

#45

Zeszyty Artystyczne

KONFABULACJE PAMIĘCI

– wokół dziedzictwa

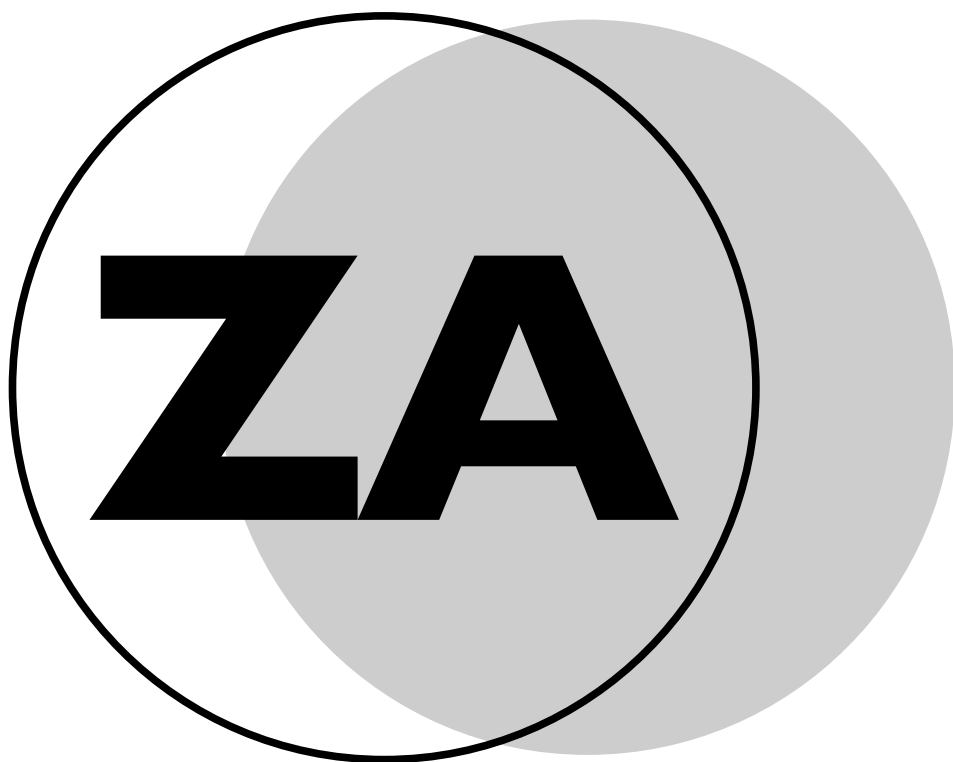
Stefana Wojneckiego



**ZA**

Uniwersytet Artystyczny  
im. Magdaleny Abakanowicz  
w Poznaniu

1(45)/2024



KONFABULACJE PAMIĘCI  
– wokół dziedzictwa  
Stefana Wojneckiego

Uniwersytet Artystyczny  
im. Magdaleny Abakanowicz  
w Poznaniu

# O wyzwaniach w naukach humanistycznych badających fotografię w epoce cyfrowej

LECH LECHOWICZ

Zeszyty Artystyczne  
nr 1 (45)/2024, s. 74-88  
doi: 10.48239/ISSN123266824505

Lech Lechowicz  
Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa,  
Telewizyjna i Teatralna im. Leona Schillera w Łodzi

## Abstrakt

Epoka cyfrowa stawia badaczy obrazów medialnych powstających na terenie *lens based media* – fotografii, filmu, elektronicznych obrazów telewizyjnych i zapisów wideo – wobec wielu wyzwań. Wynikają one z dwóch aspektów badań medialnych w epoce cyfrowej. Pierwszy odnosi się do badań nad dziełami cyfrowymi powstałymi w epoce cyfrowej. Drugi aspekt odnosi się do badań w epoce cyfrowej nad mediami powstałymi przed epoką cyfrową, a dotyczy nowych możliwości badawczych, jakie stworzyła digitalizacja tych dzieł dostępnych m.in. *online*.

Hipermasowy i cyfrowy charakter badanych zjawisk wymusił opracowanie nowych humanistycznych, cyfrowych narzędzi i metod badawczych, takich jak m.in. badania ikonograficzne oparte na komputerowej analizie treści obrazów oraz badania oparte na obróbce cyfrowej danych statystycznych. Spowodowało to również zmiany w formie publikacji efektów badań, w których multimedialnych prezentacjach dominują obrazy wypierające tekst.

W epoce cyfrowej charakteryzującej się hipermasową skalą zjawisk, których istotną część stanowią obrazy fotograficzne, skutki cyfrowej rewolucji dotyczą ich kreacji, dystrybucji oraz odbioru. Wywołane tym zmiany wynikające z nowego

statusu materialnego, kulturowego i artystycznego dzieła cyfrowego wpływają na badania. Stały się one przedmiotem nowej formy w badaniach humanistycznych nazywanych Digital Humanities, których istotną częścią stały się badania Media Analytics prowadzone na terenie Cultural Analytics. Pierwsze przykłady tego typu badań z początku drugiej dekady wieku XXI zostały przedstawione w drugiej części tekstu.

Masowy i szerokokulturowy charakter fotografii cyfrowej dostępnej przez Internet sprawia, że skupia on uwagę badaczy na analizie i opisie zjawisk ujmowanych z perspektywy socjologicznej, kulturoznawczej czy antropologicznej. W mniejszym stopniu ich uwaga skierowana jest na nie tak masowe zjawiska jak obecność fotografii cyfrowej w praktykach artystycznych. Sprawia to, że we współczesnej literaturze dotyczącej fotografii w epoce cyfrowej występuje wyraźna dysproporcja między ilością i intensywnością badań nad kulturą popularną a kulturą artystyczną.

#### **Słowa kluczowe:**

Big data, digitalizacja, fotografia wernakularna, lens based media, media analytics, sieci społecznościowe

#### **Abstract**

*On the challenges in the humanities studying photography in the digital age*

The digital age poses many challenges to researchers of media images created in the field of lens-based media – photography, film, electronic television images and video recordings. They result from two aspects of media research in the digital age. The first refers to research on digital works created in the digital age. The second aspect refers to research in the digital age on media created before the digital age, and concerns new research opportunities created by the digitization of these works, available, among others, online.

