



VYSOKÁ ŠKOLA KREATIVNÍ KOMUNIKACE

Katedra Vizuální tvorby

Fotografie a audiovize

Moderní fashion film

Teoretická část: Moderní fashion film

Praktická část: Tvorba autorského fashion film

Autor: Vojtěch Hanka

Vedoucí práce: MgA. Jaroslav Fišer

2024

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité prameny a literaturu, ze kterých jsem čerpal. Stvrzuji, že všechny odevzdané výtisky mé bakalářské práce se shodují s elektronickou verzí v informačním systému VŠKK a souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely studia a výzkumu.

V Praze dne.....

Podpis autora:

Poděkování

Rád bych poděkoval všem, kteří mi v procesu tvorby této práce byli oporou a kteří mi byli v jakémkoliv množství nápomocni. Především bych rád poděkoval vedoucímu práce MgA. Jaroslavu Fišerovi, jehož připomínky a ochota pomohly dovést práci do finální podoby.

Abstrakt

Bakalářská práce se věnuje fashion filmu, vývoji, který vedl ke vzniku tohoto žánru a obecně tématu propagace módy. Je zmapována jednak historie módní fotografie a autoři, kteří měnili trend zobrazování módy, ale také vznik moderního fashion filmu a umělci, kteří se zasloužili na rozvoji tohoto nového média.

Teoretická část zkoumá významné osobnosti žánru a průlomové přístupy k propagaci módy. Tato část následně slouží jako podklad k části praktické, ve které byl vytvořen autorský fashion film, který je inspirován právě analyzovanými autory z části teoretické.

Klíčová slova: fashion film, módní fotografie, móda, propagace módy, video

Abstract

The bachelor's thesis discusses fashion film, the development that led to the creation of this genre and the topic of fashion promotion in general. The thesis analyzes the history of fashion photography and the authors who changed the trend of showcasing fashion, but also the origin of the modern fashion film and the artists who contributed to the development of this new medium.

The theoretical part examines important personalities of the genre and groundbreaking approaches to fashion promotion. This part then serves as a basis for the practical part, in which I created fashion film inspired by the analyzed authors from the theoretical part.

Key words: fashion film, fashion photography, fashion, fashion advertising, video

Obsah

Úvod	8
1 Historický kontext: Módní fotografie jako předchůdce fashion filmu	9
1.1 Co je to módní fotografie	9
1.2 První módní fotografie	10
1.3 Vývoj módní fotografie	11
1.3.1 20.-30. léta	11
1.3.2 40.-50. léta	13
1.3.3 60. léta	14
1.3.4 70. léta	16
1.3.5 80. – 90. léta	18
1.3.6 Vývoj po roce 2000	20
1.4 Závěr vývoje módní fotografie	21
2 Fashion film: Od průkopníků k předním představitelům	22
2.1 Předchůdci a počátky fashion filmu	22
2.2 Fashion film jako samostatný žánr	23
2.3 Tvůrci a různé přístupy k fashion filmu	25
2.3.1 Roztříštěnost a různé přístupy k fashion filmu	25
2.3.2 Nick Knight a jeho jedinečná tvorba	25
2.3.3 David Lynch a filmoví režiséři v oblasti fashion filmu	27
2.4 Současnost a nejnovější trendy	28
2.5 Potenciál a úskalí fashion filmu	29
2.6 Závěr tématu	31
3 Fashion film jako forma umění	32
3.1 Úvod a záměr kapitoly	32
3.2 Nick Knight: Mother	32

3.3	Vova Klever: Vytachiv	34
4	Praktická část a osobní vztah k tématu	36
4.1	Inspirace a prvotní myšlenka	36
4.2	Módní návrhář a jeho představa.....	36
4.3	Plán a realizace	37
4.4	Příběh a vizuální zpracování.....	38
4.5	Výsledek a ponaučení	39
	Závěr.....	40

Úvod

Práce s názvem „Moderní fashion film“ se věnuje médiu, které se za několik posledních desítek let rozrůstá a postupně hledá své místo jakožto prostředek na propagaci módních produktů. Cílem práce je zmapovat tento vývoj, ukázat jakým způsobem žánr vznikl a charakterizovat formu, ve které se vyskytuje v současnosti. Nedílnou součástí práce je rozbor historie módní fotografie, která se dá nazvat předchůdcem fashion filmu a je tedy důležitým faktorem při popisu vzniku tohoto nového odvětví.

Fashion film jako médium je pro mě zajímavou kombinací funkce reklamní a umělecké, kdy autor zobrazuje produkt, ale zároveň vytváří prostředí, do kterého je zasazen. Nejedná se čistě o reklamní kampaň, v rámci videa je prezentována atmosféra, kterou představuje módní kolekce a hranice pro autorovo umělecké vyjádření jsou tak mnohem volnější. Fashion film neprodává pouze oblečení, ale celý příběh a náladu, kterou pomocí tohoto média produkuje.

Práce by proto měla sloužit jako základ pro pochopení vývoje propagace módy a médií, které k těmto účelům v průběhu historie sloužily. A jak popis fashion filmu a jeho rozvoje, tak rozbor inspirativních příkladů, by měl vést k následnému vytvoření autorova samostatného fashion filmu.

Realizace onoho autorského fashion filmu, tedy praktická část bakalářské práce, bude také jednou z kapitol, které tvoří obsah práce. Nejprve bude uvedena inspirace a dojem, který by měl film vyvolat, následně bude představen módní návrhář a to, jakým stylem se prezentuje, a ve výsledku bude uveden celý proces tvorby autorského fashion filmu, včetně odůvodnění zvolených typů záběrů, popisu způsobu, jakým bylo při realizaci postupováno a uvedení nedostatků, které byly v průběhu zjištěny, a ze kterých vycházejí zkušenosti do další tvorby.

1 Historický kontext: Módní fotografie jako předchůdce fashion filmu

1.1 Co je to módní fotografie

Při chronologickém rozboru vývoje fashion filmu je logické začít u předchůdce tohoto žánru, u módní fotografie. Módní fotografie je v současné moderní fotografii velmi populárním žánrem, který má však kořeny již na počátku 20. století. Toto odvětví má totiž pestrou historii a vývoj, který ovlivnil současné pojetí zobrazování módy. Vzhledem k postupnému rozvoji módní fotografie je poměrně složité ji definovat. Tím primárním a nejjednodušším účelem módní fotografie je zobrazovat, předvádět a propagovat módní produkt, avšak v průběhu dějin se z tohoto žánru stalo mnohem více.

Roland Barthes ve své knize „Fashion System“ pohlíží na svět v souvislosti s módní fotografií jako na pozadí či prostředí, které lze využít pro určité sémantické prohlášení. Zároveň rozděluje módní fotografii na tři základní trendy. Prvním je popisné znázornění oblečení jako v klasickém katalogu. Ten druhý popisuje jako romantický, který vypráví určitý příběh, odkazuje na historii, a kde se skutečný život stává uměním. A ten třetí je podle něj posunutí módy do stádia absurdity, model je zobrazen ve velmi neobvyklé, překvapivé a nereálné situaci, která nemá žádný důvod, je čistě absurdní.¹ David Bailey zase módní fotografii popisuje jako „portrét někoho v šatech“² a Irving Penn tvrdí, že prodává sny, ne oblečení.³

Dle mého názoru je módní fotografie bezpochyby postavena kolem propagace produktu, vnímám ji však jako kombinaci reklamní fotografie s fotografií aranžovanou. Aranžovanou takovým způsobem, že je vyprávěn příběh, fantazijní příběh, příběh, který dovytváří prostředí, svět a atmosféru daného oblečení. Módní fotografie jde dosti logicky ruku v ruce se samotnou módou, která neustále určuje vývoj tohoto odvětví. Ve 20. letech byla elegantní móda zobrazována jemně a svým způsobem klasicky, podstatou bylo ukázat oděv. Na druhou stranu v 80. letech, kdy byl módní návrhář již považován za umělce, fotografie zachycovali extravagantní oděvy se záměrem ukázat životní styl, který dané oblečení reprezentuje. Módní fotografie také často reaguje na kulturní a sociální témata a svou historií zobrazuje vývoj pojmu krásy.

¹ Howell, dylanmhowell, online

² Victoria and Albert Museum, vam.ac, online

³ Martineau 2018, s. 148.

Odpověď na otázku „Co je to módní fotografie?“ se tedy v průběhu dějin vyvíjela paralelně s módní fotografií, samotnou módou a společností.

1.2 První módní fotografie

Pokud pátráme po tom pravém začátku módní fotografie, po tom prvním módním snímku, dozvíme se, že možností je hned několik, a že odpověď na tuto otázku se mezi zdroji často liší.

První variantou, variantou nejstarší, jsou fotografie pařížských ateliérů již z druhé poloviny 19. století. Kde jinde totiž hledat počátky tohoto žánru než v městě módy, v Paříži, přesněji na dvoře Napoleona III. Firma Mayer a Pierson pořídila v letech 1863-1866 snímky hraběnky di Castiglione, milenky Napoleona III., které velmi dobře zobrazují dobové oblečení. Z fotografií je zřejmé, že hraběnka měla s kamerou pozitivní vztah a její přítomnost a pozornost si užívala, což mělo v konečném důsledku značný vliv na módu a na to, jak se při módních fotografiích pózovalo.⁴

Fotografie zobrazující hraběnku di Castiglione by se za první módní snímky považovat daly, problémem při určování počátků módní fotografie je však hranice mezi „pouhým“ portrétem a módní fotografií, která se často určuje složitě. Další varianta, jak tuto problematiku vnímat, a jak objevit kořeny tohoto žánru, je pomocí módních časopisů. Ty totiž na konci 19. století už módu propagují, ze začátku k tomu však používají kresby a ilustrace. Kresby zobrazující dané modely byli většinou tvořeny několika autory, z nichž byl každý zodpovědný za jinou část finálního obrazu, tyto kresby byli velmi popisné a zobrazené osoby často až prkenné.⁵

Za ten pravý začátek tak většina vnímá moment, kdy kresby v módních časopisech byly nahrazeny fotografiemi. Magazíny Harper's Bazaar a Vogue se řadí mezi ty vůbec první, které tento krok provedly a baron Adolph de Meyer je považován za prvního fotografa, který byl tohoto kroku součástí.

