rokoch sa stalo bežným javom mať dva profily - jeden súkromný, kde si koncepciu Instagramer⁴ otestuje a skontroluje, či nová fotografia zapadá do celkového výrazu konta a až následne ju zverejní na profile verejnom.⁵ Tento konceptuálnejší prístup, ktorý z bežných užívateľov smartfónu robí v podstate kurátorov, je charakteristický pre už spomenutý nový "izmus" 21. storočia - Instagramizmus. Jeho reprezentantov môžeme zaradiť aj do tzv. Generácie C, ktorú Martin Hand (2012, s. 167) popisuje ako tých, čo produkujú a súčasne manipulujú kultúrny obsah prostredníctvom digitálnych zariadení a technológií na archiváciu, zverejňovanie a distribúciu informácií. Instagrameri sú obzvlášť zruční v programoch pre úpravu fotografií. Manovich ich nazýva "mladou digitálnou triedou", ktorej vznik datuje do roku 2010, kedy sa objavil Instagram. Jej cieľom je predovšetkým zbieranie "lajkov" a získavanie ďalších "followerov".

Uviedli sme, že Instagramizmus pracuje s odkazmi k vizualite prvej polovice 20. storočia. Vo väčšine prípadov však nejde o vedomé gesto či apropiáciu umeleckého štýlu, ale skôr o samovoľnú simuláciu. „Instagrameri nie sú ani avant-gardou, ktorá by vytvárala niečo celkom nové, nie sú ani subkultúrou, ktorá sa definuje v opozícii voči mainstreamu, nie sú ani masou, ktorá by konzumovala komodifikovanú estetiku vytvorenú niektorou zo skorších subkultúr“, píše Manovich (2017, s. 138, prekl. M. P.) a charakterizuje Instagramizmus ako hybridný smer. Štylizovaná estetika Instagramu nie je formou revolty či vzdoru voči mainstreamu, práve naopak, ide tu o vedomú ko-existenciu. Instagrameri si otvorene vypožičiavajú prvky z konzumnej kultúry, pracujú s odkazmi na svoje obľúbené značky, tí, čo majú tisíce "followerov", vedú aktívnu spoluprácu s komerčnými produktmi. „Umenie a komercia, individuum a korporát, prírodné a fabrikované, surové a upravené - prelínajú sa tu“ (Manovich, 2017, s. 124, prekl. M. P.). Zo svojej podstaty Instagramizmus nie je elitársky; naopak, vyrástol z konzumnej kultúry a stále žije a rozrastá sa práve kvôli nej. „Instagrameri apropiujú elementy komerčných produktov a vytvárajú si vlastnú estetiku“ (2017, s. 138, prekl. M. P.). Manovich tak Instagramerov nevymedzuje iba na základe určitých vizuálnych znakov, ale definuje ich aj v širšom sociologickom či dokonca ekonomickom kontexte.

2.

Instagram nevznikol ako aplikácia pre umelcov a tí ju pôvodne využívali najmä ako PR platformu, na ktorej publikovali napríklad fotografie zo zákulisia fotografovania alebo zo svojho súkromného života. Bolo len otázkou času, kedy začne byť Instagram využívaný aj ako priama súčasť umeleckých projektov. Uvedieme tri príklady použitia Instagramu etablovanými umelcami, pre ktorých virtuálne prostredie nebolo prirodzeným prostredím a nepatria teda do generácie Instagramerov ani do Generácie C.

Keď sa pozrieme na Instagram profil Cindy Sherman, sme konfrontovaní s desiatkami podivuhodných selfies, ktoré balansujú na pomedzí karikatúry a gýča. Vyznačujú sa divokou farebnosťou a výrazne dekoratívnymi filtermi. Ak sa Sherman v 80. rokoch minulého storočia preslávila apropiovaním rozmanitých identít, do ktorých sa štylizovala aj za použitia masiek a make-upu, prípadne digitálnej postprodukcie, pri Instagrame jej na zmenu vzhľadu stačí zopár kliknutí v telefóne.⁶ A ak mali jej klasické umelecké projekty dekonštruovať pozíciu fotografie ako pravdivého dokumentu a zdôrazniť, že je len

⁴ Nazývame tak predstaviteľa Instagramizmu

⁵ Minulý rok vznikla aplikácia Cinnac, ktorá je určená priamo na hodnotenie fotografií. Zverejníte na nej svoju sériu a necháte ľudí hlasovať, ktoré fotografie sa im páčia najviac. Tvorcovia aplikácie ju prezentujú ako priestor, kde si overíte kvalitu svojej fotografie predtým, ako ju zverejníte napríklad na Instagrame.

