



VYSOKÁ ŠKOLA KREATIVNÍ KOMUNIKACE

Katedra vizuální a literární umění

Vizuální tvorba

Fotografie a audiovize

Moderní fashion film

Praktická část: Výroba módního filmu

Teoretická část: Fashion film

Vypracovala: Alisa Lisichkina

Vedoucí práce: MgA. Marek Štim

Praha, 2022

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité prameny a literaturu, ze kterých jsem čerpala. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely studia a výzkumu.

V Praze dne.....

Podpis autora:

Poděkování

Mé první poděkování patří MgA. Marku Štimu za odborné vedení, cenné rady a připomínky při tvorbě této práce.

Druhé poděkování bych ráda věnovala své milované mamince, která celý život mne podporuje ve všem co dělám.

V neposlední řadě děkuji všem lidem, kteří se podíleli na vzniku filmu a bez kterých by jeho realizace nebyla možná.

Anotace

Teoretická část bakalářské práce je zaměřena na historii módního filmu, jeho rysy a slavné osobnosti, které se nejvíce zasloužily o jeho rozvoj. Součástí teoretické části je také rozbor toho, co je módní film dnes a proč značky stále častěji volí tuto formu komunikace se svým publikem.

Praktická část se věnuje důkladné přípravě na natáčení, práci s modelkou, světlem a kamerou, a zohledňuje všechny zvláštnosti produkce i následnou postprodukcí.

Hlavním cílem této bakalářské práce je ukázat celý proces tvorby módního filmu od přípravy až po závěrečnou postprodukcí. Součástí praktické části je i autorské video.

Klíčová slova

móda, film, video produkce, oděv

Abstract

The theoretical part of the bachelor work is focused on the history of the fashion film, its features and famous personalities who contributed most of all to its development.

The theoretical part also includes an analysis of what a fashion film is today and why brands are increasingly choosing this form to communicate with their audience.

The practical part is devoted to thorough preparation for the shooting, work with the model, light and camera, and considers all the peculiarities of the production, as well as the post-production that follows. The main aim of this bachelor thesis is to show the whole process of creating fashion film from preparation to final post-production. The practical part also includes the author's video.

Keywords

fashion, film, video production, clothing

OBSAH

ÚVOD.....	7
1. TEORETICKÁ ČÁST	8
1.1 CO JE FASHION FILM.....	8
1.2 DĚJINY FASHION FILMU.....	9
1.3 SOUČASNÝ FASHION FILM.....	13
1.4 FASHION FILMY A PANDEMIE	15
2. FÁZE A RYSY NATÁČENÍ FASHION FILMU.....	18
2.1 PŘEDPRODUKČNÍ FÁZE.....	18
2.1.1 KLIENT	18
2.1.2 „FILM TREATMENT“	19
2.1.3 SCÉNÁŘ.....	20
2.2 PRODUKCE	21
2.2.1 INSCENACE SVĚTLA.....	22
2.2.2 MAKE-UP A KOSTÝMY.....	22
2.2.3 NATÁČENÍ.....	22
2.3 POSTPRODUKCE	23
2.3.1 STŘIH.....	23
2.3.2 BAREVNÁ KOREKCE	24
2.3.3. ZVUK	24
ZÁVĚR	25
SEZNAM POUŽITÝCH INFORMAČNÍCH ZDROJŮ	26
OBRAZOVÁ PŘÍLOHA.....	29

ÚVOD

Ve 20. století byla fotografie hlavním vizuálním médiem pro módní průmysl. S rozvojem digitálních technologií, techniky a internetu však začala růst poptávka po módních filmech. Video je nyní hlavním vizuálním nástrojem propagace značky. Sociální sítě jsou hlavními platformami, jejichž prostřednictvím se buduje komunikace značky s publikem, dávají přednost video obsahu a video postupně začíná vytlačovat "statické" obrázky ze sociálních sítí a nových médií. Světové značky se stále více zaměřují na rychle se rozvíjející žánr fashion filmů. A v souvislosti s pandemií, kdy se veškerá světová aktivita přesunula na internet, začaly značky pracovat na rozšíření své přítomnosti na sociálních sítích.

Cílem této bakalářské práce je prozkoumat fenomén módních filmů. Módní filmy jsou poměrně novým žánrem, který se objevil v 21. století a značně se rozvinul s příchodem internetu a nových médií. První pokusy o spojení filmu a módy však začaly již s příchodem kinematografie. V teoretické části popíšu pojem módní film, stručně nastíním vybrané historické události žánru, jeho vývoj od vzniku kinematografie až po současnost, zmíním se o významných osobnostech a filmech, které přispěly k rozvoji módního filmu. Dále se zabývám tím, co jsou v současném 21. století fashion filmy a proč značky stále častěji volí tuto formu komunikace se svým publikem, a také tím, jaké jsou výhody používání fashion filmů při propagaci značky. V kapitole 1.3 se zabývám dopadem pandemie na fashion filmy a tím, jak video formát nahradil skutečné módní přehlídky.