⁴ Štybnarová 2010, s. 11.

⁵ Tamtéž, s. 11.

Jeho fotografie pro zmíněný časopis Vogue v roce 1913 jsou označovány jako ty přelomové, které daly vznik módní fotografii jako samostatnému žánru. Jeho portréty modelek a hereček jsou charakteristické svou jemností a piktorialistickým stylem.⁶

1.3 Vývoj módní fotografie

1.3.1 20.-30. léta

Po publikaci prvních módních fotografií na počátku 20. století přišlo období, kdy se tento žánr začíná rozvíjet a zájem o něj zvětšovat. Autoři objevují a poznávají jaké možnosti toto odvětví fotografie nabízí a utvářejí tak směr, kterým se bude dále ubírat.

Nejvýraznějším a nejvýznamnějším autorem této doby, je Edward Steichen, který je považován za otce moderní módní fotografie. I přesto, že se zpočátku módní fotografii, jakožto komerčnímu žánru, vyhýbal, v průběhu 20. a 30. let vytvořil snímky, které byly po dlouhou dobu vzorem a inspirací. Hledáním svého stylu a experimentováním Edward Steichen udal směr, kterým se módní fotografie bude ubírat. Jemné piktorialistické snímky nahradily ostré moderní fotografie, jejichž středem pozornosti je model. Fotografované ženy působí sebevědomě a korespondují tak s postavením a mentalitou ženy po 1. světové válce. Ve světě se začíná pěstovat emancipace a módní fotografie již nezobrazují křehkou bytost nýbrž sebejistou osobnost. Edward Steichen svou prací pro časopisy Vogue a Vanity Fair zcela změnil pohled na módu a ukázal, že význam módní fotografie je mnohem rozsáhlejší, než se při jeho vzniku mohlo zdát.⁷

V tomto období je také důležitý rozvoj avantgardy v umění, ten se mnohdy do módních snímků promítal a autoři tak začínají i v tomto žánru experimentovat. Vliv surrealismu, kubismu nebo například dadaismu lze pozorovat u více autorů, Man Ray je však ten, kterého nelze vynechat. Jeho práce pro módní časopisy není sice tak proslulá jako jeho tvorba v jiných médiích, především ve volné tvorbě, avšak vliv, který měla je porovnatelný.⁸ I přesto, že vnímal práci v módním průmyslu jako zdroj příjmů pro své projekty, dokázal komerční tvorbu propojit se svým osobitým uměleckým vyjádřením, což je důvod, proč je Man Ray pro vývoj módní fotografie podstatným a významným tvůrcem.

⁶ Parker, artnet, online

⁷ Haywood, highsnobiety, online

⁸ Martineau 2018, s. 86-87.

Zajímavá je tvorba Martina Munkacsiho a Toni Frisselové, která určitým způsobem předbíhá svou dobu a vybočuje z řady. Oba tito autoři jdou totiž proti současnému trendu a módu fotografují venku. Jejich fotografie jsou dynamické a specifické svým venkovním prostředím.



Obrázek 1: Edward Steichen. Perfection in Black. 1935



Obrázek 2: Toni Frisellová

1.3.2 40.-50. léta

Publikace Harper's Bazaar se několik let nedokázaly vyrovnat konkurenčním časopisům Condé Nast (Vogue, Vanity Fair). Změna přišla v roce 1934 s příchodem Alexeye Brodovitche, ruského fotografa, který měl zastávat funkci uměleckého ředitele. Jeho jedinečná práce s rozložením stránky a inovativní použití typografie poslala Harper's Bazaar, a vlastně i celý žánr, tím pravým směrem.⁹ Brodovitch upustil od klasického zpracování stran magazínů a obohatil módní svět o osvěžující a dynamické moderní designy, které spočívali především v přelomové práci s dvoustranou.¹⁰

Alexey Brodovitch zanechal výsledky své precizní práce jednak v unikátních designech „znovuzrozeného“ Harper's Bazaar, ale také prostřednictvím svých studentů. Vedl totiž kurz na Pennsylvania Museum School of Industrial Art, kde principy designu učil výjimečné fotografy jako Richarda Avedona nebo Irvinga Penna.¹¹

Irving Penn se do historie zapsal jako jedinečný umělec a výjimečný fotograf, který mimo jiné zanechal velkou stopu v oblasti módní fotografie. V brzkých stádiích své kariéry se však věnoval především malbě a ilustraci. Po studiu pod Brodovitchem nastoupil jako jeho asistent a začal se blíže seznamovat se světem módní fotografie a její propagace. Úplný převrat přišel pod vlivem dalšího velikána ve světě módy, pod Alexandrem Libermanem. Ten Penna nejdříve zaměstnal jako grafika pro Vogue, ale již od počátku ho nabádal, aby rozšířil svou kariéru o módní fotografii. Tak se také ve 40. a 50. letech stalo. Irving Penn svou vznešeností ale zároveň jednoduchostí a minimalismem dominuje obálkám magazínů. Fotografoval především ve studiu, často jen s bílým pozadím, snažil se odstranit všechny rušivé prvky a soustředil se tak na kompozici a na samotný subjekt.

Konkurencí mu v té době byl další student Alexeye Brodovitche, Richard Avedon. Ten je označován jako velký reformátor a jako jeden z nejdůležitějších představitelů tohoto žánru. Důvodem jsou jeho snímky z exteriéru, které změnily kurz módní fotografie. Richard Avedon opouští studio a vnáší do svých snímků dynamiku, pohyb a život. Jeho tvorba přinesla čerstvou vlnu lidskosti a každodennosti, která inspirovala nespočet autorů po zbytek století.

⁹ Haywood, highsnobiety, online

¹⁰ Britannica, Encyclopedia Britannica, online

¹¹ Haywood, highsnobiety, online



Obrázek 3: Irving Penn. *Black and White Vogue Cover*. 1950

1.3.3 60. léta

V 60. letech autoři opravdu navazují na tvorbu Richarda Avedona a pokračují v trendu fotografování mimo studio. „Omlazení populace, které přineslo kult mládeže a nárůst kupní síly, navrátilo optimismus nejen na tváře nakupujících, ale i do módní fotografie. Postupně se smazávají hranice mezi fotožurnalismem a módní fotografií.“¹² Fotografové tak k původní myšlence Avedona (včetně Avedona) přidávají mladiství a hravější způsob zobrazování.

Jedním z těchto autorů byl David Bailey, který zaznamenával vzrušující 60. léta v Londýně. Revoluce kultury vedena mladou generací nazývána jako „Swinging sixties“ s centrem v Londýně hýbala uměním, muzikou i módou a prezentovala nový životní styl. Ten Bailey dokázal zachytit a v jednom snímku ho dokonale propojit s modelem, oblečením a prostředím. Jeho prezentace módy byla revoluční v oboru fotografie a jeho zobrazení atmosféry, kterou Londýn v tomto období zažíval, upoutávalo pozornost celého světa. Jeho fotografie jsou charakteristické mladistvou a osvěžující energií.¹³ Tvorba Davida Baileyho se stala definicí tehdejšího období a určila, jak se bude fotografie v následujících letech vyvíjet.

¹² Kopecká 2011, s. 18.

¹³ Haywood, highsnobiety, online

Zajímavým autorem tohoto období je Norman Parkinson, „the most unknown of famous photographers“, jak sám sebe rád popisoval. Ten také fotografuje mimo studio, avšak pracuje s modelkami jako se součástí prostředí a vytváří tak osobitě estetické scénérie. Jeho snímky jsou minimalistické a zobrazují módu jedinečným způsobem.¹⁴

Tvorbu úspěšných autorů tohoto období spojuje v kontextu módní fotografie zobrazování módy venku, mimo studio. Inspirující výjimkou je Irving Penn, který si drží svůj osobitý styl a mezi stěnami fotografického ateliéru zachycuje módu svým proslule poznatelným rukopisem.



Obrázek 4: Norman Parkinson. 1976

¹⁴Artnet Worldwide Corporation, artnet, online

1.3.4 70. léta

S příchodem 70. let se kurz módní fotografie znovu obrací a hlavními tématy a charakteristikou se stává provokace a sexualita. Autoři v tomto období posouvají hranice zobrazování a propagace módy tak, že vytvářejí neobvyklé, erotické a absurdní scény, ve kterých se, někdy více a někdy méně, objevuje módní produkt.

Někteří módní fotografové se vrací do studia a svou tvorbou navazují na práci například Edwarda Steichena nebo Irvinga Penna. Příkladem je již několikrát zmíněný Richard Avedon, který na rozdíl od minulého desetiletí pracuje převážně v ateliéru. Naskakuje na novou vzrušující vlnu 70. let a oslavuje ženskou sexualitu, ve svých fotografiích však zachovává pro něj typický pohyb a dynamiku.¹⁵

Jedním z autorů vystihující tuto dobu je Helmut Newton, který se svými provokativními snímky zapsal do historie. Módu zobrazuje novým odvážným způsobem, kdy pracuje s ženskou nahotou a sexualitou. Ukazuje zároveň sílu a krásu ženy, čímž vytváří zcela nový, a pro čtenáře módních časopisů úchvatný, obraz.¹⁶ Místo samotného módního produktu prodává představu a příběh, čímž stejně jako například Irving Penn, Norman Parkinson nebo Richard Avedon posouvá žánr módní fotografie na úroveň uměleckou. Inspirací mu byl film noir nebo jako pro mnoho fotografů surrealismus. Byl charakteristický dramatickým svícením a svým černobílým zpracováním, nevázal se na ateliér, spíše vyhledával prostory jako bohaté vily nebo hotely, ve kterých vytvářel jedinečné scénérie.¹⁷ Svou prací, kde prozkoumává kontroverzní témata spojené se sexualitou jako fetišismus nebo gender a hranici mezi mužstvím a ženstvím, získává Newton odpůrce, kteří jeho netradiční tvorbu považují za pohoršující a přes čáru. Faktem však zůstává, že právě tato tvorba byla svou kontroverzí a zpracováním průkopnická a je dlouhodobě uznávaná.