⁶ Konkrétne používa aplikácie YouCam Makeup, Perfect365 a Facetune.

kultúrne a ideologicky konštruovanou reprezentáciou, Instagram túto skutočnosť vedome priznáva - nezakrýva, že je maskou. Sherman zámerne hyperbolizuje jeho vizuálne možnosti a zverejnenými fotografiami nastavuje “temné zrkadlo našej posadnutosti selfies” a sociálnymi sieťami vôbec (Becker, 2018).

Otázka, ktorú si kritici pri prezeraní Shermanovej profilu kladú je, či ho máme chápať ako novú umeleckú sériu autorky alebo je len bizarným denníkom, “novým ihriskom” nového média, ktoré jej umožňuje ešte jednoduchšie sa zabávať a robiť si žarty aj zo seba samej. Podľa Noah Becker (2018) by sme Shermanovej fotografie mohli interpretovať ako reakciu na aktuálnu politickú situáciu v Amerike, najmä na Trumpovu kritiku fyzického vzhľadu žien. Sherman totiž svoju tvár na Instagrame cielene deformuje, na viacerých záberoch je v nemocničnom prostredí s hadičkami v tele. Diváka zneisťuje, pretože ten nevie, či Sherman naozaj v nemocnici bola alebo je to len fiktívna hospitalizácia kvôli fiktívnym kozmetickým zásahom. Práve týmto zneisťovaním sa odlišuje od väčšiny zástupcov Instagramizmu. Pre nich je dôležité, aby profil bol zrozumiteľný a jasne čitateľný. Pristupujú k nemu ako ku produktu, ktorého kupujúcimi sú “followeri”.

Podobne ako Cindy Sherman, aj Richard Prince sa do dejín umenia zapísal najmä tvorbou v ére postmodernej apropriácie 80. rokov 20. storočia. V dobe postfotografie, pre ktorú je apropriácia jedným z dominantných umeleckých gest (tentoraz však ide primárne o apropriáciu diel z virtuálneho prostredia), Prince zareagoval v roku 2014 sériou s názvom Nové portréty (New Portraits). Sprístupnenie Shermanovej Instagramového konta spôsobilo prakticky cez noc mediálnu senzáciu, Prince si zas vyžiadal pozornosť nádychom kontroverznosti, ktorý jeho séria má. Bez opýtania si totiž robil print screeny rôznych portrétov a selfies zverejnených na Instagrame, tlačil ich na plátno s rozmermi 167 x 124 cm a vystavil v Gagosian Gallery v New Yorku. Projekt okamžite rozprúdil búrlivé diskusie nie len medzi kritikmi umenia, ale aj právnikmi a ľuďmi, ktorí sa na vystavených portrétoch spoznali. Prince ich totiž predával za niekoľko desiatok tisíc dolárov. Prirodzene sa ho preto niektorí pokúšali zažalovať, jedno dievča (#suicidegirls) zas zareagovalo satirickým gestom, keď svoj portrét, ktorý jej Prince “ukradol” a predával za 90-tisíc dolárov, ona sama ponúkla na predaj za 90 dolárov.

