

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

**Alžběta Čermáková**

**Konstrukce identity prostřednictvím autoportrétu  
v éře sociálních sítí**

*Bakalářská práce*

Praha 2015



## Obsah

|   |    |
|---|----|
| ÚVOD.....   | 3  |
| 1.AUTOPORTRÉT V DĚJINÁCH VÝTVARNÉHO UMĚNÍ .....             | 5  |
| 1.1 Starověk.....   | 5  |
| 1.2 Středověk.....  | 6  |
| 1.3 Zrcadlová revoluce.....                                 | 6  |
| 1.4 Raná renesance.....                                     | 7  |
| 1.5 Idealizovaný renesanční autoportrét .....               | 8  |
| 1.6 Autoportrét mládí a krásy.....                          | 8  |
| 1.7 Autoportrét stáří a ošklivosti .....                    | 9  |
| 1.8 Autoportrét v malířově prostředí .....                  | 10 |
| 1.9 Autoportrét dostává nový rozměr.....                    | 11 |
| 1.10 Rozpolcené 18. století .....                           | 12 |
| 1.10.1 Španělsko.....                                       | 13 |
| 1.11 19. století .....                                      | 14 |
| 1.11.1 Španělsko.....                                       | 14 |
| 1.12 20. století.....                                       | 16 |
| 2. AUTOPORTRÉTV DĚJINÁCH FOTOGRAFIE.....                    | 17 |
| 2.1 Cindy Sherman.....                                      | 20 |
| 2.2 Nan Goldin.....   | 21 |
| 2.3 Niki Lee.....   | 21 |
| 3. SOCIOLOGICKÝ RÁMEC.....                                  | 22 |
| 4. PSYCHOLOGICKÝ RÁMEC.....                                 | 25 |
| 4.1 Selfie jako nástroj pro nalezení své individuality..... | 25 |
| 4.2 Selfie a hledání identity.....                          | 27 |
| 4.3 Sebeduplikace.....                                      | 27 |
| 4.4 Sebeidealizace.....                                     | 27 |
| 4.5 Selfie jako nástroj kompenzace.....                     | 28 |
| 4.6 Selfie jako nástroj uznání.....                         | 29 |
| 4.7 Selfie jako projev narcismu.....                        | 30 |
| 4.8 Co když je fotografování selfie normální?.....          | 31 |
| 4.9 Selfie jako deník a sebedokumentace.....                | 32 |
| 4.10 Selfie jako každodenní rituál.....                     | 33 |
| 5. FILOZOFICKÝ RÁMEC .....                                  | 33 |
| 5.1 I. Karteziánský dualismus .....                         | 33 |
| 5.2 II. Marxovo odcizení .....                              | 35 |
| 5.3 III. Postmodernistické vidění já .....                  | 36 |
| 5.3.1 Zájem o tělo .....                                    | 37 |
| 6. FENOMÉN SELFIE .....                                     | 38 |
| 6.1 Malé já.....  | 39 |
| 6.2 Historie selfie .....                                   | 40 |

|   |           |
|---|-----------|
| 6.3 Estetika selfie .....   | 41        |
| 6.3.1 Kompozice.....  | 41        |
| 6.3.2 Obrazová kvalita.....   | 42        |
| 6.4 Pojmy se selfie neoddělitelně spojené.....  | 43        |
| 6.4.1 #Hashtag.....   | 44        |
| 6.4.2 Filtry .....  | 45        |
| 6.5 Publikační platformy – sociální sítě.....   | 46        |
| 6.5.1 Sociální média.....   | 47        |
| 6.5.2 Instagram.....  | 48        |
| 6.5.3 Facebook.....   | 49        |
| 6.6 Smartphone – prodloužené tělo.....  | 51        |
| 6.7 Druhy selfie .....  | 52        |
| 6.7.1 Healthie.....   | 52        |
| 6.7.2 Usie.....   | 53        |
| 6.7.3 Felfie, uglie a jiná.....   | 53        |
| 6.8 Postavení selfie ve fotografii.....   | 54        |
| <b>7. PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>  | <b>55</b> |
| 7.1 Kvalitativní výzkum.....  | 55        |
| 7.1.1 Fotografický rozhovor .....   | 56        |
| 7.1.2 Rozhovor I. - Anna .....  | 58        |
| 7.1.3 Rozhovor II. - Jakub.....   | 59        |
| 7.1.4 Rozhovor III. - Hana.....   | 59        |
| 7.2 Východiska kvalitativní části výzkumu .....   | 60        |
| 7.2.1 Selfie jako prostředek (sebe)propagace .....  | 61        |
| 7.2.2 Selfie ve vnímání žen a mužů v souvislosti se vzhledem.....                               | 63        |
| 7.2.3 Selfie a stereotypy ženské krásy .....  | 65        |
| 7.2.4 Selfie jako prostředek kompenzace .....   | 66        |
| 7.2.5 Prostředek sdílení radosti .....  | 67        |
| 7.2.6 Selfie jako prostředek udržování a zvyšování sebevědomí a spokojenosti s tím spojené..... | 67        |
| 7.2.7 Selfie je zábava .....  | 68        |
| 7.2.8 Selfie jako rituál.....   | 69        |
| 7.2.9 Sebedokumentace a dokumentace svého života .....  | 70        |
| 7.2.10 Intimita a soukromí .....  | 71        |
| 7.2.11 Selfie jako prostředek socializace.....  | 71        |
| 7.2.12 Selfie jako prostředek komunikace.....   | 72        |
| 7.2.13 Hashtag jako lidský faktor .....   | 72        |
| 7.2.14 Selfie jako prostředek identifikace .....  | 73        |
| 7.3 II. Kvantitativní výzkum.....   | 74        |
| 7.3.1 Dotazník - vyhodnocení.....   | 75        |
| 7.3.2 Dotazník – shrnutí výsledků .....   | 81        |
| <b>ZÁVĚR .....</b>  | <b>83</b> |
| <b>SUMMARY .....</b>  | <b>85</b> |
| <b>POUŽITÁ LITERATURA .....</b>   | <b>88</b> |

## Úvod

Selfie je všude kolem nás. Někteří lidé ho považují za hloupé, jiní si ho hojně dělají všude, kam přijdou, stalo se každodenní a běžnou součástí jejich života. Další ho ignorují, nebo se jím nezabývají, jelikož se jich netýká, a netýká se jich ani věk technologií. A někteří lidé ani nevědí, co selfie vlastně je, a při dalších termínech jako je hashtag, Instagram nebo filtr se ztrácí docela. Co tedy selfie a ostatní termíny s ním spojené doopravdy jsou?

Selfie je fenomén, který postupně prostoupil všechny vrstvy života, dostal se k lidem všech věkových skupin od teenagerů až po seniory, sociálních vrstev i národností. Selfie je obrázek nás samých, pořízený také námi. Je to variace mobilního autoportrétu se svými specifiky.

Selfie si lidé pořizují naprosto všude a za jakýchkoli okolností - ve vesmíru, na Oscarech, ve vzduchu, na vodě, pod vodou, na zemi a pod ní. Svět jednoduše ovládlo selfie, a vlastně by se dalo říci, že velmi nenápadně. Mnoho lidí si jeho všudypřítomnost ani neuvědomuje, je pro ně běžnou věcí a také věcí nevážnou, kterou řadí do roviny zábavy, a tudíž jí nepřikládají důležitost.

Co ale boom tohoto novodobého fenoménu vypovídá o společnosti? O nás samotných? O směřování naší identity? Jaká je role selfie v životech lidí doopravdy? Všichni tři lidé, se kterými jsem dělala rozhovor, ho s naprostou samozřejmostí zařadili do nevážné sféry, jako něco, bez čeho by se s naprostou jistotou dokázali obejít. Je tomu ale opravdu tak?

Co selfie vlastně vypovídá o vnímání našeho já, o tom, jak vnímáme sami sebe? Proč si místo nádherné katedrály dvě dívky, co jsou v Paříži na výletě, vyfotí své obličej v nedalekém McDonaldu a napíší, že Paříž je krásná? Proč dáváme najednou přednost sdělování svých zážitků a událostí ze života skrze náš obličej, potažmo tělo? Věnuje nám snad okolní svět málo pozornosti, a tak ji musíme sami soustředit na sebe? Chceme být v centru dění, a selfie nám to umožňuje a dokonce nám umožňuje, abychom při tom dobře vypadali – umožňuje nám zvolit si úhel, v jakém chceme, aby nás ostatní viděli a vnímali.

Téma práce jsem si vybrala v době, kdy jsem sama měla potřebu zkoumat svou identitu skrze selfie. Pro mě je selfie nástroj, jak lépe poznat samu sebe a zároveň dokumentovat změny na svém těle v souvislosti s různými životními obdobími. Při psaní této práce jsem se zamyslela nad tím, kdy vzniklo mé první selfie. Pokud se

omezím jen na selfie v pravém slova smyslu, tedy to, pořízené mobilním telefonem, tak to bylo 29. června 2013 ve 13:35 hodin. A byla to hned druhá fotografie na nově koupeném Samsungu Galaxy S III, který jsem ten den dostala. A jelikož jsem nevěděla, že mám nastavené sériové snímání, nafotila jsem jich hned 18. Od té doby, kdy jsem fotografie ve svém mobilu ještě ani jednou nepromazala a ani nepřenesla do počítače (jen části, ne všechny), jsem nafotila 703 selfie. Do tohoto čísla nezahrnuji selfie, pořízené digitálním fotoaparátem.

I přesto, že mou snahou bylo zodpovědět a probrat všechny body, které uvádím v tezi, v některých bodech práce, její struktury a i obsahu jsem se od ní odchýlila. Selfie je téma, které je aktuální, nové, neleží v archivu v ustálené podobě, ale mění se. Proto si myslím, že změny, které v práci nastaly nejsou tématu na škodu, ba naopak. Mým původním a výzkumným záměrem bylo zjistit, proč si lidé selfie pořizují, co jim to přináší a jak je selfie zpětně a spolu s tím mění a ovlivňuje jejich život. V tezi jsem toto plánovala zjistit dotazníkem, který jsem i uskutečnila a sémiotickou analýzou a možná i kvantitativní obsahovou analýzou. Ty jsem nakonec záměrně nepoužila. Mým zájmem byla především osoba tvůrce selfie a pro její zkoumání a proniknutí do mysli se ani jedna ze zmíněných metod nehodila, Proto jsem nakonec zvolila kvalitativní hloubkové a fotografické rozhovory se třemi lidmi, kteří si selfie pořizují velmi často. Myslím a doufám, že výběr a odchýlení, jak snad vyplyne i ze závěrů, byly správné.

Dále jsem se rozhodla do práce, která již bez toho čítá velké množství stran, nezahrnout vlastní pojetí selfie v podrobnější eseji. Svě pojetí říkám v úvodu a jsem toho dojmu, že jinak je má osoba ve výzkumném slova smyslu, pro tuto práci nedůležitá. Svou osobu do práce zahrnuji jiným, daleko relevantnějším způsobem. Jelikož je selfie něco aktuálního, co se týká i mé osoby, i když nepatřím mezi tvůrce selfie, který by je publikoval, stále jsem člověk, který zažívá vznik a vývoj tohoto fenoménu a má tedy možnost ho pozorovat. Proto práce obsahuje necitované pasáže, kde se snažím předkládat vlastní postřehy a teorie.

Odchýlením od teze lze také chápat zahrnutí daleko širšího spektra aspektů selfie, které dopodrobna rozebírám. Poslední bod, který bych ráda v souvislosti s tezí zmínila je literatura. V průběhu práce jsem po přečtení knih z teze u většiny zjistila, že neobsahují relevantní informace pro tuto práci, a proto čerpám především z internetových zdrojů, kterými jsou články a odborné studie. Tento postup je v konečném

důsledku pro tak aktuální téma, ke kterému neexistuje dostatečná literatura, příhodný a doufám, že práci neuškodil.

## 1. Autoportrét v dějinách výtvarného umění

Předtím, než se práce bude věnovat samotnému selfie, bych ráda nastínila, historii autoportrétu, jehož je selfie variací a který se zrodil ve stejné době jako jedna z nejstarších lidských civilizací. Touha člověka reflektovat v umění nejen prostředí, ve kterém žije, a lidi, se kterými žije, ale i sebe sama, sahá hluboko do historie, až k počátkům lidské civilizace. Stejně jako v mnoha jiných oborech si i v oblasti autoportrétu získávají prvenství staří Egyptané.

Touha zobrazovat sebe sama se zrodila se samotným uměním, které člověka reflektuje a zároveň ho posouvá dál, jelikož nutí lidskou mysl dívat se na sebe kriticky. Skrze umění a společně s ním člověk poznává lépe sám sebe. Tato touha je tím více vidět na tvorbě autoportrétu.

Autoportrét zažil největší rozkvět v období renesance. Můžeme tedy tvrdit, že touha člověka poznávat sama sebe roste i s touhou poznávat okolní svět. Umělci přestávají být anonymní jako ve středověku. V renesanci se zrodil i nejproduktivnější tvůrce malířského autoportrétu vůbec – Rembrandt van Rijn.

### 1.1 Starověk

Předtím, než se posuneme do renesance, kde se pojetí autoportrétu, jaký známe dnes, rozvinulo díky revolučnímu vynálezu zrcadla, je třeba zmínit vůbec první autoportrét v historii lidstva, který nevznikl nikde jinde než ve starověkém Egyptě. Jeho autorem byl Bak, dvorní sochař faraona Achnatona, který vládl v polovině 14. století. Bak na autoportrétu, vytesaném do kamene, zobrazil sebe a svou ženu zepředu, jak stojí vedle sebe a mají oblečení, které značí vyšší společenský status, jaký Bak měl.<sup>1</sup> V Egyptě později vzniklo několik dalších autoportrétů, což se už ale nedá říci o

---

1

HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 13.

antickém Řecku a Římu, tam tento druh výtvarného umění k nalezení není. Starověk byl v tomto směru celkově poměrně skoupý.<sup>2</sup>

## 1.2 Středověk

Středověk je období někdy přezdívané i jako období temna, kdy se koloběh života odvíjel od Boha a církve. Pozornost se obrací skoro výhradně k Bohu a odvrací se od člověka, kterého nebere jako individuum, ale pokornou ovečku, která se má řídit boží vůlí. I přesto přinesl paradoxně o něco více exemplářů autoportrétní tvorby než antika. Historici umění se u tohoto období potýkali s jiným problémem - museli řešit nejen rozpoznání autoportrétu, ale i samotných umělců, o kterých mnohdy neexistuje dostatek záznamů, natož jejich podoba, porovnatelná a identifikovatelná s jejich díly.<sup>3</sup> Přesto je počet autoportrétů a „imaginace, inteligence a variabilita, s jakou byly vytvořeny, neuvěřitelná.“<sup>4</sup> První středověké autoportréty se objevují v 10. století.<sup>5</sup>

„Nejvíce autoportrétů ze středověku se dochovalo především v iluminovaných knihách, které po staletí chránila knihovna. Jejich hlavními autory byli mniši, a obsahem byly náboženské texty, vztahující se k Ježíši Kristovi.“<sup>6</sup> Jedním ze středověkých umělců, u kterých je autoportrét doložitelný, je například vysoko postavený arcibiskup sv. Dunstan. Na iluminaci namaloval sebe jako hříšníka při Posledním soudu, prosícího o odpuštění u nohou Ježíše Krista, který od něj odvrací oči.<sup>7</sup>

O něco později, ve 12. století, kdy autoportrét začal více pronikat do světa umění díky větším investicím do tohoto oboru, tvořil také český malíř Hildebertus, který na dvou dochovaných autoportrétech zobrazil sebe a svého učence Erwina. Hildebertus v tomto případě usnadnil práci historikům, protože nad obě postavy napsal popisek, který říkal, kdo postava je.<sup>8</sup>

<sup>2</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 14.

<sup>3</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 17.

<sup>4</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 18.

<sup>5</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 18.

<sup>6</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 21.

<sup>7</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 21.

<sup>8</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 27.

### 1.3 Zrcadlová revoluce

Opravdový nástup autoportrétu však přichází až v renesanci s vynálezem rovinného zrcadla, které umělce podnítilo k tomu, aby ho obrátili proti sobě, a to, co jim ukázalo, přenesli na plátno. Autoportrét zažívá od 16. století svůj největší boom i díky humanismu, který byl rovněž podnětem pro umělce, aby se zaměřili na sebe.<sup>9</sup> Umělci tvořili autoportréty již před zhotovením rovinného zrcadla, kterému předcházela zrcadla buď konvexní (vypuklá), nebo konkávní (dutá), která obraz značně zkreslovala a která používali již antičtí Řekové a Římané.<sup>10</sup> Dokladem využití těchto zrcadel pro renesanční autoportrét může být například známý autoportrét italského malíře Parmigianina. Podle Halla zdokonalení vynálezu zrcadla nebylo samo o sobě tak zásadní jako „myšlenka zrcadla“<sup>11</sup>, která zastínila fyzickou rovinu vynálezu – tedy možnost věrného zobrazení reality.<sup>12</sup>

### 1.4 Raná renaissance

Jak už bylo řečeno, renesanční autoportrétní tvorba nebyla vázána jen na vznik rovinného zrcadla, ale existovala již dávno předtím. Vznikaly autoportréty, které tak často nevypadaly. Jedním z umělců, kteří tvořili v raném období renesance a věnovali několik pláten i obrazu sebe sama, byl i holandský malíř Jan van Eyck. Na jeho možná nejslavnějším díle, nazvaném *Svatba manželů Arnolfiniových* z roku 1434, kde je za zepředu zachycenými snoubenci konvexní kulaté zrcadlo, je při bližším zkoumání možno zahlédnout dvě postavy v zrcadle, z nichž je jednou velmi pravděpodobně i samotný van Eyck. Nad zrcadlem je popisek, který tomu nasvědčuje: „Byl tady Jan van Eyck/1434.“<sup>13</sup> Jiným, pravděpodobně autoportrétním dílem, kde je již podoba umělce zřetelná, je obraz *Muž v turbanu*, namalovaný o rok dříve. (Auto)portrét je neobvyklý tím, že se muž dívá z plátna přímo na diváka, což podle Halla dokazuje, že jde o autoportrét.<sup>14</sup>

<sup>9</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 31.

<sup>10</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 32.

<sup>11</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 36.

<sup>12</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 36.

<sup>13</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 41.

<sup>14</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 43.

### 1.5 *Idealizovaný renesanční autoportrét*

V renesančním autoportrétu vysledovává James Hall dva hlavní proudy, které následovaly po sobě. Prvním je období, kdy malíři jako Dürer, Caravaggio nebo Parmigianino vidí sami sebe jako krásné mladé jinochy, kteří nejsou zatíženi žádným hříchem a jsou obdařeni pouze nevinností, krásou a naivitou. V druhém proudu se umělci vydali opačnou cestou a začaly vznikat ironizující, parodické a zošklivující autoportréty. V tomto proudu vynikly osobnosti jako například Michelangelo, Tizian, Arcimboldo i Caravaggio, kteří vytvářeli pokřivené a někdy i celkem pravdivé a realistické autoportréty, na kterých vystupují jako oškliví starci. Hojná byla i reflexe sebe sama v podobě různých znetvoření – výškových jako liliputáni, extrémně ošklivých, atd.<sup>15</sup>

### 1.6 *Autoportrét mládí a krásy*

Jeden z nejvýznačnějších malířů, kteří v této době, kterou Hall datuje od roku 1490, působil, byl německý malíř a kreslíř Albrecht Dürer. „Dürer je nejoslavovanějším, nejplodnějším a nejinovativnějším tvůrcem autoportrétů během období renesance,“<sup>16</sup> píše Hall o Dürerovi, který vytvořil něco kolem 16 malovaných i kreslených autoportrétů, a dodává, že paradoxně ale není pro veřejnost tím nejznámějším renesančním autoportrétistou.<sup>17</sup> Tím se až později stal Rembrandt van Rijn.

Talentovaný Dürer nakreslil svůj první autoportrét již ve svých třinácti letech a dokonce si ho sám okomentoval. „Toto jsem nakreslil sám pomocí zrcadla v roce 1484, když jsem byl stále ještě dítě. Albrecht Dürer.“<sup>18</sup> Jeho zcela nejslavnějším autoportrétem je však dílo, datované do roku 1500, kde Dürer zobrazil sebe sama do poloviny těla jako velmi pohledného muže, asi třicátníka s dlouhými vlnitými vlasy a menším plnovousem, vystupujícího z černého pozadí. Hall připomíná, že Dürer se na tomto obraze velmi nápadně podobá Ježíši Kristovi. „Dürer naznačuje, že je Ježíš Kristus s božskou mocí stvořitele.“<sup>19</sup> Stejně jako jeho třináctiletý autoportrét, je i tento vpravo

<sup>15</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 103.

<sup>16</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 81.

<sup>17</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 81.

<sup>18</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 91.

<sup>19</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 84.

nahoře obohacen o autorův popis, ve kterém píše, že ho namaloval ve svých 28 letech „nehynoucí barvou“<sup>20</sup>, což podle Halla říká, že chtěl, ať obraz nikdy nezestárne. Z toho je možné usuzovat, že se už v renesanci projevuje touha člověka po zachycení věčného mládí. Zachycení svého ideálního já, které je jedním ze silných motivací pro tvorbu autoportrétů dneška – selfie.

Kromě krásy bylo pro umělce, tvořící autoportréty, v této době důležité i mládí, tedy chlapectví, kterému ve svých obrazech vzdávali poctu.<sup>21</sup> Jeden z takových autoportrétů je od italského malíře Parmigianina, který na něm v konvexním zrcadle zvětčil své jedenadvacetileté já, které ovšem vypadá spíše na nejvýše patnáct let.<sup>22</sup>

### ***1.7 Autoportrét stáří a ošklivosti***

Od jednoho extrému, kterým byla idealizace sebe sama, se autoportrét přesouvá do druhého, kterým je zohyzďování svého já a výsměch tomu prvnímu.<sup>23</sup> „Během šestnáctého století se objevuje podžánr autoportrétu, který symbolizuje sebeodmítnutí a výsměch sobě sama s komickým a tragickým efektem zároveň.“<sup>24</sup> Umělci začínají zatracovat své já a začínají tvořit obrazy, ve kterých se vysmívají hrdinství, kráse a všemu, co prostřednictvím svých obličejů obdivovali malíři z prvního proudu.<sup>25</sup> Někteří umělci, jak stárli, začali více inklinovat k druhému proudu, který jim umožnil realisticky zachytit jejich osobu na cestě ke smrti. Jedním z nich byl i Dürer, který na sklonku svého života vytvořil obraz s názvem Nemocný Dürer.<sup>26</sup>

Velké zalíbení v ošklivení svého já našli především Italové Michelangelo Buonarotti a Tizian.<sup>27</sup> „Michelangelo měl, zdá se, náhlou potřebu sebevýsměchu, když

<sup>20</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 86.

<sup>21</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 89.

<sup>22</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 97.

<sup>23</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 103.

<sup>24</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 103.

<sup>25</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 103.

<sup>26</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 109.

<sup>27</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 103.

pracoval na stropních malbách Sixtinské kaple, kdy své obličejové rysy propůjčil zmačkané vytahané kůži, kterou drží svatý Bartoloměj v Posledním soudu.<sup>28</sup>

Tizian, který se ve svém stáří podle Halla přímo vyžíval, používal podle historiků umění i prvky karikatury,<sup>29</sup> které dnešní selfie také hojně využívá. Svůj první autoportrét namaloval poměrně pozdě, ve svých padesáti šesti letech. Z autoportrétů, které Tizian ve svém postarším věku namaloval, se zachovaly dva. V prvním zachycuje sebe sama jako vetchého, skomírajícího starce, který se dívá do dálky, jakoby na své zašlé mládí. Na druhém, který pořídil o patnáct let později, vypadá Tizian, zachycený z profilu, ještě daleko starší, než doopravdy byl, a lehce připomíná karikaturu. Tento autoportrét se později, po jeho smrti, stal jeho oficiálním, čteně reprodukováným portrétem. Právě tyto „extrémně postaršující“<sup>30</sup> autoportréty získaly Tizianovi věhlas.<sup>31</sup>

## 1.8 *Autoportrét v malířově prostředí*

Sedmnácté století v dějinách autoportrétu mělo také svou výraznější tendenci, a to tu, že barokní umělci nejčastěji malovali sami sebe při práci ve svém malířském studiu jako nizozemský malíř Jan Vermeer, který zvětšil, jak sedí k divákovi zády ve svém ateliéru a maluje mladou dívku v modrých šatech.<sup>32</sup> V této době se místo, kde malíř pracoval, stává často vyhledávaným místem, kde autoři přijímali návštěvy. Sociální status malířů je stále váženější a poutá pozornost jak jejich mecenášů, tak i veřejnosti.<sup>33</sup>

Obraz a zároveň autoportrét, který podle Halla s náskokem upozaduje všechny nizozemské malíře ve studiu, jsou *Dvorní dámy* Diega Velazquéze z roku 1656. Na velmi známém obraze stojí španělský dvorní malíř krále Filipa IV. španělského Diego Velazquéz na straně a maluje scénu, na které jsou čtyři dvorní dámy a malá princezna Margarita (Markéta Habsburská).

---

<sup>28</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 110.

<sup>29</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 112.

<sup>30</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 112.

<sup>31</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 112.

<sup>32</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 142.

<sup>33</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 131.

## 1.9 *Autoportrét dostává nový rozměr*

„S Rembrandtem van Rijnem se autoportrét dostává na novou úroveň, co se týče jak množství, tak i kvality, různorodosti a trvalého významu.“<sup>34</sup> Při zadání hesla „autoportrét“ do internetové encyklopedie Wikipedia se v hesle autoportrét objeví právě jeden z těch Rembrandtových, které tvoří pětinu jeho tvorby a vznikly převážně v období umělcova mládí.<sup>35</sup>

I přestože Rembrandt tvořil autoportréty po umělcích do žánru podobně zapálených jako byl Dürer, autoportrét byl v jeho době ve společnosti a světě umění stále nezvyklým. Proto Rembrandt všechny své autoportréty popisoval slovy: „Namaloval Rembrandt“ nebo „Vytvořeno mnou.“<sup>36</sup> Hall píše, že Rembrandt ukotvil autoportrét jako autonomní žánr s jeho vlastní historií.<sup>37</sup>

Rembrandtovy rytinové autoportréty zachycují různé polohy malířovy náтуры skrze výrazy jeho tváře. Některé z nich mají danou emoci nebo rys i v názvu, jako *Autoportrét s rozhněvaným výrazem* nebo *Autoportrét s otevřenou pusou*. Hall považuje jeden rys za přímo charakterizující Rembrandta, a to jeho vlasy<sup>38</sup> - stejně jako u Dürera. „Velmi často jsou to vlasy - a ne výraz obličej, který je často schovaný v hlubokém stínu -, které jsou nejvýraznějším a nejpůsobivějším výrazovým prostředkem.“<sup>39</sup> Jedním takovým „vlasovým“ autoportrétem je například rytina *Autoportrét s kudrnatými vlasy a bílým límečkem*, kde má Rembrandt díky bujné rozčepýřené kštici rebelský vzhled.<sup>40</sup>

Zdá se, že malíři, stejně jako dnes značná část tvůrců selfie, dávali důraz na své konkrétní přednosti, v tomto případě vlasy. I ty hrají v dnešní estetice selfie významnou

---

<sup>34</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 150.

<sup>35</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 151.

<sup>36</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 151.

<sup>37</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 152.

<sup>38</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 152.

<sup>39</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 153.

<sup>40</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 153.

roli. Často jsou jedním z hlavních obrazových prvků selfie fotografie především u žen, a dokonce existuje přímo druh selfie, který se na vlasy specializuje, tzv. helfie.