Vedle Newtona je třeba zmínit i další významný autor 70. let, Guy Bourdin, který s módou a její propagací pracuje znovu velmi osobitým způsobem. Bourdin vytváří situaci se specifickou atmosférou, ve které se vyskytuje i módní produkt, který však již není středem pozornosti. Snímek by mohl existovat bez produktu. Znovu pracuje s erotikou, která je pro něj společně s provokací charakteristická, stejně jako jeho syté až křiklavé barvy.

¹⁵ Haywood, highsnobiety, online

¹⁶ Artlife Editorial team, artlife, online

¹⁷ Mathies, icp, online

Bourdin byl silně ovlivněn surrealismem a autory jako René Magritte, Alfred Hitchcock nebo Man Ray. Dokázal vytvořit šokující a mysteriózní situaci, která nevšedním způsobem obsahovala módní produkt, tím byl jedinečný a ovlivnil žánr módní fotografie.¹⁸



Obrázek 5: Helmut Newton. 1975



Obrázek 6: Guy Bourdin. 1977

¹⁸ Johnston, studiointernational, online

1.3.5 80. – 90. léta

Se začátkem 80. let přichází do žánru módní fotografie nový faktor určující kurz tohoto odvětví. Tímto faktorem je reklama a komerce. Módní fotografie vždy měla plnit a plnila cíl propagovat módní produkty a módu samotnou, avšak v tomto období přichází takový důraz na tuto složku, který v historii neměl obdoby.

Střední vrstvu začíná více zajímat, jak se obléká a značky jako Calvin Klein nebo Ralph Lauren proto neváhají a vytvářejí reklamní kampaně. Vzhledem k množství, ve kterém se v tomto období móda propagovala, je složitější určit přední tvůrce a osobnosti. Znovu by se však dalo hovořit například o Avedonovi a jeho práci pro Calvin Klein nebo o Irvingu Pennovi a jeho spolupráci s japonským designérem Issey Miyakem.¹⁹ Vzhledem k tomu, že se Penn nenechal strhnout trendem a své snímky pořizoval ve studiu například i v 60. letech, je v prostoru ateliéru zdatnější a zkušenější než někteří jeho kolegové a jeho reklamní kampaně jsou tak svým světelným a uměleckým zpracováním jedinečné.

I léta 90. jsou poháněny módními časopisy a propagací. „*Vznikají nové undergroundové magazíny, které se věnují převážně módě, hudbě, filmu a umění.*“²⁰ Pro módní fotografii to znamená, že byl větší prostor na experimentaci, menší magazíny dávaly šance méně známým umělcům, kterým poskytnutá volnost vyhovovala. Fotografie nezobrazují pouze produkt nýbrž čtenářům prodávají životní styl, atmosféra je mladistvá a snímky mají často nádech momentek.²¹

Výraznou osobností 90. let je fotograf Patrick Demarchelier, jehož fotografie pro Harper's Bazaar mohou působit spíše jako portréty než jako „reklama na oblečení“. Jeho černobílé zpracování je velmi čisté a jednoduché, což však fotografiím neubírá na příběhu a atmosféře, kterou nesou. Pro mnohé je známý svými portréty princezny Diany, které jasně ukazují jeho rukopis a zachycují princeznu a její esenci.²²

V tomto období také začíná kariéra úspěšných modelek Linda Evangelista, Christy Turlington, Tatjana Patitz, Cindy Crawford a Naomi Campbell, kterou nastartoval fotograf Peter Lindbergh.

¹⁹ Haywood, highsnobiety, online

²⁰ Kopecká 2011, s. 20.

²¹ Tamtéž, s. 20.

²² Tashjian, harpersbazaar, online

Ten totiž tuto skupinu modelek vyfotografoval pro obálku Vogue a zobrazil ji v poměrně neobvyklém světle. Jeho fotografie totiž působí velmi přirozeně a lidsky. Modelky se neusmívají pro fotografii, nýbrž se upřímně smějí, nevadilo, pokud se někdo podivně tvářil, fotografie zachycují jejich krásu v té nejčistší formě.²³



Obrázek 7: Patrick Demarchelier. 1990



Obrázek 8: Peter Lindbergh. 1988

²³ Ahmed, vogue, online

1.3.6 Vývoj po roce 2000

Po roce 2000 se vývoj módní fotografie rapidně zrychlil. Přicházejí nové technologie a nové styly. Zároveň se autoři inspiřují minulostí. Vliv magazinů roste a s nimi i celý módní průmysl.

Stejně jako většina umění v tomto období, tak i módní fotografie se složitě kategorizuje. Vraccí se provokativní snímky se sexuální tematikou, které tvoří například Terry Richardson. V jeho fotografiích je dobře rozpoznatelný vliv Guy Bourdina, mají erotický nádech a typicky syté barvy.²⁴ Autoři si zároveň začínají uvědomovat sílu, kterou módní magazíny mají a nad svou tvorbou tak začínají přemýšlet z nového hlediska. Navazují na tvorbu Oliviera Toscaniho a fotografiemi poukazují na etická témata.

Typický pro začátek 21. století je rozvoj technologií a postprodukce, která tvůrcům otevřela zcela nové možnosti. Autoři jako Annie Leibovitz nebo David LaChapelle tak mohli tvořit fantazijní scénérie, které zobrazovaly módu ve dříve nepředstavitelné atmosféře.²⁵

Módní fotografie zažívá s příchodem nového století bouřlivou vlnu, přichází spousta nových impulzů a cest, kterými se autoři mohli vydat. Snímky jsou často šokující a posouvají hranici absurdity ve svém žánru.



Obrázek 9: David LaChapelle. *The House at The End of The World*. 2005

²⁴ Haywood, highsnobiety, online

²⁵ Lauret, theselectgallery, online

1.4 Závěr vývoje módní fotografie

Módní fotografie se v průběhu dějin vyvíjela různými směry, které se odvíjely od módy, módních časopisů a nálady doby. Účelem vždy bylo odprezentovat daný produkt, avšak každé období si žádalo jiný přístup a jiné řešení. Každý umělec tak vytvářel autentický svět, pomocí kterého jednak představoval módní kousky a zároveň reflektoval aktuální atmosféru módy, ale i společnosti. Ty nejlepší módní fotografie se proto staly určitou kronikou, ve které je zaznamenáno oblečení doby společně s tehdejším rozpolžením.

Můžeme tak pozorovat vlny, které určují směr tohoto žánru. Střídá se trend focení ve studiu a focení venku v exteriéru, mění se postavení ženy ve společnosti a to, jakým způsobem bude na obálce magazínu vyobrazena a vývoj technologie postupně nabízí fotografům nové možnosti stejně tak jako rostoucí vliv módních časopisů.

I přesto, že módní fotografie může být vnímána jako převážně fotografie reklamní, její historie dokazuje, že autoři svými fotografiemi říkají více. Velikáni tohoto odvětví zařídili, že se vyvinulo do média, které má sílu šířit světová témata, vysílat zprávu či názor, a které je zcela jistě odvětvím uměleckým.

2 Fashion film: Od průkopníků k předním představitelům

2.1 Předchůdci a počátky fashion filmu

Počátky fashion filmu se stejně jako u módní fotografie nelehko určují. Existuje totiž mnoho předchůdců a mnoho experimentálních filmů, které jsou tomuto žánru blízko a které se tak zcela jistě podílely na jeho vzniku.

Určitým předchůdcem fashion filmu mohou být reklamy na oblečení, které se často v televizi nebo v kině promítaly a propagovaly módní značky.²⁶ Od fashion filmu se však liší svým zpracováním, většinou neobsahují téměř žádný příběh a postrádají uměleckou stránku média, televize hledala spíše skandál a sledovanost.

V druhé polovině 20. století začínají použití videa prozkoumávat módní fotografové. Ti vytvářejí experimentální filmy, které novým způsobem prezentují módu a ukazují, jakým směrem by se svět propagace módy mohl ubírat. Jedním z těchto autorů byl Guy Bourdin, který mimo svou přelomovou tvorbu pro módní časopisy tvořil i krátkometrážní filmy, které často nebyly ani sestříhané. Nesloužily totiž jako reklama či způsob propagace, ale jako autorovo umělecké vyjádření. Stejně tomu bylo u Erwina Blumenfelda, jehož nevšední práce s videem se mnohdy fashion filmu podobala. Blumenfeld objevoval možnosti hýbajícího se obrazu a používal experimentální prvky jako abstraktní koláže, estetiku kaleidoskopu nebo přetočení videa pozpátku. Oba autoři patří mezi první představitele či předchůdce fashion filmu a jejich tvorba byla v pozdějších letech sestříhána a zveřejněna studiem „SHOWstudio“.²⁷

Z období 60. let první fashion film opravdu pochází. Prvenství je totiž přisuzováno dílu z roku 1967 se jménem „Basic Black“.²⁸ Video se odehrává ve studiu, kde jsou postupně prezentovány sety z módní kolekce. Atmosféra je určena osvětlením a střihem, ale především měnící se hudbou, od které se odráží, jak se modelky budou tvářit a hýbat. Nejpodstatnější je však fakt, že celé šesti minutové video je postaveno kolem daného oblečení, což je také důvodem, proč je William Claxton označován jako autor prvního fashion filmu.

²⁶ Richboy, youtube, online

²⁷ Tamtéž

²⁸ Tamtéž

Hranice mezi fashion filmem a experimentálními filmy tohoto období je velmi tenká, což stěžuje popis jeho historie. Platí však, že autoři po zbytek století toto médium prozkoumávají, experimentují s ním a vytvářejí cestu pro plnohodnotný rozvoj fashion filmu jako samostatného žánru.



