

Instagram

Ročníková práce

Školní rok **2018/2019**

Autor: Adéla Kopáčková 9. B

Konzultant: Mgr. Darina Zouharová

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem ročníkovou práci zpracovala samostatně a použila jen prameny uvedené v seznamu literatury.

Ve Sloupě dne 27. 5. 2019

Adéla Kopáčková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí práce Mgr. Darině Zouharové, za ochotnou pomoc a cenné rady při vypracovávání ročníkové práce.

Obsah

Úvod	5
1.Základní informace	6
2.Historie a vývoj	7
3.Funkce.....	8
4. Jak fungují spolupráce.....	12
5. Nejvlivnější osoby Instagramu	15
6. 10 „nejlikovanějších“ fotek Instagramu	16
7. Závěr.....	17
8. Resumé	17
9. Seznam použité literatury	18
Z internetu:	18
10. Zdroje obrázků.....	18

Úvod

Instagram - nejpoužívanější sociální síť dnešní doby. Používají ji jak mladí lidé, tak starší osoby. Umožňuje sdílet vaše zážitky s kýmkoli, načerpat inspiraci a komunikovat s ostatními. Pro některé sociální síť, bez které se dokáží obejít, pro jiné součást jejich práce a zdroj financí. Spousta lidí si myslí, že nemá žádný smysl, pravděpodobně o ní moc neví, anebo si myslí, že je to jen pro dnešní mladou generaci.

Toto téma jsem si vybrala z více důvodů. Instagram je platforma dnešní doby, tudíž je mi velmi blízká a já sama jsem jejím uživatelem. Navíc si myslím, že ne všichni vědí, jak funguje a k čemu přesně slouží. Touto prací bych vám jej chtěla více představit, ukázat, co všechno Instagram umí, z čeho vznikl a jak se vyvíjel.



1. Základní informace

Tuto sociální síť vytvořili Kevin Systrom a Mike Krieger. Vydána byla 6. října roku 2010. V současné době patří pod Facebook, který jej odkoupil (2014). Jedná se o volně dostupnou aplikaci, která se vyskytuje jako mobilní aplikace, ale také jako internetová stránka. Aplikace je podporována platformou iOS pro Apple, Android a Windows Phone 8 a novější, na počítači je podporována na Windows a iOS. Existuje celkem ve 28 jazycích a jeho přístup je od 12 let.

Fotografie jsou čtvercového formátu jako odkaz na fotoaparáty značky Kodak a Polaroid. K jejich úpravě má Instagram několik funkcí. Existují také aplikace patřící pod Instagram (Layout from Instagram, Boomerang from Instagram, Hyperlapse from Instagram a nově také IGTV), které jsou zároveň jeho funkcemi.

Je také důležité zmínit, že tato sociální síť funguje pouze online. Aktualizace aplikace probíhá asi jednou do měsíce. Nutno poznamenat, že každá aktualizace nemusí být 100% zdařilá a spousta z těchto aktualizací si člověk ani nevšimne, jedná se totiž o systémové aktualizace. Umožňuje snadné sdílení fotografií na další sociální síť.

Denně se na Instagram přihlásí přes 400 milionů účtů a v České republice je zaregistrováno zhruba 1,5 milionu uživatelů, přičemž asi 54 % tvoří ženy (2017). V dnešní době má Instagram podle posledního odhadu investorů hodnotu 35 miliard dolarů (konec roku 2018).