The hyper-mass and digital nature of the studied phenomena forced the development of new humanistic, digital research tools and methods, such as, among others, iconographic research based on computer analysis of image content and research based on digital processing of statistical data. This also resulted in changes in the form of publication of research results, in which multimedia presentations are dominated by images replacing text.

In the digital era, characterized by a hyper-mass scale of phenomena, of which photographic images constitute an important part, the effects of the digital revolution concern their creation, distribution and reception. Changes resulting from the new material, cultural and artistic status of digital works affect research. They have become the subject of a new form of humanities research called Digital Humanities, of which Media Analytics research conducted at Cultural Analytics has become an important part. The first examples of this type of research from the beginning of the second decade of the 21st century are presented in the second part of the text.

The mass and broad-cultural nature of digital photography available via the Internet means that it focuses researchers' attention on the analysis and description of phenomena from a sociological, cultural and anthropological perspective. To a lesser extent, their attention is directed to phenomena that are not as mass as the presence of digital photography in artistic practices. This means that in contemporary literature on photography in the digital age, there is a clear disproportion between the amount and intensity of research on popular culture and artistic culture.

**Keywords:**

Big data, digitization, vernacular photography, lens based media, media analytics, social networks

Pojawienie się nowych wyzwań we współczesnych naukach humanistycznych badających fotografię spowodowane zostało skalą zjawisk w obszarze tzw. przemysłu kultury (*culture industry*), który radykalnie zmienił się w epoce cyfrowej. W połowie XX wieku wytwarzał on kilka milionów dóbr w ciągu roku. W epoce cyfrowej, na początku wieku XXI, wytwarzał on już kilka miliardów dóbr w ciągu jednego dnia, których całościowe badanie możliwe jest jedynie z wykorzystaniem metod komputerowych<sup>1</sup>. Spowodowało to pojawienie się nowego kierunku badań humanistycznych Digital Humanities<sup>2</sup>, których istotną częścią stały się badania Media Analytics prowadzone na terenie Cultural Analytics<sup>3</sup>.

Szybko zachodzące zmiany w coraz bardziej masowych praktykach fotograficznych, wywołane wejściem fotografii w zaawansowaną fazę epoki cyfrowej, wzbudziły zainteresowanie badaczy humanistycznych. Miało to historyczne znaczenie w badaniach nad tym medium, wprowadzając je w nowy obszar badań, będący uzupełnieniem dotychczasowego opisu historycznego tego medium. Badania te dotyczyły zarówno nowych, jak i starych, przedcyfrowych zjawisk, a także przyczyniły się do poszerzenia problematyki badań nad fotografią oraz stosowanych w nich nowych metod i narzędzi. W pierwszej fazie badań nad fotografią cyfrową uczestniczyli przede wszystkim antropolodzy oraz socjologowie. Interesowały ich głównie odbijające się w cyfrowych fotografiach wernakularnych<sup>4</sup> zmiany w stylu życia, w mniejszym stopniu zaś zmiany materialnego, cywilizacyjnego i kulturowego otoczenia codziennego życia.

» 1 Lev Manovich, „100 Billion Data Rows per Second: Media Analytics in the Early 21st Century,” *International Journal of Communication* 2018, T. 12, 485, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6160> (06.12.2021).

» 2 „Analiza kulturowa to analiza ogromnych zbiorów i przepływów danych kulturowych przy użyciu technik obliczeniowych i wizualizacji. Koncepcja analityki kulturowej została opracowana przez Lva Manovicha w 2005 roku, a sam termin został wprowadzony w 2007 roku”. Cultural Analytics, <http://lab.softwarestudies.com/p/overview-slides-and-video-articles-why.html> (04.02.2022).

» 3 Software Studies, „Cultural Analytics and Digital Humanities,” w: *Software Studies Initiative*, <http://lab.softwarestudies.com/2007/05/about-software-studies-ucsd.html> (07.12.2021).

» 4 Fotografie wernakularne to fotografie funkcjonujące w domowym, rodzinnym kręgu. Dominują w niej indywidualne i zbiorowe przedstawienia ludzkich postaci. Są to głównie członkowie rodziny, ale także ich przyjaciele, znajomi czy koledzy.

Skalę i rodzaj wyzwań, przed jakimi stoją badacze fotografii, ilustruje porównanie zgromadzonych w zbiorach muzealnych potencjalnych materiałów badawczych z hipermasową ilością fotografii dostępną w epoce cyfrowej. W największych muzealnych kolekcjach fotografii ilość ta nie przekracza pół miliona. Fotograficzna kolekcja George Eastman House Museum w Rochester (USA) liczy ponad 400 tys. fotografii i należy do największych tego typu kolekcji na świecie<sup>5</sup>. Kolekcja International Center of Photography w Nowym Jorku zawiera 200 tys. obiektów<sup>6</sup>, natomiast Center for Creative Photography Tucson – 110 tys. dzieł<sup>7</sup>. Kolekcja Działu Fotografii Museum of Modern Art w Nowym Jorku, pierwszego działu fotografii w muzeum sztuki, liczy ponad 25 tys.<sup>8</sup> W kolekcjach europejskich znajdują się podobne ilości obrazów fotograficznych. Kolekcja fotografii w Ludwig Museum Kolonii liczy niecałe 70 tys. eksponatów<sup>9</sup>, a w Museum Folkwang w Essen – 65 tys. eksponatów<sup>10</sup>. Zbiór fotografii w Musée national d'art moderne w Paryżu obejmuje 40 tys. odbitek i 60 tys. negatywów<sup>11</sup>. Znaczna część tych zbiorów w ciągu ostatnich dwóch dekad została zdigitalizowana i udostępniona *online*.

W porównaniu z tymi liczbami ilościowa skala zmian, jakie spowodowało wejście fotografii w epokę cyfrową, jest ogromna, a nastąpiło to ponad trzy dekady temu. Epokę cyfrową w fotografii otwiera pojawienie się na rynku konsumenckim kamer cyfrowych<sup>12</sup>. Pierwszą tego typu kamerę Fuji DS-1P opracowała firma Fuji w roku 1988, lecz nie weszła ona do masowej produkcji<sup>13</sup>. Pierwszą kamerą cyfrową, która w roku 1989 weszła do masowej produkcji, była Fuji

---

» 5 Photography, <https://www.eastman.org/photography> (15.06.2021).

» 6 Collections, <https://www.icp.org/collections> (15.06.2021).