V pozdějších autoportrétech, když bylo Rembrandtovi kolem šedesáti, už zobrazuje sám sebe odlišně. Kudrnaté vlasy zakrývá malířská čepice. V roce 1657 postihl malíře bankrot a byl nucen prodat dům v Amsterdamu i rozsáhlou kolekci svých děl. I přesto však čtyři roky před smrtí, kdy jeho sláva už pomíjela, namaloval podle Halla svůj nejvelkolepější autoportrét. Zachytil na něm sama sebe zepředu s bílou malířskou čepicí, jak sedí před plátnem a drží paletu.<sup>41</sup>

O zařazení a ukotvení žánru autoportrétu se v Rembrandtově období a hlavně později zasloužila italská mecenášská rodina z Florencie – Medicejové. Leopold Medicejský začal sestavovat první kolekci maleb, zaměřenou pouze na autoportréty, které pro něj sbíral jeho synovec, jež při svých cestách za uměleckými díly dvakrát navštívil i starého Rembrandta. Před svou smrtí vlastnil Leopold téměř osmdesát autoportrétů, které pak jeho synovec nechal vystavit v Itálii v druhé polovině 17. století.<sup>42</sup> O půl století později po smrti posledního vévody z rodu Medicejů vznikl ve Florencii první katalog sestavený z této autoportrétní kolekce, publikovaný v polovině osmnáctého století, do kterého bylo zařazeno přes padesát autorů i se stručnými medailonky.<sup>43</sup>

### ***1.10 Rozpolcené 18. století***

Autoři autoportrétu z osmnáctého století nezískali slávu a nevešli ve všeobecnou známost jako malíři renesance, přesto však i období romantismu zrodilo umělce, kteří se hledáním sebe sama skrze autoportrét zabývali. Umělci byli v této době rozpolcení a hledali smysl života, přemýšleli o existenciálních otázkách - jako například, jakou dráhu si v životě vybrat.<sup>44</sup> Což je pro romantismus typické, řada literárních postav měla stejné problémy, i když se existencialismus objevuje až později se Sartrem.

---

<sup>41</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 158.

<sup>42</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 160.

<sup>43</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 161.

<sup>44</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 164.

Kromě Francisca Goyi, který se v polovině osmnáctého století narodil, ale autoportréty začal tvořit až ve století devatenáctém (kromě prvního, který je z roku 1799), se v osmnáctém století těžiště autoportréty přesouvá do Anglie, kde se mu věnovali Sir Joshua Reynolds a Ir James Barry.<sup>45</sup>

Hall popisuje Reynoldse jako „nejúspěšnějšího autora osmnáctého století, který byl snad neplodnějším portrétistou všech dob.“<sup>46</sup> Ve své plodné tvorbě se kromě portrétů, kterých za svého života namaloval přes dva tisíce, věnoval horlivě i autoportrétům, kterých vytvořil kolem třiceti.<sup>47</sup>

Jeden obraz například ukazuje Reynoldse s paletou v ruce a rukou, stínící oči, jak hledí do dáli a snaží se pohledem něco zachytit.

Druhým anglosaským umělcem, který propadl tvorbě autoportréty, byl původem irský malíř James Barry. „Maloval angažovaný autoportrét a stal se symbolem nepochopeného a marného génia éry romantismu.“<sup>48</sup>

### 1.10.1 Španělsko

Vnitřní zmatek a konflikt ve svém nitru se v tomto období jal reflektovat i španělský malíř Francisco Goya. Většinu svých autoportrétů vytvořil, jak již bylo řečeno, v devatenáctém století. Jeho první autoportrét se datuje do roku 1799.<sup>49</sup> Goya je na něm zachycen z profilu, má černý klobouk a netečný výraz, který směřuje mimo, jen jeho oko jakoby pokukuje směrem k divákovi.<sup>50</sup> „Goya tímto autoportrétem vytvořil nový druh, ve kterém umělec předstírá, že se nedívá na nás.“<sup>51</sup>

---

<sup>45</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 164.

<sup>46</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 165.

<sup>47</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 165.

<sup>48</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 169.

<sup>49</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 179.

<sup>50</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 181.

<sup>51</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 181.

## 1.11. 19. století

V devatenáctém století se podoba umění změnila v důsledku započatých změn v sedmnáctém a osmnáctém století. Umění se stále silněji stávalo součástí trhu spolu s rostoucím počtem výstav, kde si ho lidé mohli kupovat.<sup>52</sup> „Komericializace světa umění přinesla nové svobody: umělci mohou být méně závislí na svých patronech.“<sup>53</sup>

Devatenácté století dalo také vzniknout revolučnímu vynálezu fotografie, který postupně začal měnit celý svět umění, i když se do něj zařazuje až později. Ovšem v devatenáctém století vzniká první fotografický autoportrét, údajně pořízený Robertem Corneliem v roce 1839, vzápětí ho následuje zhrzený Hippolyte Bayard, předstírající vlastní smrt.<sup>54</sup> Vzniká praotec selfie.

Devatenácté století přineslo hned několik významných autoportrétistů. Od již zmiňovaného Franciska Goyi přes francouzského malíře Gustave Courbeta až po snad - spolu s Fridou Kahlo - nejznámějšího autoportrétistu ze všech, Vincenta Van Gogha.

Francouzský malíř Gustave Courbet se do dějin autoportrétu zapsal především tím, že své autoportréty vystavoval. „Nikdy předtím žádný umělec nepředstavil tolik různorodých autoportrétů v rámci jedné výstavy.“<sup>55</sup> Na výstavě v provizorním stanu před pařížským muzeem vévodilo dílo *Malířovo studio, opravdová alegorie, definující sedm let mého uměleckého a morálního života*. Hall toto dílo, kde je Courbet ve středu megalomanského plátna obklopen společností lidí, kteří ho při práci sledují, označuje za „nejambicióznější autoportrét, co kdy vznikl.“<sup>56</sup>

### 1.11.1. Španělsko

Mladý van Gogh předtím, než se odstěhoval na venkov a začal malovat nesčetné variace slunečnic, pobýval nějaký čas v Paříži, kde se zrodily i jeho první autoportréty, a to díky inspiraci umělcem, kterého v galerii často navštěvoval. Byl jím Rembrandt a van Gogh dokonce vytvořil autoportrét, který byl reakcí na Rembrandtův autoportrét, a také ho i stejně pojmenoval. Poté zde vzniklo ještě několik dalších autoportrétů v neoimpresionistickém stylu, ve kterém van Gogh tvořil. I přesto, že se van Gogh do éry

<sup>52</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 187.

<sup>53</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 187.

<sup>54</sup> <http://cs.wikipedia.org/wiki/Autoportr%C3%A9t>

<sup>55</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 202.

<sup>56</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 197.

fotografie již narodil, tuto techniku pro tvorbu autoportrétu odmítal: „Malované autoportréty žijí svým vlastním životem, který plyne z malířovy duše, kam se přístroj nemůže nikdy dostat“.<sup>57</sup>

Jeho nejslavnější autoportréty však pocházejí z pozdějšího období, a to z doby, kdy si provedl amputaci ucha, pro jejíž motiv existují různé teorie. V této době van Gogh namaloval svůj snad nejznámější *Autoportrét s uříznutým uchem*, kde má na hlavě čepici, která ale nezakrývá bílý obvaz kolem jeho pravého ucha. Van Gogh, který nejspíše trpěl psychickou poruchou, spáchal později sebevraždu.<sup>58</sup>

Slavný expresionista norského původu, který propadl žánru autoportrétu stejně jako Rembrandt nebo van Gogh, byl Edvard Munch. Na svých autoportrétech se Munch snaží své tělo pojímat a zobrazovat s ženskými prvky – je spíše drobné, bez výrazněji vyrýsované postavy, naprosto holé. Také naznačuje menší poprsí. Takové rysy ztvárnil například v *Autoportrétu v pekle* nebo v *Androgynním autoportrétu*.<sup>59</sup>

Pro tehdejší dobu pobuřující a nad ostatní vyčnívající byly autoportréty Rakušana Egon Schieleho, který byl rovněž expresionistou. Schiele měl v oblibě zobrazování lidské nahoty, za což byl i několikrát uvězněn. Ve stejném tónu jsou i jeho autoportréty, jako například *Autoportrét v černém kabátu*, který ho explicitně zobrazuje při masturbaci.<sup>60</sup>

## 1.12. 20. století

Autoportrét dvacátého století se od předešlých období odlišoval tím, že na obrazech nebyly příliš často zachyceny hlava a obličej umělce, navzdory žánru. Nahrazovaly je masky a také odklon k tělu, které umělci zobrazovali celé, nikoliv jen jeho část jako dříve. Žánr autoportrétu se emancipoval tím, že se objevili umělci, kteří se soustředili pouze na něj.<sup>61</sup> A i když se nestal ve 20. století dominantním, vyskytli se

---

<sup>57</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 205.

<sup>58</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 212.

<sup>59</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 221.

<sup>60</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 226.

<sup>61</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 231.

umělci, kteří v něm vynikli. Jednou z nich byla mexická malířka Frida Kahlo, která ve svých obrazech reflektovala a zkoumala svou identitu.<sup>62</sup> „Její obrazy se soustřeďují na tělo, jeho stavbu a procesy, které se v něm dějí, a to pro Kahlo často zahrnovalo i utrpení“.<sup>63</sup> Její obrazy se někdy mohou zdát morbidní a studené, odosobněné, přesto jsou ve skutečnosti velmi osobní a plné autorčinných frustrací a emocí. „Umění Fridy Kahlo je silně autobiografické a velmi často se v něm reflektují její zdravotní problémy i její vypjatý vztah s malířem Riverou“.<sup>64</sup>

Velmi známý je například obraz *Dvě Fridy*, kde jedna Frida má mexické oblečení a druhá evropské. Obě mají přes šaty naturalisticky namalovaná srdce, která jsou spojena tepnami. Mexická Frida drží medailonek s Riverovým portrétem. Obě se drží za ruce.<sup>65</sup>

Frida velmi často reflektovala například jen části svého těla - jako na obraze, kde zachycuje pouze své nohy ve vaně pod hladinou, na kterých jsou různé miniaturní výjevy ze světa jako hořící mrakodrap.<sup>66</sup>

Fridou Kahlo zakončím kapitolu o autoportrétu ve výtvarném umění záměrně, jelikož po Fridě Kahlo se vynořuje stále více umělců, kteří se věnují fotografii i fotografickému autoportrétu.

## 2. Autoportrét v dějinách fotografie

Autoportrét, stejně jako většina ostatních žánrů, provázal médium fotografie již od jejího samotného vzniku, tedy od roku 1839, kdy francouzská vláda její vynález oficiálně připsala francouzskému vědci a malíři Louisu Daguerrovi, který svou metodu vyvolání fotografie po sobě nazval daguerrotypie. Daguerre však nebyl jediný a zdaleka ani první vynálezce, který s fotografickým procesem přišel. Původně spolupracoval s Josephem Nicéphorem Niepcem, který heliografickým procesem pořídil první fotografie vůbec, a to v roce 1826, kdy zachytil na osmihodinovou expozici pohled z

---

<sup>62</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 249.

<sup>63</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 249.

<sup>64</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 249.

<sup>65</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 250.

<sup>66</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 249.

okna do dvora. Dalším konkurentem Daguerra byl v té době angličan Henry-Fox Talbot, který - na rozdíl od daguerrotypie - umožňoval reprodukci obrazu díky vynálezu negativu a pozitivu. První negativ pořídil již v roce 1826.<sup>67</sup>

Významným průkopníkem byl rovněž Francouz Hippolyte Bayard, kterého ovšem svět nezná díky jeho vynálezu pozitivního procesu, ale díky jednomu z prvních fotografických autoportrétů a zároveň první zmanipulované fotografii, kterou pořídil na protest proti neuznání jeho vynálezu pozitivního procesu. Na autoportrétu *Sbohem, krutý světe!* Bayard předstíral svou vlastní smrt, když se vyfotil jako utopenec.<sup>68</sup>

Touha reflektovat sebe sama s vynálezem fotografie ještě vzrostla. Fotografie uměla zachytit realitu daleko věrněji, a i když ji například autoportrétista jako van Gogh odmítal, pro ostatní umělce se ve dvacátém století stala hlavním způsobem pro vyjádření umělcova já. Vzhledem k širokému spektru fotografů, kteří se autoportrétem zabývali, zmíním jen hrstku z nich.

Jedním z prvních fotografů, kteří se tomuto žánru věnovali, byl francouzský portrétista Nadar neboli Gaspárd-Félix Tournachon, který „... jako většina tehdejších fotografů experimentoval často sám na sobě – jeho autoportréty povětšinou nenesou obecné charakteristiky selfie, jako je tomu u Cornelia, avšak jeho přístup se přibližuje tomu druhu selfie, s nímž se v současné době setkáváme na sociálních sítích Vine či Instagram. Jedná se o gifovou animaci, tedy sekvenci několika snímků, seřazených za sebe tak, že tvoří krátkou smyčku.“<sup>69</sup>

Nadar, stejně jako jiní fotografové v raném období tohoto nového média, experimentoval nejdříve na fotografiích sám se sebou. Příkladem může být jeho *Rotující autoportrét* z roku 1865, kdy Nadar zachytil dvanáct autoportrétů sebe sama z různých úhlů.<sup>70</sup> Jednotlivé fotografie, poskládané vedle sebe, vytvářejí plastický Nadarův obraz, který jakoby rotuje. Na síti YouTube existuje několik animací, na kterých se Nadar otáčí stále dokola.

Podobnou sérii vytvořil i další známý fotograf Edvard Muybridge, který se proslavil spíše sérií s dostihovým koněm, která vznikla na základě sázky, kterou Muybridge vyhrál, než svými autoportréty, z nichž byly některé v podobném duchu jako série portrétů nahatého Muybridge, který se na třiceti na sebe navazujících snímcích

<sup>67</sup> Poznámky z předmětu Fotožurnalistika I., Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova, 2012

<sup>68</sup> Poznámky z předmětu Fotožurnalistika I., Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova, 2012

<sup>69</sup> KIRCHNER, Blanka. Selfie – autoportrét jako posvěcená identita. In: *Fresh\_eye* [online]. Platforma Fresh eye, 9. 6. 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://fresh-eye.cz/selfie-autoportret-jako-verejne-posvecena-identita/2014/06/>

<sup>70</sup> KIRCHNER, Blanka. Selfie – autoportrét jako posvěcená identita. In: *Fresh\_eye* [online]. Platforma Fresh eye, 9. 6. 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://fresh-eye.cz/selfie-autoportret-jako-verejne-posvecena-identita/2014/06/>

zachytil, jak vrhá diskem, stoupá po schodech a chodí.<sup>71</sup> Svými padesáti sedmi fotografickými portréty není příliš známý ani expresionista Edvard Munch i přesto, že je fotografoval technikou, velmi blízkou dnešnímu selfie, a to ze vzdálenosti své paže, na jejímž konci aparát držel.<sup>72</sup> Jeho fotografie se tak velmi silně podobají dnešním selfie. Dalo by se tvrdit, že Munch byl jeden z prvních tvůrců selfie.

Tvorbu autoportrétu, amatérského i uměleckého, podpořil v roce 1888 vynález George Eastmana Kodaka, který vynálezem fotografického filmu a fotoaparátů na něj uzpůsobených usnadnil fotografům práci a zpřístupnil fotografování širší veřejnosti. Kodak poskytoval kompletní servis od vyvolání filmu po zasazení nového a vrácení majiteli, jak lákal i slavný slogan.<sup>73</sup>

Rozšíření fotografie a fotografování pro každého dovršil Kodakův fotoaparát Kodak Brownie, který společnost prodávala pouze za dolar.<sup>74</sup> Tím se během dvacátého století začal utvářet další žánr fotografie – tzv. vernakulární či domácí fotografie, někdy také momentka, která má se selfie již mnoho společného. Selfie se dá chápat i jako druh momentky, se kterou má vysoce společnou estetiku a koncept. Mnoho prvních autoportrétů, které se svou estetikou podobaly selfie, bylo nejvíce pořizováno právě v rámci domácí fotografie, kdy majitel například omylem či záměrně zmáčkl spoušť, když kontroloval, jestli je film už na konci.<sup>75</sup>

Od dvacátého století se autoportrét stává velmi rozšířeným žánrem. Mezi jeho známé zástupce patří například Edward Steichen, Robert Mapplethorpe, Joel-Peter Witkin nebo Jeff Wall. V českém prostředí je to například Václav Chochola nebo Zdeněk Tmej.<sup>76</sup> Vzhledem k faktu, že téměř každý fotograf někdy pocítil touhu obrátit fotoaparát proti sobě, bych v další části zmínila pouze několik vybraných současnějších fotografů, kteří se autoportrétem zabývali více než jiní.

<sup>71</sup> <http://www.freezingtime.net/muybridge-at-the-geysers.htm>

<sup>72</sup> HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 219.

<sup>73</sup> RAWLING, Kandice. Selfies and the history of self-portrait photography. In: *OUPblog* [online]. Oxford University Press, 21. 11. 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://blog.oup.com/2013/11/selfies-history-self-portrait-photography/>

<sup>74</sup> RAWLING, Kandice. Selfies and the history of self-portrait photography. In: *OUPblog* [online]. Oxford University Press, 21. 11. 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://blog.oup.com/2013/11/selfies-history-self-portrait-photography/>

<sup>75</sup> SALTZ, Jerry. Art at Arm's Length: The History of The Selfie. In: *Vulture* [online]. New York Media LLC, 26. 1. 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>

<sup>76</sup> CÓNOVÁ, Magdaléna. *Český autoportrét po roce 1989 ve fotografii*. Opava, 2010. Diplomová práce. Slezská univerzita v Opavě. Filozoficko-přírodovědecká fakulta. Institut Tvůrčí fotografie. In: Free electronic library. [online]. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.abstract.lib-ebook.com/a1-history/399580-2-slezsk-univerzita-opav-filozoficko-p-rodov-deck-fakulta-inst.php>

Významnou autoportrétistkou první poloviny dvacátého století byla francouzská fotografka Claude Cahun, která zkoumala vlastní identitu a identitu jako takovou z genderového hlediska. Ve svých autoportrétech používala často zrcadlo, vedle kterého se fotila v masce – převlečená a nalíčená tak, aby nevypadala ani jako muž, ani jako žena. Ráda strhávala konvenční a konzervativní vnímání genderových identit a stereotypů stejně jako později Cindy Sherman v sedmdesátých letech.<sup>77</sup>

## 2. 1. *Cindy Sherman*

Fotografické autoportréty, které částečně s tématem selfie korelují, jsou konceptuální stylizované autoportréty americké fotografky Cindy Sherman. Sherman začala v sedmdesátých letech vytvářet, podobně jako na začátku století Cahun, fotografie, na kterých se převléká k nepoznání do různých masek a převleků, které představují určité role. „Cindy Sherman se nejdříve převlékala do podoby důvěrně známých ženských stereotypů, jakými byly například zaměstnaná mladá žena, naivka, sexuální objekt.“<sup>78</sup>

Sama o svých fotografiích nemluví jako o autoportrétech. Osoba či někdy spíše figurína, kterou na fotografiích zachycuje, není její já, ale pouze model.<sup>79</sup> V sedmdesátých a osmdesátých letech Sherman stojí sama sobě modelem a bere na sebe podoby filmových hereček z první poloviny dvacátého století. Zkoumá při tom způsob a rozdíl v tom, jak ženy zobrazují muži a jak ženy zobrazují ženy v souvislosti se stereotypním viděním, které nabourávala i Cahun<sup>80</sup>. „Fotografie Cindy Shermanové se v těchto teoriích pozorování a genderových rozdílů nepřímo, ale silně angažují tím, že nám předkládají vizuální díla, reflektující postavení ženy na obou stranách fotoaparátu – jako pozorovatelky a jako objektu.“<sup>81</sup>

<sup>77</sup> BABOROVSKÁ, Sandra. *Inspirace Cindy Sherman – Fotografický autoportrét jako způsob hledání identity*. Praha, 2007. Bakalářská práce. UK. Katolická teologická fakulta, Ústav dějin křesťanského umění.

<sup>78</sup> BABOROVSKÁ, Sandra. *Inspirace Cindy Sherman – Fotografický autoportrét jako způsob hledání identity*. Praha, 2007. Bakalářská práce. UK. Katolická teologická fakulta, Ústav dějin křesťanského umění.

<sup>79</sup> BABOROVSKÁ, Sandra. *Inspirace Cindy Sherman – Fotografický autoportrét jako způsob hledání identity*. Praha, 2007. Bakalářská práce. UK. Katolická teologická fakulta, Ústav dějin křesťanského umění.

<sup>80</sup> CARTWRIGHT, Lisa; STURKEN, Marita. *Studia vizuální kultury*. Vyd 1. Praha: Portál, 2009. s. 327.

<sup>81</sup> CARTWRIGHT, Lisa; STURKEN, Marita. *Studia vizuální kultury*. Vyd 1. Praha: Portál, 2009. s. 327.

## 2. 2. *Nan Goldin*

V sedmdesátých letech začala také tvořit americká fotografka drogového podsvětí, do kterého sama patřila, Nan Goldin. Goldin ve svých fotografiích, které jsou intimním deníkem jejího velmi temného životního období, přibližuje drogové podsvětí, kde přišla do těsného styku s prostitutací a tehdy ještě nepřijímanou homosexualitou. Její fotografie jsou naturalistické, temné, a zobrazují lidské utrpení včetně jejího vlastního, které částečně vycházelo z násilnického vztahu.<sup>82</sup> Na barevných fotografiích je často zachycen její rozbitý obličej s četnými modřinami. Její asi nejznámější fotografie pochází z roku 1984, na níž má Goldin jedno oko rudé a pod oběma má na nateklém obličejí podlitiny. „Goldin vyzývá jak mužský pohled, tak i sociální konvence, které říkají, že známky ženského týrání jako jizvy nebo modřiny mají zůstat na veřejnosti skryty nebo popřeny.“<sup>83</sup>

## 2. 3. *Niki Lee*

Zkoumání identit se věnuje korejská umělkyně Niki S. Lee, která se při každém svém projektu snaží proniknout do určité skupiny, jako jsou třeba skateboardisté, Hispánci nebo transvestití tým, že se postupně začlení a stane se jednou z nich jednak svým chováním, ale i vzhledem, aby se pak nechala někým jiným fotografovat. Prostřednictvím svých fotografií, kde střídá různé identity, se Niki Lee snaží dokázat, že identita jen jen konstrukt postmodernistické doby a že je „tvořená prostřednictvím performancí.“<sup>84</sup>

Všechny zmíněné umělkyně jsem pro svou práci vybrala proto, jelikož se zabývaly zkoumáním své identity či lidské identity v širším kontextu, která je jedním z hlavních rysů postmoderní doby, v níž se zrodilo i selfie, které může být považováno za nejaktuálnější nástroj zkoumání já v obou rozměrech. Tím, že jsem jmenovala převážně ženské představitelky, jsem zároveň chtěla ilustrovat další tendenci, kterou v umění lze vysledovat od devatenáctého století, a to tu, že do světa umění začíná postupně

<sup>82</sup> CEP, Casey N. In Praise of Selfies. In: *Pacific Standard* [online]. The Miller-McCune Center for Research, Media and Public Policy, 15. 7. 2013 [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.psmag.com/books-and-culture/in-praise-of-selfies-from-self-conscious-to-self-constructive-62486>

<sup>83</sup> CEP, Casey N. In Praise of Selfies. In: *Pacific Standard* [online]. The Miller-McCune Center for Research, Media and Public Policy, 15. 7. 2013 [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.psmag.com/books-and-culture/in-praise-of-selfies-from-self-conscious-to-self-constructive-62486>

<sup>84</sup> CARTWRIGHT, Lisa; STURKEN, Marita. *Studia vizuální kultury*. Vyd 1. Praha: Portál, 2009. s. 329.

vstupovat i druhé pohlaví a začíná skrze umění reflektovat svět ženským, odlišným pohledem. Zmíněné umělkyně jsou dokladem toho, že ženy se potřebovaly vypořádat s tím, že v předešlých obdobích neměly příliš možností na sebevyjádření, byly vždy spíše modelem. Nyní se ony stávají tvůrkyněmi a mohou konečně ukázat i svůj pohled na ženu, svět kolem sebe a vyvrátit mužský pohled, který byl v minulosti často prosycený stereotypy, na které poukazuje jak Cahun, tak i Sherman. Tento fakt, navzdory některým „revolučním studiím“, které říkají, že hlavními tvůrci selfie jsou muži, koreluje s tím, že na sociálních sítích se svými selfie dominují především ženy, jak později vyplynulo i z kvantitativního výzkumu.

V další části práce se budu věnovat sociálnímu, psychologickému a filozofickému aspektu, do kterého se selfie pokusím zasadit.

### 3. Sociologický rámec

Milióny lidí na celém světě si každodenně fotí selfie. Valná část z nich je ihned po pořízení a vyselektování podle nich nejlepšího obrázku „postuje,“ tedy zveřejní na jedné ze sociálních sítí. Stejně jako v reálném životě, jsou i sociální sítě místem, kde se lidé, a to ještě daleko mocněji než v reálném životě, snaží o předvedení nejlepší verze sebe sama. Snaží se ostatní – své „přátele,“ followery a ostatní, přesvědčit, že to, jak se na svém profilu prostřednictvím fotografií, ze kterých tvoří selfie někdy značnou část, prezentují, je pravda. Snaží se je přesvědčit o tom, že tento celkový obraz není lež, že není maskou. Samozřejmě tato teze neplatí pro všechny uživatele.

Pojmem maska se úmyslně dostávám k jednomu z nejvýznamnějších sociologů, který se chováním lidí ve společnosti zabýval. Erving Goffman představil v polovině dvacátého století knihu s názvem *Všichni hrajeme divadlo*. Podle jeho teorie, kterou aplikuji na selfie, lidé v každodenním životě přecházejí z jedné role do druhé, a v každé z nich si nasazují jinou masku – tedy přetvářku, kterou uplatňují, aby danou roli či situaci zvládli. Maskou myslí přetvářku, tedy stav, ve kterém neříkáme, co si doopravdy myslíme. Hrajeme divadlo, kde jsme my hlavními aktéry. V hledišti sedí všichni lidé z našeho okolí – pracovní kolektiv, přátelé, známí, a někdy i rodina. My si během dějství – během dne – chodíme při přestávce do zákulisí měnit masky, abychom se na pódium opět vraceli a podávali nejlepší obraz sebe sama před specifickým publikem.<sup>85</sup> „Maska

<sup>85</sup> FAUSING, Bent. *Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies*. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. Dostupné z <https://www.academia.edu/7988938/SELF->

je nejrychlejší a nejrozšířenější forma přetvářky obličeje, reprezentujícího naše já, a tedy i transformace celé osobnosti. Maska je imaginární obličej, protože s ní můžeme být kýmkoli, kým být chceme.“<sup>86</sup>

Při procházení sociálních sítí a zejména Facebooku se tento dojem zdá být u mnoha uživatelů ještě silnější. Hrají na své vlastní přátele divadlo. Je tu však jeden rozdíl - na sociální síti se toto divadlo zdá být interaktivní. Diváci jsou zároveň i herci a naopak. A hlavně je daleko jednodušší. Nikdo uživatele za počítačem nevidí, nemusí se namáhat s mimikou svého obličeje, tónem hlasu, vzhledem a ani projevem. Na výběr a sestavení vět má času, kolik chce. Málokdo na Facebooku napíše svůj status tak, jak ho právě napadne. Než zveřejní finální verzi, několikrát ho přepíše. Stejně tak aplikování této divadelní masky platí i pro vizuální část sebe prezentace, na které je dnes Facebook do jisté míry v podstatě založen.

