

ΚΑΤΑΚΛΥΣΜΟΣ

Γράφει ο Γιώργος Καζάζης



Δίγνη ιστορία :

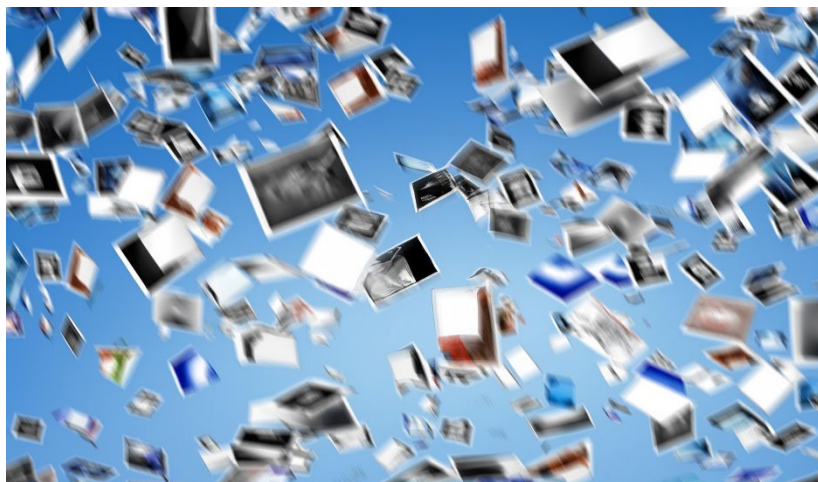
Η φωτογραφία αποδόθηκε «ελεύθερη στο κόσμο», από την Γαλλική Κυβέρνηση (αφού εγκρίθηκε η ανακάλυψή της από τη Γαλλική Ακαδημία Επιστημών) στις 19 Αυγούστου 1839. Οφείλουμε πολλά στους τέσσερες πατέρες της, που μνημονεύονται πρωτίστως, Νιέρσε, Daguerre, Talbot, Eastman καθώς και στον (για πάρα πολλούς αδικημένο) Hippolyte Bayard. Φυσικά στη ροή των αιώνων πολλοί είχαν βάλει το λιθαράκι τους στην ανακάλυψη αυτής της (θεωρούμενης από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα, κυρίως λόγω των προσπαθειών του Alfred Stieglitz) τέχνης.

Η διάδοσή της ήταν ραγδαία. Μέχρι το 1849 υπολογίζεται ότι είχαν φωτογραφηθεί 100.000 πορτραίτα, κυρίως λόγω της «ευκολίας» για αυτό το είδος φωτογραφίας (παρά τα πολλά λεπτά ακινησίας για μια λήψη) καθώς και της μεγάλης επιθυμίας των ανθρώπων να διατηρήσουν τη μορφή τους στο χρόνο. Από το 1888 περίπου και χάρις στον George Eastman (Kodak) η φωτογραφία απογειώθηκε και έγινε κτήμα εκατομμυρίων ανθρώπων σε κάθε περιοχή της γης. Το περίφημο «You press the button. We do the rest» θεωρείται και σήμερα από τα πιο πετυχημένα επιχειρηματικά/προωθητικά σλόγκαν. Η (φωτογραφική) ζωή συνεχιζόταν και -λογικά- θα συνεχίζεται με συνεχείς τεχνολογικές ανακαλύψεις και προσθήκες στις φωτογραφικές μηχανές, που ξεκίνησαν και παραμένουν (στη βασική τους αρχή που είναι η διαχείριση του φωτός) σαν το ιστορικό σκοτεινό δωμάτιο (camera obscura).

Όσπου, το 1973 επιδείχθηκε από τους Τζον Φ. Μίτσελ και Μάρτιν Κούπερ, της Motorola, το πρώτο φορητό κινητό τηλέφωνο το οποίο ζύγιζε περίπου 2 κιλά.

Είχε προηγηθεί στο δωμάτιο 3420, στο Πανεπιστήμιο της Καλιφόρνια, στις 29 Οκτωβρίου 1969, η πρώτη σύνδεση στο Διαδίκτυο και εστάλη το πρώτο μήνυμα με μόλις δύο γράμματα.