Obrázek 10: Guy Bourdin. *Compulsive Viewing - Eat Lilo*. 2003

2.2 Fashion film jako samostatný žánr

Na počátcích fashion filmu můžeme sledovat trend, kdy módní fotografie zveřejněné v magazínech jsou na internetu doplněny o video, které odkrývá zákulisí a průběh fotografování. Nejvýraznějším autorem tohoto hnutí je Nick Knight, který jako vždy vybočoval z řad autorů a svou specificky nadčasovou tvorbou je možná tím nejvýznamnějším tvůrcem tohoto odvětví. Realizaci svých módních projektů dokumentoval již od 80. let, jelikož věřil, že odhalení tohoto procesu prospívá umělci, divákům i umění jako takovému.²⁹

Tuto ideologii posouvá o další krok dopředu v roce 2000, kdy zakládá internetovou stránku SHOWstudio. Ta jednak slouží pro zmíněnou prezentaci tvůrčího procesu a pro zveřejnění samotných fashion filmů, ale také nabízí rozhovory s osobnostmi ze světa módy nebo živě vysílá módní přehlídky.³⁰ Za těmito rozhodnutími stojí nárůst na důležitosti internetu, který svým rozvojem začíná hýbat světem a v souvislosti s propagací módy ukazuje, že pro tyto účely bude tím hlavním prostředkem.

²⁹ Hyland, the cut, online

³⁰ SHOWstudio, showstudio, online

Z předešlého století bylo totiž jasné, že televize není pro fashion film to správné prostředí a příchod internetu tak znamenal i rozvoj fashion filmu jako žánru, který konečně našel místo pro naplnění svého potenciálu. A kdo jiný by měl být v popředí tohoto procesu než Nick Knight.

Kariéra Nicka Knighta začíná během jeho studia na Bournemouth and Poole College of Art and Design, kdy vydal svou první fotografickou knihu s názvem „Skinheads“, která představuje vizi tohoto kulturního hnutí z počátku 80. let a uvažuje o stylu, hudbě a chování, které hnutí „Skinheads“ definovaly. Zároveň je kniha dobrým odkazem na začátek umělecké trajektorie Nicka Knighta. Byla totiž důvodem, proč následně dostal příležitost spolupracovat se známým britským časopisem „i-D“, pro který vyfotografoval 100 portrétů.³¹

Ty dostaly jeho tvorbu do širšího vědomí a daly mu možnost pracovat na čím dál tím více prestižních zakázkách počínaje spoluprací s grafickým designérem Peterem Savillem, se kterým průlomovým způsobem nafotil katalog pro avantgardního japonského designéra Yohji Yamamoto.

Knight byl vždy jedinečný tím, jak svou tvorbou předbíhal danou dobu, dokázal určit, kam se bude konkrétní žánr vyvíjet a měl tak během své kariéry možnost spolupráce s předními designéry jako John Galliano nebo Alexander McQueen. Pyšnit se může také svou prací na reklamních kampaních pro Burberry, Chanel, Christian Dior nebo Swarovski a realizací hudebních videoklipů pro Lady Gaga nebo Kanye Westa. Vystavoval v předních galeriích světa a byl inspirací pro nespočet autorů.³² Ty zároveň sjednocuje pomocí zmíněného SHOWstudia, nebojí se ukazovat postup své práce a zaslouženě je tak jedním z nejvýraznějších postav fashion filmu.

Samotné SHOWstudio dalo fashion filmu formu a od svého vzniku udává kurz, kterým se tento již samostatný žánr ubírá. Video je podle Knighta pro zobrazení módy vyhovující prostředek, módní produkty jsou totiž určeny k tomu, aby se hýbaly. Móda má být prezentována v pohybu, jen tak je zachycena pravá esence produktu a atmosféra, kterou má dílo módního návrháře představovat.³³ SHOWstudio v rámci své tvorby používá experimentální prvky a nástroje, které jsou pro svou dobu průlomové.

³¹ Aurelie's Gallery, aureliesgallery, online

³² Nick Knight Team, nickknight, online

³³ Hyland, the cut, online

Práci s 3D tvorbou, AI a technologiemi, které byly na počátku svého rozvoje, se tým Nicka Knighta odlišuje a ukazuje důvod, proč je přední silou v oblasti propagace módy.

Fashion film se začátkem nového století a s příchodem internetu získává prostor na rozvoj a utváří tak svou podobu. Stává se novým prostředkem na propagaci módy, který autorům nabízí volnost. Umožňuje jim osobitě tvořit a umělecky se vyjadřovat pomocí hýbajícího se obrazu.

2.3 Tvůrci a různé přístupy k fashion filmu

2.3.1 Roztříštěnost a různé přístupy k fashion filmu

Fashion film jako takový je velmi mladé médium, které teprve s příchodem 21. století postupně nachází své místo na půdě propagace módy. Poměrně krátká historie žánru a charakter doby, ve které se vyvíjí, způsobuje, že je jeho vývoj poměrně roztržitý. Vzniká mnoho rozdílných přístupů a na scéně se pohybuje velké množství autorů z nichž kromě zmíněného Nicka Knighta nikdo výrazně nevyniká. To neznamená, že toto odvětví postrádá kvalitu, ale že vývoj nelze popsat jako jeden velký celek. Proto je tato kapitola textu zpracována jako částečně subjektivní výběr autorů a přístupů, které měli na fashion film a jeho vývoj v 21. století nezanedbatelný vliv, a které mi přijdou pro kapitolu obohacující.

2.3.2 Nick Knight a jeho jedinečná tvorba

Zcela jistě je třeba začít u samotného Nicka Knighta, který svými výjimečnými fashion filmy a celkově svým myšlením a přístupem je jasnou jedničkou tohoto oboru. Jak již bylo zmíněno, Knight je specifický svou schopností předbíhat svou dobu, experimentuje s novými technologiemi a neustále posouvá hranice toho, jak je možné módu zobrazit.

Knightova spolupráce s návrhářem Yohji Yamamoto již byla v textu rozebrána, zajímavé však na ní je, že Knight využil tuto příležitost k tomu, aby natočil svůj vůbec první fashion film. Během realizování fotografií pro katalog totiž modely i natáčel a v kombinaci s dotočenými záběry v exteriéru tak vytvořil svůj debutový snímek v tomto žánru. Tento fashion film z roku 1990 nese jméno „Arles“ a zajímavý je tím, že až do nedávna nespátřil světlo světa. Finální výsledek totiž zůstal nezveřejněný, zůstal čistě pro autora.

Video bylo vytvořeno na základě Knightova postoje, že móda má být prezentována v pohybu, rozpochoval ji tedy. Výsledek neviděl ani samotný Yamamoto, byl zveřejněn až nedávno k příležitosti jeho osmdesátých narozenin.³⁴ Celý fashion film je velmi abstraktní, využívá prolínání záběru, experimentální práci s expozicí a alternativních detailů.

Jiný přístup volí ve fashion filmu „Up“ pro British Fashion Awards v roce 2016.³⁵ Film totiž upouští od příběhu a prezentuje se především svou dokonalou vizuální podobou. I přesto, že je video poskládáno „pouze“ ze záběrů modelů ve studiu, je svým zpracováním dotažené do perfektnosti. Knight využívá rozdělení obrazu, což mu nabízí novou úroveň, na které může pracovat. Ve filmu perfektně funguje symetričnost, a vztahy, které jsou vytvořeny mezi jednotlivými částmi obrazu, využívají potenciál filmu na maximum.

Posledním dílem Nicka Knighta, které bych rád zmínil, je film „Reality Inverse“ z roku 2019, který byl vytvořen pro London Fashion Week.³⁶ Knight je proslulý svou prací s nejnovějšími technologiemi a častým zobrazováním budoucnosti a jakýchsi hybridních tvorů. To lze vidět například na NFT kolekci „ikon-1“ nebo právě na tomto filmu, kde je za použití převrácené čočky vytvořen podivný až mimozemský vzhled modelky. Tato práce s inverzními barvami při zobrazování módního produktu pro mě zároveň symbolizuje fakt, že podstata fashion filmu je prezentovat spíše než přesnou podobu oblečení jeho esenci a atmosféru. Což je jeden z mnoha důvodů, proč je pro mne Nick Knight velkou inspirací a vzorem, stejně jako pro nespočet dalších autorů.