Uživatelé každodenně postují nejrůznější fotografie, z nichž v posledních několika letech tvoří u některých z nich velkou část právě selfie. Selfie jsou novodobými maskami, často pečlivě upravovanými a vylepšovanými tak, jak mají divadelní masky být. Snažíme se skrze selfie, někdy i na denní bázi, stejně jako u masek v reálném životě, odprezentovat své já v tom nejlepším možném úhlu. Nemusí to být jen vážné fotografie, které mají za cíl například předvedení svého vzhledu. Mohou to být i komické obrázky v rámci skupinové či jednotlivé selfie. Společně podávají obraz o uživateli, který on naprosto a zcela kontroluje, a vybírá si, co o sobě chce ostatním říct a co ne, co ze svého života vybere.

Stejně jako u Goffmanovy prvotní myšlenky se snaží o jistou idealizaci sebe sama. V Goffmanově teorii úspěšnost idealizování svého já záviselo na zkušenosti s hraním a jiných náročnějších faktorech. Ve virtuálním prostoru Facebooku a Instagramu stačí mít přístup na internet a vlastnit mobil či jiné zařízení, kterým je možné se vyfotografovat. Hraní divadla a nasazování masky se se sociálními sítěmi stalo triviálně jednoduché. Selfie je pak jedním z nástrojů (prostředků) této sebeidealizace.

Motivem pro hraní divadla je i podle Goffmana touha a potřeba po uznání ze strany okolí – rodiny, přátel, kolegů. Touha po obdivu a respektu.

---

MEDIA\_The\_Self\_the\_Face\_the\_Media\_and\_the\_Selfies

<sup>86</sup> FAUSING, Bent. *Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies*. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. s. 8. Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA_The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

Společně s tím ale Goffman podotýká, že maska má dvojsečný charakter, a tedy i působení. Podle něj nám maska sice pomáhá prezentovat sebe v takovém světle, v jakém chceme, aby nás ostatní viděli, ale zároveň o nás masky paradoxně vypovídají i to, jací jsme pod maskou doopravdy.<sup>87</sup> „Masky, které si vybereme, nás ale zároveň vystavují. Masky nás zakrývají a zároveň odhalují.“<sup>88</sup> Člověk se tedy může snažit o dokonalou masku natolik, že tím nechtěně naopak vyjeví to čeho pomocí ní chce dosáhnout.

Stejně jako na sociální síti je i v teorii Ervinga Goffmana nejdůležitějším prvkem obličej. Skrze něj tvoříme pomocí mimiky masku, vyjadřujeme pocity i vydáváme hlas. Je ústřední částí těla<sup>89</sup> „Transformace člověka tím, že změní výraz obličeje a nasadí masku, nám pomáhá přejít od toho, kým jsme, do toho, abychom se stali tím, čím chceme být. Povrch je všechno, co máme.“<sup>90</sup>

Selfie nám ve virtuálním světě sociálních sítí mohou posloužit jako masky v modelu Goffmanova divadla. „Selfie nám dávají možnost získat pro sebe takovou pozici (často vůči našim soupeřům), která nám přinese uznání, podporu od cílené sociální skupiny.“<sup>91</sup>

Masky, které dennodenně nasazujeme, ať už na sociálních sítích nebo v reálném životě, jsou tedy výsledek určité selekce (hlavně když se bavíme o sociálních sítích) věcí, okamžiků z našeho života, které se nám líbí, nebo se nám hodí do určité image, kterou chceme mít a kterou na síti prezentujeme. Vybíráme si fotografie, na kterých vypadáme dobře a sami sobě se líbíme. „Miliony selfie, které vyplňují naše alba a hlavní stránky, jen vzácně ukazují naše já, válející se v teplácích a ujídající při tom burákové máslo rovnou ze sklenice, nebo stojící ve frontě na pracovním úřadě, ani já, které je osamocené a v depresi.“<sup>92</sup>

<sup>87</sup> FAUSING, Bent. *Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies*. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA.\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA._The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

<sup>88</sup> FAUSING, Bent. *Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies*. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. s. 8. [10. 5. 2015]. Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA.\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA._The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

<sup>89</sup> FAUSING, Bent. *Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies*. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. s. 9. [10. 5. 2015]. Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA.\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA._The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

<sup>90</sup> FAUSING, Bent. *Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies*. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. s. 9. [10. 5. 2015]. Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA.\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA._The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

<sup>91</sup> TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”. [online vědecká zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. s. 6. Dostupné z [http://d25rstf93iwlmg.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rstf93iwlmg.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

<sup>92</sup> CEP, Casey N.. In Praise of Selfies. In: *Pacific Standard* [online]. The Miller-McCune Center for Research, Media and Public Policy, 15. 7. 2013 [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.psmag.com/books-and-culture/in->

## 4. Psychologický rámec

Hlavním cílem mé práce je zjistit, za jakým účelem si lidé selfie pořizují, co je jejich motivací a co jim jejich pořízení a případné následné publikování na sociální síti přináší, jak je obohacuje. A v neposlední řadě i to, jestli selfie jejich život ovlivňuje, a případně jak. V tomto světle považuji za velmi důležité rozebrat selfie a osobu „selfičkáře“ z psychologického hlediska. V rámci této části nabídnu několik možných pohledů, které vysvětlují motivy uživatelů pro focení selfie, které se v praktické části pokusím buď potvrdit, nebo vyvrátit.

Selfie dělají jediné – směřují a naprosto převádí veškerou pozornost na člověka, na jeho pořizovatele. Na individuum, které je jedinečné a které si plně uvědomuje samo sebe. Není náhodou, že rozmach autoportrétu začal s obdobím renesance, kdy se pozornost přesunula od Boha k člověku. V renesanci zažívá autoportrét i svůj největší rozmach, společně pak s postmoderní dobou, tedy dnešní. Ne přímo příčinou, ale jistě silným faktorem, který tento renesanční boom autoportrétní tvorby ovlivnil, byl vynález rovinného zrcadla. Člověk se konečně mohl setkat se svým já – sám se sebou tváří v tvář, konečně nezkresleně.

„Naše schopnost poznat sama sebe, když se díváme do zrcadla, je něco unikátně lidského. Tím, že nás zrcadla a obrazy reflektují, potažmo i selfie, se stáváme odlišnými od všech ostatních individuí i přes tolik společných rysů obličeje.“<sup>93</sup>

### 4.1 *Selfie jako nástroj pro nalezení své individuality*

„To, že se na sebe díváme do zrcadla, nebo zobrazujeme sami sebe skrze selfie, je forma reflexe, která nás nejen separuje od zvířat, ale také od ostatních lidských bytostí, protože skrze sebereflexi si uvědomujeme svůj charakter a stáváme se individui. Stáváme se doslova jedinečnými.“<sup>94</sup>

---

praise-of-selfies-from-self-conscious-to-self-constructive-62486

<sup>93</sup> FAUSING, Bent. *Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies*. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. s. 12. [10. 5. 2015]. Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA.\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA._The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

<sup>94</sup> FAUSING, Bent. *Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies*. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. s. 3. [10. 5. 2015]. Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA.\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA._The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

V době, kdy je vše duplikovatelné a napodobitelné, hledáme svou jedinečnost. Chceme být jedineční a jiní než ostatní, vymykat se a vynikat. Podle dánského akademika Benta Fausinga, který se selfie zabývá, nám právě toto selfie dokonale umožňuje. Podle této teze je hlavní hnací silou člověka, aby se stal jedinečným unikátem. Skrze selfie člověk může hledat svoji individualitu. Paradoxně ovšem v honbě za svojí emancipovanou individualitou se uživatelé často chovají spíše jako stádo než nezávislý jedinec, když tvoří jedno selfie za druhým, která nejen, že jsou všechna velmi podobná sobě navzájem, ale neliší se příliš ani od selfie ostatních uživatelů. Uživatelé žijí v domnění, že našli způsob, jak ke své individualitě dojít, a cítí se jedinečnými a nepřipouštějí si nebo si nechtějí připustit, že jsou po začlenění sebe sama do instagramové či facebookové komunity možná ještě menšími individualitami než předtím.

## 4.2 *Selfie a hledání identity*

Uživatelé, kteří si pořizují kvanta selfie, se na některých z nich nepodobají sami sobě, nebo jen velmi vzdáleně. Řada z nich zkouší různé převleky, účesy, polohy a úhly, ze kterých se fotografuje. Zkouší měnit i výrazy a mimiku obličeje. Když se všechny tyto prvky spojí v jednom selfie, může najednou na fotografii být někdo velmi odlišný. „Pořizování selfie je doklad toho, že člověk dozrál do fáze, kdy začíná objevovat a experimentovat se svou identitou.“<sup>95</sup> Všechny tyto tendence mohou být chápány jako doklad teorie, že selfie slouží i jako vhodný nástroj pro zkoumání své identity či identit. Stejně jako sloužila samotná fotografie už Claude Cahun, Cindy Sherman nebo Niki Lee. Podobně jako tyto umělkyně, se každodenně i běžný uživatel snaží hledat ustálenou podobu svého já v dnešním nestálém světě. A často má pocit, že tuto jistotu nachází právě skrze selfie na sociální síti, kde může svou, ať už dočasnou, domnělou či s jistotou zvolenou, identitu ustálit a učinit neměnnou, zakonzervovat ji a stále opečovávat, a někdy se tak i nevědomě vzdalovat své skutečné, která se s virtuální může rozcházet více, než si člověk uvědomuje. Selfie v jistém směru velmi naplňuje teorii Niki Lee, že naše identity, jak zdůrazňuje i množným číslem, jsou jen hrané převleky. Možná právě prostřednictvím selfie se člověk může snažit přijít na to, do jaké míry existuje jeho jediná a jedinečná identita, a do jaké míry je jen on sám útvarem okolí. „Snaha dobrat se toho, kdo jsme a kým jsme, je zřetelně lidská potřeba skoro pro

<sup>95</sup> RUTLEDGE, Pamela. #Selfies: Narcissism or Self-Exploration?. In: *Psychology today* [online]. Sessex Publishers LLC, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <https://www.psychologytoday.com/blog/positively-media/201304/selfies-narcissism-or-self-exploration>

každého, ať už se člověk pokouší najít své hlubší vědomí, nebo jen pochopit, co ho přimělo koupit si právě modré boty.“<sup>96</sup>

### 4.3 Sebeduplikace

Umožňují nám tedy nejen zkoumat různé polohy naší identity, ale zároveň a ruku v ruce s tím i lépe poznat sama sebe. Bent Fausing z Kodaňské univerzity to ve své přednášce nazývá *self-duplication*, tedy duplikací sebe sama. Ta nám díky odrazu v zrcadle, který představuje nějaké naše duplikované, ale nezávislé já, umožňuje pohlížet na sebe tak, jak nás vidí ostatní, a zároveň to porovnávat s naším dojmem z nás.<sup>97</sup> Stejně funguje i fotografie, kde je naše já zachyceno. Avšak dle mého názoru je tato funkce daleko působivější a zřetelnější u fotografií, pořízených někým jiným než námi, tedy u takových, které nejsou selfie. Selfie je sice jako odraz v zrcadle, a to někdy i doslova, ale odraz, který my plně ovládáme, a proto nám nemůže poskytnout takovou sebereflexi, jako cizí obraz či ten zrcadlový. I proto, že jiní lidé nemají silnou a zřejmě přirozenou tendenci zobrazovat nás, pokud to není profesionální focení, nějak idealisticky či jen z dobrého úhlu, jako když fotografujeme sami sebe.

Selfie mohou tedy sloužit i jako nástroj sebereflexe, která je s hledáním vlastní identity úzce spojena. „V odrazech zrcadla se člověk - individuum - ohlíží zpět na sebe, aby mohl své já pozorovat a zkoumat, jak by mohla vypadat jeho případná interakce s ostatními. Díky pohledu na sebe máme i možnost dívat se sami na sebe kriticky, hodnotit se a přemýšlet o sobě. V zrcadle a na obrázku, kde jsme my, se náš vnější obličej setkává s naším vnitřním vědomím. Zrcadla nám umožňují sebereflexi, zkoumání sebe sama, svého nitra i zevnějšku.“<sup>98</sup>

### 4.4 Sebeidealizace

Zmíněné experimentování s vlastní identitou souvisí do jisté míry i s idealizací sebe sama na selfie, stejně tak jako s teorií masek a hraním divadla. Experimentování může vést k sebeidealizaci, která může být záměrná i podvědomá. To, jak výsledný

<sup>96</sup> RUTLEDGE, Pamela. #Selfies: Narcissism or Self-Exploration?. In: *Psychology today* [online]. Sessex Publishers LLC, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <https://www.psychologytoday.com/blog/positively-media/201304/selfies-narcissism-or-self-exploration>

<sup>97</sup> FAUSING, Bent. Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. S. 11. [10. 5. 2015] Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA.\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA._The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

<sup>98</sup> FAUSING, Bent. Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. s. 12. [10. 5. 2015]. Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA.\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA._The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

produkt, tedy selfie, které uživatel nakonec publikuje, bude vypadat, závisí jen a výhradně na něm. Obrázek si může jakkoli upravit, a to jak před pořízením tím, že se snaží zachytit určitý úhel, polohu atd., tak i v postprodukcí použitím rozličných filtrů, úprav kontrastu, barev, ořezáním atd. Na selfie se lidé, jak již bylo řečeno, velmi často zobrazují jen v určitých situacích, událostech a polohách. Zpravidla to jsou takové situace, které nejsou dehonestující, smutné, nepříjemné nebo jinak negativní.

Druhým důležitým faktorem při sebeidealizaci je vzhled. Uživatelé mají tendenci ukazovat své vnější já tak, aby vypadalo co nejlépe a bylo přitažlivé. Často se hlavně ženy snaží naplnit určité standardy krásy, dané soudobou společností. Amy J. Nguyen se ve své práci zaměřovala přesně na tento problém, tedy to, že touha žen po odprezentování sebe sama na sociálních sítích v co nejlepším světle má zpětně obrovský vliv na to, jak ženy na základě reakcí ostatních na svá selfie hodnotí a vnímají samy sebe, jelikož zjistila, že na názor svých „přátel“ na síti velmi dají.<sup>99</sup>

#### 4.5 *Selfie jako nástroj kompenzace*

Další možnou teorií, která se sebeidealizací úzce souvisí, je i ta, která říká, že publikováním selfie, které mají určitou podobu a tendenci, zamýšlenou či nezamýšlenou, si mohou někteří uživatelé kompenzovat to, co jim v životě chybí, nebo určitou svou slabinu. Mohou to činit vědomě i podvědomě. Například si mohou kompenzovat nedostatek sebevědomí, přičemž se na fotografiích budou prezentovat až přehnaně sebevědomě. Nguyen ve své práci citovala studii německých vědců, která pojednávala o závisti na Facebooku. Podle nich se na sociálních sítích vytváří tzv. „spirála závisti“,<sup>100</sup> ve které se uživatelé pokoušejí kompenzovat sebeprezentací snímky lepšími, než mají jejich vrstevníci.<sup>101</sup>

Zajímavým jevem z psychologického a kognitivního hlediska je pak to, že uživatel oné podobě jeho virtuálního já, které se často liší od skutečnosti, a o které přesvědčil ostatní, sám uvěří.<sup>102</sup> Ztratí odstup, a hranice mezi realitou a virtuální realitou

<sup>99</sup> NGUYEN, Amy J. *Exploring the selfie phenomenon: The idea of self-presentation and its implications among young women*. Northampton: Smith College: 2014. Diplomová práce. Smith College, School for Social Work.

<sup>100</sup> NGUYEN, Amy J. *Exploring the selfie phenomenon: The idea of self-presentation and its implications among young women*. Northampton: Smith College: 2014. Diplomová práce. Smith College, School for Social Work.

<sup>101</sup> NGUYEN, Amy J. *Exploring the selfie phenomenon: The idea of self-presentation and its implications among young women*. Northampton: Smith College: 2014. Diplomová práce. Smith College, School for Social Work.

<sup>102</sup> CEP, Casey N.. In Praise of Selfies. In: *Pacific Standard* [online]. The Miller-McCune Center for Research, Media and Public Policy, 15. 7. 2013 [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.psmag.com/books-and-culture/in-praise-of-selfies-from-self-conscious-to-self-constructive-62486>

se začnou stírat. „Myšlenka nahrazování svého já virtuálním indikuje větší problém: rozkouskováváme sami sebe skrze elektronická média kvůli projevu, ale v tomto procesu ztrácíme i část sebe samých.“<sup>103</sup> Jinými slovy, v důsledku provozování dvou odlišných identit se ta opravdová kvůli tomu rozpadá.

Sebeidealizace není jednoznačná. Mluví proti ní například argument, že mnoho selfie, která lidé sdílejí, je ukazují například, jak ráno vstali v pyžamu a s rozčuchanými vlasy, nebo v jiných běžných situacích, kde jim na vzhledu nezáleží, a tím mohou být selfie i prostředkem pro bližší a „opravdovější“ poznání dané osoby.<sup>104</sup>

Pro tyto argumenty může sloužit jako doklad jeden druh selfie, tzv. uglie<sup>105</sup>, kdy je, jak název napovídá, účelem vypadat na snímku co nejošklivěji. Ovšem je s tím do značné míry spojena i póza a to, že ve výsledku jsou uživatelé na fotografiích oškliví jen na oko. Praktická část se bude věnovat i tomuto problému.

#### **4.6 Selfie jako nástroj pro získání uznání**

Zrcadlo člověku poskytuje snad nejbezprostřednější a nejúčinnější nástroj, díky kterému může poznávat sám sebe. Lesklá plocha mu ukáže jeho samého, tak jak ho vidí jeho okolí. Zároveň poskytuje možnost poznat více stránek vlastní osobnosti jako dětinské, panovačné nebo lenivé já atd.<sup>106</sup> Dalším psychologickým motivem pro pořízení obrázku sebe sama může být potřeba získat souhlas, jakési potvrzení od ostatních, od širšího okolí. Uživatel pořídí selfie sebe sama, snaží se na něm vypadat co nejlépe, jde tedy prvotně o vzhled. Po publikování dané fotografie čeká na reakce ostatních. Když jsou kladné, uživatel dostal onen souhlas, potvrzení své kvality, na které mu záleží. Tento motiv souvisí se sebevědomím a vnímáním sebe sama. „Chceme být

<sup>103</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>104</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>105</sup> FAUSING, Bent. *Selfies shape the world: Selfies, Helthies, Usies, Felfies...*. In: *Scribd*. [online]. Scribd Inc, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.scribd.com/doc/213679678/Selfies-Shape-the-World-Selfies-Healthies-Usies-Felfies>

<sup>106</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

hodnocení, oceňování a přijetí do skupin, do kterých patřit chceme a na kterých nám záleží.“<sup>107</sup>

Hledáním uznání a přijetí od okolí se do jisté míry zabýval i francouzský psychoanalytik Jacques Lacan, který zavedl pojem „stadium zrcadla“, což je fáze v dětství, kdy dítě začne poznávat svůj odraz v zrcadle, což je podle Lacana i okamžik, kdy si začíná uvědomovat samo sebe a své vědomí jako nezávislé bytosti. Kdy mu odraz či odrazy v zrcadle simulují pohledy ostatních na jeho individualitu, do kterých má možnost se vžít a jednat a pohlížet na sebe jako na cizího člověka, tedy objektivně.<sup>108</sup> „Oči ostatních formují velmi důležitou reflexi – důležitou pro vývoj osobnosti. ... Rozdíl mezi stadiem zrcadla a selfie spočívá hlavně v tom, že u selfie jsou to dospělí, kteří hledají přijetí.“<sup>109</sup>

#### 4.7 *Selfie jako projev narcismu*

„Selfie často evokují pojmy jako je sebezáliba, hledání pozornosti, sociální závislost, malé sebevědomí a také narcismus. Pokud lidé na selfie nejsou slavní, nebo pózování pro fotografa není jejich práce, pak jejich selfie indikuje morální selhání, a jsou označeni za vychloubače, kteří zoufale hledají pozornost okolí, jsou zaměřeni jen sami na sebe, nebo jsou dokonce narcističtí.“<sup>110</sup>

Mediální teoretik Marshall McLuhan ve své knize *Jak rozumět médiím* v kapitole *Milovník trotek: Narcis jako narkóza* rozebírá mýtus o Narcisovi, krásném mladíkovi, který byl posedlý svou krásou, trávil čas tím, že se prohlížel v odraze vodní hladiny, a bohové ho za jeho samolibost potrestali tím, že se do sebe zamiloval. McLuhan výklad mýtu oproti Ovidiovi mírně pozměňuje a říká, že Narcis se nezamiloval do sebe, ale do svého odrazu. Jelikož se se svým odrazem tak odcizil, že už ho nedokázal ve vodní hladině rozpoznat, a tím pádem ani sám sebe. McLuhan touto

<sup>107</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>108</sup> FAUSING, Bent. *Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies*. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. s. 3. [10.5.2015]. Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA.\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA._The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

<sup>109</sup> FAUSING, Bent. *Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies*. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. s. 3. [10.5.2015]. Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA.\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA._The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

<sup>110</sup> RUTLEDGE, Pamela. #Selfies: Narcissism or Self-Exploration?. In: *Psychology today* [online]. Sussex Publishers LLC, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <https://www.psychologytoday.com/blog/positively-media/201304/selfies-narcissism-or-self-exploration>

odlišnou interpretací vysvětluje, že „Lidé začali být náhle fascinováni každou svojí extenzí v každé látce mimo vlastní tělo.“<sup>111</sup>

Hodně uživatelů pořizuje nespočet selfie už jako podvědomý automatismus. V této kapitole McLuhan také vyslovuje myšlenku že, „Obraz působí proti podráždění a vyvolává obecnou otupělost či šok, znemožňující rozpoznávat. Autoamputace znemožňuje sebepoznání.“<sup>112</sup> Je to právě neschopnost rozpoznat sebe sama v odraze, která umožňuje lidem, aby byli neustále přitahováni sami sebou a chtěli znovu zachycovat a pak si i opakovaně prohlížet obraz sebe sama.“<sup>113</sup>

Tento jev můžeme pozorovat na Instagramu, jehož funkce filtru a hashtagu poskytuje uživatelům možnost měnit jejich obrázky, a oni jsou pak ještě více fascinováni sami sebou, zatímco spolu s tím narůstá pravděpodobnost, že sami sebe nepoznávají a sobě se odcizují, samozřejmě - je to podvědomý proces.

Společně s tímto odcizením a snižující se schopností se se svými selfie ztotožnit, selfie uživateli přináší možnost úniku. Tato funkce selfie je do jisté míry spojena i s jeho funkcí jako prostředku pro vzpomínky a zachycování pozitivních událostí v životě. Uživatelé, kteří prožívají těžké období či jen nepříjemnou situaci – například, že musí něco povinného udělat a nechce se jim do toho, tak mohou svůj selfie archiv použít jako únik a v takových situacích nacházet uklidnění a uspokojení tím, že si ho prohlíží. Nenarážím zde na zálibu ve vlastní podobě. Vedlejším nechtěným efektem je to, že tím se někdy selfie stávají prostředkem prokrastinace. „Prohlížení našich reflexí (selfie) nám poskytuje chvilkovou úlevu ze stresových situací nebo osobních problémů – odtrhnutí od reality. Tento proces nás posiluje, a proto pocítujeme uspokojení z pořizování a prohlížení svých selfie.“<sup>114</sup>

<sup>111</sup> MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím*. [online]. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2. s. 50. Dostupné z <https://romantismus.wordpress.com/category/marshall-mcluhan-jak-rozumet-mediim/>

<sup>112</sup> MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím*. [online]. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2. s. 51. Dostupné z <https://romantismus.wordpress.com/category/marshall-mcluhan-jak-rozumet-mediim/>

<sup>113</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>114</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

#### 4.8 Co když je fotografování selfie normální?

Na základě McLuhanova pojetí můžeme vyvodit, že lidé, kteří si obsesivně fotografuji selfie, tedy nejsou narcističtí v pravém slova smyslu, ale stali se pouze otupělými vůči svým obrázkům, a proto je neustále generují.

S tím, že by byly selfie projevem narcismu, nesouhlasí ani americká profesorka psychologie Pamela Rutledge, jež udává hned několik důvodů, které tezi o narcismu vyvracejí. „Co když je fotografování selfie naprosto normální? Rozmach selfie je jeden z mnoha projevů nárůstu autopublikace informací a obrázků všeho druhu. ... já je vidím jako vedlejší produkt technologického vývoje, který umožnil sebeobjevování.“<sup>115</sup>

Dalším argumentem, který vyvrací tezi o narcismu, je to, že uživatelé doopravdy nemusejí používat selfie jen při myšlence na svou osobu, ale že jejich hlavním záměrem je zachytit sice sebe, ale zasazené do prostředí, které chtějí ukázat a sdílet pozitivní pocity, které mají s ostatními na síti.<sup>116</sup>

#### 4.9 Selfie jako deník a sebedokumentace

Tento motiv se mírně liší od předešlých tím, že uživatelé, kteří pořizují selfie za tímto účelem, je nemusí nutně veřejně publikovat na sociálních sítích. Selfie tohoto typu mohou být více intimního rázu. „Když se díváme na staré fotografie, událost či pocity s nimi spojené se znovu ožívují, stejně jako kontext a zkušenost. Máme možnost zpětně zkoumat naše motivy a jednání a získat vhled, který bychom jinou cestou nezískali.“<sup>117</sup>

Tato sebedokumentace může být, jak již bylo naznačeno, soukromého, ale i veřejného rázu. První, soukromá, může například sloužit jako dokumentace vlastního těla, změn, které na něm časem probíhají. Tato dokumentace nemusí být záměrná, aspoň ne hned. Až později, s rozšiřujícím se archivem, si uživatel při zpětném prohlížení uvědomí, že pozoruje rozdíly, a až poté se začne snímat cíleně.

<sup>115</sup> RUTLEDGE, Pamela. #Selfies: Narcissism or Self-Exploration?. In: *Psychology today* [online]. Sussex Publishers LLC, 2013.[10. 5. 2015]. Dostupné z <https://www.psychologytoday.com/blog/positively-media/201304/selfies-narcissism-or-self-exploration>

<sup>116</sup> RUTLEDGE, Pamela. #Selfies: Narcissism or Self-Exploration?. In: *Psychology today* [online]. Sussex Publishers LLC, 2013.[10. 5. 2015]. Dostupné z <https://www.psychologytoday.com/blog/positively-media/201304/selfies-narcissism-or-self-exploration>

<sup>117</sup> RUTLEDGE, Pamela. #Selfies: Narcissism or Self-Exploration?. In: *Psychology today* [online]. Sussex Publishers LLC, 2013.[10. 5. 2015]. Dostupné z <https://www.psychologytoday.com/blog/positively-media/201304/selfies-narcissism-or-self-exploration>

Stejně tak může selfie sloužit jako forma vizuálního deníku.<sup>118</sup> Díky tomuto deníku vznikne důkaz, že jsme na tomto světě byli a zaujímali v něm určité místo.<sup>119</sup> Tímto způsobem vnímá jednu z funkcí fotografie i teoretik fotografie a sémiolog Roland Barthes. Člověk v souvislosti s tím může naplnit jednu ze svých přirozených tužeb - zanechat po sobě odkaz a díky tomu se prostřednictvím selfie stát v podstatě nesmrtelným.<sup>120</sup>

Deník může být v tomto případě veřejný i soukromý. Ten veřejný je většinou součástí fotografií, uložených na profilu na jedné ze sociálních sítí. Většinou jsou to fotografie s přáteli z různých událostí. Selfie může tedy sloužit i jako forma rodinného alba, jako médium pro uchování vzpomínek.