» 7 Katherine Bussard, „Museums: United States,” w: *Encyclopedia of Twentieth-Century Photography*, ed. Lynne Warren, T. II, (New York-London 2006), 1137. *About CCP*, <https://ccp.arizona.edu/about/about-ccp> (15.06.2021).

» 8 Bussard, „Museum...,” 1138.

» 9 *Sammlung Fotografie*, <https://www.museum-ludwig.de/de/museum/sammlung/sammlung-fotografie.html> (15.06.2021).

» 10 *Fotografische Sammlung*, <https://www.museum-folkwang.de/de/ueber-uns/sammlung/fotografische-sammlung.html> (15.06.2021).

» 11 *Photographies*, <https://www.centrepompidou.fr/fr/collections/photographies> (15.06.2021).

» 12 Pierwsze fotograficzne obrazy cyfrowe zaczęto uzyskiwać w połowie lat 70. XX wieku. W roku 1975 pojawiły się pierwsze skanery pozwalające przekształcać obrazy fotograficzne niecyfrowe na obrazy zapisane w kodzie zerojedyńkowym. W roku 1975 w laboratoriach badawczych firmy Kodak uzyskano i zapisano w eksperymentalnej kamerze pierwsze fotografie cyfrowe. Uzyskane w ten dwojaki sposób obrazy miały bardzo niską rozdzielczość (w przypadku pierwszej fotografii było to 100 x 100 piksele). Nathan Brewer, *Your Engineering Heritage: Scanners and Computer Image Processing*, <https://insight.ieeeusa.org/articles/your-engineering-heritage-scanners-and-computer-image-processing/> (13.04.2023). *The history of the first digital cameras*, <https://www.digitalkameramuseum.de/en/history> (14.04.2022).

» 13 *The history of the first digital cameras*, <https://www.digitalkameramuseum.de/en/history> (14.04.2022).

DS-X wyposażona w matrycę CCD 0,4 Mpi, kartę SRAM 18 MB, na której można było zapisać sześć zdjęć<sup>14</sup>.

Gwałtowny przyrost ilościowy fotografii cyfrowej, inicjujący proces kształtowania się *big data*, nastąpił wraz z pojawieniem się w masowym użyciu smartfonów, pozwalających wykonywać, zapisywać i przysyłać zdjęcia. Pierwszym tego typu smartfonem był produkowany od roku 2007 iPhone firmy Apple z kamerą 2 Mpx i ekranem dotykowym oraz pamięcią 4 GB<sup>15</sup>. Smartfony tej firmy nie tylko zdominowały rynek, ale także wyznaczyły kierunek rozwoju w ich produkcji przez inne firmy. Stały się również urządzeniami, którymi wykonywano i wykonuje się najwięcej fotografii cyfrowych.

Ilość użytkowników smartfonów zaczęła gwałtownie rosnąć od końca pierwszej dekady wieku XXI. Według rocznych raportów „Ericsson Mobility Report”, rozpoczętych w roku 2011, spośród łącznej liczby 5,6 mld użytkowników telefonów komórkowych 10% z nich (czyli 560 mln) używało smartfony<sup>16</sup>. Pod koniec roku 2013 było ich już 1,9 mld<sup>17</sup>, a pod koniec roku 2014 – 2,7 mld<sup>18</sup>. Towarzyszył temu rozwój cyfrowych sieci GSM. Pozwalały one na szybką dystrybucję wykonanych smartfonami zdjęć, udostępniając nowe usługi jak Multimedia Messaging Service (MMS od 2002 roku), polegające na pakietowej transmisji danych zawierających tekst, dźwięk i obraz, oraz umożliwiając coraz szybszy, bezprzewodowy dostęp do Internetu w sieciach, najpierw 3G (od 2001), potem 4G (od 2009) i 5G (od 2019).

Fotografie wykonywane smartfonami zdominowały wytwarzanie wernakularnych fotografii cyfrowych, których głównym kanałem dystrybucji na skalę globalną stał się Internet oraz funkcjonujące w nim sieci społecznościowe, gwałtownie rozwijające się od końca pierwszej dekady XXI wieku. Już w pierwszym roku nowego tysiąclecia ONZ opublikowało raport głoszący nową erę – erę sieci:

---

» 14 *The history of the first digital cameras*, <https://www.digitalkameramuseum.de/en/history> (14.04.2022).

» 15 *iPhone*; <https://apple-history.com/iphone> (30.11.2021).

» 16 Ericsson Mobility Report 2011, 3, 5, <https://www.ericsson.com/4a98ba/assets/local/reports-papers/mobility-report/documents/2011/traffic-and-market-data-report-november-2011.pdf> (13.12.2021).

» 17 Ericsson Mobility Report 2013, 7, <https://www.ericsson.com/4a9840/assets/local/reports-papers/mobility-report/documents/2013/ericsson-mobility-report-november-2013.pdf> (13.12.2021).

» 18 Ericsson Mobility Report 2014, 2, <https://www.ericsson.com/49de8a/assets/local/reports-papers/mobility-report/documents/2014/ericsson-mobility-report-november-2014.pdf> (13.12.2021).

Rewolucja technologiczna i globalizacja tworzą erę sieci – a to zmienia sposób tworzenia i rozpowszechniania technologii. Dwie równoczesne zmiany w technologii i ekonomii – rewolucja technologiczna i globalizacja – łączą się, tworząc nową erę sieci. Tak jak silnik parowy i elektryczność zwiększyły moc fizyczną, aby umożliwić rewolucję przemysłową, tak cyfrowe i genetyczne przełomy zwiększają moc mózgu<sup>19</sup>.

Mimo tych utopijnie brzmiących prorocत्व mówiących o wpływie wspomnianych przełomów na ludzki rozwój, autorzy raportu trafnie wskazywali na rewolucyjne znaczenie sieci internetowych oraz ich znaczący wpływ na człowieka współczesnego. W sferze komunikacji i relacji społecznej u progu nowego stulecia widać było już załamki tego, co kilka lat później zaowocowało „eksplozją sieci społecznościowych”, w tym eksplozją obrazowania. Współcześnie „obrazowanie staje się uniwersalną formą rozmowy, a nie zamrożeniem szczególnej chwili [...] pochłania wszystko wokół siebie, aby później udostępnić i pamiętać, a także przejąć na własność to, co widziałeś i sfotografowałeś”<sup>20</sup>.