Και οι δύο αυτές ανακαλύψεις σε πολύ σύντομο διάστημα, γιγαντώθηκαν τεχνολογικά και πληθυσμιακά και αποτέλεσαν τη βάση αυτών που σήμερα ονομάζουμε social media.



Στατιστικά :

Η τρομακτική εξέλιξη κυρίως των δύο παραπάνω ανακαλύψεων (σε συνδυασμό με την πληθώρα των φωτογραφικών μηχανών)) είχε σαν επακόλουθο τον ... κατακλυσμό των φωτογραφιών. Ιδιαίτερα από τη πρώτη δεκαετία του 21^{ου} αιώνα οι αριθμοί έχουν γίνει terratώδεις :

- **Πόσες φωτογραφίες βγαίνουν κάθε χρόνο;**

1,71 τρισεκατομμύρια φωτογραφίες λαμβάνονται παγκοσμίως κάθε χρόνο, που ισοδυναμεί με 57.000 ανά δευτερόλεπτο, ή 5,0 δισεκατομμύρια την ημέρα.

Μέχρι το 2030, περίπου 2,3 τρισεκατομμύρια φωτογραφίες θα λαμβάνονται κάθε χρόνο.

1,2 τρισεκατομμύρια λήφθηκαν παγκοσμίως το 2021 και 1,72 τρισεκατομμύρια το 2022 .Η παγκόσμια πανδημία μείωσε τον αριθμό των εικόνων που τραβήχτηκαν κατά 25% το 2020 και κατά 20% το 2021.

- **Πόσες φωτογραφίες βγαίνουν κάθε μέρα;**

Ο μέσος άνθρωπος βγάζει 20 φωτογραφίες την ημέρα. Αυτός ο αριθμός είναι υψηλότερος στους νεότερους και χαμηλότερος στους ηλικιωμένους.

4,7 δισεκατομμύρια φωτογραφίες λαμβάνονται καθημερινά σε όλο τον κόσμο συνολικά.

- **Πόσες φωτογραφίες υπάρχουν στο διαδίκτυο;**

750 δισεκατομμύρια βρίσκονται στο Διαδίκτυο , που είναι μόνο το 6% του συνόλου των φωτογραφιών που τραβήχτηκαν ποτέ, καθώς οι περισσότερες από τις φωτογραφίες που τραβάμε δεν κοινοποιούνται ποτέ.

- **Πόσες φωτογραφίες υπάρχουν στο Google Images;**

Υπάρχουν 136 δισεκατομμύρια φωτογραφίες στο Google Images .

Μέχρι το 2030, θα υπάρχουν 382 δισεκατομμύρια εικόνες στο Google Images.

- **Πόσες φωτογραφίες έχει ο μέσος άνθρωπος στο τηλέφωνό του;**

Ο μέσος χρήστης έχει περίπου 2.100 φωτογραφίες στο smartphone του το 2023.

Οι χρήστες smartphone iOS έχουν περίπου 2.400 φωτογραφίες στα τηλέφωνα τους, ενώ οι χρήστες Android έχουν περίπου 1.900 φωτογραφίες στα τηλέφωνα τους.

- **Άλλα στατιστικά φωτογραφιών**

12,4 τρισεκατομμύρια φωτογραφίες έχουν τραβηχτεί σε όλη την ιστορία. Μέχρι το 2030, ο αριθμός αυτός θα αυξηθεί στα 28,6 τρις.

Ενδεικτικά 1,3 δισεκατομμύρια εικόνες μοιράζονται καθημερινά στο Instagram (σ.σ. τείνει να είναι η κατεξοχήν φωτογραφική εφαρμογή), με περίπου 100 εκατομμύρια σε αναρτήσεις και πάνω από 1 δισεκατομμύριο σε ιστορίες και συνομιλίες.

Το 92,5% των φωτογραφιών λαμβάνονται με smartphone και μόνο το 7% με κάμερες. (σ.σ.: !!!!).

- **Πόσες φωτογραφίες λαμβάνονται κάθε χρόνο;**

Το 2023, οι άνθρωποι βγάζουν έως και 54.000 φωτογραφίες κάθε δευτερόλεπτο, που αντιστοιχούν σε 1,71 τρισεκατομμύρια το χρόνο.