2. Historie a vývoj

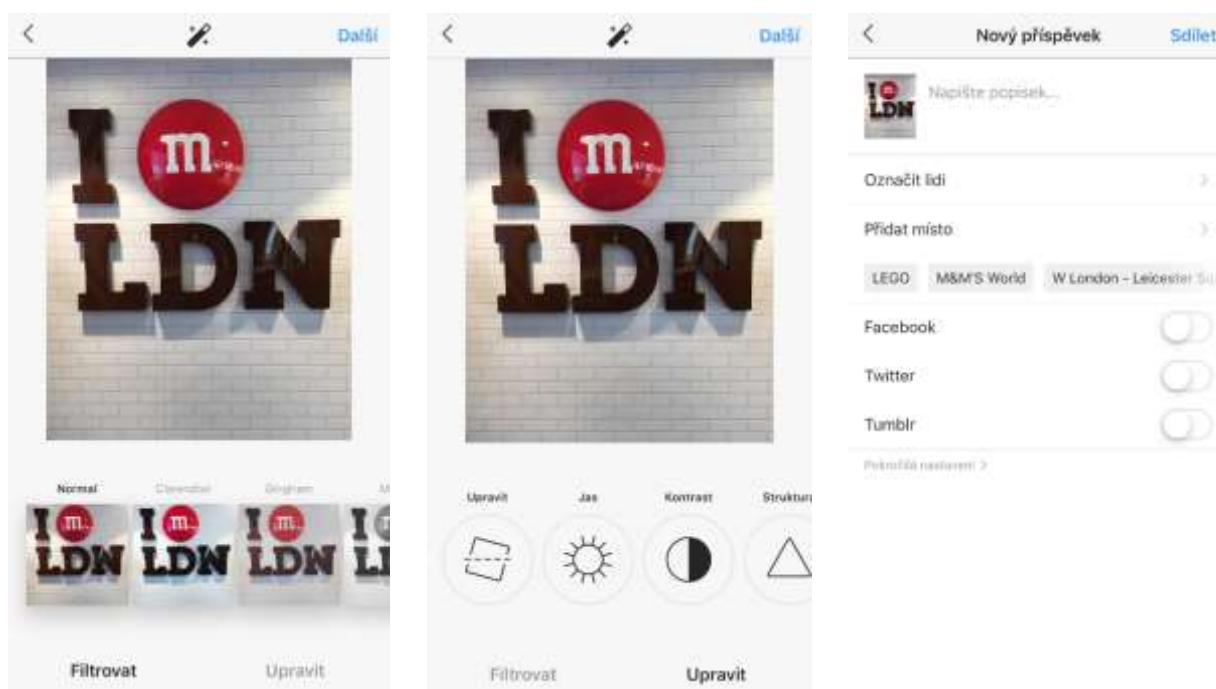
Projekt byl založen Kevinem Systromem a Mikem Kriegerem poté, co získali finanční prostředky. Původní projekt Burbn obsahoval řadu funkcí, nicméně po příchodu Mikea Kriegera se vývoj zaměřil pouze na mobilní fotografie, z čehož vznikl Instagram. Aplikace byla původně dostupná pouze v obchodě App Store společnosti Apple (6. 9. 2010), až o dva roky později byla dostupná i v Google Play společnosti Google (3. 4. 2012).

Aplikace si získala velikou oblibu. Za pouhých 11 měsíců měla 9 milionů uživatelů. Aplikace ze začátku umožňovala vyfotit fotku a tu ihned bez jakýchkoliv úprav umístit na svůj profil. V roce 2011 byla uvolněna verze 2.0. která umožňovala vkládat fotky z galerie, živé náhledy filtrů, okamžitou úpravu fotografií, ukládání fotografií ve vysokém rozlišení, možnost zapnout nebo vypnout okraje fotografie, možnost otáčet fotografií a novou ikonu aplikace, která byla inspirována Polaroidem. V roce 2013 ve verzi 5.0. přidal funkci Instagram Direct, která umožňuje posílat fotografie vybraným uživatelům nebo skupině uživatelů namísto veřejné viditelnosti. Poslední převratná aktualizace byla v roce 2016, kdy bylo změněno logo po vzoru iPhoneů, byla přidána funkce Stories, která umožňuje zobrazit video nebo fotku na 24 hodin a potom zmizí (Inspirováno Snapchatem).