Fenomeny epoki sieci najpełniej ujawniły się właśnie w sieciach społecznościowych udostępniających fotografie i wideo. Zmiany techniczne, jakie zaistniały w epoce cyfrowej, wpłynęły na pojawienie się wspomnianych nowych zjawisk dotyczących fotografii przede wszystkim w sferze jej internetowej prezentacji i dystrybucji. W pierwszej fazie epoki cyfrowej aż do początków wieku XXI przejawiało się to ciągłym przyrostem ilości zdjęć udostępnianych na stronach internetowych oraz na blogach.

Przełom nastąpił w połowie pierwszej dekady nowego tysiąclecia, kiedy pojawiły się sieci społecznościowe, w których fotografie stały się jedną z głównych form budujących społeczne relacje internetowe. Nieprzypadkowy jest czas, kiedy sieci te zaczęły gwałtownie się rozwijać. Koniecznym warunkiem do tego były wspomniane zmiany w fotograficznych technologiach cyfrowych w pierwszej dekadzie wieku XXI, wywołane przez upowszechnienie się smartfonów wyposażonych w kamery foto-wideo oraz rozwój cyfrowych sieci GSM. Spowodowało to gwałtowny przyrost ilościowy wykonywanych nimi fotografii oraz nasilenie zjawiska ich przesyłania i publikowania w Internecie, właśnie w mediach społecznościowych.

---

» 19 Human Development Report 2001. *Making new technologies work for human development*, Nowy Jork, 2001, 5; [http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/262/hdr\\_2001\\_en.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/262/hdr_2001_en.pdf) (20.12.2021).

» 20 Benedict Evans, *The explosion of imaging*, <https://www.ben-evans.com/benedictevans/2014/6/24/imaging> (11.12.2021).



Facebook, jedna z pierwszych i największych sieci społecznościowych, odkąd stała się dostępna publicznie w roku 2006, pozwala wymieniać się umieszczanymi w nim tekstami, fotografiami, tworzyć albumy ze zdjęciami, książki adresowe, listy znajomych, prowadzi blogi i notesy<sup>21</sup>. W roku 2010 Facebook liczył 500 mln aktywnych użytkowników i przez następne lata należał do najczęściej używanych sieci społecznościowych<sup>22</sup>. W roku 2015 liczył już 1,4 mld użytkowników<sup>23</sup>, a w ciągu następnych sześciu lat podwoił tę liczbę do 2,9 mld<sup>24</sup>. W czwartym kwartale 2023 roku ilość użytkowników Facebooka przekroczyła 3 mld<sup>25</sup>. W tym samym roku udostępniające także fotografie pozostałe sieci społecznościowe miały następujące liczby użytkowników: YouTube – 2,49 mld, WhatsApp – 2 mld, Instagram – 2 mld, a tekstowy X/Twitter – tylko 666 mln<sup>26</sup>.

Przewiduje się, że w roku 2024 zostanie wykonanych 1,94 bln zdjęć, a w każdej sekundzie powstaną 54 tys. zdjęć<sup>27</sup>. Dziennie w mediach społecznościowych udostępnianych jest 14 mld fotografii<sup>28</sup>. Szacunkowa łączna ich liczba na świecie w roku 2023 wyniosła ok. 12,4 bln. Aż 93% z nich zostało wykonanych przy pomocy smartfonów, w pamięci których każdy z użytkowników przechowuje przeciętnie ok. 2 tys. fotografii<sup>29</sup>.

Te trudno wyobrażalne liczby pokazują gigantyczny przetom, jaki za sprawą technik cyfrowych dokonał się w praktykach fotograficznych w ciągu niespełna dwóch dekad. Uzmystawiają, z jakim hipermasowym materiałem musi się zmierzyć współczesny badacz kultury wizualnej. Hipermasowy aspekt fotografii cyfrowej, w której dominuje ilościowo fotografia określana jako wernakularna, wywołał wśród badaczy niepokojące konstatacje:

- 
- » 21 Simeon Edosomwan, Sitalaskshmi Kalangot, Doriane Kouame, Jonelle Watson, Tom Seymour, „The history of social media and its impact on business,” *The Journal of Applied Management & Entrepreneurship* 2011, T. 16, nr 3, 82, [https://www.researchgate.net/publication/303216233\\_The\\_history\\_of\\_social\\_media\\_and\\_its\\_impact\\_on\\_business](https://www.researchgate.net/publication/303216233_The_history_of_social_media_and_its_impact_on_business), (10.12.2021).
  - » 22 Edosomwan et al., „The history of social media...,” 82.
  - » 23 Mansoor Iqbal, *Facebook Revenue and Usage Statistics* (2022), <https://www.businessofapps.com/data/facebook-statistics/> (21.01.2022).
  - » 24 *Most popular social networks worldwide as of October 2021, ranked by number of active users*, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, (10.12.2021).
  - » 25 Brian Dean, *Facebook User & Growth Statistics*, <https://backlinko.com/facebook-users> (14.02.2024).
  - » 26 Dean, *Facebook User & Growth Statistics...*, .
  - » 27 Matic Broz, *How many pictures are there? Statistics, trends, and forecasts. A scientific meta-analysis and original research of the number of photos* (06.04.2024), <https://photutorial.com/photos-statistics/> (14.02.2024).
  - » 28 Broz, *How many pictures are there...*, .
  - » 29 Broz, *How many pictures are there...*, .

Tradycyjna teoria fotografii i historycy fotografii nie są dobrze przygotowani do rozmowy o nowym wykorzystaniu i upowszechnieniu fotografii amatorskiej i nie byli jeszcze w stanie w pełni uświadomić sobie ogromnych jej implikacji dla naszego rozumienia medium fotograficznego<sup>30</sup>.

Twierdzono, że po zmianach w fotografii wernakularnej, jakie dokonały się w epoce cyfrowej:

[f]otografia artystyczna nie powinna być nawet wzmianką. [...] Ale są też inne powody, dla których tego rodzaju prace zasługują na poważną uwagę krytyki. Jako parerga fotografia wernakularna jest nieobecnością obecnością, która determinuje historyczną i fizyczną tożsamość jej medium; to właśnie ona decyduje o tym, czym właściwa fotografia nie jest. [...] fotografie wernakularne wymagają wymyślenia odpowiednich historii wernakularnych<sup>31</sup>.