#### **4.10 Selfie jako každodenní rituál**

Selfie se stalo tak běžnou věcí, že ho lidé považují za jednu ze svých každodenních činností, a jak píše i Pamela Rutledge, naprosto normální. Selfie se pro mnoho lidí stalo zvykem a dokonce i jakýmsi rituálem. Příklad, že selfie může sloužit i jako pomůcka k ukrácení času, dává Brooke Wendt ve své studii *Allure of the selfie*, ve které zkoumal uživatelské profily na Instagramu. „Zdá se, že focení momentek sebe sama je způsob, jak kontrolovat to, jak svůj čas v práci člověk tráví. Z toho vyplývá, že pořizování selfie v práci je pro nás běžnou věcí. Stává se z toho rituál. A když si osvojíme podobné pózy, ze kterých selfie pořizujeme, aspekt rituálu je tím umocněn.“<sup>121</sup> Pořizování selfie je aktivita, která se stává zvykem.<sup>122</sup>

<sup>118</sup> WORTHAM, Jenna. My Selfie, Myself. In: *The New York Times* [online]. The New York Times Company, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html?_r=0)

<sup>119</sup> WORTHAM, Jenna. My Selfie, Myself. In: *The New York Times* [online]. The New York Times Company, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html?_r=0)

<sup>120</sup> Prej tak wendt??

<sup>121</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. s. 23. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>122</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. s. 23. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

## 5. Filosofický rámec

Filosofie se vždy zabývala původem věcí a lidského bytí. Do jejího prvotního zájmu spadá i člověk a hlavně smysl jeho bytí na tomto světě. V rámci toho se ve filozofii objevuje mnoho konceptů lidského já a jeho role na tomto světě. Pro mou práci jsem převzala tři filosofické koncepty subjektu, které by mohly sloužit k vyložení a objasnění fenoménu selfie v dnešní době. Tyto koncepty ve své knize *Picturing the self* popisuje skotská umělkyně a teoretička moderního umění Gen Doy.

### 5.1 I. Karteziánský dualismus

Francouzský matematik a filozof René Descartes jako představitel filozofického směru racionalismu, který bere za prvotní vnímání světa kolem sebe prostřednictvím rozumu a vnímání kvalit jako jsou barva, chuť nebo vůně skrze smysly za druhotné, při vytváření teorie o lidském já vycházel z toho, že člověk je individuum, které stvořil Bůh. Na základě toho zkoncipoval teorii, že ve složení lidského já je prvotní lidská mysl, která dominuje smyslům a fyzickému tělu. Jádrem jeho konceptu je tedy oddělení dvou entit – těla a mysli, které se nazývá karteziánským dualismem. „...Descartes formuloval myšlenku tzv. netělesného já a netělesné subjektivity.“<sup>123</sup>

Mysl a vědomí tedy bere jako něco, co určuje naši existenci, a něco, co nás odlišuje a zároveň dělá nadřazenými zvířatům, která mají jen smysly, rozumem nedisponují. Kromě toho druhou část našeho já – tedy naše tělo a s tím i těla zvířat - považuje jen za stroje, které se řídí naší vědomou myslí.<sup>124</sup>

V Descartesově učení se objevuje často jako důležitý i proces vytváření obrazů o světě. Díky tomu, že filozof striktně rozlišuje tělo a mysl, došel i k názoru, že v sobě člověk má tzv. nefyzické oko, které mu umožňuje poznávat svět kolem sebe objektivně, jelikož člověku dává možnost být neutrálním pozorovatelem. Přičemž aplikuje dualismus nejen na lidský subjekt, ale i na pozorovaný svět, ve kterém člověk funguje, a

<sup>123</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 2.

<sup>124</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 11.

kde od sebe fyzickou podobu světa (hmotu) a nefyzickou (subjektivní myšlenku) odděluje naprosto stejně.<sup>125</sup>

„Descartesova filozofie předkládá racionální, vědomý subjekt, který je nadřazený svým smyslům a materiálnímu světu. Tento pohled na subjektivitu Descartes zformuloval v historickém kontextu vědeckého pokroku, vývoje kapitalistické ekonomiky a narůstání evropského koloniálního impéria.“<sup>126</sup>

Descartesův koncept lidského já, které je rozdělené na mysl a tělo, byl později, hlavně v postmoderní době, silně kritizován.

Ve virtuální sféře se tělo a mysl zdají být podobně odděleny jako v Descartesově konceptu. Na selfie se jeho vidění subjektu dá aplikovat tak, že se selfie zaměřují především na tělo, na fyzično, na podobu člověka, skrze kterou pak hledají druhou, nehmotnou identitu – svoji vnitřní identitu – své já. Při prohlížení něčích selfie se nezaměřujeme na to, jaký tvůrce obrázku je, ale na to, jak vypadá, mysl nás zajímá méně. Toto oddělení můžeme pozorovat na jednom specifickém druhu selfie – na tzv. healthie, které se zaměřuje na ukazování dokonalosti svého těla. Tuto teorii v souvislosti s healthie rozvádím v další části práce, kde se věnuji druhům selfie.

Selfie nás také zdánlivě zobrazují jako myslící a samostatně jednající subjekt, který je natolik sebevědomý, že se nebojí prezentovat sebe sama veřejně. Zdánlivě kvůli tomu, že produkce selfie je věcí masovou a často motivovanou tím, že ji provozují ostatní. Descartesův koncept individuálního, samostatně myslícího já, může být častou součástí zamýšlené identity, kterou uživatel na síti prostřednictvím svých selfie prezentuje. Snaží se skrze selfie prezentovat jako nezávislá a autonomní individualita, která má vše pod kontrolou a za kterou se i často považuje. Samozřejmě se tato teorie nedá aplikovat na všechna selfie. Ale poskytuje jeden z možných úhlů výkladu.

---

<sup>125</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 2.

<sup>126</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 35.

## 5.2 II. Marxovo odcizení

Odlíšné pojetí od osvícenského Descartese vytvořil německý myslitel Karel Marx. Marx formuloval ve svém nejslavnějším díle *Kapitál* mimo jiné myšlenku, že „...dochází k odcizení lidského já jako důsledek komodifikace částí já.“<sup>127</sup>

Tedy toho, že se části člověka stávají předmětem obchodu, směny. Marx bral kapitalistický systém jako silně vykořisťující a také dehumanizující. Materiální orientace kapitalismu podle něj způsobila, že lidé, kteří nevlastnili majetek, nabízeli to jediné, co měli – svou práci jako zboží – komoditu, a tím pádem i sebe sama, a stávali se tedy odosobněným zbožím pro bohaté kapitalisty. Zároveň tím, že pracovali pro někoho jiného a produkty jejich práce jim nezůstávaly, začali se dělníci od své práce, jejich výsledků a spolu s tím i od sebe a od svých spolupracovníků odcizovat.<sup>128</sup>

Marx ve své filozofii vyděluje tři entity - vykořisťované, vykořisťovatele a revoluci, která jejich nerovnocenný vztah má řešit. „Marx společně s Bedřichem Engelsem viděli lidské subjekty jako aktivní jednatele, kteří ve spolupráci s ostatními mohou změnit svět k lepšímu a zbavit lidskou společnost vykořisťování, založeném na vlastnictví soukromého majetku. Lidské subjekty mohly podle nich proces odcizování a odcizení v kapitalistické společnosti zastavit a zvrátit.“<sup>129</sup>

I když byl pozdějšími filozofy Marxův koncept lidského já kritizován kvůli přílišnému spojování s kapitalismem, pro dnešní dobu se v něčem zdá být stále platný. Všechny technické a technologické předměty, které umožňují pořízení selfie, jsou výsledkem kapitalistické ekonomiky. Kapitalismus nás nutí smýšlet materialisticky, tedy zaměřovat se prvotně na kupování komodit a vyjadřovat sebe sama skrze věci a vlastnění věci. Častým tématem a doplňkem selfie je právě zboží, věci, které si uživatel koupil a chce je ukázat ostatním. Tím se selfie stává i prostředkem, jak ukázat svůj sociální status. V současnosti hodně lidí definuje svoji identitu právě skrze materiální věci. Tvoří si skrze ně image, se kterou se ztotožňují. Méně si už uživatel uvědomuje, že tato image není jedinečná. Ve světě kapitalismu je čím dál těžší najít originál, tedy věc,

<sup>127</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 38.

<sup>128</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 38.

<sup>129</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 47.

kteřá by nebyla sériově vyrobená a neměla po světě miliony kopií. Každý chce být originál, ale je těžké být originálem ve světě kopií. V důsledku toho nastává krize identity, která je srovnatelná s Marxovou dehumanizací. To, že se současná společnost orientuje silně materialisticky, způsobuje stejné odcizení a odlidštění, jaké popisoval Marx v devatenáctém století. S tím rozdílem, že člověk už, aspoň ve vyspělých zemích, není dále komoditou. Ale na komodity se tolik orientuje, že se sám sobě odcizuje. Selfie pak může sloužit ke znovunalezení této ztracené, materiálními věcmi utlačené identity, stejně jako k posílení odcizení. „Pojetí já se v postmoderní (nebo přesněji řečeno v kapitalistické a imperialistické) době liší. Já se dnes odvíjí od globálního kapitalismu a konzumerismu. Hodnocení subjektivity skrze identifikaci s nákupem zboží je možná dnes daleko aktuálnější.“<sup>130</sup>

### 5.3 III. Postmodernistické vidění já

Postmoderní filosofové odmítali koncept jednotného, individuálního já, které jedná vědomě a ovlivňuje svět kolem sebe.

Postmodernisté odmítali jak Descartesovo pojetí já, tak i Marxovo. Podle nich člověk nemá schopnost ovlivňovat svět kolem sebe a běh věcí v něm tak, jako si to myslel Marx, který kladl důraz na danost, tedy, že i když se člověk narodí do situace a funguje v ní, může přesto svobodně jednat a změnit ji. U postmodernistů se člověk pouze začleňuje a přizpůsobuje.

Postmodernisté, mezi které patřili například Michael Foucault, Jacques Derrida nebo Judith Butler, viděli lidské já jako „roztříštěné, nestabilní, odtržené a utvořené diskurzem.“<sup>131</sup>

Jelikož je tento roztříštěný subjekt utvářen společností a ne naopak jako u Descartese, nemůže ve světě, který ho utváří ani doopravdy nezávisle jednat. Lidé se možná tak vnímají – jako samostatné činitele, ale tito autoři říkají, že „individuální subjekt je formovaný a tvořený jazykem a sociálním kontextem, které budou mít vždy

<sup>130</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 61.

<sup>131</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 2.

prvenství nad subjektivitou/ nad lidským já.<sup>132</sup> Člověka podle nich ovlivňuje a formuje politický, kulturní a sociální kontext a celkově tedy společnost, ve které žijí.<sup>133</sup>

Jako jeden z faktorů, který člověka a jeho formování ovlivňuje nejvíce viděli jazyk, který podle nich „formuje člověka i na podvědomé úrovni.“<sup>134</sup> Podle Jacquese Lacana, který teorii jazyka vytvořil, „mluví jazyk skrze člověka, ne člověk skrze jazyk.“<sup>135</sup> Tím má na mysli, že forma do jisté míry určuje obsah, tedy, že když například v jazyce domorodých indiánů z amazonského pralesa neexistuje slovo pro zradu, domorodci tento akt neznají, a proto je velmi malá pravděpodobnost, že by se něčeho takového úmyslně dopustili.

### 5.3.1 Zájem o tělo

Postmodernismus také více než dva předešlé koncepty zaměřuje svou pozornost na tělo. „Postmoderní zájem o tělo je naléhavý, přinejmenším v zemích s vysokým stupněm kapitalismu.“ „...tělo se stalo jedním z nejvíce reflektovaných zájmů postmoderního myšlení.“<sup>136</sup>

Postmodernistické pojetí osobnosti vyjadřuje a vysvětluje fenomén selfie pravděpodobně nejlépe ze všech tří konceptů. Tvrzení, že je já nejednotné a roztržité, je na selfie dobře aplikovatelné. I naše identita a osobnost je roztržité, není jednotná, není si jista sama sebou. Uživatelé zkoušejí různé polohy svého já, zkoumají ho, nejsou si jisti, kde je ta správná poloha. Neví, kdo jsou. Zkoumají se ze všech stran. Naše já je nestabilní i ve fyzické rovině. „V postmodernismu povrch chápeme jako klíčový prvek sociálního života, a nikoli jako iluzi nanesenou přes realitu.“ „...nestálost vede k povrchnosti a tělo je chápáno jako jednoduše proměnitelné.“<sup>137</sup> Zmíněná posedlost tělem je na selfie dobře patrná, zvláště pokud se jedná například o již zmíněné healthie. Na těle a obličejích jsou selfie postavena.

<sup>132</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 2.

<sup>133</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 2.

<sup>134</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 2.

<sup>135</sup> [http://cs.wikipedia.org/wiki/Jacques\\_Lacan](http://cs.wikipedia.org/wiki/Jacques_Lacan)

<sup>136</sup> DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London: Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. s. 66.

<sup>137</sup> CARTWRIGHT, Lisa; STURKEN, Marita. *Studia vizuální kultury*. Vyd 1. Praha: Portál, 2009. s. 331.

Selfie může být pro lidi, kteří cítí nestabilitu a potýkají se s ní, něčím stabilním, něčím, co je stále stejné a jednoduché. Něco, v čem si mohou zafixovat identitu, která se jim líbí - učinit ji ve virtuálním světě stálou. Mohou ji díky selfie zakonzervovat v čase, v archivu.

Další část postmoderního vidění lidského já, a to, že je utvořeno diskurzem, lze opět aplikovat pro širší pochopení selfie. Můžeme tvrdit, že i selfie samotné je také diskurzem. Je to určitý způsob smýšlení a prezentování sama sebe, charakteristický pro určitou dobu a určitý obor. Nehledě na to, že selfie mohou být i nositeli určitého diskurzu. Například opět již zmíněné healthie – selfie pořízená zpravidla ve fitness centru lidmi, kteří mají zálibu ve cvičení a pěstování určitého vzhledu.

I teze, že člověk neutváří svět kolem sebe, i když si to může myslet, ale naopak svět utváří jeho, si na selfie neodporuje. Někteří lidé mají dojem, že vytváření selfie zachycuje jejich jedinečnost, ale taková selfie vytváří značná část lidí po celém světě, a tím, že svou selfie přidají na sociální síť, se stávají jen jedním selfie z mnoha, které je tak podobné všem ostatním. Nakonec selfie může částečně utvářet uživatele tím, že se fotografování selfie stane jeho každodenní činností.

## 6. Fenomén Selfie

Před více než třemi lety znal slovo selfie jen málokdo. Nyní se s tímto termínem, který čeština převzala z angličtiny nepozměněný, skoro každý aspoň jednou setkal. Selfie jako fotografický autoportrét i slovo vzniklo dávno před tím, než ho Oxfordský slovník vyhlásil oficiálním slovem roku 2013, což ho uvedlo do všeobecného povědomí. Rozličnými sférami života začalo pronikat v horizontu posledních asi pěti let. Nejdříve byl záležitostí především mladých lidí – teenagerů. Nyní si selfie pořizuje naprosto každý zástupce různé věkové, sociální, kulturní a etnické kategorie. Selfie si kromě prezidentů, ministrů a celebrit dokonce dělá i vesmírný průzkumný robot na planetě Mars. Máme tedy i vesmírné selfie. Zdá se, jako by si lidé vzali nepsaný cíl – vyčerpat selfie a všechny jeho možnosti až do poslední kapky. Místu, času, příležitosti se meze nekladou. Selfie se fotografuje na svatbách, pohřbech, v intimních okamžicích, ve vzduchu, pod vodou i nad ní. Díky této lidské snaze dostat se až na hranice možností vznikají různé poddruhy, kategorie a typy selfie. Tato kapitola se pokusí zmapovat selfie a vše, co ho charakterizuje a dotváří.

## 6.1 Malé já

Před začátkem výkladu historie selfie považují za důležité vyložit nejprve původ, význam a vznik slova selfie.

Otcem slova selfie je Australan Nathan Hope, později známý jako Hopey, který ho v roce 2002 poprvé použil na jednom online fóru 13. září ve 2:55 hodin ráno po oslavě dvacátých prvních narozenin svého kamaráda. Na fórum šel proto, aby zjistil, proč má přes dolní ret dva stehy. Po chvíli se ho jiný uživatel na fóru na stehy zeptal. Nathan Hope odpověděl:<sup>138</sup> „Um, kámoš měl narozky, zakopl jsem a rozbil jsem si dolní ret i s předním zubem, kterej letěl hned nato. Měl jsem tam díru o průměru jeden centimetr.“<sup>139</sup> Poté poslal fotografii sebe se stehy na jeho dolním rtu a napsal pod ni: „A omlouvám se za to zaostření, bylo to *selfie*.“<sup>140</sup> Byl to první záznam slova selfie v historii.<sup>141</sup>

Oxfordský slovník definuje selfie jako: „Fotografii, kterou člověk pořídí sám, většinou chytrým telefonem nebo webovou kamerou, a nahraje na sociální síť.“<sup>142</sup> Selfie se stalo slovem roku 2013, protože jeho užití za předešlý rok stoupl o sedmnáct tisíc procent.<sup>143</sup>

Jen na Instagramu má selfie současně přes čtyřicet různých podob hashtagů – označení jako selfie jako například #selfienation, #selfiemanía nebo #selfiefriday. Ve stejnou dobu měl hashtag s jeho nejpoužívanější podobou 266 333 820 označení.

Slovo selfie si s sebou nese nejružnější konotace. „Jeho koncovka *-ie* dělá ze slova zdobnělinu, která obecně evokuje afektovanost a familiárnost. Z jedné sémantické perspektivy je selfie v angličtině *little self* a v překladu malé já, aspekt identity. Kde malé já znamená kousek já, malý portrét, představuje bezprostřednost, nedůležitost a pomíjivost každé fotografie.“<sup>144</sup> Už starověká biologie pracovala s

<sup>138</sup> KRUSZELNICKI, Karl S. A brief history of the selfie. In: *ABC Science* [online]. ABC, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.abc.net.au/science/articles/2014/08/12/4065062.htm>.

<sup>139</sup> KRUSZELNICKI, Karl S. A brief history of the selfie. In: *ABC Science* [online]. ABC, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.abc.net.au/science/articles/2014/08/12/4065062.htm>.

<sup>140</sup> KRUSZELNICKI, Karl S. A brief history of the selfie. In: *ABC Science* [online]. ABC, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.abc.net.au/science/articles/2014/08/12/4065062.htm>.

<sup>141</sup> KRUSZELNICKI, Karl S. A brief history of the selfie. In: *ABC Science* [online]. ABC, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.abc.net.au/science/articles/2014/08/12/4065062.htm>.

<sup>142</sup> <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/selfie>

<sup>143</sup> KRUSZELNICKI, Karl S. A brief history of the selfie. In: *ABC Science* [online]. ABC, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.abc.net.au/science/articles/2014/08/12/4065062.htm>.

<sup>144</sup> TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”.

pojmem homunculus, což byla nedorostlá a neúplná forma člověka, která se jím teprve měla stát a která je srovnatelná s oním malým já.<sup>145</sup>

„Se slovem selfie lze spojit i negativní konotace. Jako například sobectví, soustředěnost jen na sebe, narcismus, pocit, že jsme středem vesmíru, místnost plnou zrcadel, ve které je každý odraz jen ten náš.“<sup>146</sup>

## 6.2 Historie selfie

„Selfie může být chápáno jako variace fotografického autoportrétu, jako nový druh digitální domácí fotografie a pod ní spadající momentky, stejně jako vedlejší produkt technologického vývoje.“<sup>147</sup>

První fotografický autoportrét, který je obecně považován i za první selfie, pořídil amatérský chemik a fotograf z Filadelfie Robert Cornelius ve stejném roce, ve kterém se fotografie zrodila. Další autoportrét, který můžeme také interpretovat i jako selfie, vyfotil o rok později Hippolyte Bayard, francouzský fotograf a rovněž vynálezce fotografického procesu, který ovšem nezískal uznání jako Louis Daguerre, což byl také motiv pro tento historicky druhý autoportrét a první zmanipulovanou fotografii v dějinách.<sup>148</sup>

Od té doby fotografové pořizovali autoportréty, ale jen zřídka selfie. Jelikož je selfie charakteristické především tím, že je pořizováno především mobilním telefonem, případně tabletem nebo web kamerou, nebudu v této části znovu rozebírat historii fotografického autoportrétu a přejdu rovnou do doby, kdy se začíná vynořovat selfie v pravém slova smyslu. Tedy jako vlastnoručně pořízená fotografie sebe sama, a to mobilním zařízením.

---

[online výzkumná zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. s. 5. Dostupné z [http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

<sup>145</sup> TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”. [online výzkumná zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. s. 5. Dostupné z [http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

<sup>146</sup> CLARK, Roy Peter. Me, my selfie and I. In: CNN [online]. Cable News Network, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://edition.cnn.com/2013/11/23/opinion/clark-selfie-word-of-year/>

<sup>147</sup> TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”. [online výzkumná zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. s. 8. Dostupné z [http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

<sup>148</sup> TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”. [online výzkumná zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. s. 9. Dostupné z [http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

Nejranější obrázky, které nesly označení selfie, se objevily v roce 2004 na sociální síti Flickr a popisovaly vlastnoručně pořízené autoportréty.<sup>149</sup> V roce 2005 fotograf Jim Krause zmiňuje selfie v jeho knize *Photo Idea Index*, která se zabývá fotografickými technikami. V krátkém odstavci definuje selfie jako „jeden z obrázků pořízených tím, že je fotoaparát namířený na sebe. Díky odhadu, se kterým je fotografie pořizovaná, vždy vyjde jako náhodné fotografické překvapení.”<sup>150</sup> První definici si v *Urban Dictionary* selfie vysloužilo ve stejný rok a mělo tam podobu jako „selfy.”<sup>151</sup>

### 6.3 *Estetika selfie*

Selfie je fotografie, může být zařazena jako variace autoportrétu stejně jako druh momentky, se kterou má estetiku více společného. Jako podžánr má hned několik specifik včetně své určité podoby či několika podob, které se jako vzorec opakují.

#### 6.3.1 Kompozice

První typ kompozice představuje nejklassičtější selfie, pořízené zpravidla jednou rukou fotografa, který míří přední kameru svého smartphonu na sebe, konkrétně většinou na obličej a horní polovinu těla. Využívá při tom různých úhlů. První variantou je umístění telefonu na úroveň obličeje, druhou je nadhled, který má většinou za cíl zachytit i dolní polovinu těla a podhled, který někdy spolu s portrétovanou osobou zachycuje více z prostředí než ostatní dva používané úhly. Různé polohy umístění kamery jsou často užívané také kvůli zvýraznění určitých částí těla – u nadhledu to bývá často ženské poprsí a výstřih. Nejčastější kompozicí je tedy portrét od pasu nahoru. Autor pak sám sebe umísťuje do obrazu různě. Někdy na pravý okraj, levý okraj či střed podle toho, co chce v selfie kromě sebe ještě zachytit a předat. Často užívanou kompozicí je použití pouze detailu určité části svého těla – například k zachycení výstřihu.

<sup>149</sup> DAY, Elizabeth. How selfies became a global phenomenon. In: *The Guardian*. [online]. Guardian News and Media, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.theguardian.com/technology/2013/jul/14/how-selfies-became-a-global-phenomenon>

<sup>150</sup> KRAUSE, Jim. *Photo Idea Index*. [online]. ...: HOW Books, 2005. ISBN-13: 978-1581807660. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://books.google.cz/books?id=2VTo4hp9JdUC&pg=PA148&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](http://books.google.cz/books?id=2VTo4hp9JdUC&pg=PA148&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

<sup>151</sup> RUTLEDGE, Pamela. #Selfies: Narcissism or Self-Exploration?. In: *Psychology today*. [online]. Sussex Publishers LLC, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <https://www.psychologytoday.com/blog/positively-media/201304/selfies-narcissism-or-self-exploration>

Jedním z nejcharakterističtějších rysů selfie je, že většinou kamera není namířena frontálně v rovině obličeje, ale fotograf se vůči kameře nejčastěji natočí do menšího úhlu, a není tedy skoro nikdy zachycen tak, jak by stál proti divákovi. Toto natočení – tedy pózování - má za účel zachytit sama sebe v co nejlichotivějším úhlu, a souvisí tedy i s již zmíněnou sebeidealizací. Na tomto prvním typu kompozice je charakteristickým rysem i to, že je na selfie často vidět i část ruky fotografa, která mobilní telefon drží. Díky tomu, že fotograf využívá při focení své ruky, vzdálenost fotoaparátu od obličeje je limitována délkou paže. Díky tomu jsou tato selfie focena z poměrně krátké vzdálenosti, která navozuje intimnější tón, jelikož je vzdálenost většinou menší, než je intimní zóna člověka, která se obecně definuje asi kolem 15 až 45 centimetrů. Selfie pak na základě toho evokují bezprostřednost, přístupnost, divák má pocit, jako by byl s fotografovaným ve stejném pokoji. Tato kompozice je také velice kontaktní, jelikož je často kladen důraz na oči, které pak v důsledku menšího zkreslení díky nekvalitě přední kamery působí větší. Kromě toho tato kompozice sice umožňuje zachytit i děj či prostředí, ve kterém se fotografovaný nachází, ale jen do omezené míry, a proto se naše pozornost soustředí výhradně na fotografa, který je zároveň objektem.

Druhým typem kompozice i způsobem pořízení je použití ne přední, méně obrazově kvalitního snímače, ale zadního s vyšším rozlišením. Tyto fotografie díky použití jiné techniky mají i odlišnou kompozici. Většinou jsou to autoportréty v zrcadle, na které je mobil namířený. Díky tomu, že uživatel využívá zadní kamery, je mu umožněno použití blesku, takže ho autoři často používají v prostorách, které jsou méně osvětlené. Tento typ kompozice a použitá technika umožňují zachycení větší části těla fotografovaného. Respektive celé tělo. Na druhou stranu už není tak intimní. Dokáže však zachytit více z prostředí, kde se fotograf nachází, může nám tedy o něm a jeho životě podat více informací, díky tomu se naše pozornost – na rozdíl od prvního typu - nesoustředí už výhradně na postavu objektu.

### **6.3.2 Obrazová kvalita**

Další, čím je selfie charakteristické, je snížená kvalita díky použité technice, kterou je nejčastěji přední kamera mobilního telefonu. Obrázky jsou často rozmazané, mají nízké rozlišení, vysokou zrnitost nebo jsou pod či přexponované. Všechny tyto

obrazové nekvality dodávají selfie atmosféru amatérismu, chvilkovosti. Navozují aktuálnost a vyjadřují díky tomu autenticky daný okamžik. Nesou stejnou autentičnost jako momentky, pod které je můžeme zařadit.

## **6.4 Pojmy se selfie neoddělitelně spojené**

Selfie má, ať ho bereme jako žánr či jen podžánr, určité atributy, které ho charakterizují. Kromě již výše zmíněné specifické kompozice a způsobu pořízení, jsou se selfie spojené i pojmy jako hashtag a filtr, které ve významu selfie hrají podstatnou roli, i přesto, že jsou dobrovolné a uživatel je tedy nemusí použít. Oba dva pojmy poměrně zásadně mění charakter selfie, pokud je uživatel použije.

### **6.4.1 # Hashtag**

Hashtag je složenina dvou slov – hash, tedy v překladu křížek, a tag – označení. Hashtag má podobu dvojkřížku, po kterém hned následuje slovo či skupina slov, jež nesou význam a fotografii popisují. Hashtagy slouží jako klíčová slova při vyhledávání pro uživatele Instagramu, Twitteru, Facebooku a ostatních sociálních sítí. Nejvíce však dominuje na Instagramu a Twitteru, přičemž pro tuto práci je relevantní především Instagram, jelikož Twitter není primární platformou pro publikaci selfie. Je charakteristický tím, že slova v něm jsou psána dohromady, bez mezer, což symbolizuje žádanou úspornost vyjadřování ve virtuálním světě.