3. Funkce

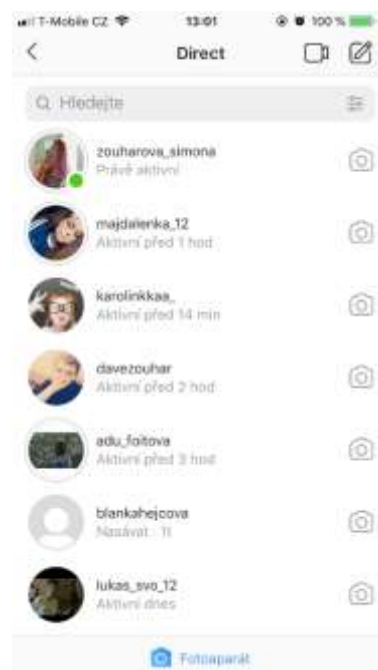
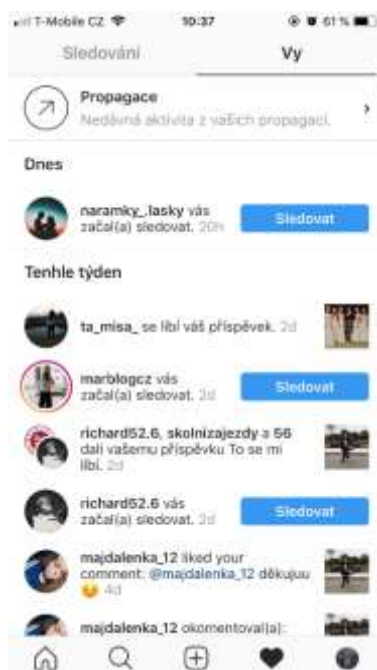
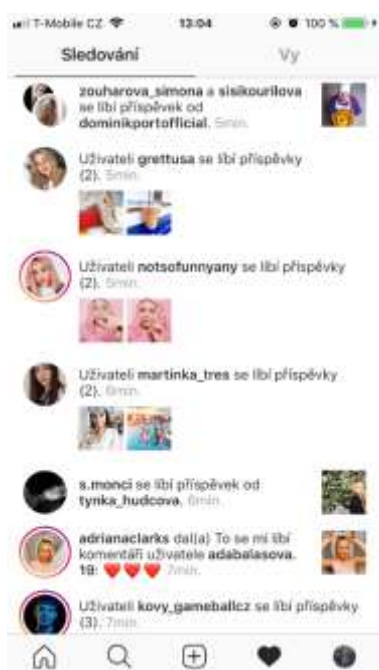
Instagram toho umí mnoho. Původní záměr byl pouze vyfotit fotografii a tu ihned bez jakýchkoliv úprav sdílet. Nyní můžeme vyfotit fotografii přímo přes Instagram, a nebo ji vložit z galerie. Dále máme k dispozici 24 filtrů a každý z nich si můžeme přizpůsobit dle potřeby. Fotografie lze také oříznout, zvýšit nebo snížit jas, kontrast, nastavit strukturu, teplotu, sytost barev, nastavit samotné barvy, vyblednutí, zvýraznit objekt nebo zvýraznit stíny, zaostřit objekt. Instagram umí dokonce sám připravit kombinaci filtrů, která by měla naši fotografii vylepšit. Na fotografii můžeme také označit naši lokalitu nebo ostatní profily. Vložit nebo natočit můžeme také video, které ovšem musí být dlouhé maximálně 1 minutu. Zveřejněný příspěvek, ať už náš, nebo někoho jiného, můžeme označit srdíčkem a tím vyjádřit, že se nám líbí, okomentovat ho, sdílet ho, anebo si jej uložit do složky na Instagramu.