Ogromna skala tych zjawisk oraz nowe instytucje związane z dystrybucją cyfrowej fotografii w obiegu szerokokulturowym zmuszają do zmian w zakresie narzędzi i metodologii badań. Wobec tych masowych cyfrowych obrazów konieczne jest zastosowanie cyfrowych technologii badawczych. Jedynie ich wykorzystanie może prowadzić do analiz i opisu tych zjawisk. Badacze współczesnej kultury wizualnej stanęli więc wobec nowych wyzwań.

Ich problemy dobrze ilustruje tytuł tekstu jednego z pionierów badań humanistycznych cyfrowej epoki masowej kultury wizualnej, Lwa Manovicha, *How To Compare One Million Images?* (tłum. *Jak porównać milion obrazów?*) z roku 2011<sup>32</sup>. Manovich wskazuje w nim na problemy i dylematy współczesnych badaczy, pisząc:

[...] dostępność dużych, zdigitalizowanych zbiorów danych humanistycznych z pewnością stwarza argument dla humanistów do korzystania z narzędzi obliczeniowych. Media społecznościowe i globalizacja kultury zawodowej nie pozostawiają nam innego wyboru. Ale jak możemy badać wzorce i powiązania między

---

» 30 Jonas Larsen, Mette Sandbye, „Introduction: The New Face of Snapshot Photography,” w: *Digital Snaps. The New Face of Photography*, eds. Jonas Larsen, Mette Sandbye (Londyn–Nowy Jork, 2020), xxi.

» 31 Geoffrey Batchen, „Vernacular photographs,” w: Geoffrey Batchen, *Each Wild Idea. Writing, Photography, History* (Londyn: Cambridge, 2000), 59.

» 32 Lev Manovich, „How To Compare One Million Images?” w: *Understanding Digital Humanities*, ed. David Berry (Nowy Jork–Londyn, 2012).

zbiorami fotografii, projektów lub filmów wideo, których liczba może wynosić sto tysięcy, miliony, lub miliardy?<sup>33</sup>

Nowy obszar badań oraz użycie nowych narzędzi wobec występujących na skalę hipermasową cyfrowych fotografii w mediach społecznościowych ilustrują pierwsze projekty reprezentujące Media Analytics. Są one odpowiedzią na wyzwania obecne w badaniach kulturowych *big data* i mają na celu opracowanie „nowej teorii kulturowej dla globalnej, sieciowej kultury cyfrowej XXI wieku”<sup>34</sup>.

Jednym z najbardziej masowych typów obrazów cyfrowych współtworzących *big data* są fotografie określane jako *selfie*. Samo zjawisko wykonywania autoportretów aparatem trzymanym w wyciągniętych ramionach i skierowanym na siebie lub autoportretów wykonywanych samowyzwalaczem czy z odbić w lustrach nie jest czymś zupełnie nowym i występowało już w początkach fotografii. Jednak było ono wtedy zjawiskiem marginalnym i nie miało swojej nazwy. Wyodrębnionym zjawiskiem masowym, opatrzonym własną nazwą *selfie*, stało się w drugiej dekadzie wieku XXI za sprawą upowszechnienia smartfonów oraz sieci społecznościowych. Pod koniec 2013 roku *selfie* zostało ogłoszone Słowem Roku przez *Oxford Dictionaries*, a jego użycie w tym roku wzrosło o 17 000%<sup>35</sup>.

*Selfie* stanowiło jedno z pierwszych fotograficznych masowych zjawisk związanych z sieciami społecznościowymi, które zwróciło pogłębioną uwagę badaczy akademickich na dwa aspekty. Pierwszy dotyczy wizualnych treści poszczególnych zdjęć, w których oprócz fragmentu postaci dostrzec można niekiedy fragmenty realnego otoczenia, tła. W wielu *selfies* to właśnie otoczenie i tło są głównym powodem wykonania zdjęcia, prywatnym dokumentem dla siebie oraz dla internetowych adresatów potwierdzającym, że „tu byłem”. Drugi aspekt ma charakter szerszy, kulturowy, dotyczący lokalnych modeli kulturowych, które reprezentują tego typu masowe i globalne zdjęcia.

W roku 2013 został rozpoczęty projekt badawczy poświęcony temu zjawisku, nazwany „Selficity” (2013–2014)<sup>36</sup>. Badania oparte zostały na komputerowych metodach zbierania, przetwarzania oraz analizy obrazów, a także publikacji wyników badań. Nowymi elementami były sposób cyfrowego przetwarzania materiałów badaw-

» 33 Lev Manovich, „How To Compare One Million Images?,” *Manovich.net*, 2/40, <http://manovich.net/index.php/projects/how-to-compare> (15.02.2022).

» 34 Software Studies, „Cultural Analytics and Digital Humanities,” w: *Software Studies Initiative*, <http://lab.softwarestudies.com/2007/05/about-software-studies-ucsd.html> (07.12.2021).

» 35 ‚Selfie’ named by Oxford Dictionaries as word of 2013, <https://www.bbc.com/news/uk-24992393> (04.02.2022).

» 36 *Selficity*, <http://selficity.net/#> (07.12.2021).

czych oraz prezentacja podsumowująca rezultaty badań w postaci interaktywnych publikacji internetowych, wykorzystujących narzędzia cyfrowe służące wizualizacji cyfrowo przetworzonych danych. Zwizualizowane formy prezentacji efektów komputerowych analiz opatrzone komentarzami były główną formą publikacji wyników badań, przedstawioną na stronie projektu Selfiecity.net.

Badania prowadzone w ramach „Selfiecity” oparte były na zasobach Instagrama, liczącego wtedy około 100 mln użytkowników.<sup>37</sup> Realizacja „Selfiecity” polegała na badaniach ilościowych i jakościowych 3200 selfies wyselekcjonowanych spośród tych znajdujących się na kontach użytkowników Instagrama<sup>38</sup>. Do badań wybrano po 640 zdjęć wykonanych w pięciu miastach na czterech kontynentach. Były nimi: Bangkok, Berlin, Moskwa, Nowy Jork i São Paulo<sup>39</sup>. Ukierunkowanie projektu, mimo że dotyczyło obszaru praktyk fotograficznych, nie dotyczyło bezpośrednio fotografii jako takiej, jako obrazu, ale funkcji, jaką ona współcześnie pełni w obiegu sieci społecznościowych, przez co zawężało obszar badawczy do problematyki socjologicznej i komunikacyjnej. „Projekt postrzega media społecznościowe jako narzędzie dobrowolnej komunikacji interpersonalnej, stając się tym samym studium ludzkiego zachowania, do którego równie dobrze można podejść z perspektywy socjologii, jak i studiów nad komunikacją”<sup>40</sup>.