Φωτογραφίες που τραβήχτηκαν ανά: Αριθμός φωτογραφιών:

Δευτερόλεπτο	54.400
Λεπτό	3,3 εκατ.
Ώρα	196 εκατ.
Ημέρα	4,7 δις
Εβδομάδα	32,9 δις
Μήνα	143 δις
Έτος	1,71 τρις

- **Πόσες φωτογραφίες υπάρχουν στον κόσμο;**

Υπάρχουν περίπου 12,4 τρισεκατομμύρια φωτογραφίες στον κόσμο. Αυτός ο αριθμός λαμβάνει υπόψη κάθε φωτογραφία που τραβήχτηκε από τότε που τραβήχτηκε η πρώτη φωτογραφία από τον Joseph Nicéphore Niépce το 1826 .

Σύμφωνα με τις τελευταίες εκτιμήσεις , άλλα 1,71 τρισεκατομμύρια φωτογραφίες λαμβάνονται κάθε χρόνο, επομένως ο συνολικός αριθμός αυξάνεται κατά 10–14% κάθε χρόνο. Μέχρι το 2030, ο κόσμος θα έχει τραβήξει 28,6 τρισεκατομμύρια φωτογραφίες, υπερδιπλασιάζοντας τον σημερινό αριθμό.

Ενώ οι επαγγελματίες εξακολουθούν να φωτογραφίζουν με κάμερες με εναλλάξιμους φακούς , οι περισσότερες φωτογραφίες λαμβάνονται με smartphones. Οι κύριοι λόγοι για την ευρεία υιοθέτηση των smartphones στη φωτογραφία είναι η πανταχού παρουσία τους, η βελτίωση, η τιμή και η ευκολία χρήσης τους.

Φυσικά, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι περισσότερες φωτογραφίες που τραβήχτηκαν με smartphone είναι selfies, φωτογραφίες φαγητού και διάφορα στιγμιότυπα.

Αυτές δεν πρέπει να συγχέονται με τις επαγγελματιές και καλλιτεχνικές φωτογραφίες, οι οποίες αντιπροσωπεύουν μόνο ένα μικρό μέρος των φωτογραφιών που λαμβάνονται στις μέρες μας.

πηγή : <https://photutorial.com/photos-statistics/>

(\approx : οι τιμές είναι κατά προσέγγιση).

Social Media:

Η έκρηξη αυτή της παραγωγής φωτογραφιών, οδήγησε μαθηματικά στην αύξηση των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που τις φιλοξενούν. Έτσι :

Υπάρχουν περίπου 4.74 δις ενεργοί χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παγκοσμίως.

Σχεδόν 59.3% του παγκόσμιου πληθυσμού χρησιμοποιεί τουλάχιστον μία πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης.

Το 2022 ο μέσος άνθρωπος ξόδεψε 2 ώρες και 27 λεπτά στα Social Media καθημερινά. (ο μεγαλύτερος μέσος χρόνος/ημέρα ήταν στη Νιγηρία με 4 ώρες και 7 λεπτά. Στην Ιαπωνία ο μέσος χρόνος/ημέρα ήταν 51 λεπτά).

Σχεδόν 4.08 δισεκατομμύρια χρήστες χρησιμοποιούν κινητά τηλέφωνα.

Το Facebook είναι το πιο ευρέως χρησιμοποιούμενο κοινωνικό κανάλι με 2.96 δις ενεργούς χρήστες.

Το πιο «φωτογραφικό» Instagram έχει 1.28 δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες. (Facebook & Instagram ανήκουν στην ίδια εταιρεία, τη «Meta»).

Το μέγεθος της αγοράς μάρκετινγκ επιρροής υπολογίζεται να αυξηθεί \$ 17.4 δις στο 2023.

46% των χρηστών των Social Media είναι γυναίκες, ενώ 54% είναι άνδρες.

(πηγή : <https://www.websiterating.com/el/research/social-media-statistics-facts/#social-media-statistics>)

Περιβαλλοντολογικό αποτύπωμα:

Πριν περάσουμε σε κάποιες σκέψεις για αυτόν τον κατακλυσμό, αξίζει να δούμε πολύ συνοπτικά το περιβαλλοντολογικό αποτύπωμα που αφήνουν στη διαδρομή τους, αυτά τα τρις και αυτά τα terra των φωτογραφιών, που τραβάμε, μοιραζόμαστε, αποθηκεύουμε, βλέπουμε και τα οποία απαιτούν σημαντικά ποσά ενέργειας. Η χρήση συνεπώς των Social Media συμβάλλει στην κλιματική κρίση.