Druhá část se bude zabývat fázemi výroby módního filmu. Podrobně popíšu všechny fáze tvorby autorského videa – předprodukcí, produkci a postprodukcí. Ukážu vznik „film treatment“, scénáře, proces castingu, natáčení, postprodukce a střihu. Také se zmíním o problémech, se kterými jsem se při tvorbě videa setkala, a o tom, jak je vyřešit.

Výsledkem mé bakalářské práce bude vytvoření originálního fashion filmu.

1. TEORETICKÁ ČÁST

1.1 CO JE FASHION FILM

Fashion filmy jsou krátká videa, obvykle dvou až desetiminutová, která módní domy a návrháři vytvářejí na podporu sezónních kolekcí. Zpočátku je to reklamní nástroj, způsob, jak prezentovat nové kolekce a trendy. Ale vzhledem k tomu, že tvůrčí jednotky dosáhly nebývalých výšin v realizaci nejodvážnějších nápadů, módní filmy se z reklamy staly uměním. Počet profilových festivalů a rozmanitost obsahu to potvrzují. Konzumeristické sdělení samozřejmě zůstává, ale je zahaleno a zabaleno do nenápadného a velmi krásného obalu. Ukazuje se, že je to reklama pro ty, kteří jsou unaveni reklamou. Cílem takových filmů je vytvořit zvláštní svět, atmosféru, zachytit správnou náladu a v důsledku toho upoutat divákovu pozornost alespoň na několik minut.

Módní přehlídka – s armádou modelek, stylistů, vizážistů a pozvánek – dnes v 21. století pro návrháře vždy vysoce nákladnou záležitostí. Zároveň jde o riskantní investici: nikdo neví, jaké výhody mladý designér získá a zda si ho zákazníci a kupující všimnou. Ve 20. století mohlo trvat i několik let, než publikum poznalo návrháře, a hlavním motorem úspěchu byly redakce lesklých časopisů. Rozvoj technologií a možností počítačové grafiky, dostupnost video produkce a výskyt všech možných kanálů přenosu informací vážně přiměl podnikatele, včetně módního byznysu, přemýšlet o tom, jak tyto prostředky efektivně využít k propagaci. Tak vznikl fashion film: reklama, artový film a zároveň snímek pro lesklý časopis. Široká definice módního filmu je „produkce digitálního video obsahu a značkové zábavy (branded entertainment), kterou si objednávají návrhářské značky a módní domy jako propagační nástroj. Tento typ módních filmů obvykle produkují návrháři, značky, média nebo prodejci. Vzhledem k tomu, že spotřeba online videa od roku 2000 neustále roste a módní domy se postupně stávají produkčními studii, která produkují jak hmotné předměty, tak digitální obsah, staly se krátké módní filmy ústředními prvky PR, komunikace a reklamy všech významných světových návrhářských značek“.¹

Fashion film může být atmosférickým videoklipem nebo konceptuálním videoartem, kde oblečení není skutečně vidět, nebo naopak video lookbook, který spojuje všechny snímky

¹ REES-ROBERTS, Nick. *Fashion Film: Art and Advertising in the Digital Age*. 1. Great Britain: Bloomsbury Publishing, 2018. ISBN 978-0-8578-5666-1. s. 5.

kolekce do uceleného příběhu. K dispozici je také plnohodnotný krátký film podle všech pravidel dramaturgie a animovaná videa a díla v duchu hudebních videoklipů.

Fashion film obvykle vypadá draze, má vysokou produkční hodnotu, místo dialogů v něm obvykle zní popová hudba a v některých případech má příběh nebo alespoň jednoduchý sled událostí.

Přestože jasná definice pojmu módní film stále neexistuje, navrhuji jej považovat za fenomén, který vzešel z fúze kinematografie, módy a reklamy.

1.2 DĚJINY FASHION FILMU

Ačkoli módní film explodoval s příchodem digitálního věku, první pokusy ukázat módní trendy ve filmu byly učiněny s příchodem kinematografie.