Realizacja projektu miała również przyczynić się do wypracowania metod i narzędzi w badaniach odnoszących się do hipermasowych zjawisk oraz pomóc „przemysłuć procesy tworzenia wiedzy na podstawie miliardów zdjęć”, a w sensie praktyki badawczej miała być „ilustracją potencjalnego sposobu badania, nawigacji, wizualizacji i ‘widzenia’ podobieństw i różnic w jednym, szczególnym rodzaju tych społeczności #me”<sup>41</sup>.

Na podstawie tych badań sformułowano kilka ogólnych konkluzji. Wbrew oczekiwaniom badaczy, *selfie* stanowiły zaledwie 4% przeanalizowanych wstępnie zdjęć<sup>42</sup>. Większość z nich wykonały

---

» 37 Alise Tifentale, „Art of the Masses: From Kodak Brownie to Instagram,” *Networking Knowledge* 2015, T. 8, nr 6 Special Issue: „Be Your Selfie: Identity, Aesthetics and Power in Digital Self-Representation,” 3; <https://ojs.meccsa.org.uk/index.php/netknow/issue/view/10> (16.12.2021).

» 38 Alise Tifentale, „Making Sense of the Selfie-Digital Image-Making and Image-Sharing in Social Media,” *Scriptus Manet* 2015, nr 1, 52; [https://www.academia.edu/20174752/Making\\_Sense\\_of\\_the\\_Selfie\\_Digital\\_Image\\_Making\\_and\\_Image\\_Sharing\\_in\\_Social\\_Media](https://www.academia.edu/20174752/Making_Sense_of_the_Selfie_Digital_Image_Making_and_Image_Sharing_in_Social_Media) (07.12.2021).

» 39 *Selfiecity*, <http://selfiecity.net/#> (07.12.2021).

» 40 Tifentale, *Making sense...*, .

» 41 Nadav Hochman, *Imagined Data Communities*, 3, [http://d25rsf93iwlmgmu.cloudfront.net/downloads/Nadav\\_Hochman\\_selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmgmu.cloudfront.net/downloads/Nadav_Hochman_selfiecity.pdf) (04.02.2022).

» 42 Our Main Findings, <http://selfiecity.net/selfieexploratory/> (07.12.2021).

kobiety (najmniej w Bangkoku – 55,2%, a najwięcej w Moskwie – 82%). Kobiety również przybierają najbardziej ekstremalne pozy<sup>43</sup>. Ustalono, że ten rodzaj zdjęć zwykle wykonują ludzie młodzi (średnia wieku wszystkich autorów to 23,7 lat). Najmłodszymi wśród nich byli mieszkańcy Bangkoku (średnio 21 lat), a najstarszymi mieszkańcy Nowego Jorku (25,3 lat)<sup>44</sup>. Najwięcej uśmiechniętych osób było w Bangkoku i São Paulo, a najmniej w Moskwie<sup>45</sup>.

Na stronie internetowej projektu Selfiecity.net można znaleźć pełne opisy efektów badań w postaci interaktywnych wizualizacji opartych na komputerowych analizach ich treści według zadanych kryteriów, a także zobaczyć każde z 3200 zdjęć. Połączenie interaktywnych wizualizacji z bazą obrazów pozwala wnikać w szczegółowe rezultaty badań oraz poddać je ewentualnej weryfikacji. Stanowi to jeden z pierwszych przykładów nowej formy prezentacji badań humanistycznych, w której jej głównym elementem nie jest tekst, lecz obraz. Interaktywna forma multimedialnych publikacji badań naukowych zbliża ją do działań artystycznych, do multimedialnych instalacji interaktywnych.

Fenomen *selfie* stał się też jednym z przedmiotów wcześniejszego antropologicznego projektu badawczego „Why We Post” podjętego w roku 2012 przez międzynarodową grupę dziewięciu badaczy. Badano w nim odwrotny wobec projektu „Selfiecity” aspekt związany z mediami społecznościowymi, czyli jak krąg kulturowo-geograficzny odbija się w formach korzystania z mediów społecznościowych oraz jakim funkcjom one służą. Badania nad mediami społecznościowymi prowadzono w dziewięciu miejscach na świecie: w Brazylii, Chile, w rejonach przemysłowych i rolniczych Chin, w Anglii, Indiach, Włoszech, Trynidadzie i w Turcji<sup>46</sup>. Realizacja projektu nie ograniczała się jedynie do analiz *selfies* umieszczonych w sieciach społecznościowych. Analizowano również inne rodzaje zdjęć tam publikowanych ujawniających prywatną codzienność, a także autokomentarze części ich autorów uzyskane w wywiadach środowiskowych.

Najbardziej ogólne rezultaty badań zostały przedstawione w postaci piętnastu *Discoveries* (Odkryć), opublikowanych na stronie internetowej projektu<sup>47</sup>. Jednym z ogólnych wniosków było stwierdzenie

» 43 Our Main Findings, <http://selfiecity.net/selfieexploratory/> (07.12.2021).

» 44 Our Main Findings, <http://selfiecity.net/selfieexploratory/> (07.12.2021).

» 45 Our Main Findings, <http://selfiecity.net/selfieexploratory/> (07.12.2021).

» 46 „Why We Post – taking anthropology to the world,” *Anthropology News* 2016, T. 57, nr 9, 44-47; [https://www.researchgate.net/publication/316653022\\_Why\\_We\\_Post\\_-\\_Taking\\_Anthropology\\_to\\_the\\_World](https://www.researchgate.net/publication/316653022_Why_We_Post_-_Taking_Anthropology_to_the_World), (08.12.2021).

» 47 *Discoveries*, w: *Why We Post*, <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries> (08.12.2021).

nie różnorodności *selfies*, które mają „różne zastosowania w różnych społeczeństwach”<sup>48</sup>. Aspekt ten podkreślono w Odkryciu 8.:

Media społecznościowe nie ujednolicają świata. Jednym z głównych odkryć naszego projektu jest to, że ludzie na całym świecie znajdują sposoby, aby media społecznościowe służyły lokalnym celom. Media społecznościowe to nowy sposób wyrażania różnic kulturowych, a nie technologia, która uczyniła świat bardziej jednorodnym<sup>49</sup>.