Výzkum, provedený studenty v Pekingu, vyzoroval, že role hashtagu v rámci komunity má několik funkcí: komunita se prostřednictvím hashtagu identifikuje, formuje a dovoluje uživatelům, aby se ke komunitě přidali. Dále také může sloužit jako označení obsahu a zároveň symbol členství v komunitě.<sup>152</sup>

Hashtag je ve své podstatě čistě praktickým nástrojem, díky kterému uživatelé mohou lépe hledat a třídit obrázky.<sup>153</sup> Twitter je začal používat od roku 2007. Instagram pak hashtagy převzal rok po svém vzniku - v roce 2011. První uživatelkou, která na

<sup>152</sup> YANG, Lei; SUN, Tao; ZHANG, Ming; MEI, Qiaozhu. We Know What @You #Tag: Does the Dual Role Affect Hashtag Adoption? School of Information, the University of Michigan School of EECS, Peking University. Dostupné z [http://www-personal.umich.edu/~yangle/www2012\\_yang.pdf](http://www-personal.umich.edu/~yangle/www2012_yang.pdf)

<sup>153</sup> WENDT, Brooke. The Allure of the selfie. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

Instagramu použila hashtag selfie (#selfie), byla Jennifer Lee z Oaklandu jen několik dní předtím, než Instagram hashtagy oficiálně představil.

Hashtag má i poměrně značný vliv na význam selfie, které označuje, a celkově tak mění charakter žánru. „Schopnost sdílení obrázků pomocí hashtagů přeměnila podstatné (zá)jméno ‚já‘ z jednotného na množné. Hashtagy do jisté míry limitují to, jak se na Instagramu prezentujeme ostatním od té doby, co popisujeme sami sebe jako metadata.“<sup>154</sup>

Hashtagy dělají ze selfie jen nehmotná metadata v databázích a připravují je o jejich lidskou stránku, selfie se pak stávají méně osobním obrazem. Databáze selfie je plná bezejmenných obličejů, které spojuje jen onen hashtag. „Tímto srocováním uživatelů do jedné skupiny je hashtagy připravují o jejich jedinečnou identitu a nahrazují ji identitou skupinovou, aniž by si to uvědomovali.“<sup>155</sup> „#me (já) se stává součástí #us (my).“<sup>156</sup> „Když se na něm uživatelé označují hashtagy, Instagram je připravuje o jejich individualitu.“<sup>157</sup>

Hashtagy také odvádějí pozornost od osoby, která na selfie je. Při přidání například 15 různých hashtagů se divák sice pravděpodobně nejdříve podívá na fotografii a až pak na hashtagy, ale pokud je jich u obrázku takové množství, odvedou jeho pozornost od fotografie, začne si je číst a utvářet si na základě nich názor na osobu na fotografii. „Hashtagy umožňují konzumovat daleko více snímků a zároveň se nezabývat myšlenkami o lidech, které zobrazují.“<sup>158</sup> Hashtagy evokují banalitu a hloupost. Vyjadřují situaci jen několika slovy, spojenými za sebou. Jsou zkratkou, která kouskuje obrázek do jednoduchých významů. Uživatelé, kteří je hojně používají, se pak mohou jevit jako dětinští.

<sup>154</sup> WENDT, Brooke. The Allure of the selfie.[online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>155</sup> TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”. [online výzkumná zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. s. 12. Dostupné z [http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

<sup>156</sup> TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”. [online výzkumná zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. s. 12. Dostupné z [http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

<sup>157</sup> WENDT, Brooke. The Allure of the selfie.[online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>158</sup> WENDT, Brooke. The Allure of the selfie.[online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

Výběr hashtagů se většinou odvíjí od situace, ve které si uživatel selfie pořídil, a také od toho, jak danou fotografii míní charakterizovat a podat ostatním. Jak o ni bude prostřednictvím hashtagů informovat.

### 6.4.2 Filtry

Před publikováním selfie na Instagramu si uživatel může obrázek upravit buď sám a vybrat z několika možností úprav obrázku jako je kontrast, jas, barevnost atd., a nebo může použít filtr, který je už hotovým balíčkem výše zmíněných úprav. Instagram v současné době nabízí 25 filtrů. Filtry jsou již předpřipravené - různě speciálně natónované šablony s různým kontrastem, barevností a teplotou barev, které může uživatel na svoje selfie aplikovat. Většina z nich ho vizuálně nezmění příliš, ale o to víc mění povahu a atmosféru obrázku. Většina filtrů svým tónováním navozuje starou dobu analogové černobílé, ale i barevné fotografie. Spousta filtrů také připomíná i tzv. lomografii. Jednotlivé filtry natónují fotografii do rozličných barev od růžové po černobílou. Také značně mění kontrast, jas a saturaci snímku.

Filtry umožňují uživatelům velkou míru stylizace, a potažmo se správným výběrem filtru společně s dalšími faktory i již zmíněnou sebeidealizací. Filtry jsou pózou, která má navodit určitý dojem. Například dojem umělecký. Jejich užití může mít velký vliv na to, jak bude obrázek vnímán, hodnocen a jaké konotace bude vyvolávat. Nejčastějším důsledkem použití filtru je dojem, že fotografie je povedená, a často i umělecká. „Simulovaná autentičnost, kterou funkce filtru navozuje, přebírá vizuální nadřazenost v obsahu selfie uživatelů.“<sup>159</sup>

Používání filtrů potvrdili i všichni tři dotazovaní v kvalitativních rozhovorech. Jejich společným jediným důvodem, především tedy dvou z nich, kteří využívají i Instagram, bylo, že filtry udělají selfie jednoduše „hezčí“. „Mám asi dva oblíbený, no, o kterých vim, že vypadají hezky. Ani nevím, jak se jmenují. Jenom prostě vim, že to vypadá líp.“ Jediný dotazovaný muž, který o sobě řekl, že nemá absolutně žádný vkus, uvedl, že filtry jsou dokonce důvodem, proč využívá Instagram.

Kromě estetiky si uživatelé použitím filtru vypůjčují i význam, který se pak přenáší na jejich selfie. Nejoblíbenější jsou zřejmě filtry simulující fotografii na film,

<sup>159</sup> WENDT, Brooke. The Allure of the selfie.[online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

jež přináší konotaci zašlosti a stáří, které je momentálně velmi žádané.<sup>160</sup> Význam barev, které jsou podstatou filtrů, pro naše vnímání komentuje ve své knize *Za filosofii fotografie* i český filosof a teoretik fotografie Vilém Flusser. Říká, že jsme naprogramováni barvami, přičemž jednotlivé barvy pro nás automaticky znamenají určitý význam. Například červená značí zastavit.<sup>161</sup>

Použití filtrů může mít, stejně jako použití hashtagů, negativní dopady na vnímání a prezentaci identity uživatele.<sup>162</sup> „Vizuální efekty filtrů zesilují a umocňují dojem z dané osoby, význam, který filtr má, přenáší i na selfie, a to z něj pak vyzařuje.“<sup>163</sup> Důsledkem toho se, stejně jako u použití hashtagů, může ze snímku vytrácet identita jeho tvůrce.

Lidé se přirozeně bojí ukončení své existence, tedy smrti a jeden z možných chápání hashtagů je i ten, že skrze tento nástroj mají uživatelé pocit nesmrtelnosti a jejího oddálení. Díky hashtagům s nostalgickou estetikou se se smrtí vyrovnávají<sup>164</sup>

## 6.5 *Publikační platformy – sociální sítě*

Selfie je samo o sobě při zkoumání zajímavým jevem. Plného významu ovšem nabývá až tehdy, když ho začneme chápat jako neoddělitelnou součást sociálních sítí, které jsou jeho publikačními platformami a díky kterým se tak markantně rozšířilo nyní již do širokého povědomí veřejnosti. Selfie je možné najít snad na každé sociální síti od Instagramu až po ruskou síť Vkontakte. Nejvíce příznivců a tvůrců si však získalo na Instagramu, který je považován za jeho domovskou základnu, jelikož je to síť orientovaná jen na obrázky. Hned po Instagramu a dnes možná velmi srovnatelně, jelikož obě sítě nabízejí odlišný koncept, si vede Facebook. Obě sítě jsou americké. V

<sup>160</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>161</sup> FLUSSER, Vilém. *Za filosofii fotografie*. [online]. Praha: nakladatelství Hynek, 1994. ISBN 80-85906-04-X. [10. 5. 2015] s. 56. Dostupné z [http://monoskop.org/images/f/f8/Flusser\\_Vilem\\_Za\\_filosofii\\_fotografie\\_OCR.pdf](http://monoskop.org/images/f/f8/Flusser_Vilem_Za_filosofii_fotografie_OCR.pdf)

<sup>162</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. s. 27. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>163</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. s. 27. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>164</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

České republice je rozšířenější a obecně více používaný Facebook, kde má účet kolem 4,5 milionů Čechů. Na Instagramu je podle údajů, sesbíraných ovšem jen z veřejných profilů, asi sto tisíc českých profilů, ale ve skutečnosti se podle odhadů může počet českých uživatelů pohybovat okolo půl milionu.<sup>165</sup> Obě sítě nabízejí jiný koncept, ne však úplně odlišný, Instagram je více úzce zaměřený, prvotně jen na fotografie, a je o čtyři roky mladší než Facebook. Sítě jsou spolu propojené, takže uživatel, který pořídí fotografii a dá ji na Instagram, ji může rovnou publikovat i na Facebook, ovšem ne obráceně. Spousta uživatelů to tak praktikuje kvůli možnosti úprav, které Instagram nabízí. Obě sítě používají hashtagy, avšak na Facebooku nemají žádné praktické uplatnění. Facebook je sice síť starší, ale pro selfie je prvotnější Instagram, a proto se budu zabývat nejprve Instagramem.

### 6.5.1 Sociální média

Instagram a Facebook, které budou rozebrány vzápětí, jsou součástí spektra sociálních médií, které hrají důležitou roli v životech čím dál více lidí na celém světě. V poslední době přebírají informační, sociální, kulturní, politickou, komunikační a mnoho dalších funkcí. Jsou zdrojem informací, místem pro utváření a udržování sociálních kontaktů, trhem práce, politickým nástrojem. Sociální sítě se jako poměrně mladá záležitost neustále vyvíjejí. Podle Benta Fausinga se na sociálních sítích v posledních letech dají vysledovat čtyři zásadní trendy, charakterizující poslední vývoj. Prvním je, že sdílení obsahu online vyžaduje stále méně času. Dalším, že se sociální média začala orientovat především vizuálně. Třetím, že tematické skupiny nahrazují ty ostatní, a čtvrtým trendem je změna ve vyjadřování, tedy, že uživatelé už nepiší obsažné komentáře, ale jen dávají najevo svou přítomnost tím, že napíší jen „wow” nebo emotikon. Instagram představuje síť, kde se všechny čtyři trendy uplatňují. A selfie je v souvislosti s tím důležitý prostředek vyjádření svého já ve vývoji sociálních médií a je nejdůležitějším faktorem ve vývoji těchto změn.<sup>166</sup>

<sup>165</sup> MIŽÍK, Peter. Instagram a české značky: kdo to umí a proč to také musíte zkusit. In: *Marketing sales media*. [online]. EMPRESA Media, a.s. 2015. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://marketingsales.tyden.cz/rubriky/media/instagram-a-ceske-znacky-kdo-to-umi-a-proc-to-take-musite-zkusit\\_339706.html](http://marketingsales.tyden.cz/rubriky/media/instagram-a-ceske-znacky-kdo-to-umi-a-proc-to-take-musite-zkusit_339706.html)

<sup>166</sup> FAUSING, Bent. Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. Dostupné z [https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA\\_The\\_Self\\_the\\_Face\\_the\\_Media\\_and\\_the\\_Selfies](https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA_The_Self_the_Face_the_Media_and_the_Selfies)

## 6.5.2 Instagram

S Instagramem se měli uživatelé možnost poprvé setkat v roce 2010, kdy ho Apple uvedl na trh s aplikacemi. Tehdy byl určený pouze pro iPhone a konkrétně pro iPhone 4. Nedlouho po představení se Instagram začal rozšiřovat o do ostatních operačních systémů chytrých telefonů. Dnes má aplikace stovky milionů uživatelů, ze kterých je více jak polovina mimo USA. Za den se na Instagramu nasdílí asi 60 milionů fotografií.<sup>167</sup>

Instagram má přitažlivou architekturu, je celý navržený do modra, podobně jako Facebook s bílým pozadím. Stejně jako na Facebooku zde funguje hlavní stránka s nejnovějšími příspěvky od lidí, které uživatel sleduje. Když se mu něco líbí, klikne na srdíčko, které u fotografií funguje stejně jako like. I když autoportrét nebyl v době Instagramu novinkou a vlastně ani selfie, Instagram zavedl nový fenomén - přivedl do virtuálního světa nový trend sdílení sebe (svého já) jako vizuálního média ve formě selfie.<sup>168</sup> Uživatelé generují fotografie sebe sama, jako kdyby to byly produkty masové výroby, čímž Instagram podstatně oslabuje uživatelskou individualitu.<sup>169</sup> Uživatelé se stávají produktem a zároveň obchodníkem a marketingovým stratégem v jedné osobě a snaží se svůj „produkt“ prodat a získat co nejvyšší cenu – co největší počet srdíček. Časem už jim ani tolik nejde o sebe a hledání sebe sama, ale o nasbírání co nejvíce reakcí. Instagram může být v konečném důsledku vnímán i jako velmi uniformní aplikace díky své masovosti.<sup>170</sup>

Na Instagramu se každodenně nasdílí obrovské množství fotografií a potažmo tedy i selfie. Selfie jsou si navzájem estetikou velmi podobná, což může uživatele také popouzet k tomu, aby vytvářeli stále nová a nová ve snaze vytvořit obraz sebe, který by byl jedinečný, a tak fotí stále další a další snímky sebe sama. Ve snaze najít svou identitu ji ztrácejí, a místo toho jen naplňují funkci aplikace<sup>171</sup>. Přizpůsobují jí své

<sup>167</sup> NGUYEN, Amy J. *Exploring the selfie phenomenon: The idea of self-presentation and its implications among young women*. Northampton, 2014. Diplomová práce. Smith College, School for Social Work.

<sup>168</sup> NGUYEN, Amy J. *Exploring the selfie phenomenon: The idea of self-presentation and its implications among young women*. Northampton, 2014. Diplomová práce. Smith College, School for Social Work.

<sup>169</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>170</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>171</sup> WENDT, Brooke. *The Allure of the selfie*. [online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-

obrázky a stávají se produkcí fotek sebe sama posedlí, fascinovaní, což pak vede k tomu, že v jisté míře už nedokážou správně rozpoznat sami sebe.<sup>172</sup> Hranice reality a virtuálna se pro ně může na Instagramu začít stírat. Přestávají na sebe nahlížet objektivně, jejich limity se posouvají. Vůči svým selfie se stávají neteční, cizí, jak popisuje McLuhan u Narcise, tak i pro uživatele se jejich obrázky mohou stát cizími. Instagram může do jisté míry tímto způsobem měnit jejich chování.

Instagram je aplikace, orientovaná primárně vizuálně. Uživatele může vtáhnout svou jednoduchostí a dojemem, že je to jen hra. Ale postupem času se i uživatel jejím působením stává více a více vizuálně orientovaný a ve spojitosti se selfie jeho orientace směřuje hlavně na sebe. Začíná na svět nazírat přes instagramový filtr.

Instagram jako zprvu nevinná aplikace může mít na uživatele, který není vyhraněný, výše popsaný vliv. Samozřejmě tyto koncepty nejsou široce platné na všechny uživatele. Jestli tyto teorie mohou být pravdivé probere praktická část.

### 6.5.3 Facebook

Facebook je o něco starší než Instagram, založil ho v roce 2004 americký student Mark Zuckerberg. Jak už sám název napovídá, tato sociální síť je orientovaná prvotně na profil – na člověka – na jeho obličej. Je to kniha tváří, a dnes i poměrně rozsáhlá a většinou veřejně přístupná galerie selfie. Stejně jako Instagram, je i Facebook silně vizuálně orientovaný, více než při jeho vzniku. Před několika lety prošel inovací – profilem Timeline, který kromě profilové přidal možnost ještě úvodní fotografie. Ponouká tedy uživatele k tomu, aby se prezentoval především vizuálně. Facebook má - na rozdíl od Instagramu - daleko širší záběr, není orientovaný jen na fotografie, člověk se na něm může prezentovat i slovem a jinými aktivitami.

Obličej má na Facebooku, jak říká i název sítě, důležitý význam. Asi nejdůležitějším prvkem na Facebooku a uživatelském profilu je profilová fotografie, kterou se člověk prezentuje veřejnosti – vidí ji úplně všichni uživatelé. Uživatel, který si

---

90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>172</sup> WENDT, Brooke. The Allure of the selfie.[online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

vybere možnost mít jako profilový obrázek fotografii sebe a ne něčeho jiného, což je také velmi časté, si na ní většinou dává záležet a pečlivě vybírá takovou, která by splňovala jeho představy o sobě a to, aby ho ukazovala co nejlépe nebo co nejzajímavěji. Vybírá si ji tak, aby ho prezentovala určitým způsobem. Nasazuje tedy masku, čímž se vracíme k Ervingu Goffmanovi.

Řada uživatelů si za profilovou fotografii pro prezentaci své osobnosti vybírá selfie. Těchto profilů je v poslední době čím dál více. Dříve vyvolávalo pořizování svého portréту trapné konotace v souvislosti s tím, že člověk neměl nikoho, kdo by ho vyfotil. Dnes sociální sítě pohled obrátily. Stále více lidí má dojem, že jen oni sami dokážou vyfotit sebe sama nejlépe. Společně s Instagramem se i Facebook stal pro selfie nejpoužívanější platformou.

Na Facebooku je hlavním hnacím motorem „like” – tedy označení „to se mi líbí,” které může být častou motivací uživatelů pro publikování svých selfie. Likem pod svou fotografií dostanou něco jako schválení nebo potvrzení toho, že identita, kterou na ní prezentují, se lidem líbí. Na Facebooku tedy hraje velkou roli názor ostatních, v tomto se od Instagramu, který je více orientovaný na člověka samotného, Facebook liší.

Facebook je jako výkladní skříň života uživatele, jako výloha obchodu, která za skleněnou desku umísťuje jen ty nejlepší a nejpovedenější produkty. Ani po vstupu do samotného obchodu většinou nevidíme zkažené nebo prošlé zboží. Facebook je daleko více než Instagram navržený tak, že vybízí uživatele k tomu, aby zde prezentoval sebe jako veřejnou osobu, což nepřímo souvisí s tím, že se uživatel snaží ukazovat jen pozitivní – výkladní - stránky svého života. Je pak už jen na člověku, jestli si vybere jít touto cestou, nebo vzít svůj profil nevázně. Je také jen na uživateli, kolik věcí chce ze svého života na Facebooku vyložit. Je tedy jako architektem nové budovy a snaží se ji navrhnout co nejlépe. Facebookový profil, profilovou fotografií počínaje, může u některých uživatelů tedy být zkreslenou mozaikou jejich skutečného já. A selfie je dnes často ústředním střípkem.

Facebook je pro tuto práci významný i proto, že český uživatel ho využívá jako prvotní sociální síť, Instagram má jen část Čechů. V poslední době je stále častějším jevem propojování obou sítí, a nejčastějším spojovacím bodem je právě selfie či obecněji fotografie, které z Instagramu často putují i na Facebook díky možnosti propojení obou sítí.

Sociální sítě a jejich silný vliv na život člověka v poslední době způsobily posunutí hranic intimity a vnímání sebe sama a prezentování sebe sama.<sup>173</sup> Lidé jsou na sociálních sítích daleko otevřenější a vpouštějí si do svého soukromí a života počet lidí, který by v reálném životě nebyl možný.<sup>174</sup> Ve virtuálním světě si lidé méně uvědomují, co všechno o sobě do virtuálního prostoru vypouštějí. Nefyzičnost tohoto prostoru evokuje, že to není opravdové, a proto tomu nepřikládají ani takovou vážnost. A vážně neberou ani selfie. V kvalitativních rozhovorech všichni respondenti uvedli, že selfie je pro ně něco naprosto nevážného a nedůležitého.

## 6.6 *Smartphone – prodloužené tělo*

Poněkud pragmatičtější pohled na selfie je ten, že kromě všech dosud probraných významů je vedlejším produktem technologického vývoje, kterým je tento žánr, stejně jako médium fotografie kdysi, podmíněn. Když na chvíli pomineme, že se selfie dá pořídit i běžným fotoaparát, je to výsledek technologického vývoje především v oblasti mobilních telefonů a samozřejmě internetu, virtuální sféry a sociálních sítí<sup>175</sup>, ale prvotní je zde akt pořízení selfie, a ten byl umožněn díky chytrému telefonu a rozmohl se s inovací v podobě přední kamery. S touto revoluční novinkou přišel poprvé iPhone 4 v roce 2010. Pro tvorbu selfie už nemohlo být nic jednoduššího. Dřív si uživatelé museli dát práci se „štelováním“ svého telefonu a metodou pokus – omyl si zkoušeli pořídit povedené selfie. Nyní stačí zapnout aplikaci fotoaparát, namířit na sebe přední snímač a stisknout spoušť. Navíc si uživatel může výslednou podobu selfie kontrolovat a vybírat během fotografování, jelikož se mu zobrazuje na displeji. Nevýhodami přední kamery je menší kvalita a nemožnost použít například blesk. Ale díky přední kameře se pro selfie stala charakteristická právě malá kvalita obrázku a hlavně jeho intimita, jelikož vzdálenost mezi fotografem a snímačem je jen do délky ruky uživatele, což je přibližná hranice intimní zóny. Díky přední kameře se selfie staly osobnějšími. Spolu s přední kamerou smartphony v posledních letech také umožňují uživatelům být neustále online díky internetu v mobilu. Všechny tyto tři základní

---

<sup>173</sup>

<sup>174</sup>

<sup>175</sup> TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”. [online výzkumná zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. Dostupné z [http://d25rsf93iwlmgcu.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmgcu.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

faktory – sociální sítě a internet, chytrý telefon a přední kamera a internet v mobilu - připravily a podpořily rozmach selfie, jak ho známe dnes.<sup>176</sup>

Smartphone se stal součástí našeho každodenního života, mnoho lidí by si bez něj nedokázalo již svůj život zřejmě představit. Stal se naší součástí a také náš život silně ovlivňuje. Na velké části selfie je vidět ruku, kterou uživatel selfie pořizuje a která smartphone drží. Jako by při focení selfie uživatelé brali smartphone jako něco více než jen přístroj, vnímají jeho přítomnost, když se do něj dívají, a posouvají jeho přítomnost na úroveň své vlastní. Uživatel může mít pak problém se od smartphone oddělit.<sup>177</sup> Smartphone se stal prodlouženou částí našeho těla, jak je vidět na řadě selfie.<sup>178</sup>

Díky tomu, že přední kamerou vidíme náš odraz na displeji, je to, jako bychom se dívali do zrcadla. Mobilní telefon je tedy i naším zrcadlem, které může a nemusí zrcadlit naše vnitřní já.<sup>179</sup>

## 6.7 Druhy selfie

Selfie si, stejně jako jiné žánry, vyvinulo i své druhy. Bent Fausing, dánský akademik, jmenuje ve svém odborném článku tři druhy, které rozebírá. Kromě těchto tří má selfie víc jak deset druhů, zpravidla členěných podle toho, co zobrazují.

### 6.7.1 Healthie

Healthie je druh selfie, který obecně zobrazuje člověka při nějaké aktivitě, spojené se zdravím, tedy kdy pro něj něco dělá. Nejčastějšími jsou obrázky z posiloven a fitnesscenter. Tělo se zde stává hlavním předmětem zájmu.<sup>180</sup> „Existují tři formy vyjádření, které člověk uplatňuje, aby se zviditelnil: sexualita, tělo a socializace.

<sup>176</sup> TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”. [online výzkumná zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. s. 6. Dostupné z [http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmgm.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

<sup>177</sup> WENDT, Brooke. The Allure of the selfie.[online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>178</sup> WENDT, Brooke. The Allure of the selfie.[online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

<sup>179</sup> FAUSING, Bent. Selfies shape the world: Selfies, Helthies, Usies, Felfies...In: *Scribd*. [online]. Scribd Inc, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.scribd.com/doc/213679678/Selfies-Shape-the-World-Selfies-Healthies-Usies-Felfies>

<sup>180</sup> FAUSING, Bent. Selfies shape the world: Selfies, Helthies, Usies, Felfies...In: *Scribd*. [online]. Scribd Inc, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.scribd.com/doc/213679678/Selfies-Shape-the-World-Selfies-Healthies-Usies-Felfies>

Všechny tři jsou obsaženy v healthie.”<sup>181</sup> Tělo, jeho podoba, která je dokonalá, má představovat úspěch ve společnosti. Častými tvůrci takových selfie jsou celebrity jako Kim Kardashian, které se sice nebojí ukázat své tělo, ale podle Fausinga se bojí, že ho ztratí. Proto se ho možná snaží uchovat v digitální paměti. „Tělo se stává vyjádřením osobnosti, našeho já, tělo se stává naší identitou, kde ovšem chybí duše.”<sup>182</sup>

### 6.7.2 Usie

Jak název napovídá, usie je selfie, které zachycuje nejméně dva lidi, kteří mohou a nemusí být pár, přičemž převažuje první možnost. Když se poté fotografie objeví na sociální síti, účelem je ukázat svou lásku ostatním, zároveň tento akt může skrývat podvědomou touhu dostat od ostatních posvěcení.<sup>183</sup>

### 6.7.3 Felfie, uglie a jiná

Třetím druhem selfie, který Fausing rozebírá, je tzv. felfie, tedy farmářské selfie pořizované farmáři, většinou s jejich zvířaty. Felfie se staly populárními díky irskému deníku, který uspořádal jejich soutěž. Felfie má za cíl oslavu jednoho z nejstarších povolání a zároveň na farmáře soustředit větší pozornost.<sup>184</sup>

Kromě těchto druhů existují ještě například delfie – selfie s domácími mazlíčky, helfie, které má za účel ukázat jen účes, belfie, které zobrazuje fotografovo většinou vypracované pozadí, aftersexselfie, tedy selfie zachycující člověka po sexuálním aktu, nebo uglie. Uglie je také zajímavým typem, uživatelé se na něm totiž snaží vypadat co nejošklivěji, je tedy zároveň sebeironizující, a někteří teoretikové jím argumentují proti tezi, že selfie je narcistická záležitost, zaměřená prvotně na vzhled. To si dovolím zpochybnit, uglie narcistickému pohledu na selfie odporovat nemusí, jelikož narcismus není prvotně spojen se vzhledem, ale celkově s osobností.