Prvním předobrazem módního filmu se mohl stát v roce 1895 film bratří Lumiérů *Dělníci odcházející z továrny*². Je to krátký film, který ukazuje zaměstnance opouštějící Lumièrovu filmovou továrnu po celodenní práci. Samozřejmě to ještě nebyl fashion film, ale můžeme si v něm prohlédnout textilie a šaty, které nosily tehdejší ženy.

Zpočátku se o to módní návrháři příliš nezajímali. Neprojevovali zájem o používání videa k propagaci svých výrobků a neuvědomovali si potenciál filmu pro propagaci značky.³

V následujícím roce bratři Lumièrové vyrobili film *Danse serpentine*⁴. Video, ve kterém žena tančí v dlouhých šatech, které mění barvu. Teprve v tomto videu majitelé značek uviděli potenciál zachycení pohybu těl modelek a spatřili v něm sílu, jak upoutat pozornost veřejnosti. Oděvní značky začaly objednávat filmy pro své pro komerční účely. Například reklama na korzet Warner z roku 1910⁵ je jedna z prvních reklam na oblečení.⁶

² 1895, Lumiere, *Workers Leaving the Lumiere Factory (1895)*. In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/DEQeIRLxaM4>. Kanál uživatele MediaFilmProfessor.

³ Caroline Evans: *Fashion Film: The Grain of the Past in the Present*. In: Youtube [online]. 15.02.2019 [cit. 2022-01-06]. Dostupné z: <https://youtu.be/OtrBTNoXJTA>. Kanál uživatele GARAGEMCA.

⁴ *Serpentine Dance (Paris, France 1896)*. In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/8zkXb4aWVZs>. Kanál uživatele TheParmaViolet.

⁵ Warner Corset 1912. *Two Children a dog and Warner's Rust Proof Corset*. In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/IWcJHXJ9GT0>. Kanál uživatele Moviecraft Inc.

⁶ Uhlířová, Marketa. „100 Years of the Fashion Film: Frameworks and Histories“. In *Fashion Theory*, Volume 17, Issue 2, 137–158. Bloomsbury Publishing Plc., 2013, s. 137–158.

Tyto reklamy byly prvními kroky k objevování těchto nových obzorů.

První člověk, který kreativně experimentoval s módním diskurzem byl George Méliès, jeden ze zakladatelů kinematografie. V jeho videu Deset žen pod deštníkem ⁷ ukazuje deset žen v šatech ze starého století, které se mění na šaty nového století.

Potenciál kinematografie k propagaci módy se začal využívat velmi brzy, protože nové médium dokázalo velmi dobře přeorganizovat vizuální zábavu pro spotřebitelské účely.

V roce 1910 se objevilo filmové zpravodajství. Byly to krátké dokumentární filmy, které obsahovaly zprávy a zajímavé články. Obvykle se promítaly v kině, byly zdrojem aktuálních událostí, informací a zábavy pro miliony diváků. Byly promítány před filmy, ale byly zde i zpravodajské kinosály v mnoha velkých městech ve 30. a 40. letech 20. století. Zpravodajské filmy ukazovaly aktuální témata, která v té době lidi zajímala. Patřila mezi ně i móda. Zpravodajství sloužilo jako platforma pro prodej, diktování dobových trendů a studium módy, dokud nebylo v roce 1960 ukončeno nástupem televize.⁸

Pak přišla 60. léta. ovlivněna volnou láskou a pacifismem, desetiletí psychedelické hudby, drog a sexuální revoluce. Fotografové začínají zkoumat nové formy vyjádření a odklonili se od tradičních způsobů přenosu a vyprávění o módě. Místo toho, aby se zobrazovaly pouze sady oblečení, začaly ukazovat subjektivní pohled na módu. Se značkou a jejími produkty si spojují pocit, glamour a luxus. Myšlenka, která v reklamě přetrvává dodnes.

V 60. letech 20. století o módním průmyslu natočil dva filmy William Klein, fashion fotograf: v roce 1962 natočil film *Le Business et la Mode* a v roce 1964 *Aux Grands Magazines* ⁹.

V roce 1966 byl uveden další film – *Who Are You, Polly Maggoo?* Byla to břitká satira na módní byznys a média.¹⁰

Film *Blow Up*, který natočil Michelangelo Antonioni ve stejném roce v Londýně, byl inspirován módní fotografickou explozí ve městě. Děj se točí kolem módního fotografa

⁷ *Le parapluie fantastique 1903 Ten Ladies in One Umbrella - Silent Short Film - Georges Méliès.* In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/yEpRKKFD6F4>. Kanál uživatele Smells Like Popcorn Huele A Palomitas.

⁸ Newsreel - Wikipedia. [online]. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Newsreel>.