Z badań wynika także ogólna zmiana, do jakiej przyczyniły się sieci społecznościowe zdominowane obrazami w codziennej, wernakularnej komunikacji społecznej: „Odkrycie 7. Kiedyś po prostu rozmawialiśmy, teraz rozmawiamy o zdjęciach. Media społecznościowe zmieniły komunikację między ludźmi w kierunku wizualnym kosztem tekstu i głosu. Teraz zdjęcie może stać się sednem naszej rozmowy”<sup>50</sup>.

Szczegółowe efekty badań prowadzonych w trakcie realizacji projektu „Why We Post” zostały przedstawione także w jedenastu naukowych publikacjach dostępnych *online* na licencji Creative Commons<sup>51</sup>.

Badania treści i formy zdjęć umieszczanych w sieciach społecznościowych wykazały, że wbrew procesom globalizacyjnym są one znacznie bardziej zróżnicowane, niż mogłoby to się wydawać. To, co jest fotografowane i jak jest fotografowane, technika fotografowania, rozumienie i wykorzystywanie fotografii w sieci wciąż pozostają „pod silnym wpływem wartości społecznych, kulturowych i estetycznych danej lokalizacji geograficznej lub grupy demograficznej”<sup>52</sup>.

Masowy i szerokokulturowy charakter fotografii cyfrowej dostępnej przez Internet kieruje uwagę badaczy na analizę i opis zjawisk z perspektywy socjologicznej, kulturoznawczej czy antropologicznej. W mniejszym stopniu skupiają się na mniej masowych zjawiskach, jak obecność fotografii cyfrowej w praktykach artystycz-

---

» 48 „What is social media?” w: *Why We Post*, <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/about-us/what-is-social-media>, (08.12.2021).

» 49 Discovery 8. *Social media is not making the world more homogenous*, <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/8-social-media-is-not-making-the-world-more-homogenous> (08.12.2021).

» 50 Discovery 7. *We used to just talk now we talk photos*, <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/7-we-used-to-just-talk-now-we-talk-photos> (08.12.2021).

» 51 Wszystkie publikacje są dostępne: *Why We Post*, <https://www.uclpress.co.uk/collections/series-why-we-post> (08.12.2021).

» 52 Lev Manovich, *Instagram and Contemporary Image, 2015-2017* [autorska publikacja on-line], 25; <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image> (06.12.2021).

nych. Sprawia to, że we współczesnej literaturze dotyczącej fotografii w epoce cyfrowej występuje wyraźna dysproporcja między ilością i intensywnością badań nad kulturą popularną i kulturą artystyczną. •

## Bibliografia

A scientific meta-analysis and original research of the number of photos (06.04.2024), <https://photutorial.com/photos-statistics/> (14.02.2024).

About CCP, <https://ccp.arizona.edu/about/about-ccp> (15.06.2021).

Edosomwan, Simeon. Kalangot, Sitalaskshmi. Kouame, Doriane. Watson, Jonelle. Seymour, Tom. „The history of social media and its impact on business”. *The Journal of Applied Management & Entrepreneurship* 2011, Vol. 16, No 3, 82; [https://www.researchgate.net/publication/303216233\\_The\\_history\\_of\\_social\\_media\\_and\\_its\\_impact\\_on\\_business](https://www.researchgate.net/publication/303216233_The_history_of_social_media_and_its_impact_on_business) (10.12.2021).

Batchen, Geoffrey. *Vernacular photographs*. W: Geoffrey Batchen, „Each Wild Idea. Writing, Photography, History”. Cambridge–London, 2000.

Brewer, Nathan. „Your Engineering Heritage: Scanners and Computer Image Processing.” *Insight*. [ieeeeusa.org](https://insight.ieeeusa.org), <https://insight.ieeeusa.org/articles/your-engineering-heritage-scanners-and-computer-image-processing/> (13.04.2023).

Broz, Matic. How many pictures are there (2024): Statistics, trends, and forecasts, A scientific meta-analysis and original research of the number of photos (6.04.2024), <https://photutorial.com/photos-statistics/> (14.02.2024).

Bussard, Katherine. „Museums: United States”, w: *Encyclopedia of Twentieth-Century Photography*, ed. Lynne Warren, Vol. II, Nowy Jork–Londyn, 2006.

Collections, <https://www.icp.org/collections> (15.06.2021).

Cultural Analytics, <http://lab.softwarestudies.com/p/overview-slides-and-video-articles-why.html> (04.02.2022).

Dean, Brian. *Facebook User & Growth Statistics*, <https://backlinko.com/facebook-users> (14.02.2024).

Discoveries, w: *Why We Post*, <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries> (08.12.2021).

Discovery 7. *We used to just talk now we talk photos*, <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/7-we-used-to-just-talk-now-we-talk-photos> (08.12.2021).

Discovery 8. *Social media is not making the world more homogenous*, <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/discoveries/8-social-media-is-not-making-the-world-more-homogenous> (08.12.2021).

Ericsson Mobility Report 2011, 3, 5; <https://www.ericsson.com/4a98ba/assets/local/reports-papers/mobility-report/documents/2011/traffic-and-market-data-report-november-2011.pdf> (13.12.2021).

Ericsson Mobility Report 2013, 7; <https://www.ericsson.com/4a9840/assets/local/reports-papers/mobility-report/documents/2013/ericsson-mobility-report-november-2013.pdf> (13.12.2021).

Ericsson Mobility Report 2014, 2; <https://www.ericsson.com/49de8a/assets/local/reports-papers/mobility-report/documents/2014/ericsson-mobility-report-november-2014.pdf> (13.12.2021).

Evans, Benedict. The explosion of imaging, <https://www.benevans.com/benedictevans/2014/6/24/imaging> (11.12.2021).

Fotografische Sammlung, <https://www.museum-folkwang.de/de/ueber-uns/sammlung/fotografische-sammlung.html> (15.06.2021).

Hochman, Nadav. *Imagined Data Communities*, 3, [http://d25rsf93iwlmg.cloudfront.net/downloads/Nadav\\_Hochman\\_selfiecity.pdf](http://d25rsf93iwlmg.cloudfront.net/downloads/Nadav_Hochman_selfiecity.pdf) (04.02.2022).

Human Development Report 2001. *Making new technologies work for human development*. Nowy Jork, 2001, 5; [http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/262/hdr\\_2001\\_en.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/262/hdr_2001_en.pdf) (20.12.2021).

iPhone; <https://apple-history.com/iphone> (30.11.2021).