Proces apropriovania posunul týmto prístupom Prince opäť o niečo ďalej, keď nie len že aproprioval cudzí obraz, ale aproprioval ho z virtuálneho prostredia do fyzického priestoru galérie. Už tak nedochádza len k prieniku a stieraniu hraníc medzi súkromným a verejným a relevantnou nie je len diskusia o autorských či vlastníckych právach, ale vyvstáva otázka, ako sa mení hodnota a vôbec interpretácia obrazu, ktorý je primárne určený pre fluktuáciu vo virtuálnom prostredí po jeho ukotvení v kamennej galérii. Čo sa stane, keď je fotografia odrazu izolovaná z Instagramového profilu a stráca sa kontext, v rámci ktorého bola vytvorená? Dokáže obstáť ako samonosná snímka? A stačia plátno, múry galérie a kurátorská koncepcia na to, aby amatérska fotografia, nadobudla odrazu umeleckú hodnotu? Otázky, ktoré tu vyvstávajú pripomínajú spor zo začiatku 20. storočia, kedy Marcel Duchamp vystavil svoje slávne ready-mades. Prince robí do určitej miery to isté, avšak zatiaľ čo Duchamp doslovne pisoár premiestnil do galérie, na výstave Nové portréty visia na stene ontologicky iné objekty ako tie, ktoré sú “zavesené” na Instagrame. Prince z nich vyberá v podstate “iba” informáciu a teda základ fotografie a tej dáva formu klasického obrazu. Na čo sa teda pozeráme a čo hodnotíme? Nevie to celkom ani samotný autor. Prince (2015, prekl. M. P.) sa vyjadril, že keď snímky vytlačil na plátno, nebol si istý, na čo sa pozerá a či to, čo pred ním leží, je vlastne umenie. „*Nové portréty sa ocitli v akejsi šedej zóne. Nedefinovateľné. Na pomedzí. Nemali históriu, minulosť, meno. Žili akýmsi vlastným životom. Ešte sa len budú vyvíjať. Nájdu si svoju vlastnú cestu. Ja v tom nemáme žiadnu zodpovednosť. Oni majú. Priateľské monštra.*” Sériou Nové portréty a ďalším spochybňovaním hraníc a podstaty umenia nerobí Prince v podstate nič nové. Len klasickú otázku (o ktorej sme si už

mysleli, že je vyriešená) zaobaluje v súčasnosti do veľmi populárnej formy. Podobne ako u Sherman, aj tu môžeme hovoriť o kritike či ironickom pohľade na náš vzťah k sociálnymi sieťami; zatiaľ čo Sherman satiru ponecháva vo virtuálnom priestore, Prince ju vysúva aj do umeleckých inštitúcií.

Libuše Jarcovjaková je česká fotografka, ktorá začala byť umelecky aktívna síce už v 70. a 80. rokoch minulého storočia, avšak jej tvorba nebola v súlade s oficiálnou estetikou tej doby a preto bola dlhý čas ako autorka skôr zaznávaná alebo ignorovaná. Jej čierno-biely dokument bol príliš surový, drsný, kompozične nevyvážený, zábery boli častokrát preexponované, rozostrené, pôsobili neraz ako výsledok náhody než cieleného zamerania objektívu. Námety jej fotografií boli príliš banálne, obyčajné, občas ťažko čitateľné. Najčastejšie išlo o snapshotové výjavy z rôznych domácich večierkov, bistier či gay klubov. „Výcvaky“ zabávajúcich sa ľudí sa striedali so zábermi podivuhodných zátiší alebo s intímnymi autoportrétmi Jarcovjakovej.

Ignorovanie vtedajšej dobovej estetiky a čistoty dokumentu však zo strany autorky nebolo revolučným gestom ani vedomým znakom odporu. Fotografka v tej dobe trávila väčšinu svojho času popíjaním vína a zabávaním sa v pohostinstvách a súčasne život v nich fotografovala. Ako sa neskôr vyjadrila, tam sa cítila slobodne a sama sebou. Dokumentovala len to, čím a ako žila. Jej neusporiadaný vizuálny jazyk nezaujal výrazne ani počas štúdií na FAMU, zlomovým momentom pre Jarcovjakovú bolo až zoznámenie sa s českou historičkou fotografie Annou Fárovou, ktorá ju začala zaraďovať na fotografické výstavy, analyzovala jej dielo a tým aj čiastočne nasmerovala jej tvorbu. Paradoxne, výraznejší úspech dosiahla Jarcovjaková až v posledných desiatich rokoch a dnešní historici fotografie jej dielo oslavujú ako autentický portrét vtedajšej éry komunizmu a normalizácie.