Obrázek 11: Nick Knight. *Reality Inverse*. 2019

³⁴ Donoghue, showstudio, online

³⁵ Nick Knight Team, nickknight, online

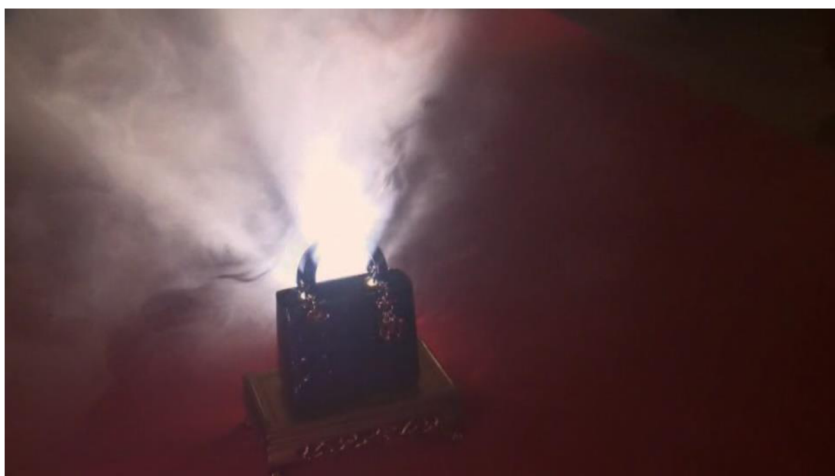
³⁶ Nick Knight Team, nickknight, online

2.3.3 David Lynch a filmoví režiséři v oblasti fashion filmu

S postupem času velké módní značky začínají vidět potenciál a sílu, kterou fashion film nabírá, a rozhodují se do tohoto způsobu propagace také investovat. Uvědomují si, že umístění kampaně na internet je po mnoha stránkách výhodnější než vysílání v televizi nebo promítání v kině a začínají tak formát online fashion filmu praktikovat častěji. Využívají k tomu známá režisérská jména z kinematografie jako Wes Anderson, Sofía Coppola, Spike Jonze nebo David Lynch.³⁷

David Lynch je světoznámý režisér, který je proslulý svou surrealistickou, snovou a absurdní filmovou tvorbou. Jeho jedinečný rukopis a styl jakým filmy zpracovává z něj dělá jednoho z nejdůležitějších autorů současné kinematografie. Díla jsou přínosem i pro svět módy, postavy jsou zobrazeny v úchvatném oblečení, které je pečlivě vybíráno tak, aby svou esencí a barvou dotvořilo finální scénu.³⁸

Spolupráce módních značek a Davida Lynche na vytvoření fashion filmu je tedy logický krok, který tento žánr zcela jistě obohatil. Příklad takové spolupráce je fashion film z roku 2010 s názvem „Lady Blue Shanghai“, který propaguje kabelku značky Dior. Lze pozorovat autorovu typickou práci s barvami a s experimentálními prvky, jakým je zde například použití dlouhé expozice. Kabelka je zasazena do mysteriózního příběhu odehrávajícího se v Shanghai tak, že na první pohled ani nemusí být jasné, co má krátkometrážní film propagovat. Právě Lynchova práce s produktem je pro mě na tomto filmu zajímavá. Nejedná se totiž pouze o záběry na to, co je třeba prodat, je vytvořen imaginární svět a příběh, kterého je produkt součástí.



Obrázek 12: David Lynch. *Lady Blue Shanghai*. 2010

³⁷ Noakes, dandad, online

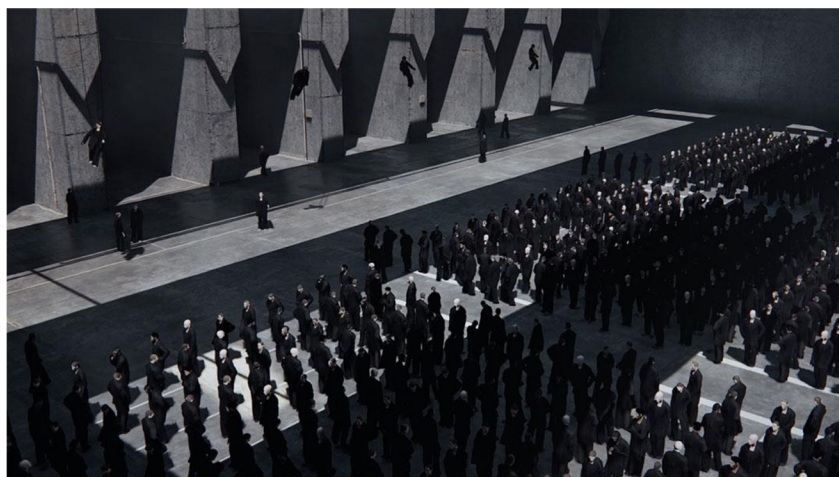
³⁸ de Feo, NSS magazine, online

2.4 Současnost a nejnovější trendy

S vývojem internetu a technologií se vyvíjí i fashion film. Ten začíná stále více využívat 3D nástrojů a trendů, které hýbou internetem. Evoluce tak funguje podobně jako u módní fotografie, kdy se vizuální stránka a způsob zpracování mění společně s dobou, s tím, jaké téma je aktuální, a s přístupnými technickými možnostmi. Milníky tohoto vývoje byl například příchod stránky Youtube.com, možnost využití 3D modelace, růst sociálních médií nebo aktuálně NFT a umělá inteligence.

V roce 2010 Alexander McQueen živě vysílal svou novou kolekci, na čemž jako takovém nebylo nic neobvyklého, to je způsob propagace, kterou můžeme sledovat u SHOWstudia již několik let. McQueen však přichází s nápadem dát divákovi možnost si oblečení koupit ihned po představení kolekce. Což se později toho roku opravdu realizuje, Burberry vysílá na své internetové stránce, na které je zároveň možné ihned produkt zakoupit.³⁹ Tento příklad nemá s fashion filmem tak významnou spojitost, avšak dokazuje, jak se móda a její propagace vyvíjí souběžně s internetem a s novými požadavky zákazníka.

Ballenciaga je jednou ze značek, které vnímají aktuální dění a používají v rámci propagace svých produktů inovativní prvky. Důkazem může být fashion film k jejich podzimní kolekci roku 2021, který je vytvořen v 3D prostředí.⁴⁰ Sledujeme příběh v dystopickém světě, který prezentuje prvky, které se v naší budoucnosti začínají zdát čím dál tím realističtější. Během krátkého videa působícího jako videohra je představena celá módní kolekce, čistě ve virtuálním světě.



Obrázek 13 MPC. Balenciaga Fall 2021 Campaign Film. 2021

³⁹ Kopecká 2011, s. 45.

⁴⁰ SHOWstudio, showstudio, online

Nových technologií stále přibývá a možnosti fashion filmu se tak rozšiřují. Čím dál tím častěji jsme svědky práce s 3D prostorem a dá se předpokládat, že nové technologie, jakou je aktuálně například umělá inteligence, se budou i nadále podílet na vývoji a podobě fashion filmu.

2.5 Potenciál a úskalí fashion filmu

I když se fashion film vyvíjel již v průběhu 20. století formou experimentálních snímků, svou podobu a své místo jako samostatný žánr získává až v prvních letech 21. století. Historie tohoto mladého média je tedy teprve na svém počátku. Za posledních 30 let však tento žánr ukázal velikost svého potenciálu a v čem je pro propagaci módy výhodný. Myšlenka, že móda se má prezentovat v pohybu, dala tomuto odvětví život a stále je jedním z jeho nejdůležitějších faktorů. Fashion film se za svou existenci prokázal jako lukrativní prostředek na prezentaci módy a otázkou se tak stává, kam se bude dále posouvat a jak se vyvine jeho funkce ve světě módy.

Vzhledem k aktuální síle a popularitě virtuálního světa a umělé inteligence lze předpokládat, že by se fashion film tímto směrem vyvíjet mohl. Ballenciaga pomocí těchto nástrojů prezentuje nové kolekce a vytváří jakýsi alternativní svět. V roce 2021 se spojila s videohrou Fortnite a společně představili novou kolekci spojující tyto dva světy. Ballenciaga tuto příležitost využívá k dalšímu 3D animovanému fashion filmu, který zobrazuje oblečení, které lze koupit jak ve zmíněné hře, tak ve skutečné podobě. Z marketingového hlediska se jedná o chytrý krok, kterým o sobě značka šíří povědomí i u mladší demografie.⁴¹ Zároveň se dá hovořit o vstupu oblečení značky Ballenciaga do metaverse, což se v budoucnosti zdá jako možná cesta módy, jelikož od roku 2022 se začal pořádat Metaverse Fashion Week, který se celý odehrává ve virtuálním prostředí.⁴²

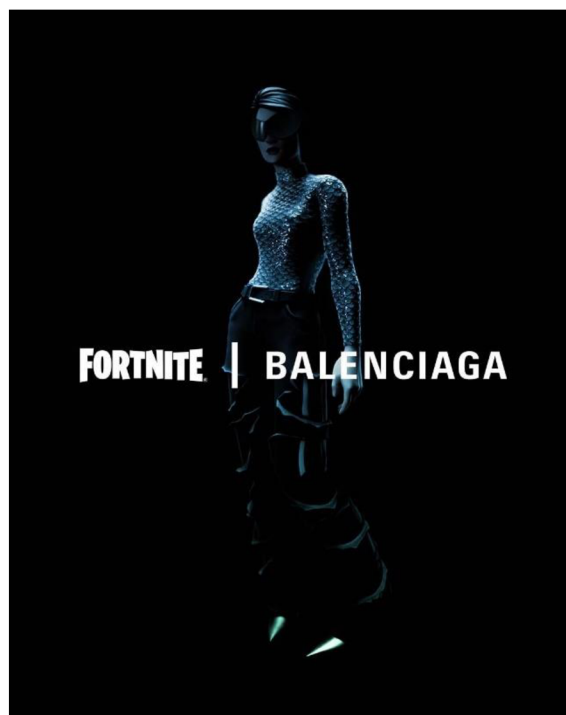
Fashion film se od svého počátku rozrůstá díky internetu a nyní i díky sociálním sítím, které však pro něj mohou být rizikové. V dnešní uspěchané době, kdy přijímáme enormní množství informací za den v rámci reklam, bannerů, zpráv, a právě sociálních sítí, může být prostředí pro umělecký fashion film nevyhovující.

⁴¹ Yotka, Vogue, online

⁴² SHOWstudio, showstudio, online

Jsme totiž zvyklí informace konzumovat rychle a nepříliš do hloubky, což by mohlo mít negativní dopad i na tento žánr, který by v takovém případě nemusel dostávat dostatek pozornosti a mohlo by hrozit jeho nahrazení. Aktuálně však fashion film do prostředí sociálních sítí svou formou zapadá, tudíž se jedná čistě o spekulaci.

Hlavní otázkou tak opravdu je, do jaké míry se odvětví módy přesune do sféry virtuální a jak to změní podobu fashion filmu. Zdáli 3D animace zcela nahradí jeho doposud známé zpracování nebo zůstane pouze součástí či variantou a co tedy nakonec bude tou přední inovací, která dá žánru nový směr. Ať už se bude jednat o umělou inteligenci, 3D generování, možnost diváka s médiem více interagovat nebo určitou kombinaci, fashion film se na internetu zrodil a dokázal, že se dokáže elegantně přizpůsobovat. Což je to, co od budoucnosti tohoto žánru očekávám, že přijme nové trendy a technologie a využije je v takovém měřítku, které zaručí vývoj ale i zachování kvality.