Larsen, Jonas; Sandbye, Mette. „Introduction: The New Face of Snapshot Photography,” w: *Digital Snaps. The New Face of Photography*, eds. Jonas Larsen, Mette Sandbye, Londyn-Nowy Jork, 2020.

Manovich, Lev. „100 Billion Data Rows per Second: Media Analytics in the Early 21st Century”. *International Journal of Communication* 2018, Vol. 12, 485; <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/6160> (06.12.2021).

Manovich, Lev. „How To Compare One Million Images?” *Manovich.net*, 2/40, <http://manovich.net/index.php/projects/how-to-compare> (15.02.2022).

Manovich, Lev. *Instagram and Contemporary Image, 2015–2017* [autorska publikacja online], 25; <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image> (06.12.2021).

Mansoor, Iqbal. *Facebook Revenue and Usage Statistics* (2022), <https://www.businessofapps.com/data/facebook-statistics/> (21.01.2022).

„Most popular social networks worldwide as of October 2021, ranked by number of active users”, <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (10.12.2021).

Our Main Findings, <https://selfiecity.net/#theory> (07.12.2021).

*Photographies*, <https://www.centrepompidou.fr/fr/collections/photographies> (15.06.2021).

*Photography*, <https://www.eastman.org/photography> (15.06.2021).

*Sammlung Fotografie*, <https://www.museum-ludwig.de/de/museum/sammlung/sammlung-fotografie.html> (15.06.2021).

„Selfie’ named by Oxford Dictionaries as word of 2013, <https://www.bbc.com/news/uk-24992393> (04.02.2022).

Selfiecity, <http://selfiecity.net/#> (07.12.2021).



Software Studies. „Cultural Analytics and Digital Humanities.” w: *Software Studies Initiative*, <http://lab.softwarestudies.com/2007/05/about-software-studies-ucsd.html> (07.12.2021).

*The history of the first digital cameras*, <https://www.digitalkameramuseum.de/en/history> (14.04.2022).

Tifentale, Alise. „Art of the Masses: From Kodak Brownie to Instagram.” *Networking Knowledge* 2015 Vol. 8, No. 6 Special Issue: „Be Your Selfie: Identity, Aesthetics and Power in Digital Self-Representation”, 3; <https://ojs.meccsa.org.uk/index.php/netknow/issue/view/50> (16.12.2021).

Tifentale, Alise. „Making Sense of the Selfie- Digital Image-Making and Image-Sharing in Social Media.” *Scriptus Manet* 2015, nr 1, 52; [https://www.academia.edu/20174752/Making\\_Sense\\_of\\_the\\_Selfie\\_Digital\\_Image\\_Making\\_and\\_Image\\_Sharing\\_in\\_Social\\_Media](https://www.academia.edu/20174752/Making_Sense_of_the_Selfie_Digital_Image_Making_and_Image_Sharing_in_Social_Media) (07.12.2021).

„What is social media?” w: *Why We Post*, <https://www.ucl.ac.uk/why-we-post/about-us/what-is-social-media> (08.12.2021).

„Why We Post – taking anthropology to the world.” *Anthropology News* 2016, T. 57, nr 9, 44-47; [https://www.researchgate.net/publication/316653022\\_Why\\_We\\_Post\\_-\\_Taking\\_Anthropology\\_to\\_the\\_World](https://www.researchgate.net/publication/316653022_Why_We_Post_-_Taking_Anthropology_to_the_World) (08.12.2021).

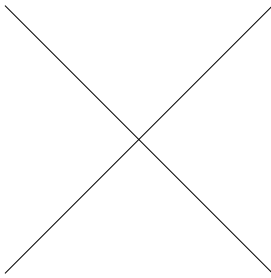
„Why We Post”, <https://www.uclpress.co.uk/collections/series-why-we-post> (08.12.2021).

#### x LECH LECHOWICZ

(ur. 1952) – dr, adiunkt, zajmuje się historią i teorią fotografii oraz relacjami występującymi między tradycyjnymi dyscyplinami artystycznymi, a fotografią, filmem, wideo, obrazami cyfrowymi. Autor wielu wystaw, katalogów oraz publikacji dotyczących tych problemów. W latach 1978–1996 kustosz Działu Fotografii i Technik Wizualnych w Muzeum Sztuki w Łodzi; obecnie niezależny kurator oraz wykładowca w Państwowej Wyższej Szkole Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej w Łodzi. Wybrane publikacje: *Fotoeseje. Teksty o fotografii polskiej*, Fundacja Archeologii Fotografii, Warszawa 2010, *Historia fotografii, część 1, 1838–1939*, Łódź 2012, *Grupa Zero-61 (1961–1969)*, Łódź 2016.

→

📄 <https://orcid.org/0000-0001-6388-792X>



Zeszyty Artystyczne  
nr 45 / 2024 / rok XXXIII

Redaktorka prowadząca  
Marianna Michałowska

Redaktorka naczelna  
Ewa Wójtowicz

Zespół redakcyjny  
Magdalena Kleszyńska  
Izabela Kowalczyk  
Justyna Ryzek  
Marta Smolińska

Sekretarzynie  
Karolina Rosiejka

Redaktor graficzny  
Bartosz Mamak

Korekta  
Joanna Fifielska, Filologos

Kontakt  
zeszyty.artystyczne@uap.edu.pl

ISSN 1232-6682

© Copyright by  
Uniwersytet Artystyczny  
im. Magdaleny Abakanowicz  
w Poznaniu 2024

Wersją pierwotną czasopisma  
jest wersja drukowana.

Nakład 150 egz.

Wydawca  
Uniwersytet Artystyczny  
im. Magdaleny Abakanowicz  
w Poznaniu

Wydział Edukacji Artystycznej  
i Kuratorstwa  
Aleje Marcinkowskiego 29  
60-967 Poznań 9

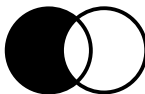
+48 61 855 25 21  
office@uap.edu.pl  
www.uap.edu.pl

Druk  
MJP Drukarnia Poterscy Sp. j.  
ul. Romana Maya 30  
61-371 Poznań

UAP | POZNAŃ



FOTOGRAFIA | UAP



WYDZIAŁ EDUKACJI  
ARTYSTYCZNEJ i KURATORSTWA



Dofinansowano ze środków  
Wydziału Fotografii

Zdjęcie na okładce  
Stefan Wojnecki, *Ku nirwanie*,  
2008