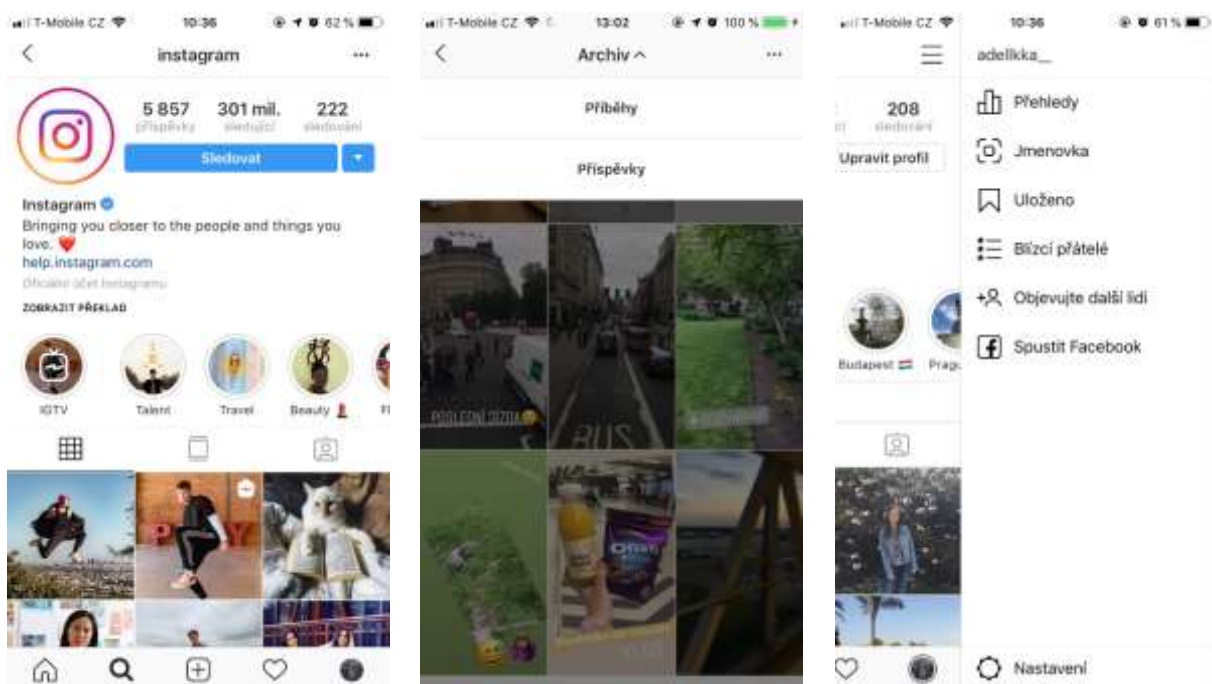
Další funkcí jsou stories, nebo jinak řečeno instastories. Tam můžeme vkládat například fotky nebo videa, ty ovšem musí mít maximálně 30 sekund. I stories mají několik funkcí. Můžeme napsat jen příspěvek s textem, dále k fotce nebo videu přidat hudbu, kdy si lze vybrat z celé písničky jakýkoli 30sekundový kousek. Dá se také vysílat živě, nebo vložit boomerang, což je pětisekundové video, které se neustále opakuje tam a zpátky jako bumerang. Použít můžeme také superzoom, který nám daný objekt přiblíží a přidá specifickou hudbu. Užitečnou funkcí je také zaostření, které zaostří tvář a rozmaže pozadí. Vtipně bude působit natočené video, které se bude přehrávat pozpátku. Všechno tohle ještě máme možnost doplnit samolepkami, filtry, různými anketami a údaji o čase, teplotě, lokalitě. Můžeme také někoho označit, přidat hashtag, dodatečně vložit fotografii a napsat text jak ručně, tak na klávesnici, a to v celé barevné škále. Jako poslední krok se můžeme rozhodnout, jestli výslednou fotografii chceme poslat jen někomu, dát to veřejně, tedy pro všechny, nebo jen pro vybranou skupinku přátel. Tento příspěvek po 24 hodinách zmizí. Pokud si jej někdo neuloží, je k dohledání pouze na profilu autora, kde bude uchovaný rok, poté zmizí.



Dále je na Instagramu funkce Direct, v níž si lze s kýmkoli chatovat, posílat videa, fotografie, samolepky, hlasové zprávy a giphy. V ikonce lupy se nám na první straně zobrazí příspěvky, které by se nám na základě toho, co „likujeme“ měly líbit. Nad tím jsou umístěny některé filtry, podle kterých se pak zobrazují příspěvky. Úplně nahoře se nachází řádek s lupou, kde si můžeme jakýkoli profil vyhledat. Na dolní kartě se dále nachází ikona srdíčka. Když na ně klikneme, zobrazí se nám, kdo a kdy nám jaký příspěvek „liknul“, kdo nás začal sledovat, a případně nám i zobrazí naše vzpomínky/příspěvky, které jsme dříve zveřejnili ve stejný den. Když vlevo nahoře překlikneme na sledování, zobrazí nám, co a kdy „likovali“ ti, které sledujeme.



Jako poslední se na dolní kartě nachází náš profil s naší profilovou fotkou. Po kliknutí na ni se nám zobrazí náš profil. Nahoře uvidíme, kolik máme zveřejněných příspěvků, kolik lidí nás sleduje a kolik lidí sledujeme my. Na levé straně vedle toho je naše profilová fotka s naším jménem a pod tím je prostor, kam si můžeme něco napsat, například informace o nás. Pod tímto vším jsou složky se stories, které si můžeme sami uložit, a pod nimi už vidíme naše příspěvky. Můžeme si vybrat, jestli chceme vidět vždy tři vedle sebe nebo jet po jednom dolů. Vpravo uvidíme fotky, na kterých jsme byli označeni. V horní liště nalevo je archiv jak našich archivovaných fotek, tak instastories. A napravo se nachází panel s další nabídkou, jako jsou přehledy o našem profilu, složky s uloženými příspěvky, všichni naši blízcí přátelé, které jsme si tam přidali, objevování dalších lidí, Facebook a úplně dole pod tímto vším najdeme složku nastavení. Náš profil je všem veřejný, existuje ale také možnost si nastavit soukromý profil, což znamená, že ostatní nevidí naše příspěvky. Pokud nás chtějí sledovat, tak se nám tím automaticky zašle formulář o potvrzení a my se můžeme rozhodnout, zda chceme, aby nás daný profil sledoval, či nikoliv.