Obrázek 14: Balenciaga x Fortnite. 2021

2.6 Závěr tématu

Fashion film je mladý žánr, který se v průběhu 20. století postupně vyvíjel a autoři s ním experimentovali. S počátkem 21. století a s příchodem internetu nachází svou formu a stává se plně samostatným žánrem, na čemž se z velké části podílí Nick Knight a SHOWstudio. Ze záběrů ze zákulisí se časem stal legitimní prostředek na propagaci módy, který nabyl na důležitosti a popularitě. To dokázal i zvětšující se zájem velkých módních značek, které k těmto účelům využívali proslulé filmové režiséry jako Davida Lynche nebo Wes Andersona.

Scéna fashion filmu nabízí široké spektrum přístupů, každý autor k tomuto médiu přistupuje osobitě a pracuje s ním rozdílně. Některé fashion filmy obsahují více experimentálních prvků, jiné jsou zaměřené čistě na propagaci a přesné zobrazení a prezentaci produktu. Rozdílem může být i míra využití nových technologií, které by v budoucnu mohly hrát v odvětví módy velkou roli. Značky jako Balenciaga představili několik svých kolekcí pomocí 3D animace, což ukazuje, že moderní technologie začínají být velkým tématem i ve světě módy.

V každém případě si fashion film za svou krátkou historii získal své právoplatné místo na půdě propagace módních produktů a svým formátem ukazuje, že bude přítomný i v budoucnu. Jedná se o žánr s velkým potenciálem a s velkou škálou možností, který nejen splňuje svou reklamní funkci a efektivně prezentuje módní kolekce, ale zároveň přesahuje do roviny umělecké.

3 Fashion film jako forma umění

3.1 Úvod a záměr kapitoly

V průběhu práce jsem již několikrát vyjádřil svůj pohled na módní fotografii a na fashion film jakožto na žánry sice s funkcí reklamní, s funkcí propagovat produkt, ale pro mě žánry jejichž výsledek může a měl by být výsledkem uměleckým. Autoři jako Nick Knight, Irving Penn, Norman Parkinson, Richard Avedon a mnoho dalších jsou pro mě velkou inspirací, jsou pro mě autory, kteří svou tvorbou, která měla primárně propagovat módní produkty a módu, zároveň tvořili umění. A mým cílem bylo, aby se můj praktický výstup nesl ve stejném duchu, aby byl určitým uměleckým vyjádřením. Proto jsem se rozhodl vybrat dva fashion filmy, které mi byly inspirací, a ty rozebrat a určit kterou svou složkou mi byly přínosné.

3.2 Nick Knight: Mother

První fashion film nesoucí název „Mother“ je z roku 2015 a nереžiroval ho nikdo jiný než Nick Knight. Jedná se o spolupráci se značkou Matthew Williamse „1017 ALYX 9SM“, která zcela jistě není náhodou. Tito dva spolu totiž již na několika projektech pracovali a Williams tak věděl, co od filmu očekává a požaduje. Video zobrazuje dámskou kolekci k druhé polovině roku 2015, která se prezentuje svým čistým provedením a černou barvou, která určuje atmosféru jak oblečení, tak následně i fashion filmu. Ve filmu figurují sestry Tallulah a Scout Willis, které v rámci temného, abstraktního příběhu představují danou kolekci. Atmosféru dovytváří hudba složená pro tuto příležitost v kombinaci s textem z písně Mother. Fashion film je doplněn fotografiemi, které taktéž zpracoval Nick Knight a jejichž nálada tak s filmem koresponduje.⁴³

Film „Mother“ je točen jak v Londýnských ateliérech SHOWstudia, tak na vybraných lokacích v Brightonu, kterými bylo především pobřeží města a zde přítomné atrakce. Kombinace těchto dvou typů záběrů vytváří temnou, záhadnou a v některých místech až nepříjemnou atmosféru a i přesto, že se jedná o poměrně odlišné typy scén, svým vizuálním stylem spolu dokonale pracují. Je tak utvářen ne zcela konkrétní příběh, který v průběhu videa představuje a svým způsobem kritizuje negativní záliby společnosti 21. století a témata jako cigarety a kouření, alkohol, sex nebo násilné videohry.

⁴³ Charlottelogue, fms505loguec, online

Vše je zobrazeno v černobílém zpracování, což dává filmu undergroundový a zmíněný temný nádech, který spolu s dalšími použitými prvky prezentuje esenci módní kolekce.

Záběry z ateliéru, kterými film mimo jiné i začíná, jsou specifické svým silným svícením, které svou intenzitou vytváří scény buď velmi světlé nebo výrazně kontrastní. V kombinaci s fólií je tak vytvořena scéna, která zobrazuje siluetu modelky a následně i motiv narození. Modelka se totiž postupně prodírá fólií a symbolizuje tak „zrození nové generace posedlé morbidními zálibami“. Ateliérové svícení také záměrně pracuje se zmiňovanou monotónní volbou barev, což ukazuje autorovu inspiraci Hitchcockem a horrorem. Knight používá také prvky filmu noir jako dramatické svícení, šedou estetiku, neobvyklé úhly kamery nebo kontrast mezi světlými záběry ze studia a tmavými záběry z uvedených lokací. Scény zasazené v exteriéru byli totiž točeny převážně v noci.⁴⁴

Nick Knight prezentuje dramatické prostředí tvořeno zmíněným kontrastem a dalšími prvky jako například tempem. Stříhy jsou ostré a rytmické, ale video plynulé. V kombinaci se zvolenou hudbou působí film jak drsně, tak vznešeně. Vizualní a zvukové zpracování vytváří napětí, gradaci a náladu, která koresponduje s nádechem propagované módní kolekce.



Obrázek 15: Nick Knight. *Mother*. 2015

⁴⁴ Charlottelogue, fms505loguec, online

Fashion film „Mother“ je pro mě inspirativní hned několika svými faktory. Knightův přístup k zobrazení produktu, kdy záběry s oblečením tvoří pouze část z celkového díla, dovoluje filmu více rozvinout příběh a nabídnout divákovi větší variaci vjemů. Scény z exteriéru pro mě posouvají film na novou úroveň. Svým provedením totiž odrážejí a asociují záběry ze studia, se kterými jsou v dokonalé symbióze. Jejich kombinace a kontrastní zpracování určuje náladu, která trvá po celou délku videa. Jak uvedené prvky, tak dramatická atmosféra jimi tvořena měla vliv na mé uvažování nad autorským fashion filmem a na jeho následné finální zpracování.

3.3 Vova Klever: Vytachiv

Vytachiv, fashion film pojmenovaný podle místa, kde se odehrává, a které bylo inspirací pro jeho vytvoření. Autor videa Vova Klever malou vesnici na Ukrajině prý navštívil třikrát, a když si okolí procházel po třetí, rozhodl se, že emoce, které v něm prostředí vyvolává, vyjádří pomocí krátkého fashion filmu. Autor sídlí v Kyjevě, zabývá se suprematismem, geometrií a abstrakcí, a v audiovizuální tvorbě jsou mu inspirací filmy Andreje Tarkovskijho.⁴⁵

Poté, co autor obdržel cenu za nejlepšího fotografa v anketě „British Vogue's Talent Contest 2021“, promluvil o své tvorbě v rozhovoru pro SHOWstudio. Mimo jiné také popsal vjemy, které mu byly podnětem pro vznik filmu Vytachiv. *„Bylo to potřetí, co jsem lokaci navštívil a cítil jsem, že Vytachiv je velmi mysteriózní místo plné melancholie – rozbitý ježíš na kostele, procházející černá kočka, rýsující se temná obloha – a fenomén tajemna je v ukrajinské kultuře velmi běžný. I dnes si pamatuji, jak jsem se ten den procházel po okolí: nebe bylo plné kouře kvůli požáru z Černobyli.“*⁴⁶ A přesně takovým způsobem na mě film působí, je mysteriózní, dramatický, znepokojující a až děsivý. Atmosféra reprezentuje zneklidňující pocity a působí velmi temně.

Autor svým vizuálním a zvukovým zpracováním docílil emocí, které chtěl filmem znázornit. Pomocí černobílého filtru a šedých či kontrastních scén nastolil temnou atmosféru, pohyb a celkové zobrazení modelky vytváří v kombinace se zvolenou zvukovou stopou napětí, které trvá po celou délku filmu, a statické záběry prezentující prostředí divákovi přibližují celkový pocit vyvolaný onou malou vesnicí.

⁴⁵ SHOWstudio, showstudio, online

⁴⁶ Klever, showstudio, online

Vzorem mi budou statické záběry na prostředí a záběry, kdy jde subjekt směrem ke kameře, u kterých bych rád využil i způsobu stříhu, který vytváří sekaný pohyb. Především je pro mě však Kleverův film inspirací jako celek. Video je uděláno tak, že veškeré použité prvky spolu bezchybně fungují a tvoří tak celistvý výsledek s jednotnou atmosférou, která se určitým způsobem podobá té ve filmu Mother.



Obrázek 16: Vova Klever. Vytachiv. 2021



Obrázek 17: Vova Klever. Vytachiv. 2021

4 Praktická část a osobní vztah k tématu

4.1 Inspirace a prvotní myšlenka

Praktická část bakalářské práce je tvořena fashion filmem. Ten jsem si zvolil z důvodu záliby v módní fotografii a s chtitěm vyzkoušet vytvořit projekt, který bude videem. Teoretická část práce slouží jako zdroj informací, který utvořil základ při tvorbě části praktické. Fashion filmy rozebrané a shlédnuté v rámci práce tak slouží jako inspirace a autoři, kteří se svou tvorbou zapsali do historie tohoto žánru slouží jako vzor.