Η πλειονότητα της ηλεκτρικής ενέργειας, για να εξυπηρετηθούν και να λειτουργήσουν τα Social Media (από την κατασκευή ενός κινητού τηλεφώνου έως τους Server που αποθηκεύονται όλα τα Data μας και η συνεπακόλουθη χρήση τους) εξακολουθεί να προέρχεται από άνθρακα, πετρέλαιο και φυσικό αέριο, ουσίες που, όταν καίγονται, απελευθερώνουν αέρια που παγιδεύουν τη θερμότητα και θερμαίνουν τον πλανήτη.

Με πηγή : <https://greenspector.com/> παραθέτουμε παρακάτω τα social media και το αποτύπωμα άνθρακα που αφήνουν ανά λεπτό χρήσης τους:

Πλατφόρμα	gCO2 ανά λεπτό
• YouTube	0,46
• Twitter	0,60
• LinkedIn	0,71
• Facebook	0,79
• Snapchat	0,87
• Instagram	1.05
• Pinterest	1.30
• Reddit	2.48
• Tik Tok	2.63

Για παράδειγμα : 145 λεπτά στο TikTok κάθε μέρα για ένα χρόνο προκαλούν σχεδόν 140 κιλά εκπομπών άνθρακα, κάτι που θα ήταν σαν να οδηγούμε ένα τυπικό αυτοκίνητο για περισσότερο από 563 χιλιόμετρα. Και αυτό από έναν μόνο χρήστη από τους περίπου 1 δις ενεργούς χρήστες του.

Το κόστος του άνθρακα μπορεί να είναι απλώς ένας ακόμη (σοβαρός) λόγος για να προσέχουμε τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Αν θέλουμε να μετρήσουμε τι αποτύπωμα άνθρακα αφήνουμε χρησιμοποιώντας (ατομικά) τα social media, μπορούμε να χρησιμοποιούμε την παρακάτω αριθμομηχανή άνθρακα του ιστότοπου Compare the Market .

<https://www.comparethemarket.com.au/energy/features/social-carbon-footprint-calculator/>

Τα καλά νέα είναι ότι πολλές πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει κόμβοι πληροφοριών για το κλίμα.

Οι υποστηρικτές του περιβάλλοντος και οι διοργανωτές χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να μοιραστούν βασικές περιβαλλοντικές πληροφορίες και να βοηθήσουν τους ανθρώπους να αναλάβουν δράση για το κλίμα και να πιέζουν για το μόνο τρόπο που υπάρχει για να βελτιωθεί η κατάσταση :

Οι χώρες να καταργήσουν σταδιακά τα ορυκτά καύσιμα και επενδύσουν σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.

Βλάπτει το πολύ?

Αυτή η υπερ-πληθώρα παραγωγής φωτογραφιών είναι ένα θέμα, που έχει προκαλέσει συζητήσεις για το πόσο επηρεάζει τη τέχνη της φωτογραφίας. Φυσικά οι απόψεις είναι υποκειμενικές και σίγουρα υπάρχουν περισσότερες από τις παρακάτω :

- **Ποιότητα**

Η επικράτηση των smartphones και η (ανέξοδη) ευκολία του να κλικάρουμε οτιδήποτε, παράγοντας ένα τεράστιο όγκο φωτογραφιών, έχει μειώσει -σίγουρα- τη ποιότητα. Τα πρότυπα των (διαχρονικά) μεγάλων φωτογράφων για το τι είναι μια καλή φωτογραφία έχουν αμβλυθεί πάρα πολύ. Η ιστορία της φωτογραφίας αγνοείται και η μελέτη φωτογραφιών που θεωρούνται κλασσικές είναι περιορισμένη, πάρα την ύπαρξη δασκάλων και σχολών που δίνουν μια κατεύθυνση και δημιουργούν μια -κατά βάση- σωστή υποδομή.