Dnes Jarcovjaková stále pracuje primárne s neštylizovaným dokumentom. Čiernobiely fotografu však nahradila farba a aparát vystriedal smartfón. To, čo fotografuje, zverejňuje na Instagrame a na Facebooku. Virtuálne platformy sa stali jej vizuálnym denníkom a každý deň na ne pridáva nové snímky. Podobne ako Sherman, svoj celoživotný projekt adaptovala na nové technológie. No zatiaľ čo Sherman zámerne akcelerovala svoju estetiku, Jarcovjaková stále zachytáva každodennosť, všednosť, neinscenuje, neštylizuje. No kým kedysi bol jej rukopis zámerne prehliadaný, pretože bol iný, reakcie na jej súčasnú tvorbu sú rozpačité, nakoľko podobné fotografie zverejňujú na sociálnych sieťach milióny ľudí. Istý študent raz Jarcovjakovej povedal: „*Vy máte vlastne smolu. Keď ste boli mladá, tak vaše fotky nikoho nezaujímali a teraz už zase nie.*“ Aj samotná autorka priznáva, že nevie, ako sa s touto situáciou vysporiadať. Dnes je oveľa náročnejšie, nájsť autentický výtvarný prejav (Pašteková, 2017, s. 17).

Záver

Instagram sa stal platformou, ktorá kombinuje v podstate všetky elementy fotografickej kultúry: je nástrojom pre vytváranie fotografií, ich úpravu, distribúciu, archiváciu a pre súčasnú generáciu je aj alternatívnym výstavným priestorom. Instagrameri sú jeho dramaturgmi a kurátormi, systematicky rozvíjajú estetiku svojho profilu.

Pre teoretikov sa Instagram stal zdrojom dát pre rôzne typy výskumu a to nie len v oblasti fotografie či vizuálnej kultúry, ale aj na poli sociológie či psychológie. Analýzou jeho archívu odкрývajú aj vedci rozmanité vzorce správania či spoločenské a sociálne fenomény. Najmä v prípade mladej generácie sa stal Instagram obrazom ich životného štýlu, kreativity, estetických aj módných trendov, mechanizmov ich socializácie.

Instagram tiež prispel k ešte pluralitnejšiemu charakteru vizuálnej kultúry. Tá má dnes podobu akéhosi sociálno-umeleckého ekosystému, v ktorom je každý producentom a súčasne konzumentom informácií (Jurgenson - Ritzer, 2010). Teoretička fotografie Charlotte Cotton (2013) už pred niekoľkými rokmi poukazovala na skutočnosť, že dnes sme všetci editormi a kurátormi. Do tejto pozície nás postavili najmä sociálne siete a platformy pracujúce s fotografiami. A tie ovplyvnili nie len kríženie pozícií autora a recipienta, ale ešte viac prispeli k oslabeniu relevantnosti dichotómie umeleckého a mimoumeleckého. Tieto dva diskurzy sa na Instagrame stali symbiotickými, čoho dôkazom sú aj študenti, ktorých vzťah k fotografickým platformám a najmä Instagramu sa stal východiskom pre náš príspevok. Sledujú vizuálny jazyk, estetiku profilu Instagramera a je pre nich irelevantné, či daný človek má alebo nemá status umelca. Navyše, aj oni sami využívajú Instagram jednak ako nástroj introspekcie, seba-pozorovania či seba-skúmania, súčasne ho vnímajú ako priestor seba-prezentácie a často ho priamo zapájajú aj do umeleckých projektov. Medzi týmito svetmi sa navyše pohybujú absolútne prirodzene a nemajú potrebu klásť si existenciálne otázky o podstate a hraniciach umenia, ktoré problematizujú vo svojich prácach Sherman či Prince. Aj ich práce však ukazujú, podobne ako výskum Leva Manovicha, že analýza estetiky fotografie je dnes len východiskom ku skúmaniu otázky, čo vývoj na poli vizuálnej kultúry vypovedá o nás samých. Fotografia od svojho vzniku, aj vďaka svojej zviazanosti s realitou, bola vždy aj zrkadlom vývoja človeka a spoločnosti. Dnes je ním viac, ako kedykoľvek predtým. No ani nie tak pre to, čo zobrazuje, ale tým, ako ju dnes používame. Nie je len zrkadlom, ale aj akcelerátorom zmeny.