<sup>181</sup> FAUSING, Bent. Selfies shape the world: Selfies, Helthies, Usies, Felfies...In: *Scribd*. [online]. Scribd Inc, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.scribd.com/doc/213679678/Selfies-Shape-the-World-Selfies-Healthies-Usies-Felfies>

<sup>182</sup> FAUSING, Bent. Selfies shape the world: Selfies, Helthies, Usies, Felfies...In: *Scribd*. [online]. Scribd Inc, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.scribd.com/doc/213679678/Selfies-Shape-the-World-Selfies-Healthies-Usies-Felfies>

<sup>183</sup> FAUSING, Bent. Selfies shape the world: Selfies, Helthies, Usies, Felfies...In: *Scribd*. [online]. Scribd Inc, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.scribd.com/doc/213679678/Selfies-Shape-the-World-Selfies-Healthies-Usies-Felfies>

<sup>184</sup> FAUSING, Bent. Selfies shape the world: Selfies, Helthies, Usies, Felfies...In: *Scribd*. [online]. Scribd Inc, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.scribd.com/doc/213679678/Selfies-Shape-the-World-Selfies-Healthies-Usies-Felfies>

## 6.8 Postavení selfie ve fotografii

Selfie je variace fotografického autoportrétu. Někdy je považováno i za samostatný žánr díky specifikům, kterými je charakteristické – způsob pořízení, podoba a publikování. Stejně tak ho můžeme zařadit i pod momentkovou neboli snapshotovou fotografii, kam možná zapadá lépe hlavně z hlediska toho, kdo je autorem fotografie – běžní lidé a ne umělci jako u fotografického autoportrétu. Momentce je stejně tak i daleko bližší svou estetikou, která je nedokonalá, amatérská a navozuje právě ono zachycení okamžiku. Dalo by se říci, že selfie je okamžik, momentální poloha lidské bytosti, poloha našeho já, naší osobnosti a nálady. *Přikloním se tedy spíše k zařazení selfie do žánru momentky.*

Přibližně před rokem probíhala v pražské Galerii Rudolfinum výstava *Only The Good Ones: Snapshot Aesthetic Revisted*, která se pokusila o reflexi žánru snapshotu. Řadu fotografií této výstavy tvořily právě i momentální autoportréty, které měly jistou podobnost se selfie. Výstava měla akorát jeden menší háček, a to, že nevystavovala příliš pravé momentky, jejímiž tvůrci jsou především fotografové amatéři. Na *Only The Good Ones* byly k vidění převážně momentky známých fotografů jako Williama Kleina, Andyho Warhola nebo Nan Goldin. To, že se výstava mírně odchýlila obsahem, nemění nic na tom, že vystavovala fotografie, které nebyly nikdy (aspoň část z nich, jelikož se na výstavě objevily i známé soubory, například Nan Goldin) určeny pro výstavní síň. Stejně je tomu i u selfie. Selfie zachycují moment skrze naši fyzickou podobu. Otázka tedy zní, jestli by se stejně jako momentky mohly a měly stát předmětem výstav.

„Selfie se staly něčím jako lidovým uměním dnešní společnosti.“<sup>185</sup> Lidové umění, které reflektuje momentální rozpoložení a náladu společnosti. Na otázku, jestli by se selfie mělo stát součástí světa umění a zaplnit umělecké galerie, našla odpověď už řada zahraničních kurátorů, kteří selfie již vystavovali, jako například videoinstalace *National #Selfie Portrait Gallery* v londýnské National Portrait Gallery.<sup>186</sup>

„V roce 2010 umělecký kritik David Colman napsal do New York Times, že selfie je tak běžnou záležitostí, že mění samotné médium fotografie. Colman poté citoval historika umění Geoffreyho Batchena, který říká, že selfie představuje obrat ve

<sup>185</sup> TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”. [online výzkumná zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. s. 6. Dostupné z [http://d25rsf93iwlmgc.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmgc.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

<sup>186</sup> TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”. [online výzkumná zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. s. 6. Dostupné z [http://d25rsf93iwlmgc.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmgc.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

fotografii – její odklon od funkce uchovávání vzpomínek k funkci komunikačního nástroje.”<sup>187</sup> Selfie můžeme tedy chápat i jako způsob komunikace. Při objasnění tohoto tvrzení můžeme použít výrok Marshala McLuhana „medium is the message”<sup>188</sup>, tedy poselstvím média je samo médium, čímž myslí, že „hlavním sdělením, které média přinášejí, není jejich ‚programová náplň‘, ale způsob, jakým ona sama ovlivňují naše vidění světa.”<sup>189</sup> Selfie je druh fotografie, a fotografie je médium. Médium, které přenáší určité sdělení, a můžeme tedy Luhanovu teorii uplatnit i na ně. Skrze selfie uživatelé komunikují se světem, se svým okolím a pokoušejí se něco sdělit. Obsah jejich sdělení by vydal na další samostatnou práci. Já jsem již některé možné cíle sdělení nastínila v první části práce. Selfie, jak již bylo řečeno, do značné míry mohou vidění světa ovlivňovat. Selfie je tedy i médiem, které přenáší sdělení uživatele, a zároveň podobu sdělení a význam ovlivňuje.

## 7. Praktická část

V této části práce se prostřednictvím výzkumných metod, které jsem použila, pokusím zjistit platnost tvrzení, prezentovaných v teoretické části. Jako výzkumné metody jsem zvolila jak kvantitativní, tak i kvalitativní za účelem úplnosti pohledu. Jako kvantitativní jsem použila dotazníkové šetření a jako kvalitativní tři hloubkové rozhovory, u nichž částí každého z nich byl na konci i fotografický rozhovor.

### 7.1 Kvalitativní výzkum

V této části výzkumu jsem se rozhodla použít metody polostrukturovaného rozhovoru a metody fotografického rozhovoru. Metodu polostrukturovaného rozhovoru jsem zvolila, protože záměrem práce je pokusit se přijít na to, jaké jsou motivace autorů selfie pro jejich vytváření a následné publikování a sdílení na sociálních sítích. Také jsem chtěla ověřit některé teorie a předpoklady, které tvorbě fotografií selfie často přisuzují jen narcistické a egoistické motivace. Polostrukturovaný rozhovor s autorem

<sup>187</sup> SALTZ, Jerry. Art at Arm's Length: The History of The Selfie. In: *Vulture* [online]. New York Media LLC, 26. 1. 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>

<sup>188</sup> MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím*. [online]. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2. Dostupné z <https://romantismus.wordpress.com/category/marshall-mcluhan-jak-rozumet-mediim/>

<sup>189</sup> MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím*. [online]. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2. Dostupné z <https://romantismus.wordpress.com/category/marshall-mcluhan-jak-rozumet-mediim/>

selfie fotografií toto umožňuje. Polostrukturovaný rozhovor je rozhovor částečně řízený, nejsou tedy dopředu dány striktní otázky jako u strukturovaného, ale ani není volnou improvizací jako nestrukturovaný rozhovor. „Tento typ má předem daný soubor témat a volně přidružených otázek, ale jejich pořadí, formulace a volba slov může být pozměněná, případně může být něco dovysvětleno.“<sup>190</sup>

Výsledek se sice nebude dát obecněji uplatnit, ale může i přesto vypovědět zajímavé a nové skutečnosti. Mým cílem není vyvodit obecně platné závěry, ale alespoň částečně zjistit, jaké mohou být motivace pro focení selfie. Proto jsem také vybrala tři autory, aby výzkum nebyl příliš plochý. Ze stejného důvodu jsem se snažila, aby v rozhovorech byla zastoupena obě pohlaví, což může přinést i nastínění odlišného přístupu mužů a žen k selfie.

K hloubkovému rozhovoru přidruženou metodou, která následovala hned poté a navazovala na ně, jsem připojila ještě fotografický rozhovor, kdy jsem autory konfrontovala s jejich fotografiemi, nad kterými jsme pak vedli spontánní debatu.

### 7.1.1 Fotografický rozhovor

„Podstatou metody je to, že se zkoumaným osobám ukazují snímky a vyvolává se jejich spontánní interpretace. Fotografie tu plní analogickou roli jako verbální otázka v obvyklém rozhovoru.“<sup>191</sup>

Fotografický rozhovor přišel na řadu vždy po hloubkovém rozhovoru, který trval přibližně půl hodiny. Pořadí rozhovorů bylo záměrné. Jelikož při fotografickém rozhovoru má dotazovaný spontánně sám mluvit o snímcích, které před sebou vidí, bylo potřeba, aby se s badatelem, tedy se mnou, nejprve více seznámil a zvykl si na mou přítomnost. A také aby se pomocí otázek z prvního rozhovoru začal nad selfie zamýšlet, což mu v druhém rozhovoru umožnilo větší interakci.

Pro každý z nich jsem v rámci přípravy dopodrobna prozkoumala facebookové a instagramové profily dotazovaných, a na základě nalezeného materiálu – jejich fotografického archivu na obou účtech - jsem vybrala u každého kolem dvaceti selfie,

<sup>190</sup> WILDEMUTH, Barbara M.; ZHANG, Yan. *Unstructured Interviews*. In: *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science*. [online]. Westport: Libraries Unlimited, 2009. [10. 5. 2015]. Dostupné z [https://www.ischool.utexas.edu/~yanz/Unstructured\\_interviews.pdf](https://www.ischool.utexas.edu/~yanz/Unstructured_interviews.pdf)

<sup>191</sup> STOMPKA, Piotr. *Vizuální sociologie: Fotografie jako výzkumná metoda*. Praha: SLON, 2007. ISBN 978-80-86429-77-9. s. 68

kteřé publikovali, a nasnímalá jsem je pomocí funkce printscreen do počítače. Nesnímalá jsem jen samotné fotografie, ale i panel pro komentáře vedle fotografie a autorův popis, pokud nějaký byl. Vedlejší panel jsem snímala, i když u snímku žádná diskuze nebyla, a to proto, aby fotografie při prezentaci autorovi nebyly vytržené z kontextu sociální sítě. Vybraný vzorek jsem se snažila vybrat tak, aby byl diverzní a obsahoval jak selfie, na kterých je dotazovaný sám, tak i skupinová selfie. Také kompozičně různé fotografie.

Před každým rozhovorem jsem si fotografie nechala barevně vytisknout v copycentru na běžný papír. Záměrem toho bylo zjistit, jak výhradně virtuální selfie, které není určeno pro fyzickou hmotnou podobu na papíře, bude na dotazované v takové nepřirozené formě působit. Pak také proto, že vytisknuté zvětšené fotografie ve fyzickém provedení, vyložené na stůl, vedle sebe působí pro dotazovaného hmatatelněji, jsou lépe uchopitelné, než kdybychom se o fotografiích bavili pouze na obrazovce počítače. Dotazovaným jsem dopředu o druhé části sezení – fotografickém rozhovoru - neřekla. A to záměrně, aby se na rozhovor nemohli předem připravit a jejich asociace, postřehy a myšlenky byly autentické a nepřipravené. A také proto, aby se nezalekli a rozhovor neodmítli. Žádný z nich s tím neměl nejmenší problém. Fotografický rozhovor probíhal u každého přibližně 10 až 20 minut. Fotografie, použité při rozhovorech, budou - stejně jako rozhovory samotné - součástí příloh.

Procházením profilů respondentů jsem si o nich předem na základě toho vytvořila představu o tom, jací jsou. Tedy na základě jejich virtuální identity. Bylo pak velmi zajímavé porovnávat jejich virtuální identitu s tou skutečnou a pozorovat někdy velmi zásadní rozdíly.

Respondenty jsem vybrala různým způsobem. Jako první mě napadlo podívat se do seznamu svých přátel na Facebooku, jestli v něm není někdo, kdo by si selfie pořizoval. Tak jsem i vybrala první respondentku, která vzhledem k naší předešlé známosti se zapojením do výzkumu po menším přemlouvání souhlasila. Další dva respondenty jsem předtím neznala. Rozšířila jsem poptávku po několika známých, a ti mi na základě mých parametrů dali kontakt či mě přímo spojili s dalšími dvěma zkoumanými.

Pro rozhovory jsem měla předem připravený rámec otázek, které jsem pokládala ne striktně, ale v návaznosti na plynulost rozhovoru, takže rozhovory nemají jednotnou a totožnou strukturu. Jsou z části improvizované. Mým výzkumným problémem při jejich tvoření a pak provádění rozhovoru bylo, jak je řečeno na začátku práce, pokusit se

zjistit motivy autorů selfie pro jejich tvoření a publikování na sociální síti, a v souvislosti s tím i ostatní hypotézy, které jsem na základě odborné literatury nastínila v první části.

### **7.1.2 Rozhovor I. - Anna**

První rozhovor jsem udělala se studentkou Univerzity Karlovy z Fakulty sociálních věd. Její věk je 22 let. Chtěla zůstat v anonymitě, a tak jí v rámci mé práce přidělím jméno Anna. Rozhovor s Annou probíhal na dvou místech. První část v obchodním centru v oddělení rychlého občerstvení a druhá část s diskuzí nad fotografiemi u Anny doma. Anna byla jednou ze tří respondentů, kterou jsem znala před tím, než jsem začala vypracovávat bakalářskou práci. Naše předchozí známost by však neměla být na škodu, jelikož se známe jen okrajově. Naopak tato okolnost spíše přispěla k větší otevřenosti respondentky, byla rychleji překonána její prvotní nedůvěra.

Anna odpovídala na všechny otázky ochotně a bez problémů. Nejprve jsem jí musela více ponoukat, aby odpovědi více rozváděla nebo vysvětlovala.

Na základě procházení profilu Anny jsem o ní z jejích příspěvků, komentářů a selfie získala představu, že navzdory tomu, že je studentkou FSV, nezdá se být příliš intelektuální typ. Její profil ji prezentuje jako naivní, hloupou, jednoduchou dívku, která v životě uznává povrchní hodnoty a je silně materialistická. Její facebookový profil je prototypem všech stereotypů, které o ženách předkládají ženské časopisy.

Anna je velmi orientovaná na to, jak vypadá, na to, co nosí. Z profilu byl patrný silný zájem o značkové, drahé věci. Anna pracuje v médiích a její profil jen přetékal fotografiemi z nejrůznějších společenských akcí, ze kterých má i řadu selfie. Všechny jsou v rámci její práce. Její médium se zabývá bulvární tematikou. I přes všechny tyto charakteristiky mě při rozhovoru překvapilo, jaká Anna je naživo, a že její reálné já se sice s profilem na sociálních sítích v mnoha věcech ztotožňuje – v zálibě ve značkových věcech, v materialistickému vnímání světa, v orientaci na vzhled atd. -, ale rozhodně je mylný dojem, že je Anna hloupá. Naopak Anna na mě působila jako někdo, kdo má věci ve svém životě srovnané a jde si jasně za svým cílem, který má dobře promyšlený. Anna má na Facebooku přes šest set fotografií.

### 7.1.3 Rozhovor II. - Jakub

Druhý rozhovor jsem provedla s Jakubem, čtyřiadvacetiletým aspirujícím politikem, který je zástupcem ředitele vlivného Think tanku Evropské hodnoty. Jakub je poměrně známou osobností ve veřejném prostoru. Rozhovor probíhal v kavárně, přičemž první část s podobnými otázkami jako u ostatních dvou rozhovorů v prostorách kavárny, a druhá část – fotografický rozhovor - v přilehlé konferenční místnosti. Na Jakuba mi dala kontakt spolužačka ze školy. Rozhovor probíhal opět bez problémů. Jakub byl díky své práci hovornější než ostatní dvě respondentky.

Procházením jeho facebookového a instagramového profilu jsem si o Jakobovi vytvořila dojem ambiciózního, mladého, schopného politika, který má velmi slušně nastartovanou kariéru a rozhodně je velmi inteligentní. Když jsem se po Facebooku, kde má celkem přes tisíc fotografií a který Jakub používá primárně, podívala na Instagram, vyjevila se mi i jeho druhá stránka, a to hlavně díky sebeironizujícím selfie a dalším, poměrně dětinským příspěvkům. Dále měl poměrně velké množství selfie, což pro mě indikovalo, že bude možná egoista. V reálu se Jakub příliš nelišil od svého virtuálního já. Je velmi sebeironický a působil na mě inteligentně a ani ne nijak egoisticky. U něj byl rozdíl mezi virtuálním a skutečným já minimální.

### 7.1.4 Rozhovor III. - Hana

Třetí dotazovanou byla druhá dívka Hana. Kontakt na ni jsem dostala od spolužáka ze školy. Hana studuje personalistiku na Masarykově ústavu pod ČVUT. Domluva ohledně rozhovoru s ní byla poněkud těžší než s ostatními, schůzku několikrát zrušila. Nakonec jsme se sešly v rychlém občerstvení KFC. Rozhovor s Hanou byl odlišný v tom, že skoro na všechny otázky odpovídala jednoslovně. Své odpovědi vůbec nerozváděla. Musela jsem ji k tomu více ponoukat. I proto je u ní delší fotografický rozhovor než ten první. Nad svými fotografiemi se rozmluvila o něco více. Hana se od předešlých dvou respondentů odlišovala nejen stylem odpovědí, ale i jinými věcmi. Z rozhovoru bylo patrné, že nedokázala příliš zformulovat vlastní názor. Nevěděla, co odpovědět, a tak často volila prázdné formulace a fráze jako například, že každý může mít na věc jiný názor, atd.

Největší rozdíl mezi virtuální a reálnou osobností jsem zaznamenala u Hany. Na svém facebookovém profilu má přes jedenáct set fotografií. Z jejích asi 80 profilových fotografií tvoří 90 procent selfie. Její fotografický archiv nebylo možné projít až do

konce, tak jsem procházela pouze mobilní příspěvky, a i to trvalo asi 20 minut. Hana svůj profil nikdy nepromazávala. Je kompletním záznamem její facebookové identity. Hrubým odhadem, selfie na jejím profilu tvoří asi 70 procent fotografií. Hana si fotí klasické selfie – zachycuje se z úhlu, který považuje za slušivý a který je v podstatě stále stejný. Fotí si selfie při všech možných příležitostech. Hodně jejích selfie je vyzývavých a se sexuálním podtextem a působí velmi lacině. Druhý typ selfie, který dominoval, byla selfie s přítelem, v tomto případě několika různými, kteří se na fotografiích scrollováním dolů na selfie vedle Hany měnili. Hana z profilu působí díky vyzývavým selfie, které často zachycují její výstřih a jiné části těla, silně sebevědomě. Tak, že se nebojí ukázat své přednosti. U Hany byl rozdíl největší. V reálu je Hana poměrně nemluvná a stydlivější dívka, která sama o sobě říká, že je naivní. Působila - na rozdíl od svého profilu - nesebevědomě. Často se odkazovala na svého přítele a na jeho názor. Její odpovědi se navíc velmi lišily od skutečnosti a navzájem si odporovaly i velmi těsně za sebou. Například uvedla, že se na selfie sebeironizuje. Na svém profilu nemá ani jednu sebeironizující selfie, na všech se bere vážně, anebo se mile usmívá. Takto to bylo s více odpověďmi.

## ***7.2 Východiska kvalitativní části výzkumu***

Tuto práci jsem začala psát s určitými očekáváními ohledně toho, jaká zjištění by mohla z výzkumu vyplynout. Selfie se stalo součástí běžného života velké části lidí. Mé představy o tom, jaké mohou být jejich důvody pro pořizování selfie, se povětšinou shodovaly s výše prezentovanými teoriemi o narcismu, kompenzaci nedostatků, touhy po uznání a přijetí od ostatních a tak dále. Z kvalitativního výzkumu však vyplynuly věci, které by mě ve spojitosti se selfie předtím zřejmě nikdy nenapadly.

Selfie vnímali všichni tři dotazovaní jako něco naprosto nedůležitého, nevážného. Často nekvalitní mobilový autoportrét je pro ně něčím v rovině zábavy. O mobilní fotografii jako o hře už před více jak deseti lety referovala na základě své studie *Connecting Photos* i finská teoretička Heli Rantavuo. Z jedenácti rozhovorů, které provedla, vyšlo najevo, že všichni její dotazovaní vnímali mobilovou fotografii jako něco podřadného, což bylo dáno i tím, že tehdy mobily fotily podstatně hůře, a také

fotografování mobilem označili za hru. Něco, co je zabaví v dlouhé chvíli.<sup>192</sup> V podstatě stejným způsobem na mou první otázku, která zkoumala, co pro dotazovaného selfie znamená, se všichni shodli na tom, že nic, že je to jen zábava, bez které by se ve svém životě dokázali obejít. Závěry, ke kterým jsem došla, překvapily mě samotnou. Ty, které považuji za nejobjevnější, jsou zřejmě dané i tím, že se sešli dva dotazovaní, kteří selfie využívají určitým stejným způsobem. Naopak Hana, která se ze tří dotazovaných vymykala, přinesla poznání jiného charakteru, ovšem neméně překvapivá. V této části práce bych tedy ráda popsala výsledky výzkumu, které považuji za nejdůležitější.

### 7.2.1 Selfie jako prostředek (sebe)propagace

To, že selfie může sloužit k propagování sebe sama, se v první části práce již objevilo, ovšem jen v tom smyslu, že jedinec propaguje své já, svou osobnost. Rozhovory daly v tomto směru selfie naprosto nový rozměr. Jak Jakub, tak Anna uvedli, že selfie je pro ně především prostředek propagace vlastní značky - self-brandingu, tedy sice své osoby stejně, jak bylo řečeno předtím, ale v naprosto novém významu, jelikož Jakub i Anna měli na mysli self-branding v souvislosti s jejich prací. “...poslední asi rok, rok a půl, to spíš dělám z důvodu práce, protože pracuji v tiskové agentuře ... a napadlo nás se šéfem, že jelikož jsem já jediná žena ve firmě ... že takovýmhle způsobem mohu reprezentovat firmu.”<sup>193</sup> Anna popisuje, že její instagramová aktivita je skoro celá, kromě soukromých selfie, celkově poměrně promyšlenou strategií. Vždy, když jde na společenskou akci, vyfotí se na ní například s nějakou veřejně známou osobností, vzhledem k charakteru akcí to jsou většinou herci, zpěváci a jiné celebrity, a poté selfie s rozličnými hashtagy zveřejní na Instagramu a pak i na Facebooku. Hashtagy zde dotvářejí propagační záměr tím, že Anna použije takové, aby se co nejvíce týkaly jejich cílové skupiny. Vždy mezi ně zařadí hashtag #work, #journalist, #blondgirl a #czechgirl – tyto jsou její nejpoužívanější. Svým obličejem dělá reklamu firmě a zároveň i sobě, jelikož by se možná chtěla stát módní blogerkou. Jak v rozhovoru později popisuje, začala se kvůli této “reklamní kampani” na doporučení nadřízeného i líčit.

<sup>192</sup> RANTAVUO, Heli. Connecting Photos: A Qualitative Study Of Cameraphone Photo Use. Jyväskylä: Gummerus Printing, 2008. ISBN 978-951-558-258-4.

<sup>193</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

Stejný závěr vyplynul i z rozhovoru s Jakubem, který skrze selfie propaguje sebe a “svoji značku,”<sup>194</sup> jak to sám nazývá: “Pro mě je to víceméně komunikace vlastního brandu, zjednodušeně řečeno, mého osobního, ale i spojeného se značkou, pro kterou pracuji, a s institucí, ve které pracuji.”<sup>195</sup> Jakub si funkci selfie jako propagačního nástroje byl jistý okamžitě, Anna k této funkci došla až v rámci našeho rozhovoru. Jakub si fotí nejen selfie sama sebe při různých politických konferencích, spojených s jeho prací, ale prý k tomu nutí i své ostatní spolupracovníky. Na jeho profilu bylo mnoho selfie, která zachycovala meeting více lidí a Jakuba v popředí s parodujícím obličejem. Když jsem se Jakuba zeptala, proč ve vážné situaci dělá výrazy srovnatelné s duck facem, řekl, že pro odlehčení situace. Podle něj lidé považují práci v “kvádrech” a ještě v oblasti politiky za výsostně nudnou, on se tímto způsobem snaží vzbudit opak a přilákat mladé lidi do jejich Think tanku, což se mu velmi úspěšně daří.

Jakub – na rozdíl od Anny - nepoužívá hashtagy, svou selfie propagaci cílí především na Facebooku, kde je jeho hlavní základna, kde sebe a svou značku prezentuje, a má také nejvíce odebíratelů.

Zjištění, že selfie může sloužit jako marketingový prostředek, a to dokonce velmi účinný, v této práci předkládám jako nejdůležitější závěr a také takový, který mě osobně překvapil, a myslím, že mnoho lidí, kteří v selfie vidí jen zábavu, a nebo ho považují za hloupé a narcistické, by překvapil stejně.

Ve světle tohoto závěru si poněkud odporuje tvrzení uživatelů o tom, že je pro ně selfie absolutně nedůležité a marginální. Tato skutečnost dává selfie nový význam a dělá ho i daleko důležitějším, než se může na první pohled jevit.

### **7.2.2 Selfie ve vnímání žen a mužů v souvislosti se vzhledem**

Výzkum je kvalitativní, tudíž nejde jeho výsledky aplikovat na širší spektrum lidí, v tomto případě ostatní tvůrce, ale i přesto tento závěr, který vypovídá o rozdílném přístupu k selfie u mužského a ženského pohlaví, považuji za důležitý, jelikož nemusí být obecně platný, ale může nabízet jednu z možností.

Při rozhovorech s Annou, Jakubem a Hanou jsem pokládala i otázky, které se týkaly jejich sebeidealizace na jejich selfie a toho, jestli je pro ně vzhled důležitý.

---

<sup>194</sup> Příloha č. 2: Rozhovor s Jakubem

<sup>195</sup> Příloha č. 2: Rozhovor s Jakubem

Zjištění, které z těchto otázek vyplynulo, do jisté míry podporuje stereotypní vnímání žen a mužů.

To, že je selfie i prostředek, nebo jeden z prostředků pro nastavení Goffmanovy masky na facebookové a instagramové stagi, potvrdily především Anna a Hana, které měly sice odlišné názory na to, jestli se na selfie idealizují a jestli se jejich virtuální já liší od toho reálného, ale celkově ukázaly to, že je selfie maskou, na jejímž vzhledu si dávají záležet. Anna to potvrdila otevřeně, Hana nejdříve popřela, že by pro ni byl důležitý vzhled na selfie, ale z jejího profilu a pak i fotografického rozhovoru to i u ní vyplývá. “Nedala bych tam fotku, na který se sama sobě nelíbím”<sup>196</sup>, řekla při prohlížení svých selfie Anna a přiznala, že některá její selfie jsou póza. A souhlasila s tím, že se na fotografiích idealizuje. S tím u sebe sice nesouhlasila Hana, ale z pozdějšího rozhovoru nad jejími snímky to vyplynulo. Je zajímavé, že Anna sice přiznává sebeidealizaci, ale na druhou stranu nemá pocit, že by se její virtuální a reálné já lišilo. Hana zase naopak rozdíl mezi oběma osobnostmi přiznává.

U Hany je rozdíl mezi její maskou – jejím virtuálním já, které se jeví jako sebevědomé - a tím, jaká je doopravdy, tedy nesebevědomá, stydlivá. Anna zase publikuje jen slušivé snímky. Výsledek u obou dívek je však totožný – podat určitý obraz sebe sama, idealizovanou masku, která se liší od jejich reálného já.

Oproti tomu Jakub otevřeně popisuje pravý opak. Selfie je pro něj nástroj propagace, a v rámci toho si fotografuje i zdánlivě soukromá selfie, která jsou do jisté míry propagační součástí. Selfie jsou pro něj, na rozdíl od dívek, prostředkem, jak ukázat svou lidskost, která se jako u dívek nepotkává s vumělkovaností. Jakub se fotí v tepláčkách, fotí, jak mu barva ponožek ladí s kravatou, aby ukázal, že není jen odosobněná postava v kravatě. Ukazuje na selfie tedy i stránku svého života, kterou by na Facebook dívky nikdy nereprodukovaly. Jakubovi na vzhledu nezáleží a říká o sobě, že nemá ani žádný vkus. Jeho virtuální a opravdové já se také v porovnání s dívkami lišila nejméně. Nejvíce u Hany, která svými selfie a profilem vzbuzuje dojem naprosto jiné osobnosti, než jakou doopravdy má. U Anny, která si je vědoma toho, že její profil o ní může říkat, že není inteligentní, je povrchní a prostoduchá žena, se všemi stereotypy z ženských časopisů, je rozdíl také značný, ale jen v tom, že Anna v reálu není vůbec hloupá, což by někdo, kdo ji nezná, nepředpokládal.