Již od počátku bylo jasné, že by fashion film měl působit mysteriózně, což byl také faktor, podle kterého jsem vybíral ideální módní značku. Záměrem bylo vytvořit film s tajemnou atmosférou, který bude vyprávět jednoduchý příběh, zobrazovat produkt a využívat experimentálních prvků jako abstrakce, asociace nebo dlouhé expozice.

4.2 Módní návrhář a jeho představa

Ve filmu je zobrazen produkt značky „acs“ od módního návrháře Alexe Achbergera. Jedná se o kombinaci černé kožené bundy a černých kožených kalhot. Souprava má tajemný nádech a pomocí vycpávek na kolenou a ramenou vytváří mohutnou siluetu. Vzhled produktu odpovídá autorovu vizuálnímu stylu, tedy je černý a pracuje se známým střihem nevšedním a osobitým způsobem. Autor je začínajícím módním návrhářem ze Slovenské republiky, který se prezentuje svou konceptuální tvorbou. Často spolupracuje s hudebními interprety, pro které navrhuje módní doplňky nebo i celé soupravy. Ty jsou následně k vidění při vystoupení a dovytvářejí náladu koncertu.

Atmosféra fashion filmu částečně vychází ze stylu, ve kterém jsou produkty propagovány na webových stránkách a na sociálních sítích, a kterým se značka jako taková prezentuje. Fotografie jsou převážně silně kontrastní a po barevné stránce je komunikace značky hlavně černobílá. Podobnou vizi měl autor i pro zpracování tohoto fashion filmu, tedy kontrastní video, ve kterém vynikne černá kožená souprava. Alexova představa se z velké části shodovala s tou mou a pro další vývoj mi tak nechal volnou ruku.

4.3 Plán a realizace

Nejdůležitějším faktorem při zpracování fashion filmu pro mě byl kontrast. Ten byl určen hlavním prvkem, který bude vystihovat vizuální stránku videa a jeho celkovou náladu. Kontrast byl totiž využit v několika složkách, v každé jiným způsobem. Ve vizuálním stylu je kontrast použit očekávaně a odvíjí se od komunikace značky na sociálních sítích, tedy silný kontrast černé a bílé. Zároveň se s ním pracuje při využití jak světlých, tak naopak velmi tmavých scén. Dále bylo záměrem využít kombinaci detailů a větších scénérií a tím vytvořit další dynamickou složku filmu, která určitým způsobem souvisí s posledním důležitým prvkem, který spočívá v kontrastu mezi záběry z ateliéru a scén z exteriéru.

Veškeré záběry jsou točeny v Praze. Ty studiové byly realizovány na půdě VŠKK a ty venkovní na ulicích hlavního města. Tento způsob práce jsem zvolil, jelikož kombinuje pro mě poměrně novou práci s videem v ateliérovém prostředí, kterou jsem však pro zobrazení produktu považoval za nepostradatelnou a práci v exteriéru, která probíhá mně známějším, více dokumentaristickým, způsobem. Záběry ze studia jsou jedinou částí realizace videa, na kterou jsem nestačil sám, a při které mi tak bylo asistováno se světlem, aby byla vytvořena požadovaná nálada. Bylo využito silného svícení na model před bílým plátnem, které splňovalo požadovaný kontrast a dovolovalo případnou experimentálnější práci v postprodukcí. Svícení zepředu bylo doplněno světlem na pozadí, které dovolovalo postavě lépe vyniknout. Co se týče venkovních scén, tak žádné jiné světlo než to, které se na lokaci nacházelo, využito nebylo.

Záběry, které nezobrazují model a propagovaný módní produkt, jsou točeny na předem neurčených místech a zachycují neplánované situace. Tento fakt nemá prezentovat nedostatečné promyšlení natáčecích dnů, ale způsob práce, který je mi na rozdíl od média videa blízký. Kdybych měl uvést tvorbu, která mi je nejbližší, byla by to dokumentární fotografie. Často se totiž procházím po známých či neznámých místech, pozoruji svět očima fotoaparátu a zachycuji pro mě výjimečné a neopakovatelné situace a momenty. Proto jsem se rozhodl tento způsob práce zahrnout i do realizace fashion filmu. Záměrem bylo jak užití jakéhosi charakteristického prvku a určitého rukopisu autora, tak ale i zajištění klidu při tvorbě s neznámým médiem.

4.4 Příběh a vizuální zpracování

Příběh videa je pojat z velké části abstraktně. Hlavní postava, která je prezentována v propagovaném oblečení, nastoupí do výtahu a čeká, než dojde na své patro. I za tak krátký časový úsek jako je čekání ve výtahu, člověku v hlavě proudí mnoho myšlenek, což by měl film reprezentovat, avšak nekonkrétním způsobem. Výtah je totiž zobrazen čistě bílým prostředím a jeho symbol tak slouží spíše jako inspirace. Film by měl také naznačovat určitou změnu myšlenek pozitivních na myšlenky negativní pomocí kontrastu světlých klidných a tmavých chaotických scén.

Vizuální zpracování je inspirováno především fashion filmy „Mother“ a „Vytachiv“ a stylem, kterým se prezentuje módní značka „acs“. Film, i v souvislosti s barvou oblečení, je černobíle laděný a využívá zmiňovaných kontrastních záběrů. Scény jsou točeny buď ve výrazně světlém nebo naopak ve velmi tmavém prostředí. Prostřihy, které neobsahují módní produkt, jsou zvolené takovým způsobem, aby vizuálně korespondovali se záběry, které produkt obsahují. Měly by být určitou asociací, určitým doplněním, které dovytváří celkovou atmosféru, která je okolo černé kožené soupravy postavena.

Film zároveň využívá experimentálních prvků, které by měly videu dodávat nevšední a osobitou náladu. Jsou praktikovány techniky jako dlouhá expozice, která vytváří zkraslený pohled a přispívá k dosažení pocitu chaosu. Dále jsou použity abstraktní záběry, které jak vyvolávají nejasné emoce pomocí nekonkrétních vjemů, tak vizuálně zcelují film. Veškeré typy záběrů, volba barevnosti a kombinace kontrastních prvků slouží k utvoření mysteriózní atmosféry, která koresponduje s esencí módní značky a prezentuje tak produkt i v momentě, kdy se na obrazovce zrovna nenachází.



Obrázek 18: Autorský Fashion film

4.5 Výsledek a ponaučení

Výsledkem je celistvé video o délce několika pár minut, které pomocí převážně abstraktního příběhu prezentuje módní produkt, jenž je zasazen do prostředí a atmosféry, která se odvíjí od nálady samotné značky. Tato atmosféra je vytvořena pomocí kontrastních záběrů a scén, které vizuálně doplňují vzhled produktu. V průběhu tvorby se vyskytly komplikace například s nedostatečně rozsáhlým týmem, které mohly způsobovat fungování pod stresem, nebo s krátkým časovým prostorem, který neumožňoval prostor na případné pochybení. Znat samozřejmě byla i nedostatečná praxe v oboru audiovize, která se nedá řešit jinak než samotnou tvorbou. Práce s videem i spolupráce s módním návrhářem pro mě však byla velkou a přínosnou zkušeností, jejíž výsledkem je autorský fashion film a osobité umělecké vyjádření, na které jsem hrdý, a které položilo základ pro mou budoucí práci nejen s tímto médiem.



Obrázek 20: Autorský Fashion film



Obrázek 19: Autorský Fashion film

Závěr

Práce zmapovala vývoj moderního fashion filmu od historie módní fotografie až po vznik fashion filmu jako samostatného žánru a jeho následného rozvoje. Byly rozebrány vlny, které hýbaly módní fotografií a tím, jak se bude móda zobrazovat, a bylo ukázáno, že vývoj těchto žánrů se odvíjí od stavu společnosti, aktuálních trendů a od módy samotné. V rámci fashion filmu byli představeni předchůdci tohoto žánru, jeho průkopníci, hlavní představitelé a autoři, kteří mi jsou svou tvorbou blízcí. Vše sloužilo jako základ, vzor a inspirace pro mou praktickou část, ve které byl zpracován můj vlastní fashion film.

Ten byl popsán od původní inspirace, která pramenila z fashion filmů rozebraných v rámci teoretické části práce, přes mou představu shodující se s představou módního návrháře, až po samotnou realizaci autorského fashion filmu. Jsou odůvodněny zvolené typy záběrů a vysvětlen dojem, který mělo video vytvářet.

Práce mi dovolila pochopit, jakým způsobem se rozebírané odvětví vyvíjelo v průběhu historie a způsob tvorby, který dělal nejznámější autory těmi nejlepšími v jejich oboru. Bylo čerpáno jak z internetových zdrojů, jelikož fashion film je téma, které se zrodilo a funguje především na internetu, tak ale i z knih jako „Icons of style“, které mapují vývoj módní fotografie.

Zároveň je v průběhu práce uvažováno jak o módní fotografii, tak o samotném fashion filmu, jako o žánrech uměleckých a jsou tak rozebíráni ti autoři, kteří svou tvorbou přesahují rovinu reklamy a propagace. Velikáni svého oboru, kteří jsou specifictví svým vyjádřením, inspirují řady umělců a pojmají propagaci módy na nové úrovni, utvářejí stěžejní část bakalářské práce. Práce splnila cíle, které byli na začátku vytyčeny a poskytuje tak základní přehled o žánru moderního fashion filmu.

Seznam použité literatury

KOPECKÁ, Tereza. *Fashion film*. Bakalářská práce. Ústí nad Labem: Univerzita Jana Evangelisty Purkyně, Fakulta umění a designu, Ateliér reklamní fotografie. 2011.

MÁCHALOVÁ, Jana. *Móda 20. století*. Praha: Lidové noviny, 2003. ISBN 80-7106-587-0.

MARTINEAU, Paul. *Icons of style: a century of fashion photography*. Los Angeles: J. Pal Getty Museum, 2018. ISBN 978-1-60606-558-7.