4. Jak fungují spolupráce

V dnešní době se můžeme najít obživu i na sociálních sítích, a to platí i pro Instagram. Na této sociální síti si můžeme vydělat poměrně dost peněz, ráda bych vám objasnila, jak to tedy celé funguje a co je k tomu potřeba.

Pro začátek potřebujeme mít svůj profil. Je důležité si rozhodnout, do jaké kategorie bychom se zařadili a čemu se na profilu chceme věnovat. Můžeme mít profil zaměřený na kosmetiku, lifestyle, vaření, hudbu, cestování, současně má profil i hodně maminek (v poslední době i pár tatínek), kde ostatním sdílí různé rady. Možností je celá řada, takže je rozhodně z čeho vybírat.

Dále potřebujeme nějaké sledující, které potřebujeme nějak nalákat na svůj profil. Způsobů, jak je získat, je opět mnoho. Základem je přidávat pravidelně příspěvky, věnovat se sledujícím a být takoví, jací opravdu jsme. Někdo si potrpí na sladěný feed (úvodní stránka profilu), jiný má raději fotky, které mají nějaký příběh a na feed nehrají. Co si zvolíme, je čistě na nás.

Můžeme naše příspěvky také upravovat, a to za pomoci již zmíněných funkcí, nebo pomocí jakékoli jiné aplikace. Aby náš feed vypadal alespoň trochu uceleně, je dobré používat podobné odstíny, filtry a snažit se fotky k sobě sladit, jelikož to vypadá lépe a člověka to na první pohled více zaujme. Je také skvělé uspořádat soutěž o nějaký produkt (nejlépe spojený s našim profilem) který sami vybereme a zakoupíme. Jako podmínku pro zapojení do soutěže dáme například sledovat náš profil, sdílet, „olikovat“, označit v komentářích někoho, s kým bychom si výhru rozdělili atd.

Dejme tomu, že teď už nějakou dobu máme náš profil, pravidelně přidáváme příspěvky, jsme aktivní, komunikujeme s našimi sledujícími a počet sledujících stále stoupá a chtěli bychom navázat nějakou spolupráci s firmou, ale nikdo nás zatím neoslovil. Je důležité se nebát a sami si o ni napsat. Také nesmíme nic podcenit, podívat se, co daná firma poskytuje za produkty, zda s někým jiným už spolupráci má, a pak jim jen napsat. Napíšeme jim e-mail, že bychom měli zájem o spolupráci s nimi, zda máme zájem o dlouhodobou spolupráci či jednorázovou, jestli ve formě barteru (zašlou nám produkty, vyzkoušíme je, napíšeme na základě toho recenzi a

daný produkt si pak můžeme nechat) nebo spolupráci finanční (zašlou nám produkt nebo si jej sami koupíme, my jej vyzkoušíme, napíšeme recenzi, a oni nám zašlou na základě toho honorář, na kterém jsme se domluvili). Určitě je dobré zeptat se na slevový kód na jejich e-shop nebo požádat o produkt do soutěže pro naše sledující. Tím opět přilákáme sledující a zároveň se jim alespoň trochu odvděčíme za to, že nás sledují. Pokud nám daná firma odpoví záporně, nevadí, můžeme to zkusit jindy, oslovit jinou firmu nebo nás do té doby nějaká firma osloví sama. Pokud souhlasí a chtějí s námi spolupracovat, můžeme být rádi a domluvit se s nimi, co dál a jak to bude probíhat.



Placené partnerství



Spolupráce ve formě barteru

Postupem času nám firmy začnou psát samy, nebo je budeme oslovovat my. Je ale důležité nezapomenout označovat reklamy. Přiznat spolupráci, protože v dnešní době spousta lidí neoznačuje reklamy a tváří se, že za to nic nemají, nebo že si produkt sami koupili. Na podporu označování agentura Elite Bloggers (agentura starající se o influencers) vyhláší pravidelně v září Měsíc transparentnosti a bojuje za označování spolupráce.

Trendem se také stává kupování si sledujících, což ovšem není nic dobrého. Člověk tak podvádí firmy, sledující a i sebe. Je důležité si najít prioritu, nebrat každou spolupráci, kterou nám nabídnou, umět odmítnout, pokud nemáme zájem, a vybrat si, o co opravdu stojíme a co by se nám a našim sledujícím líbilo. Musíme také myslet na to, že některé firmy jsou podvodné a nenaletět jim, opravdu si ověřit, co je a co není fake, a nenechat se unést vidinou peněz nebo zisku věcí. Zůstat sám sebou a prezentovat se tak, jak opravdu chceme, je velmi důležité, nelze stavět na přetvářce. K ničemu to nevede. Spousta sledujících to odhalí a můžeme tak o hodně z nich přijít, což nechceme.