---

<sup>196</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

### 7.2.3 Selfie a stereotypy ženské krásy

Anna potvrdila svou výpověď i to, že selfie mohou podporovat stereotypy ženské krásy. Když jsem ji konfrontovala s jejím selfie před zrcadlem v plavkách, řekla: “Myslím si, že žijeme v takové době, ve které to prostě není problém, že mě za to lidi neukamenujou. Kdyby mi tam lezl špek a bylo to ošklivé, tak jako jo.”<sup>197</sup> Presentace svého těla jen plavkách považuje Anna i Hana za normální, což je důkaz toho, že selfie posouvá hranice vnímání našeho soukromí a zároveň vnímání vlastního těla v odosobněném rázu, kdy si ho tolik nespojujeme se svým nitrem, což by korelovalo jak s postmodernistickou, tak i karteziánskou koncepcí. Kromě toho stojí za povšimnutí konec Anniny věty, kde v podstatě říká, že kdyby měla “špeky”, tak by se takto nevyfotila, čímž přijímá stereotypní obraz ženské krásy, prezentovaný ženskými časopisy a dnešním módním průmyslem, který selfie podporuje a je jeho projevem.

Vzhled je u selfie celkově velmi důležitým prvkem, podle kterého se často selfie řídí, a uživatelé, v tomto případě uživatelky, se na základě něj i hodnotí a plyne z toho jejich spokojenost se sebou a se svým životem, jak předkládala již Nguyen. Je zajímavé, že vzhled má zřejmě přednost před přijatelností snímku – například když Anna hodnotí jako jedny z nejpovedenější selfie, na kterých je opilá. „Už doma jsem se strašně nacamrala a pak jsem přišla do práce úplně mrtvá. Ale líbí se mi, já si tam prostě připadám hezká.”<sup>198</sup> Naopak jediným Jakubovým kritériem bylo, aby na fotografiích nevypadal dehonestujícím způsobem, jinak mu na svém vzhledu na snímcích nezáleží.

Výklad v této části zároveň dokazuje rozdíl, který panuje mezi virtuálním a reálným já, který selfie společně s ostatními činiteli způsobuje a je jeho prostředkem. Hana se dokonce na některých selfie skoro nepoznala a byla překvapená, že na Facebooku vůbec takové snímky má.

### 7.2.4 Selfie jako prostředek kompenzace

Častým pohledem na selfie, jak bylo uvedeno, je to, že může sloužit jako prostředek kompenzace nedostatků, komplexů a vlastností, které uživatel nemá a chtěl by mít. Hana tuto teorii potvrzuje. Její facebookový profil je výkladní skříň, která představuje sebejistou dívku, která si je vědoma svých předností a ráda je ukazuje. Také

<sup>197</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

<sup>198</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

říká, že to, jak své přednosti a celkově sebe ukazuje, dělá velmi záměrně a vědomě. Při rozhovoru však vyplynulo, že Hana je nejen velmi nesebevědomá, stydlivá, ale i to, že není moc spokojená se svým vzhledem a ani sama se sebou. Je zde tedy diametrální rozdíl mezi jejím virtuálním a jejím reálným já. Facebook je jedna velká maska, která má kompenzovat nedostatky, kterých si je Hana vědoma. Až při samotném rozhovoru Haně docházely významy, jaké její selfie budí a co o ní říkají, a přiznala, že by nějaké fotografie, jako například několik velmi vyzývavých ve spodním prádle, měla vymazat.

### **7.2.5 Prostředek sdílení radosti**

Z rozhovorů, tedy především se dvěma dívkami, vyplynula i funkce selfie jako prostředku pro vyjádření a sdílení radosti nad určitou událostí, situací či životní etapou. Anna díky svému materialistickému založení používá takto svá selfie velmi často, a to, když má nějakou novou drahou věc, stejně jako Hana když je v prostředí, kde se jí líbí a chce o tom ostatní spravit, což je například na výletě s přítelem.

### **7.2.6 Selfie jako prostředek udržování a zvyšování sebevědomí a spokojenosti s tím spojené**

Opět obě respondentky potvrdily i tezi, že selfie má co do činění se sebevědomím, každá ovšem jiným způsobem. Pro Annu je selfie způsob, jak si své sebevědomí pro radost připomínat, a s tím to, že se jí líbí, jak vypadá, z čehož plyne její spokojenost se sebou a potažmo i se svým životem. „Tak já si díky tomu připadám hezčejc. Potřebuju si to zdokumentovat, abych se sebou byla spokojená.“<sup>199</sup> Ale potřebu zpětně si selfie prohlížet a uchovávat už nemá, selfie z mobilu maže – „nepotřebuju mít sebe v mobilu. Já mám sebe, jako že působím na veřejnosti, nějak na internetu, ale nepotřebuju na sebe působit sama.“<sup>200</sup>

Pro Hanu má selfie stejnou funkci, i když na jiné úrovni. Hana si nevěří, své sebevědomí si potřebuje znova a znova uvědomovat a přesvědčovat se o něm a selfie jí slouží jako vizuální přesvědčovací prostředek. Jako jediná uvedla, že si svá selfie nejen zpětně prohlíží a nemaže, ale že by si nějaké dokonce i vystavila. Jistou roli může hrát i strach z toho, že by se jí už tak povedenou podobu nepodařilo příště zachytit. To

<sup>199</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

<sup>200</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

indikuje, že lidé se zdravým sebevědomím, kteří jsou sami se sebou spokojeni a mají se rádi, nemají potřebu si svá selfie uchovávat a ani si je zpětně prohlížet, svou pozornost v rámci tohoto žánru zaměřují spíše na blízké osoby, které s nimi na fotografiích figurují. Podobný postoj k sobě a potažmo i k archivaci selfie měl i Jakub. „... moje sebevědomí nepramení z vnějšího světa, z toho, co dělám, ne. To pramení z toho, co cítím v sobě uvnitř.”<sup>201</sup> Pro Jakuba by vystavování vlastní selfie již “zavánělo komplexem,” což můžeme částečně přisoudit jeho pohlaví, ale spíše bych se přiklonila k jeho zdravému sebevědomí.

### 7.2.7 Selfie je zábava

Už v úvodu této kapitoly bylo naznačeno, že selfie jeho tvůrci v drtivé většině, jak později dokáže i dotazník, neberou vůbec vážně, zařazují ho a jeho význam ve svém životě jako něco velmi marginálního. Pouze jako prostředek zábavy. Ani samotnému pořizování selfie nevěnují větší pozornost, stává se z toho automatismus.

Spolu s tím se pojí i vnímání selfie jako žánru, který je variací autoportrétu. Ve skutečnosti ale selfie doprovází různé části jejich dne a má tedy jistý význam i v uživatelově životě, jak ostatně dokazuje i zjištěná funkce selfie jako prostředku pro dosažení pracovního úspěchu – self-brandingu. Selfie, aniž by si to lidé uvědomovali, jejich život - stejně jako sociální sítě a chytré telefony - spoluutváří. Pak již jen záleží na tom, v jaké míře.

Není zas tak překvapivé, že si lidé význam selfie neuvědomují. Vždyť i sám proces pořizování popisují všichni účastníci rozhovorů jako bezmyšlenkový, spontánní a poměrně automatický. „Nezabývám se tím ani dlouhodobě, jednoduše mě to napadne, mám dlouhou chvíli, tak to udělám,”<sup>202</sup> komentuje Anna proces pořizování selfie.

S tím souvisí i další výsledek výzkumu, který jsem předtím nepředpokládala, a proto ho nezahrnula do teoretické části práce, i když je s ním selfie, zdá se, odjakživa spojené - že selfie slouží jako prostředek autosatiry a sebeironie a také zesměšnění situace či jejího odlehčení. Toto je vidět zejména u Jakuba, jehož selfie se z převážné části skládají z tohoto typu parodujících snímků. Anna ani Hana selfie tímto způsobem nevyužívají.

<sup>201</sup> Příloha č. 2: Rozhovor s Jakubem

<sup>202</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

Zjištění, že selfie pro některé uživatele nemají žádnou hodnotu, se dá vnímat i jako paradox, jelikož účel selfie je zaměření právě na osobu člověka. Na druhou stranu z toho vyplývá pozitivní zjištění – lidé si doopravdy daleko víc dají záležet na svém reálném já a ne na tom virtuálním.

„Na základě selfie ne, já mám radši, když mě vnímají celou, i s tím, jak se prezentuju na internetu, i s tím, jak se prezentuju na veřejnosti,“<sup>203</sup> odpověděla Anna na otázku, jestli jí záleží na tom, jak ji lidé vnímají na základě jejich selfie.

### 7.2.8 Selfie jako rituál

Jednou z teorií, která v první části práce zazněla, byla i možnost, že selfie může sloužit k ukrácení času v práci a stává se z něj tedy zvyk, se kterým se může vázat jistá očista či uklidnění. Například Anně slouží jako zabavení, když se v práci nudí, krátí si jím čas. U Hany se zase z jejího profilu dá vysledovat jistý zvyk v pořizování selfie při každém výletu, který podnikne, a také velmi často, když je se svým přítelem. Jakub si svá parodující selfie zase pořizuje při poradách a pracovních schůzkách.

### 7.2.9 Sebedokumentace a dokumentace svého života

Tuto možnost sice všichni tři odpovídající popřeli, ale minimálně u Anny můžeme sebedokumentaci skrze selfie najít, a dokonce na základě toho vysledovat další, předtím nezmiňovanou funkci. Anna si selfie sice začala dělat na střední škole vlivem kolektivu, ale později, i díky technologiím, které to více umožňovaly, si je začala fotografovat až díky své nemoci. Anna trpěla rok anorexií a v rámci léčby musela dokumentovat své tělo - jednak kvůli změnám, aby si je byla sama schopna uvědomit, a také proto, aby se naučila mít ráda sama sebe. Což ji přivedlo i k selfie a ke zdravému sebevědomí, které má dnes.

Selfie může tedy sloužit nejen jako dokumentace změn v rámci pozorování, ale i jako léčebný prostředek. Tento výsledek je rovněž něčím, co považuji za překvapující. Anna uvedla, že zná řadu modelek, které si selfie fotografují právě z tohoto důvodu a dokonce je i publikují.

Se sebedokumentací těla souvisí i dokumentace v širším slova smyslu, tedy užití selfie jako deníku. „...fotím svůj život, jak žiju prostě. ... Beru to spíš jako

---

<sup>203</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

dokumentační techniku, to je něco jako rozdíl mezi novinářem, kterej píše zprávy, aktuální denní zprávy, a mezi novinářem, kterej píše jednou za týden fejeton. Tak já píšu spíš ty denní zprávy.”<sup>204</sup>

### 7.2.10 Intimita a soukromí

Selfie může měnit vnímání pojmu soukromí a také prezentování svého těla. Selfie rozměňuje hranice soukromí a toho, co uživatelé považují za přijatelné k publikování. Například vyzývavé fotografie hlubokých výstřihů, které tvoří část Anniných i Haniných selfie. „Já asi nemám žádnou intimní hranici,”<sup>205</sup> uvedla Anna, když jsme se bavily o její plavkové selfie před zrcadlem.

Stejně tak je vnímání intimity a soukromí posunuté i na snímcích Hany, která jde v odhalování svého těla a intimity ještě dál. A to nejen u svého těla, ale například i u selfie, které by se daly považovat za tzv. aftersex selfie, tedy selfie po pohlavním styku, kde leží s přítelem v posteli.

Jakub měl na rozdíl od dívek, a to i díky své práci, striktnější postoj. „Musím velice pečlivě vybírat.”<sup>206</sup> Jakub si své soukromí velice chrání a přemýšlí, na rozdíl od dívek, co bude sdílet s veřejností.

### 7.2.11 Selfie jako prostředek socializace

Z rozhovoru s Annou vyplynulo i potvrzení hypotézy, že selfie sdružuje stejně jako jiné věci uživatele, kteří si ho tvoří dohromady. „Já jsem i takový člověk, který se obklopuje lidmi, co dělají selfie, baví mě dívat se na ostatní lidi. Myslím si, že jsem hodně společenský člověk, je to taková společenská věc.”<sup>207</sup> Selfie tedy může být faktorem při socializaci a výběru cílové skupiny, ve které si je členové pak vzájemně oceňují, jak Anna také uvedla.

---

<sup>204</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

<sup>205</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

<sup>206</sup> Příloha č. 2: Rozhovor s Jakubem

<sup>207</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

### 7.2.12 Selfie jako prostředek komunikace

Tato vyzorovaná funkce souvisí do jisté míry se self-brandingem, ale není to samé. Jakub popsal selfie jako prostředek komunikace se svými voliči. Způsob, jak předat určité sdělení stejně jako samotné médium fotografie, pod kterou selfie spadá.

Pro uživatele, kteří ho nevyužívají při práci jako Anna a Jakub, je selfie také komunikačním prostředkem – uživatelé publikováním svých selfie na dovolené či v koupelně vždy předávají nějaké sdělení. Ať je jím to, že jsou šťastní, nebo kde jsou, s kým jsou, s kým chodí atd. Selfie je nejmodernější modifikací pro sdělování informací.

Tento typ sdělení, tedy skrze sebe, evokuje orientaci na člověka, sdělení se stává osobním. Můžeme tento fakt brát i jako výsledek postmoderní i marxistické teorie, ve kterých se lidé stále více odcizují. Tím, že se selfie stalo v posledních letech tak silným médiem, vypovídá o touze odcizení zvrátit. I když jsou pro selfie hlavní platformou právě sociální sítě, které mají lidi spojovat, tak je ale ve skutečnosti ještě více odcizují a vrhají je do kontaktu přes metadata a dlouhé kabely. Selfie může být reakcí i proti tomuto trendu.

### 7.2.13 Hashtag jako lidský faktor

Zajímavý kontrast přináší i názor Anny, že hashtag je pro ni v Instagramu prostředek pro přítomnost lidskosti v souvislosti s nákupem a prohlížením zboží na Instagramu. Paradoxně zde pro Annu hashtag plní funkci, která odstraňuje odosobněnost, kterou Anna při prohlížení oficiálních stránek výrobce kabelek pociťuje. Daleko raději si kabelky prohlíží pod hashtagy na Instagramu, které tam dávají uživatelé kabelek spolu s komentáři a hodnocením. „Přijde mi to osobnější...” “...když si zadám na Googlu stránky společnosti, tak mi tam vyjedou jejich umělecké fotky, tak, jak by chtěli, aby to vypadalo. Ale když si zadám Instagram, tak mi vyjede, jak ten produkt funguje ve skutečnosti. Líbí se mi to.”<sup>208</sup>

Tento poznatek odporuje funkci hashtagu jako odosobňujícího prvku, který jen třídí obrázky do databází. Zřejmě může být obojím.

---

<sup>208</sup> Příloha č. 1: Rozhovor s Annou

### 7.2.14 Selfie jako prostředek identifikace

Selfie mohou sloužit i jako nástroj, kterým člověk vyjadřuje souznění s určitým myšlenkovým, kulturním, politickým a jakýmkoli jiným proudem. A to tak, že se vyfotografuje vedle symbolu nebo v místě, které je pro danou platformu charakteristický. Nebo ještě lépe - přímo s představitelem proudu. Takto selfie využívají i Anna a Jakub. U Jakuba je tato tendence snad nejsilnější. Na obou svých profilech má plno selfie s významnými politiky a představiteli myšlenkových proudů, které Jakub uznává, obdivuje a v jejichž duchu i sám působí. Sám při rozhovoru dal příklad selfie s generálem Pavlem, kterou by si i vystavil. Anna se zase ráda identifikuje se symboly a osobnostmi showbyznysu, jako jsou modelky, herečky, populární zpěvačky nebo logo Miss ČR atd.

Východiska kvalitativního výzkumu jsou rozličná a poměrně revoluční v tom, že boří představu o selfie jako o marginálním prostředku zábavy. Uvedená zjištění jistě nejsou platná všeobecně, ale přináší plastickou ilustraci toho, jak je možné selfie chápat. Výzkum díky třem hloubkovým rozhovorům také dává nahlédnout do mysli člověka, který selfie pořizuje a ukazuje jeho možné motivy a demonstuje, jak o selfie jeho tvůrce může uvažovat.

## 7.3 II. Kvantitativní výzkum

Do práce jsem se rozhodla zařadit i kvantitativní metodu výzkumu, a to polostrukturovaný dotazník. Polostrukturovaný dotazník je stejně jako polostrukturovaný rozhovor kombinací jak uzavřených, tak i otevřených otázek.<sup>209</sup>

Při sestavování dotazníkového šetření jsem jako výzkumnou otázku určila zjistit bližší a specifičtější informace o tom, jak se česká společnost staví k fenoménu selfie, jaký je profil českého tvůrce selfie a jaké jsou jeho návyky při fotografování selfie. Ve zkrácené verzi - tedy lépe poznat českého tvůrce selfie.

Jako formu jsem využila elektronický dotazník, vytvořený v aplikaci Google Doc, která umožňuje i okamžité zpracování dat a průběžnou editaci. URL adresu dotazníku jsem po vytvoření dotazníku zkopírovala a rozšířila mezi respondenty

<sup>209</sup>

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. 2010. *Metody výzkumu médií*. Vyd. 1. Praha: Portál.

prostřednictvím Facebooku. Využila jsem při tom různých skupin, jako skupinu Fakulty sociálních věd nebo skupinu Institutu mezinárodních studií. Dotazník jsem také nasdílela na svém profilu tak, aby byl viditelný pro všechny mé přátele.

Data byla sesbírána v období od 20. dubna do 3. května 2015, celkem tedy za dva týdny. Šetření se zúčastnilo 209 respondentů.

Dotazník obsahoval celkem 25 otázek. Využila jsem několik druhů otázek s různými typy odpovědí. Všechny otázky až na jednu, která byla jediná otevřená, byly povinné.

### **7.3.1 Dotazník – vyhodnocení**

První čtyři otázky se týkaly věku, pohlaví, dosaženého vzdělání a současného stavu, tedy jestli je respondent studující či pracující. Pokud jde o věk, v drtivé většině převažovali lidé ve věku 18 až 25 let, kterých bylo celkem 140. Druhou, největší skupinu respondentů tvořili lidé ve věku 26 až 35 let, těch bylo 48. Za touto věkovou hranicí, tedy od 36 let do 65 let a více, se respondentů tvořících selfie vyskytlo celkem 18. Vyskytli se i žáci základní školy. V převážné většině odpovídaly ženy, a to celkem 147, mužů bylo 62. Díky výběru skupin, do kterých jsem dotazník rozšířila, převažovali studenti vysoké školy, kterých odpovědělo celkem 129 z celkového počtu. Druhou nejpočetnější skupinou byli pracující, někteří z nich i zároveň studující VŠ, těch bylo 64. Zbytek tvořilo devět středoškolských studentů tři žáci základní školy. Z celkového počtu 209 respondentů jich v dotazníku uvedlo 61, že si selfie nedělají, takže ve vyhodnocení dotazníku jsem brala v potaz především odpovědi 148 respondentů, kteří si selfie dělají. Ti, kteří si selfie nefotografují, byli zahrnuti jen v otázce, dotazující vnímání selfie jako žánru, a pak v otázkách charakterizujících osobnost respondenta. Uvedu znění otázek a výsledek nejpočetnějších odpovědí. Otázkami jsem se snažila pokrýt rozpětí možných odpovědí od zcela kladné po zcela zápornou.

#### ***1. Jak často si děláte selfie?***

Nejvíce respondentů si selfie pořizuje jednou za půl roku (52), jednou měsíčně (44) a jednou týdně (27). Tento výsledek je do jisté míry překvapením. Je výsledkem toho, že byl dotazník šířen ve skupinách vysokoškolských studentů, kteří si selfie moc často nedělají, ale na druhou stranu jsem očekávala, že i mezi mladými lidmi, i přes vysokoškolské studium, bude frekvence tvorby vyšší. Dá se tedy usoudit, že vysokoškolské studium může mít vliv na vnímání selfie a zaujetí pro tento fenomén i

navzdory věku dotazovaných. Nabízí se zde propojenost vzdělání a vnímání selfie. Je možné, že kdyby byl dotazník šířen ve skupinách odborných škol nebo pracovních skupinách, byl by výsledek jiný.

## **2. V jakých situacích si selfie pořizujete?**

Nejčastějším místem jsou oslavy nebo sešlosti s přáteli (65), následují rodinné oslavy (33) a běžné denní činnosti (16). Při nakupování, jídle nebo v intimních chvílích byl počet selfie zanedbatelný. Cílem této otázky bylo zjistit, jaká prostředí a činnosti a příležitosti mohou vznik selfie podnítit. Výsledek naznačuje, že selfie je v české společnosti mladých lidí především kolektivní záležitostí, kdy cítí největší potřebu selfie při společných akcích. Vzhledem k tomu, že skupinou, která na selfie odpovídala, byli především mladí vysokoškoláci, nabízí se možné vysvětlení, že - jak ukazuje i frekvence -, vysokoškoláci selfie nepovažují za něco nezbytného, ale zřejmě spíše dětinského, a proto, když už, tak preferují pořizování selfie ve větším počtu lidí, kde se ztratí jejich zodpovědnost za fotografii a význam, který nese. To samé by mohlo platit i u rodinných oslav. Z druhé nejpočetnější odpovědi lze soudit, že se mladí lidé rádi identifikují s rodinou, a to i prostřednictvím selfie.

## **3. V jakých emocionálních stavech si děláte selfie?**

Zde zcela jednoznačně převažuje odpověď: „Když mám dobrou náladu“ (97). Až daleko za ní následuje odpověď „Když jsem z něčeho nadšená/ý“ (23) a „Když jsem spokojená/ý se svým vzhledem“ (13). Dalšími možnostmi byly záporné varianty těchto odpovědí, které zaškrtnla jen drtivá menšina. Tato otázka potvrzuje předpoklad, který zazněl v teoretické části, a to, že selfie si lidé pořizují jen v pozitivních situacích, náladách a stavech. Chtějí sami sebe zobrazovat jako šťastné a bez tíže, což samozřejmě souvisí opět s idealizací, kterou tato otázku nepřímo dokládá. Když je člověk ve špatné životní situaci, uzavírá se spíše do sebe a nechce ji moc s nikým sdílet. U Čechů by toto na základě národnostních povahových rysů mohlo platit dvojnásob – zachmuřelost a uzavřenost, s jakou Čechy popisují cizinci, ale to není předmětem výzkumu a ani pro tato tvrzení nemám žádné potvrzující podklady.

## **4. Nejčastěji pořizujete selfie, na kterých je s vámi kdo – jen vy, partner/ka, přátelé, rodina nebo domácí mazlíček?**

Zde zcela jednoznačně zvítězila možnost „Já a přátelé“ (59). Následovaly možnosti „Jsem jen já“ (38) a „Já a partner/ka“ (25). Možnost „Já a rodina či její členové“ označilo 15 respondentů a selfie s domácím mazlíčkem jen 4 odpovídající. Tato otázka měla za cíl zjistit částečně i to, jestli je český tvůrce selfie egoistický a soustřeďuje pozornost na sebe. Vysokoškoláci *zřejmě narcismem netrpí*, jak ukazují odpovědi, a preferují fotografování s přáteli. Přesto ale klasické selfie, kde je jen jeho autor, následuje až jako druhá možnost, což je poměrně překvapivé vzhledem k základnímu charakteru selfie. Čeští respondenti tedy rozhodně neindikují sebestřednost a dá se také usuzovat, že selfie je pro Čechy zejména společenskou záležitostí. Díky druhému nejsilnějšímu zástupci můžeme potvrdit i časté využití podžánrů selfie – usie – tedy partnerská selfie, která mají za cíl dát na odiv partnerský vztah a zamilovanost.

### **5. V jakých prostředích si selfie nejčastěji pořizujete?**

V tomto případě už byly odpovědi celkem vyvážené, nejvíce respondentů (64) si selfie pořizuje doma, ovšem na téměř stejné úrovni jsou selfie v restauracích a barech a v přírodě (oba 43). Ve škole a v práci, stejně jako na ulici, je frekvence nižší (24, 21). Je zajímavé, že výsledek této otázky nekorresponduje s druhou a čtvrtou otázkou, jediné v případech, že by se sešlosti s přáteli odehrávaly převážně v domácím prostředí, což nemůžeme nijak dokázat. Lidé se tedy při tvorbě selfie omezují hlavně na prostředí, která důvěrně znají a ve kterých jsou si jisti sami sebou, což hraje podstatnou roli a indikuje, že selfie je závislé na dobré náladě, která by se dala od domácího bezpečného prostředí odvodit. Další dvě nejsilnější kategorie nejsou překvapením. Selfie v přírodě odpovídají i návykům Hany z kvalitativní části výzkumu .

### **6. Jakou techniku při pořizování selfie nejčastěji používáte?**

Zde to bylo jednoznačné – téměř všichni (102) používají mobil s přední kamerou, jen třetina mobil se zadní kamerou (35). Zbytek respondentů používá k pořízení selfie kompaktní fotoaparát (3) nebo digitální zrcadlovku (4). Doména moderních technologií je tu zcela zřejmá. Tato otázka byla spíše pro ilustraci, jelikož její výsledek byl předem i vzhledem ke skupinám, ve kterých jsem dotazník rozšířila, předpokládaný. Valná většina fotografujících tedy využívá moderní technologie, které selfie charakterizují – chytrý telefon se dvěma typy kamer, přičemž většina užívá kameru přední. To ji potvrzuje jako nejjednodušší nástroj při tvorbě selfie a také to, že

respondenti fotografování nevěnují velkou pozornost, ale berou to jako něco automatického, což jim přední kamera umožňuje.

### ***7. Co s pořízenými selfie dále děláte?***

Nejvíce respondentů, celkem 65, je publikuje na sociálních sítích, víc jak polovina (39) je posílá jen vybraným osobám, a další poměrně velká část (36) je buď nepublikuje a prohlíží si je jen v soukromí, nebo s nimi už vůbec nic nedělá. Téměř polovina z respondentů, kteří si dělají selfie, je i publikuje, což je celkově poměrně velké číslo. Polovina zkoumaného vzorku má potřebu sdílet svá selfie s ostatními, což dokládá zájem o hodnocení a reakce ostatních, a také potřebu se se svými selfie začleňovat do širší společnosti a poskytovat jí něco ze svého soukromí. Druhá množina, která říká, že si lidé také velmi rádi svá selfie posílají, potvrzuje podobnou touhu po sdílení sebe a svého vzhledu s další osobou, zde mohou hrát určitou roli i odpovědi párů.

### ***8. Jakou sociální síť pro publikaci svých selfie využíváte nejvíce?***

Tato otázka potvrdila dominantní postavení sociální sítě Facebook v českém prostředí. Instagram je s větším propadem hned po něm. Facebook používá 72 respondentů z celkového počtu, Instagram, určený pro obraz, jen 21 z nich. Zajímavé je, že 40 dotázaných nepoužívá žádnou síť. Využívají pro svá selfie zřejmě jen internet, mail, který jsem do možností nezahrnula. To dokazuje, že záměrem lidí, kteří svá selfie sdílejí, je rozšířit je mezi co největší počet lidí – hodnotitelů, který může být hnán touhou po velkém počtu laiků. A jelikož Instagram je stále spíše nemainstreamovou záležitostí oproti Facebooku, tak lidé používají Facebook. Důvodem může být i to, že uživatelé rádi doplňují fotografie popisky, a v tomto je Instagram omezený, je zaměřený hlavně vizuálně, český uživatel na něj není tak zvyklý a neorientuje se v něm jako na Facebooku.