ŠTYBNAROVÁ, Julie. *Módní fotografie 50. let*. Bakalářská práce. Opava: Slezská univerzita, Filozoficko – přírodovědecká fakulta, Institut tvůrčí fotografie. 2010.

Seznam internetových zdrojů

AHMED, Osman. Peter Lindbergh And The Birth Of The Supermodel. *Vogue* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.vogue.co.uk/arts-and-lifestyle/article/peter-lindbergh-and-the-birth-of-the-supermodel>

ARTLIFE, Editorial Team. Behind The Lens Of Vogue: How Fashion Photographer Helmut Newton Defined The Magazine's Aesthetic. *Artlife* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.artlife.com/news/behind-the-lens-of-vogue-how-fashion-photographer-helmut-newton-defined-the-magazines-aesthetic>

ARTNET. Helmut Newton. *Artnet* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.artnet.com/artists/helmut-newton/biography>

ARTNET. Norman Parkinson. *Artnet* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.artnet.com/artists/norman-parkinson/>

AURELIE'S GALLERY. Photographers I Love: Nick Knight. *Aurelie's Gallery* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://aureliesgallery.com/photographers-i-love-nick-knight/>

BRITANNICA, The Editors of Encyclopaedia. Alexey Brodovitch. *Encyclopedia Britannica* [online]. 2024 [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/biography/Alexey-Brodovitch>

DE FEO, Federico. Style and fashion according to David Lynch. *NSS Magazine* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.nssmag.com/en/fashion/34496/david-lynch-blue-velvet-style-twin-peaks>

DONOGHUE, Christina. Nick Knight on Yohji Yamamoto and his first fashion film. *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.showstudio.com/news/nick-knight-on-yohji-yamamoto-and-his-first-fashion-film>

HAYWOOD, Charlie. The history of fashion photography. *Highsnobiety* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.highsnobiety.com/p/fashion-photography-history/>

HOWELL, Dylan. A Brief History of Fashion Photography. *Dylanmhowell* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://dylanmhowell.com/history-fashion-photography/>

HYLAND, Véronique. Nick Knight on SHOWstudio's Beginnings and the Early Days of Online Fashion. *The Cut* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.thecut.com/2015/04/nick-knight-on-showstudios-early-days.html>

CHARLOTTELOGUE. Nick Knight "Mother" – Matthew Williams 'Alyx' A/W 15 – Pascal. *fms505loguec* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://fms505loguec.wordpress.com/2015/10/07/nick-knight-mother-matthew-williams-alyx-aw-15-pascal/>

JOHNSTON, Robert. Fashion photography as art – from the beginning. *Studio International* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.studiointernational.com/guy-bourdin-at-the-v-a-fashion-photography-as-art-from-the-beginning>

LAURET, Thea. Capturing a new era: trends that defined fashion photography in the 2000s. *theselectgallery* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.theselectgallery.com/tsg-blog/2023/5/17/capturing-a-new-era-trends-that-defined-fashion-photography-in-the-2000s>

MARTIN, Penny. Essay: Erwin Blumenfeld's fashion films, 1958-64. *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: https://www.showstudio.com/projects/experiments_in_advertising_the_films_of_erwin_blumenfeld/essay

MATHIES, Rose. Helmut Newton. *International Center of Photography* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.icp.org/browse/archive/constituents/helmut-newton?all/all/all/all/0>

MICHAEL HOPPEN GALLERY. Guy Bourdin. *Michael Hoppen Gallery* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.michaelhoppengallery.com/artists/30-guy-bourdin/>

MICHAEL, Marianna. The evolution of fashion film: from advertising, to experimental and narrative film. *ARTtouchesART* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.arttouchesart.com/the-evolution-of-fashion-film-from-advertising-to-experimental-and-narrative-film>

NICK KNIGHT TEAM. About. *Nick Knight* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.nickknight.com/about>

NICK KNIGHT TEAM. Reality Inverse. *Nick Knight* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.nickknight.com/films/2019/3/5/realityinverse>

NICK KNIGHT TEAM. Up. *Nick Knight* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.nickknight.com/films/up>

NOAKES, Tim. The Evolution of Fashion Film by Tim Noakes. *dandad* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.dandad.org/annual/2022/editorial/voices-the-evolution-of-fashion-film-by-tim-noakes>

O'NEILL, Alistair. How Irving Penn and Issey Miyake Redefined the Fashion Photograph. *Aperture* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://aperture.org/editorial/how-irving-penn-and-issey-miyake-redefined-the-fashion-photograph/>

PARKER, Caitlin. A Brief History of Fashion Photography. *Artnet* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://news.artnet.com/market/a-brief-history-of-fashion-photography-32620>

RICHBOY, 2020, FASHION FILM: ORIGEN e HISTORIA, Youtube video. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=4bPQcsXesDg>

SHOWSTUDIO. About. *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.showstudio.com/about>

SHOWSTUDIO. Balenciaga propose a life in augmented reality. *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.showstudio.com/news/balenciaga-propose-a-life-in-augmented-reality>

SHOWSTUDIO. Metaverse fashion week is finally here as SHOWstudio partners with Decentraland. *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.showstudio.com/news/metaverse-fashion-week-is-finally-here-as-showstudio-partners-with-decentraland>

SHOWSTUDIO. Mother: 1017 ALYX 9SM A/W 15. *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: https://www.showstudio.com/projects/mother_alyx_aw15

SHOWSTUDIO. Q&A: 'Gudu SS21' & 'Vytachiv' director Vova Klever. *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.showstudio.com/news/qa-gudu-ss21-vytachiv-director-vova-klever>

STEWART, Christabel. Essay: Guy Bourdin (1928-91). *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: https://www.showstudio.com/projects/compulsive_viewing_the_films_of_guy_bourdin/guy-bourdin-1928-91

TASHJIAN, Rachel. Photographer Patrick Demarchelier Has Died. *Harpers Harper's Bazaar* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/photography/a39603167/patrick-demarchelier-obituary/>

VICTORIA AND ALBERT MUSEUM. 100 years of fashion photography. *Vam.ac* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.vam.ac.uk/articles/100-years-of-fashion-photography>

VOVA KLEVER. *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.showstudio.com/contributors/vova-klever>

YOTKA, Steff. Balenciaga and Fortnite Team Up for a Digital-to-Physical Partnership. *Vogue* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/article/balenciaga-fortnite-partnership>

Seznam zdrojů obrázků

Obrázek 1:

STEICHEN, Edward. Perfection in Black [foto]. 1935. In: *The Museum of Fine Arts* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.mfah.org/blogs/inside-mfah/photography-at-nexus-of-music-and-fashion>

Obrázek 2:

FRISELL, Toni. [foto]. In: *deathhour* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://deathhour.wordpress.com/2011/12/05/toni-frissell/>

Obrázek 3:

PENN, Irving. *Black and White Vogue Cover* [foto]. New York 1950. In: *irvingpenn* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://irvingpenn.org/fashion>

Obrázek 4:

PARKINSON, Norman. [foto]. 1976. In: *artnet* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.artnet.com/artists/norman-parkinson/>

Obrázek 5:

NEWTON, Helmut. *Rue Aubriot, Yves Saint Laurent, Vogue Paris* [foto]. Paris 1975. In: *Vogue* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/article/helmut-newton-baby-sumo-book>

Obrázek 6:

BOURDIN, Guy. [foto]. 1977. In: *michaelhoppengallery* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.michaelhoppengallery.com/artists/30-guy-bourdin/works/4739-guy-bourdin-french-vogue-may-1977/>

Obrázek 7:

DEMARCHELIER, Patrick. [foto]. 1990. In: *The New York Times* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2022/03/31/style/patrick-demarchelier-dead.html>

Obrázek 8:

LINDBERGH, Peter. [foto]. 1988. In: *Vogue* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.vogue.co.uk/arts-and-lifestyle/article/peter-lindbergh-and-the-birth-of-the-supermodel>

Obrázek 9:

LACHAPELLE, David. The House at The End of The World. [foto]. 2005. In: *Vogue* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.vogue.fr/fashion-culture/fashion-exhibitions/diaporama/see-never-before-seen-photos-by-david-lachapelle/53568>

Obrázek 10:

BOURDIN, Guy. Compulsive Viewing - Eat Lilo. [foto]. 2003. In: *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: https://www.showstudio.com/projects/compulsive_viewing_the_films_of_guy_bourdin

Obrázek 11:

KNIGHT, Nick. Reality Inverse. [foto]. 2019. In: *nickknight* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.nickknight.com/films/2019/3/5/realityinverse>

Obrázek 12:

LYNCH, David. Lady Blue Shanghai. [foto]. 2010. In: *kosmorama* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.kosmorama.org/kosmorama/artikler/blue-rose-case-david-lynchs-lady-blue-shanghai-dior>

Obrázek 13:

MPC. Balenciaga Fall 2021 Campaign Film. [foto]. 2021 In: *stashmedia* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.stashmedia.tv/balenciaga-fall-2021-campaign-film-by-quantic-dream-and-mpc/>

Obrázek 14:

Balenciaga x Fortnite. [foto]. 2021 In: *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://www.showstudio.com/news/balenciaga-and-fortnite-unite>

Obrázek 15:

KNIGHT, Nick. Mother. [foto]. 2015 In: *fms505loguec* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: <https://fms505loguec.wordpress.com/2015/10/07/nick-knight-mother-matthew-williams-alyx-aw-15-pascal/>

Obrázek 16:

KLEVER, Vova. Vytachiv [foto]. 2021 In: *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15]. Dostupné z: https://www.showstudio.com/projects/fashion_film_submissions/fashion-film-submission-vytachiv

Obrázek 17:

KLEVER, Vova. Vytachiv [foto]. 2021 In: *SHOWstudio* [online]. [cit. 2024-04-15].

Dostupné z: <https://www.showstudio.com/news/qa-gudu-ss21-vytachiv-director-vova-klever>

Obrázek 18: *Archiv autora*

Obrázek 19: *Archiv autora*

Obrázek 20: *Archiv autora*