⁹ William Klein aux grands magasins - Vidéo Dailymotion. *Dailymotion - the home for videos that matter* [online]. Dostupné z: <https://www.dailymotion.com/video/xf9wvf>.

¹⁰ REES-ROBERTS, Nick. *Fashion Film: Art and Advertising in the Digital Age*. 1. Great Britain: Bloomsbury Publishing, 2018. ISBN 978-0-8578-5666-1. s. 91.

a problémů, kterým musí čelit.¹¹

Experimenty Irvinga Blumenfelda s pohyblivými obrazy patří k nejvýraznějším a nejpozoruhodnějším v oboru módního filmu. Ve filmech se zkoumají deformace těla – rozdělování, zdvojování, překrývání nebo jiné fragmentární obrazy částí těla, kaleidoskopické a kolážovité abstraktní kompozice a další filmové techniky, jako je reverzní pohyb.³

Teprve v roce 1967 se objevil film *Basic Black*¹², který lze považovat za první módní film v historii. Film překvapil odvážným spojením módy a kinematografie, ale ne v té podobě, v jaké se obvykle promítá na velkém plátně. Oblečení zde bylo skutečným hrdinou. Nebyla to kritika módního průmyslu. Nebylo to vedlejší téma ani estetický nádech zápletky. Ale byla to přehlídka oděvu zdobících modelky, které tančily v rytmu hudby dekády.

Film *Basic Black* režiséra Williama Claxtona je sbírkou módních výroků typických pro svou dobu. Některé z nich jsou spojeny s kontroverzní Peggy Moffit, módní ikonou 60. let a hlavní hrdinkou filmu. To vše se odráží v krátkém módním filmu, v němž se objevují také modelové Leon Bing a Ellen Hart, stylizované do detailů v různých vzorech

a odstínech. Výsledkem byl film, který udával styl celé generaci. Zanechal svou stopu v módě a předvedl spojenectví, které existuje mezi různými uměleckými formami.¹³

Mezi 60. a 80. lety 20. století Guy Bourdin, jeden z nejvlivnějších módních fotografů, také produkoval krátké filmy natočené v rámci různých focení na zakázku. Guy Bourdin vytvořil také řadu módních videí mezi 60. a 80. lety, která natočil na různých záběrech během focení a která zanechal jako neupravené, nesestříhané video. Jeho modelky před kamerou pózují a předvádějí jednoduché pohyby a choreografii.³

Digitalizace módních médií začala v 80. letech 20. století, kdy se začal rozvíjet internet a masově rozšířená počítačová technika. Dlouhou dobu se jednalo o novinku, protože dříve byla média založena pouze na tisku a analogovém vysílání. Díky rozvoji nových médií a internetu v roce 2000 vzniká to, co je dnes hlavním vystavovatelem kultury digitálního pohyblivého obrazu módy – SHOWstudio.

¹¹ Blow-Up (1966) - IMDb [online]. Dostupné z: https://www.imdb.com/title/tt0060176/?ref_=nv_sr_srsrg_0.

¹² Basic Black: William Claxton w/ Peggy Mo - The New York Times. [online]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/video/multimedia/1194839083873/basic-black-william-claxton-w-peggy-mo.html>.

¹³ The Evolution of Fashion Film. *Nowness* [online]. [cit. 2022-01-12]. Dostupné z: <https://www.nowness.com/story/playlist-the-evolution-of-fashion-film/>.

Společnost SHOWstudio založili módní fotograf Nick Knight a grafický designér Peter Saville.¹⁴ S vizí toho, čím se stane internet, se stal průkopníkem konceptu digitálního módního časopisu. Spolupracoval s takovými celebritami jako Bjork, Lady Gaga, Kanye West a další. Byla to první platforma, která povzbudila módní návrháře k natáčení filmů jako způsobu prezentace jejich kolekcí s využitím filmových médií a kinematografického jazyka, aby nově definovali prezentaci módy.

Módní film se však na internetu prosazoval pomalu a módní průmysl se jej zdráhal využívat. Ve skutečnosti to chvíli vypadalo, že se průmysl posouvá do „technologické minulosti“ namísto „budoucnosti“, jednoznačně upřednostňující kinematografii před digitalizací.