- **Σταγόνες στον ωκεανό**

Υπάρχουν διαμάντια μέσα στις λάσπες και ψήγματα χρυσού μέσα στην άμμο. Και κάτι ανάλογο μέσα στον τεράστιο όγκο των φωτογραφιών με την μειωμένη ποιότητα. Έτσι ο καθένας προκαλείται ώστε η φωτογραφία του να είναι κάτι πολύτιμο. Και μπορεί να το καταφέρει. Το ότι -το πιο πιθανό- δεν θα την ανακαλύψει κανένας είναι απογοήτευση για τον δημιουργό και κατ' επέκταση για τη φωτογραφική τέχνη.

- **Δημιουργία – Φιλτράρισμα – Δημοκρατία**

Η αφθονία των φωτογραφιών, η πολυπλοκότητα και η ποικιλία τους, δίνει τη δυνατότητα να δοκιμαστούν νέοι τρόποι έκφρασης και δημιουργικότητας και να εμπνεύσει φωτογράφους να δοκιμάσουν νέες ιδέες και στυλ με διάφορους τρόπους. Αυτό συνιστά ένα προσδοκώμενο όφελος για τη τέχνη της φωτογραφίας. Επίσης τα social media (αναφερόμαστε στα «φωτογραφικά») και η ανάγκη για «ευπρόσωπη» παρουσίαση των εικόνων μας σε αυτά, έχει οδηγήσει πολλά άτομα να επιμελούνται, να φιλτράρουν (και δεν εννοούμε τα εκατοντάδες τεχνητά φίλτρα «ωραιοποίησης» μιας φωτογραφίας) και να παρουσιάζουν τη καλύτερη δουλειά τους, μειώνοντας έτσι την πλημμυρίδα των φωτογραφιών τους.

Από την ανακάλυψη του μέσου έως τα τέλη του 18^{ου} αιώνα με τη φωτογραφία ασχολούνταν η τάξη των πλουσίων. Όταν ήρθε ο «εκδημοκρατισμός» με τον Kodak και με την ανακάλυψη των smartphones τότε περισσότεροι άνθρωποι μπόρεσαν να εκφραστούν με αυτή. Έτσι εμφανίστηκαν νέες φωνές και ανοίχτηκαν προοπτικές.

- **Εξέλιξη**

Υποστηρίζεται ότι η υπερπληθώρα των φωτογραφιών δεν είναι κάτι άλλο παρά η φυσική εξέλιξη του μέσου. Η τεχνολογία προχωρά, αλλαγές γίνονται στις τέχνες κάθε είδους, η προσβασιμότητα μεγαλώνει και μαζί η δημοτικότητα. Εναπόκειται να βρεθούν τρόποι να εκτιμηθούν οι ποιοτικές εργασίες μέσα στον απέραντο ωκεανό των εικόνων. Η κατανόηση των παραπάνω και η εφαρμογή του «οὐκ ἐν τῷ πολλῷ τὸ εὖ, ἀλλ' ἐν τῷ εὖ τὸ πολὺ» θα βοηθήσει τα μέγιστα.

- **Κατάληξη :**

Αν θελήσουμε να καταλήξουμε σε ένα συμπέρασμα για το αν βοηθάει ή όχι ο κατακλισημός των φωτογραφιών, αυτό είναι ότι εξαρτάται από την οπτική γωνία του καθενός.

Είναι σαφές ότι η φωτογραφία σήμερα είναι μια πανταχού παρούσα δύναμη. Διαμορφώνει σε μεγάλο βαθμό την αντίληψη, την επικοινωνία, τη μνήμη μας.

Είναι ένα ισχυρό εργαλείο επιρροής του πολιτισμού καθώς και της πολιτικής και της κοινωνικής αντίληψης.

Είναι επίσης σαφές ότι το τοπίο της φωτογραφίας αλλάζει, και μαζί με αυτό, οι τρόποι με τους οποίους αντιλαμβανόμαστε, δημιουργούμε και καταναλώνουμε εικόνες.

Εναπόκειται στους φωτογράφους, τους θεατές και την ευρύτερη κοινότητα να περιηγηθούν και να διαμορφώσουν αυτό το εξελισσόμενο τοπίο.-