5. Nejvlivnější osoby Instagramu

Mezi nejvlivnější osoby českého Instagramu patří množství Youtuberů, jako jsou Anna Šulc, Jirka Král (bývalý Youtuber), Kovy - Karel Kovář, Jmenuji se Martin - Martin Carev, Teri - Tereza Hodanová (bývala Youtuberka). Všichni tito již zmínění Youtubeři/ bývalí Youtubeři se řadí do věkové kategorie od 17 - 20 let, což znamená, že tito lidé ovlivňují zejména dnešní generaci. V žebříčku se umístily také známé osobnosti jako je Leoš Mareš, Dara Rolins, Petr Čech a Zuzka Light. Tito lidé jsou o poznání starší a mají dopad na vyšší věkovou kategorii, než je ta moje. Na prvním místě se umístila Shopaholic Nicol, která je také Youtuberka a ovlivňuje zejména dnešní generaci.



6. 10 „nejlikovanějších“ fotek Instagramu

10. Cristian Ronaldo v porodnici - 11,4 milion liků
9. Kylie s malou Stormi Webster v halloweenském kostýmu – 11,8 milionů liků
8. Cristiano Ronaldo a jeho přestup do Juventusu – 12,2 milionů liků
7. Stormi Webster potřetí – 12,2 milionů liků
6. Poslední fotka rappera Xxxtentaciona – 12,6 milionů liků
5. Pocta Macu Millerovi – 12,8 milionů liků
4. Stormi Webster a její druhá instagramová fotka – 13 milionů liků
3. Zásnuby Hailey Baldwin a Justina Biebera – 13,3 milionů liků
2. Stormi Webster a její první fotka v životě – 18 milionů liků
1. Vejce – 53,3 milionu liků

Mezi deseti „nejlikovanějšími“ fotkami má Kylie Jenner 4 fotky a všechny jsou s její dcerou. „Nejlikovanější“ fotkou Instagramu je obyčejné vejce.



7. Závěr

Touto ročníkovou prací jsem vám chtěla představit Instagram. Ukázat vám jeho funkce, přiblížit tolik diskutované téma spoluprací na Instagramu, ukázat, k čemu je vlastně dobrý. Pokusila jsem se vysvětlit, co nás na něm tolik baví a proč je pro většinu lidí v dnešní době nepostradatelný. Budu věřit, že vás alespoň něco zaujalo, dozvěděli jste se něco nového, a třeba jste dokonce také objevili „kouzlo“ Instagramu.

8. Resume

In my course work I presented to you the Instagram. We mentioned some elementary informations, a little bit about its development, we introduced to almost all its functions, it have. We touched also last time very discussed topic of cooperation on the Instagram and after that we presented most influential persons of the Czech Instagram.

Finally we have shown ten most liked photos all over the World.

I hope at least something was interresting for you, you got something new and maybe you discovered a „miracle“ of the Instagram.

9. Seznam použité literatury

KAWASAKI, Guy a Peg FITZPATRICK. *Umění sociálních médií: silné tipy pro silné uživatele*. Přeložil Marek ČTRNÁCT. Tetčice: Impossible, [2017]. ISBN 978-80-87673-30-0.

Z internetu:

<https://cs.wikipedia.org/wiki/Instagram>

<https://www.evropa2.cz/clanky/zabava/instagram-pokoril-novy-rekord-kolik-lidi-se-na-nej-denne-prihlasi-1209785>

<https://pcworld.cz/novinky/facebook-koupil-instagram-za-miliardu-dolaru-ten-ma-nyni-hodnotu-35-miliard-47937>

10. Zdroje obrázků

Instax

<https://www.walmart.com/ip/Fujifilm-Instax-Mini-7S-Instant-Camera-with-10-pack-film-White/20512790>

Aplikace Instagramu

<https://news.softpedia.com/news/instagram-redesigns-icon-and-apps-on-ios-and-android-503958.shtml>

obrázky Instagramu

<https://cz.pinterest.com/>

Fotografie použity pro lepší představu rozložení Instagramu jsou snímkem obrazovky vytvořeny mnou, některé pocházejí z mého profilu, jiné z profilů dalších veřejně známých osobností.