Literatúra:

- [1] BATCHEN, G. (2013): Observing by Watching Joachim Schmid and the Art of Exchange. In: *Aperture 210*, Spring, s. 46.
- [2] BECKER, N. (2017): *How Cindy Sherman's Instagram selfies are changing the face of photography*. [Cit. 2018-09-01.] Dostupné na internete: <<https://www.theguardian.com/artanddesign/2017/aug/09/cindy-sherman-instagram-selfies-filtering-life>>.
- [3] CAPLAN, L. (2016): Method without Methodology: Data and the Digital Humanities. In: *e-flux. Journal*, 72/April 2016, [Cit. 2018-09-01.] Dostupné na internete: <<http://www.e-flux.com/journal/72/60492/method-without-methodology-data-and-the-digital-humanities/>>.
- [4] COTTON, Ch. (2013): Nine Years. A Million Conceptual Miles. In: *Aperture 210*, Spring. New York: Aperture Foundation. [Cit. 2017-27-10.] Dostupné na: <<http://aperture.org/magazine-2013/nine-years-a-million-conceptual-miles-by-charlotte-cotton/>>.
- [5] FLUSSER, V. (1994): *Za filosofiú fotografie*. Praha: Nakladatelství Hynek, s.r.o.
- [6] HAND, M. (2012): *Ubiquitous Photography*. Cambridge: Polity Press.
- [7] JURGENSON, N. - RITZER, G. (2010): Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. In: *Journal of Consumer Culture*, 10/1, s. 13 - 36.
- [8] MANOVICH, L. (2017): *Instagram and Contemporary Image*. [Cit. 2017-15-09.] Dostupné na internete: <<http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>>.
- [9] PAŠTEKOVÁ, M. (2017): Libuše Jarcovjáčková - Na estetiku som kašpala. In: *Kapitál*, 2/2017. s. 16-17.

- [10] PAŠTEKOVÁ, M. (2015): WHAT-IS-GOING-ON-NOW. A Few Reflections About The Paradoxes Of Instagram Aesthetics. In: M. Fišerová – J. Machek (eds.): *New Mediation, New Pop-culture?* Praha: MUP Press, s. 53-69.
- [11] PRINCE, R. (2015): *New Portraits. Press Release, 9th of June 2015*. GAGOSIAN GALLERY, London, UK. [Cit. 2017-12-10.] Dostupné na internete: < <http://www.gagosian.com/exhibitions/richard-prince--june-12-2015>>.
- [12] SANDBYE, M. (2012): It Has Not Been – It Is. The Signaletic Transformation of Photography. In: *Journal of Aesthetics & Culture*, 4./January 15, 2014. [Cit. 2017-20-09.] Dostupné na internete: <<http://dx.doi.org/10.3402/jac.v4i0.18159>>.
- [13] STUHR-ROMMEREIM, H.: *Where images are actions: Instagram and network aesthetics*. [Cit. 2017-20-10.] Dostupné na internete: <https://www.academia.edu/5994465/Where_Images_Are_Actions_Instagram_and_Network_Aesthetics>.

Mgr. Michaela Pašteková, PhD.
Katedra teórie a dejín umenia
Vysoká škola výtvarných umení
v Bratislave
pastekova@vsvu.sk

espes.ff.unipo.sk

Aesthetics of Photography in the Era of Instagramism

Resumé:

The starting point for the topic of this paper was finding out that for today's students of photography who were born in the digital era, publications and magazines about photography are no longer the reference sources of information, but it is the social platform Instagram. There, they are looking not only for current aesthetic trends, but they also actively use Instagram in their art projects. In the introductory part of our paper, we analyze three types of the most common aesthetics of Instagram, as described by Lev Manovich in his book *Instagram and Contemporary Image - causal photos, professional photos and designed photos*. Subsequently, we study the so-called phenomenon Instagramism, whose representatives are a young digital class, actively using social platforms and communicating in particular visually. They work with photography in more conceptual way and their Instagram profile must have greater aesthetic consistency. The neologism "Instagram" suggests speed, quick decision, and fast action. If this was the platform's original intension, then the visually sophisticated global youth and members of Instagramism use it today in a completely opposite way. Instagramism needs slowness, craftsmanship, and attention to tiniest details. Then we discuss how Instagram was used by established artists as Cindy Sherman, Richard Prince and Czech photographer Libuse Jarcovjakova. Sherman surprised the art world with a selfie-filled Instagram account, Prince gained attention with his series *New Portraits* and Jarcovjaková uses Instagram as visual diary. By shifting to new medium, they continue in their previous work; new technologies are used here to raise questions about our relationship with internet and social platforms. On the other side,

for Instagrammers and thus also for the current students of photography, Instagram is a way of lifestyle and space for self-presentation. It is a new gallery space for them.