### ***9. Doplnujete při publikaci své fotografie něčím?***

Textem doplňuje svá selfie celkem 72 respondentů ze zkoumaného vzorku, tedy nejvíce. Hashtagy používá jen 14 lidí a nijak se ke svým selfie nevyjadřuje 38 respondentů. Tento výsledek odpovídá předešlé otázce. Popis je na Facebooku u selfie velmi častým prostředkem vyjádření. Čtrnáct lidí, užívajících hashtag, napovídá, že jsou to velmi pravděpodobně uživatelé Instagramu. Instagram se sice dá s Facebookem

propojit, díky čemuž se pak hashtagy přenesou i na Facebook, ale jak je vidět, i této funkce využívá jen málo lidí. Poměrně silným číslem jsou lidé, kteří svá selfie nechávají mluvit sama za sebe a necítí potřebu sdělení nějak doplňovat, což podporuje tezi o tom, že pořizovatelé se celým procesem nechtějí zabývat delší čas, než je nezbytně nutné.

### ***10. Upravujete snímky před publikací či odesláním?***

Zde většina, tedy 67 respondentů, přiznala manipulování a upravování snímků. Druhou nejpočetnější odpovědí byl opak, kdy 48 respondentů selfie neupravuje vůbec. Tento výsledek opět může vypovídat o snaze o idealizaci na selfie.

### ***11. Jaký typ úprav před publikací nebo odesláním fotografií děláte?***

Nejvíce dotázaných odpovědělo, že nedělají žádné úpravy (45). Naproti tomu 39 z nich používá filtry a dalších 11 selfie ořezává. 13 jich upravuje kontrast a retuš dělají jen 4 respondenti. Tato otázka společně s předešlou ukazují, že čeští vysokoškolští studenti upravování fotografií neholdují, aspoň ne většinově. Počet lidí, kteří používají filtr, poukazuje na rostoucí instagramovou komunitu. Celkově výsledek této otázky ukazuje selfie jako žánr, kterým se uživatelé moc nechtějí zabývat, což je poněkud v rozporu s teorií silné sebeidealizace, se selfie spojenou.

### ***12. Jak často používáte filtry?***

Nikdy převažuje – 59 respondentů. Zřídka a občas jsou na stejné úrovni, tedy po 28 hlasech, skoro pokaždé je používá 24 respondentů. Zde vyplývá podobný závěr o instagramové komunitě.

### ***13. Jak často používáte hashtagy?***

Nikdy naprostá většina – 91 respondentů. Zřídka a občas shodně kolem 20. I když fanouškovská základna Instagramu stále narůstá, lidé se ještě zřejmě nedokázali příliš sžít s hashtagy, které jsou poměrně novou záležitostí. Odpovědi mohou poukazovat na konzervatismus českých uživatelů, kteří moc nechtějí měnit zavedený návyk na Facebook a přestupovat či přidávat novou síť, natož nový mechanismus, jim neznámý, jakým hashtag je.

### ***14. Snažíte se ve svých selfie o idealizaci sebe sama?***

Zde je znát snaha o popření – vůbec se podle sebe meidealizuje 58 respondentů, v menší míře a napůl celkem 65. Tato odpověď se i přes anonymitu dotazníku dala předpokládat. Málokdo má sebereflexi dostatečnou natolik, aby si takovouto tendenci uvědomoval či si ji dokázal přiznat. Ve skutečnosti je sebeidealizace značná. Přiznání by znamenalo i uvědomění svých nedokonalostí a důvodů, které k sebeidealizaci vedly.

### ***15. Za jakým účelem si selfie pořizujete?***

Ze 17 možností nejvíce, 36 hlasů, dostala možnost: „Abych sdílel/a dobrou náladu či radost z něčeho s ostatními.“ Následovala sebestřednější volba: „Aby ostatní viděli, že se mám právě dobře/že vypadám dobře“ (27), a také „Přináší mi uspokojení z toho, jak vypadám.“ (16). Je v celku pozitivní, že respondenti volili nejčastěji sdílení radosti, které potvrdila i Anna. Druhá a třetí nejpočetnější odpověď již více odpovídá probraným charakteristikám selfie a motivacím uživatelů.

### ***16. Řekl/řekla bych o sobě***

Většina respondentů byla spokojena se svým vzhledem (54), nepotřebovali k tomu potvrzení od jiných lidí jako 25 respondentů, pro které je důležité, co si o nich ostatní lidé myslí. Dalším 10 je naopak nezáleželo na tom, co si o nich lidé myslí. Šťastnými se cítilo jen 15 respondentů. A naopak negativní hodnocení svého já uvedlo 12 lidí. Tuto otázku jsem zařadila do dotazníku protože to, jak člověk vnímá sám sebe, jestli se má rád, jestli se sám sobě líbí a jestli je šťastný může představovat důležité faktory, které tvorbu selfie ovlivňují. Je zajímavé, že ze 140 lidí, kteří si selfie pořizují jich uvedlo 106 spokojenost se svým vzhledem (sečtení odpovědí ze dvou podobných otázek, které zjišťovaly, jestli se mají respondenti rádi a jestli jsou spokojeni se svým vzhledem). Na základě toho se dají vyvodit dva závěry – první, že selfie je doopravdy záležitostí vzhledu a že je při jeho pořizování důležitý. Čím více se tedy člověk sám sobě líbí, tím větší potenciál k tvoření selfie může mít, což by zároveň mohlo podporovat i tvrzení, že selfie je egoistickou a někdy až narcistickou a povrchní záležitostí také spojenou se sebevědomím, které je v tomto případě spíše vysoké, což není negativní věc. Tento závěr ovšem nejde příliš dobře aplikovat na vzorek lidí, kteří si selfie fotí v tak dlouhých intervalech, jako moji respondenti.

A druhý závěr – sice ne většina a ani polovina, ale značná část lidí, co si selfie fotí se svým vzhledem spokojená není – ze 146 tedy 40, což se dá vyložit jako důkaz toho, že je selfie prostředkem kompenzace nedostatků a zvyšování sebevědomí.

Jen 25 lidem záleží, co si o nich druzí myslí, což by mohlo mluvit za fakt, že selfie si fotí spíše individualisté, kteří se nenechávají ovlivňovat svým okolím. Jen 15 lidí zaškrtnulo, že jsou ve svém životě šťastní, což indikuje, že pocit životního štěstí s tvorbou selfie příliš nesouvisí. Jedině v ukazování svého štěstí či radosti ostatním, ale to může být často je póza.

### ***17. Sledujete selfie jako žánr více než jiné fotografie?***

Zdá se, že většina respondentů se o tento fenomén příliš nezajímá. Z dotazovaných většina, tedy 65, selfie jako fotografický žánr sleduje méně, nesleduje ho pak 36 respondentů. A stejně jako ostatní fotografické žánry ho sleduje 47 respondentů. Tento výsledek potvrzuje způsob, jakým lidé, ať už si selfie tvoří nebo ne, vnímají žánr jako podřadný a nevýznamný, stejně, jak vyplynulo i z rozhovorů.

### ***18. Sledujete svá selfie po publikování, například reakce ostatních?***

Většina lidí svá selfie po publikování na síť sleduje. 63 dotázaných se „párkrát koukne“, po delší době se podívá 18 a každou chvíli 13 autorů. I když jen málo lidí, přesněji 14, odpovědělo, že svá selfie po publikování sledují neustále, stále spolu s 63 lidmi, kteří se po publikování několikrát na selfie a jeho počet lajků či srdíček na síti podívají tvoří skoro polovinu, což značí, že lidem, kteří si selfie fotografují záleží na názoru okolí a tom, jak je vnímá společnost a přijímá komunita, ve které jsou, či by v ní být chtěli. Deklaruje to lidskou touhu po hodnocení – po zpětné vazbě, což můžeme zařadit mezi rysy selfie uživatele, který se rýsuje na základě tohoto dotazníku.

### ***19. Je pro vás důležitý počet likeů/retweetnutí a komentářů pod vaším selfie?***

Nijak výrazně pro 53 uživatelů, ano odpovědělo 33 a vůbec ne 20. Na druhou stranu, výsledek této odpovědi odporuje předešlé otázce a jejím výsledkům. Je zde zřejmě důležité říci proč. Je to kvůli frekvenci, která je u všech respondentů velmi nízká, a proto, když jednou za půl roku, jak sami uvádějí, selfie pořídí a ještě menší část selfie publikuje, tak to pro ně není běžná činnost a proto svá selfie po publikaci sledují více, ale už pro ně nemusí být důležité hodnocení ostatních vyjádřené lajky či srdíčky nebo komentáři. Tato odpověď na druhou stranu koresponduje s tím, že dotázaným příliš nezáleží na tom, co si o nich druzí myslí.

### ***20. Jakou pro vás vaše selfie mají hodnotu?***

Menší, než ostatní fotografie uživatele uvedlo 88 lidí. Velkou, jako rodinné fotografie má selfie pro 25 odpovídajících. A pro zbytek respondentů hodnotu stejnou. Výsledek opět dokazuje, že lidé hodnotí selfie jako něco nehodnotného, nedůležitého a nižšího, ať už v kontextu fotografie a jejích žánrů, nebo v kontextu vlastních selže.

### 7.3.2 Dotazník – shrnutí výsledků

Dotazník i přesto, že patří do kvantitativní metodologie a má tedy větší pravděpodobnost relevantní výpovědní aplikovatelné hodnoty, v mém případě příliš nových zjištění nepřinesl, ne zdaleka tolik, jako kvalitativní výzkum. Slouží zde spíše jako podpůrný prostředek, který se pokouší o ilustraci osoby českého mladého tvůrce selfie, v tomto případě, i když nezáměrně, přímo vysokoškolského studenta, který tvořil drtivou většinu mezi zúčastněnými respondenty. To, že je většina respondentů vysokoškolskými studenty, by nevadilo, kdyby tento fakt neudával i tak nízkou frekvenci v tvorbě selfie, kdy pravidelní tvůrci selfie tvořili menšinu, a to kolem dvaceti ze 146 dotázaných, kteří si selfie pořizují, skoro sto z nich využívá selfie jen jednou za půl roku, jednou měsíčně či maximálně jednou týdně. Tím bohužel klesla výpovědní hodnota, která měla zodpovědět výzkumnou otázku na začátku práce. Nyní není možné s větší platností na základě dotazníku charakterizovat českého tvůrce selfie. Na druhou stranu si až zpětně uvědomuji, že v rozsahu práce, jako je má, toto zjištění zřejmě ani není uskutečnitelné. Budu tedy pracovat se skupinou, která mi z dotazníku vzešla – vysokoškolští studenti ve věku od 18 do 25 let. Zbytek respondentů, který je mizivý, bych si dovolila vzhledem ke kvantitativnímu charakteru výzkumu pominout.

Mladí vysokoškoláci jsou spíše individuality, nezáleží jim tolik na tom, co si o nich lidé myslí. Nemají, zdá se, ani potřebu nějak více veřejně na sociálních sítích prezentovat sebe sama skrze selfie. Když tomu tak je, tak volí spíše skupinová selfie, a to hlavně s přáteli nebo rodinou. Velká část z nich svá selfie ani nepublikuje a ráda je posílá jen blízkým osobám. Většina je i spokojena s tím, jak vypadá, což souvisí i s tím, že většina si nemyslí, že by se na svých selfie idealizovala. Při všech těchto odpovědích musíme brát v potaz i fakt, že většina respondentů byly ženy. Jelikož mým záměrem nebylo zkoumat odlišnosti u selfie v souvislosti s pohlavími, nebudu zde takové závěry zahrnovat, ale přesto je důležité si tento fakt při čtení výsledků uvědomovat.

Pro cílovou skupinu je selfie společenská a kolektivní záležitost, jak dokazuje hned několik otázek. Zkoumaný vzorek potvrzuje vnímání selfie jako nedůležité a spíše podřadné věci, které lidé nechtějí věnovat větší a hlubší pozornost, a proto využívají nejjednodušší způsob pořízení – přední kameru. Proto si ho fotí spíše na společenských akcích, kde za vytvoření selfie nemají osobní zodpovědnost, jako kdyby na obrázku byli jen oni. Mladí lidé se také skrze selfie rádi identifikují se svou rodinou. Dotazník potvrdil i tezi, že pořizování selfie je závislé na dobré náladě a pozitivních životních okolnostech, což souvisí i s prostředím, kdy velká část lidí preferuje domácí, známé prostředí nebo přírodu a místa socializace jako bary. Tento fakt souvisí i s idealizací – tedy ukazováním jen toho dobrého stejně jako přiznání manipulace s obrázkem.

Lidé tvořící selfie také zajímá reakce a hodnocení ostatních, proto se uchylují k popisování svých selfie a tedy dotvoření určitého obrazu o sobě i pomocí slova či jen popsání situace.

Dominantní platformou, jak bylo předpokládáno, je v České republice Facebook, jelikož český uživatel se zdá být konzervativní a nechce se mu příliš navykat a přizpůsobovat se Instagramu, který je ale přesto stále na vzestupu. A konečně z kvantitativního zkoumání vyplývá také možná propojenost úrovně vzdělání a vnímání selfie, kdy vysokoškolské studenty selfie příliš nezajímá, a ani si ho ve větší míře nepořizují.

## Závěr

Závěr práce bych ráda, stejně jako úvod, začala poněkud netradičněji, tedy svým neempirickým hodnocením. Kdyby se práce týkala jiného tématu, zajisté bych nevolila stejný osobní přístup, ale vzhledem k tomu, že selfie je něčím, co vyjadřuje lidský subjekt, dovolím si tento méně formální přístup alespoň ze začátku použít.

Když jsem si před rokem zvolila toto téma bakalářské práce, nazývala jsem selfie fenoménem. Dnes si uvědomuji, že i přesto, že jsem slovo tak ráda ve spojitosti s rychlým autoportrétem, který jsem vlastně ani pořádně neznala, používala, neměla jsem zdaleka ani nejmenší tušení, co vlastně selfie představuje, co znamená. Bylo by slušné aspoň v závěru přiznat, že jsem selfie vždy považovala za něco hloupého, trapného a dětinského. Selfie jsem jako slovo měla spojené s lidmi, které jsem nechápala a na základě toho, že si selfie pořizovali jsem na ně nahlížela skrz prsty. Po napsání tohoto textu se můj názor změnil.

Postupem času se mi v mysli začaly vynořovat otázky, které nebyly tak konkrétní, jako hypotézy, které jsem v práci zkoumala. Základní otázkou se po vypracování textu, stalo, co selfie představuje, co říká o naší společnosti a co vypovídá o lidech, kteří mu podlehli. Z práce vyplývá mnoho dílčích a myslím, že i velice zajímavých závěrů, ale až příliš na to, abych je zde všechny znovu vyjmenovávala. Postupným probíráním a nalézáním nových a nových významů selfie, ze kterých bylo postupně těžší a těžší určit jeden či několik základních, mi došlo, že všechny dohromady dávají plastický obraz. Všechny do jednoho totiž začínají, směřují a končí u jediného – u člověka. U našeho já. Protože přesně a jen o tom selfie je. Je o nás, o lidských bytostech. Je naším projevem i produktem. Je to entita, která se vyvinula na základě vývoje lidského subjektu, který se dnes cítí vykořeněný, nejistý a snad i odcizený, a proto se snaží soustředit všechnu pozornost na sebe.

Selfie rozhodně není jen bezvýznamným a podřadným prostředkem zábavy, trapnosti či narcismu, jak ho mnozí vnímají. Ti, co si ho pořizují, mu nepřikládají žádnou důležitost a jeho pořizování vlastně ospravedlňují různými věcmi. A druhá půlka lidí jím naopak opovrhuje. Jedno mají společné – selfie je pro ně něco, co nestojí za zmínku, rozhovor nebo bakalářskou práci. Tím větším paradoxem je potom mé zjištění, že selfie jako výtvar a zároveň projev člověka, jeho život ovlivňuje daleko více než si on sám uvědomuje.

Selfie je voláním člověka o pozornost, které se mu v dnešní postmoderní době

nedostává. Člověk je separovaný technologiemi, které by ho měly spojovat, je odcizený. Sobě i ostatním a přeje si, aby se to změnilo. Selfie může poskytnout kompenzaci těchto nedostatků a poskytnout iluzi, že se pozornost obrací opět na člověka. Jakkoli směšně či absurdně to může znít, malý kompaktní autoportrét je kolektivním tichým voláním našeho potlačeného já o pomoc. Selfie může být důkazem, že se z naší společnosti, civilizace vytrácí lidskost a kontakt a selfie je možným nástrojem, jak tento proces zvrátit.

Selfie můžeme chápat i jako projev toho, že člověk v posledním století díky rozšířeným a dnes již skoro nekonečným možnostem mohl poznávat svět kolem sebe, a také to dělal a dělá, ale možná při tom zapomněl poznávat i sám sebe. Selfie ho k tomu může opět přivést, může mu poskytnout novou vazbu se sebou samým. Možná právě proto dvě dívky v Paříži, zmiňované v úvodu práce, vyfotily raději sebe v MacDonaldu místo nedaleké katedrály. Nechtěly, aby si jejich přátelé všimli a obdivovali budovu, která na stejném místě jistě ještě nějakou dobu stát bude. Chtěly přenést pozornost na sebe, na své já, které trvalé není a které si tuto nestálost, nejistotu a konečnost uvědomuje.

Za důležité a snad i objevné považuji většinu nalezených závěrů. I přes všechny změny, které nakonec v práci v důsledku vývoje nastaly, pevně doufám v to, že práce dokázala přinést nové poznatky. Minimálně jeden z nich je důležitý velmi – selfie není bezvýznamná každodenní marginalita. Pokud ho tak lidé budou dál vnímat, za prvé nikdy nevyužijí jeho potenciál jako Anna a Jakub a za druhé bude spíše ono využívat a škodit jim, jak dokázal výzkum například na posunutých hranicích soukromí.

Některé závěry, především ty, co vyplynuly z kvalitativního výzkumu dokazují, že selfie má moc, selfie dokáže ovlivňovat lidi. Důkazem toho může být úspěšnost Jakuba a jeho Think tanku nebo i Anny jako bulvární reportérky.

Kvantitativní dotazník považuji již za méně průkazný, ale i přesto ukázal jiné zajímavé závěry, například si na základě něj můžeme utvořit aspoň nějaký obraz o tom, jak selfie vnímá mladý český vysokoškolák.

Na skutečný závěr bych ráda podotkla, že mým cílem rozhodně není zveličít význam selfie, je to přece jen stále jen jedna z mnoha věcí na tomto světě, ale nabídnout podněty k přemýšlení o něčem, co nás a naši společnost v dnešní době obklopuje, definuje a vyjadřuje a zřejmě ještě nějakou dobu vyjadřovat bude.

## Summary

The aim of this bachelor thesis was to find out what is the motivation for taking selfies and what is the personality of the people who do take selfies. During the work process I found out lots of surprising facts about the possible motivations for taking selfies as for example that selfie could be the tool for self-branding. Many people think that selfies are stupid and that they do not have any other function than to entertain for a while. During my research I found out that this impression is not true. Selfies are signs that our society is dehumanizing us more and more and selfies could be the escape, the help from this negative process we want to stop. Through the selfies we desire the lost attention to us.

This conclusion as well as the beginning I would like to start somewhat in an unconventional way, with my intellectual assessment. If this work dealt with a different subject, I would certainly not take the same personal approach, but owing to the fact that the selfie is a phenomenon reflecting human subject, I decided, at least at the beginning, to use this less formal attitude.

When I chose this theme of my thesis a year ago, I called the selfie a phenomenon. Today I realize I loved using this word in connection with a quick self-portrait without having the slightest idea what the selfie was and what it meant. In the conclusion I find it fair to confess that I considered the selfie as something silly, awkward and childish. The selfie as a term I associated with people I did not understand. I looked down my nose at them because they took the selfie. Later when I wrote this text, my opinion changed.

In the course of time some questions started to cross my mind, and these questions were not as particular as hypothesis of my work. My thesis deals with the key questions, the questions about what the selfie represents, what it says about our society and the people who have fallen for it. My work brings a lot of partial conclusions, and I dare to say that very interesting conclusions, but there are too many inferences to name them individually again. It was not easy to find the answer to the principal question what the selfie actually means and why it is important. The more and more facts I gathered, the more difficult it was to get to the core of this subject. All I have found starts, is oriented and comes to a human being. It is inside us. And the selfie is exactly

about that. It is about us - human beings. It is our reflection and product as well. It is the entity resulting from the evolution of human subject who feels today alienated and insecure, and that is why they try to focus all their attention to themselves.

## Použitá literatura

### Knižní zdroje:

CARTWRIGHT, Lisa; STURKEN, Marita. *Studia vizuální kultury*. Vyd 1. Praha: Portál, 2009. s 150 - 355.

DOY, Gen. *Picturing the Self: Changing Views of the Subject in Visual Culture*. [online]. London:

Tauris, 2004. Místo vydání: vydavatel, rok vydání. ISBN. [10. 5. 2015]. Dostupné z ProQuest ebrary. S1 – 90.

FLUSSER, Vilém. *Za filosofii fotografie*. [online]. Praha: nakladatelství Hynek, 1994. ISBN 80-85906-04-X. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://monoskop.org/images/f/f8/Flusser\\_Vilem\\_Za\\_filosofii\\_fotografie\\_OCR.pdf](http://monoskop.org/images/f/f8/Flusser_Vilem_Za_filosofii_fotografie_OCR.pdf). s. 56

HALL, James. *The Self-Portrait: A Cultural History*. London: Thames and Hudson, 2014. ISBN 9780500239100, s. 13 – 250.

KRAUSE, Jim. *Photo Idea Index*. [online]. ...: HOW Books, 2005. ISBN-13- 978-1581807660. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://books.google.cz/books?id=2VTo4hp9JdUC&pg=PA148&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](http://books.google.cz/books?id=2VTo4hp9JdUC&pg=PA148&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím*. [online]. Praha: Odeon, 1991. ISBN 80-207-0296-2. Dostupné z <https://romantismus.wordpress.com/category/marshall-mcluhan-jak-rozumet-mediim/>. s. 50-51.

RANTAVUO, Heli. *Connecting Photos: A Qualitative Study Of Cameraphone Photo Use*. Jyvaskyla: Gummerus Printing, 2008.

SZTOMPKA, Piotr. *Vizuální sociologie: Fotografie jako výzkumná metoda*. Praha: SLON, 2007. ISBN 978-80-86429-77-9. s. 68

**Články online:**

CEP, Casey N.. In Praise of Selfies. In: *Pacific Standard* [online]. The Miller-McCune Center for Research, Media and Public Policy, 15. 7. 2013 [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.psmag.com/books-and-culture/in-praise-of-selfies-from-self-conscious-to-self-constructive-62486>

CLARK, Roy Peter. Me, my selfie and I. In: CNN [online]. Cable News Network, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://edition.cnn.com/2013/11/23/opinion/clark-selfie-word-of-year/>

DAY, Elizabeth. How selfies became a global phenomenon. In: *The Guardian*. [online]. Guardian News and Media, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.theguardian.com/technology/2013/jul/14/how-selfies-became-a-global-phenomenon>

KIRCHNER, Blanka. *Selfie – autoportrét jako posvěcená identita*. In: Fresh\_eye [online]. Platforma Fresh eye, 9. 6. 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://fresh-eye.cz/selfie-autoportret-jako-verejne-posvecena-identita/2014/06/>

KRUSZELNICKI, Karl S. A brief history of the selfie. In: *ABC Science* [online]. ABC, 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.abc.net.au/science/articles/2014/08/12/4065062.htm>.

MIŽÍK, Peter. Instagram a české značky: kdo to umí a proč to také musíte zkusit. In: *Marketing sales media*. [online]. EMPRESA Media, a.s. 2015. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://marketingsales.tyden.cz/rubriky/media/instagram-a-ceske-znacky-kdo-to-umi-a-proc-to-take-musite-zkusit\\_339706.html](http://marketingsales.tyden.cz/rubriky/media/instagram-a-ceske-znacky-kdo-to-umi-a-proc-to-take-musite-zkusit_339706.html)

RAWLING, Kandice. Selfies and the history of self-portrait photography. In: *OUPblog* [online]. Oxford University Press, 21. 11. 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://blog.oup.com/2013/11/selfies-history-self-portrait-photography/>

RUTLEDGE, Pamela. #Selfies: Narcissism or Self-Exploration?. In: *Psychology today* [online]. Sessex Publishers LLC, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z <https://www.psychologytoday.com/blog/positively-media/201304/selfies-narcissism-or-self-exploration>

SALTZ, Jerry. Art at Arm's Length: The History of The Selfie. In: *Vulture* [online]. New York Media LLC, 26. 1. 2014. [10. 5. 2015]. Dostupné z

<http://www.vulture.com/2014/01/history-of-the-selfie.html>

Autoportrét. 2001-. *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation [cit. 2015-05-15]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Autoportr%C3%A9t>

Historie fotografie. 2001-. *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation [cit. 2015-05-15]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Historie\\_fotografie](http://cs.wikipedia.org/wiki/Historie_fotografie)

WORTHAM, Jenna. My Selfie, Myself. In: *The New York Times* [online]. The New York Times Company, 2013. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2013/10/20/sunday-review/my-selfie-myself.html?_r=0)

### **Diplomové práce:**

CÓNOVÁ, Magdaléna. *Český autoportrét po roce 1989 ve fotografii*. Opava, 2010. Diplomová práce. SUP. Filozoficko-přírodovědecká fakulta, Institut Tvůrčí fotografie. In: Free electronic library. [online]. [10. 5. 2015]. Dostupné z <http://www.abstract.lib-ebook.com/a1-history/399580-2-slezsk-univerzita-opav-filozoficko-p-rodov-deck-fakulta-inst.php>

BABOROVSKÁ, Sandra. *Inspirace Cindy Sherman – Fotografický autoportrét jako způsob hledání identity*. Praha, 2007. Bakalářská práce. UK. Katolická teologická fakulta, Ústav dějin křesťanského umění.

### **Online studie:**

FAUSING, Bent. *Self-Media: The Self, The Face, The Media and The Selfies*. [přednáška online]. Sassari, International Conference on Sensoric Image, 24. 7. 2014. Dostupné z <https://www.academia.edu/7988938/SELF-MEDIA>. The Self the Face the Media and the Selfies

NGUYEN, Amy J. *Exploring the selfie phenomenon: The idea of self-presentation and its implications among young women*. Northampton, 2014. Diplomová práce. Smith College, School for Social Work.

TIFENTALE, Alise. The Selfie: Making sense of the “Masturbation of Self-Image” and the “Virtual Mini-Me”. [online výzkumná zpráva]. New York: CUNY v New York, The Graduate Center, 2014. [10. 5. 2015] Dostupné z [http://d25rsf93iwlmg.cloudfront.net/downloads/Tifentale\\_Alise\\_Selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmg.cloudfront.net/downloads/Tifentale_Alise_Selfiecity.pdf)

WENDT, Brooke. The Allure of the selfie.[online]. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2014. ISBN 978-90-822345-1-0. [10. 5. 2015]. Dostupné z [http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The\\_Allure\\_ot\\_Selfie\\_los.pdf](http://networkcultures.org/wp-content/uploads/2014/10/The_Allure_ot_Selfie_los.pdf)

WILDEMUTH, Barbara M.; ZHANG, Yan. *Unstructured Interviews*. In: *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science*. [online]. Westport: Libraries Unlimited, 2009. [0. 5. 2015]. Dostupné z [https://www.ischool.utexas.edu/~yanz/Unstructured\\_interviews.pdf](https://www.ischool.utexas.edu/~yanz/Unstructured_interviews.pdf)

YANG, Lei; SUN, Tao; ZHANG, Ming; MEI, Qiaozhu. We Know What @You #Tag: Does the Dual Role Affect Hashtag Adoption? School of Information, the University of Michigan School of EECS, Peking Universit. Dostupné z [http://www-personal.umich.edu/~yangle/www2012\\_yang.pdf](http://www-personal.umich.edu/~yangle/www2012_yang.pdf)

**Webové stránky:**

<http://www.freezingtime.net/muybridge-at-the-geysers.htm>

<https://instagram.com/about/us/>

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/selfie>