Podle Penny Martinové, šéfredaktorky SHOWstudia v letech 2001-2008, se kvůli technologickým omezením a obecnému odporu k digitálním technologiím i mezi fotografy a pokročilejšími tvůrci snímků vyvíjel online módní film pomalu.¹⁵

S rozdílem o něco více než století můžeme vidět, jak módní průmysl opět odmítá přijmout nová média. Nejprve od statického obrazu k pohyblivému obrazu, a pak po filmu na digitál. Pravděpodobně největší překážkou pro módní filmy byl počáteční odpor průmyslu k začlenění digitálních médií do hlavních marketingových a reklamních strategií.³

Až v roce 2008 vydala Prada videoklip k písni Trembled Blossoms, inspirovaný uměleckým dílem Jamese Jeana. Hypnotická hudba, symbolika a vizuální kouzlo dokázaly nastartovat boom v této oblasti.¹⁶

Vnímání fashion filmu se začalo měnit, alespoň v rámci oboru, a jeho postup do mainstream proudu se uskutečnil díky dvěma zásadním změnám.

Za prvé, praxe nahrazování živých módních přehlídek filmy představujícími kolekce se stávala běžnější. Za druhé, na konci roku 2000 začaly přední módní značky investovat více peněz do módních filmů a vysílat je online namísto tradičnějších kanálů, jako je televize, kino a místa prodeje. Přivedli kinematografické ikony, aby vytvořily módní filmy, například

¹⁴ About SHOWstudio. The Home of Fashion Film & Live Fashion. *SHOWstudio* [online]. [cit. 2022.01.12]. Dostupné z: <https://showstudio.com/about/>.

¹⁵ BEARD, Alice. Show and Tell: An Interview with Penny Martin, Editor in Chief of SHOWstudio. *Fashion Theory*. 2015, 12(2), 181-195 [cit. 2022-01-12]. ISSN 1362-704X. Dostupné z: doi:10.2752/175174108X298980.

¹⁶Trembled Blossoms PRADA. [online]. Dostupné z: <https://www.prada.com/ww/en/pradasphere/films/2008/trembled-blossom.html>.

Martin Scorsese pro Chanel¹⁷, David Lynch pro Gucci¹⁸, Guy Ritchie pro Dior¹⁹ a Darren Aronofsky pro Yves Saint Laurent²⁰. Módní společnosti konečně poznaly sílu umístění filmu online.

Ačkoli tento koncept existuje již od roku 1900, módní film je relativně mladý a dnes se neustále přetváří. Lidé konečně začali chápat sílu digitálního zobrazování a jeho možnosti. Módní film se obecně vždy snažil spojit obchodní zájmy se zábavou a vizuálním potěšením. Důležitější však je, že to jde ještě dál. Nyní se jedná o kombinaci nových médií, filmu, marketingu, zábavy, módy a umění. Výsledkem je, že módní filmy umí víc, než jen vyprávějí. Také svádějí, inspirují, přitahují. Estetika i konstrukce obrazu daleko přesahují běžné reklamní video. Ukazují nám svět skutečných experimentů a inovací, které překonávají bariéry konvenčních způsobů vyjadřování myšlenek, produktů, sdělení a pocitů. Takže jsme jako diváci pohlceni vizuálním kouzlem, které nám ukazují a které nás ohromuje vizuálním zážitkem. Není pochyb o tom, že módní film se bude v průběhu času dále vyvíjet a znovu objevovat.

1.3 SOUČASNÝ FASHION FILM

V 21. století se z natáčení módních filmů stalo obrovské odvětví. Největší módní domy, od Prady po Louis Vuitton, zvou renomované režiséry k natáčení krátkých filmů. Stylová ikona a blogerka Diane Pernet pořádá první festival ASVOFF (A Shaded View on Fashion Film), který je celý věnován filmům o módě. British Fashion Council pořádá festival v rámci London Fashion Week a podporuje tak mladé tvůrce. Fotograf a režisér Nick Knight, který vytváří mistrovská filmová a fotografická díla v oblasti módy, založil SHOWstudio v roce 2000. Od té doby se rozrostla v mediální platformu s internetovým obchodem a videopřenosy promítání a přednášek. Nick Knight stále sám režíruje většinu filmů, které se objevují v ShowStudio.

¹⁷ BLEU de CHANEL, the 2010 film with Gaspard Ulliel – CHANEL Fragrance. In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/oG-nnDlnWrA>. Kanál uživatele CHANEL.

¹⁸ Gucci by Gucci (David Lynch commercial). In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/RAL9jiZuZhM>. Kanál uživatele Ben Van Alboom.

¹⁹ Dior Homme - Un Rendez Vous (by Guy Ritchie starring Jude Law). In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/fZd9mKJcOR0>. Kanál uživatele willou.

²⁰ Darren Aronofsky's Yves Saint Laurent Ad For La Nuit de L'Homme With Vincent Cassel In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/NE1CXR2ze3c>. Kanál uživatele Pursuitist.

Popularita tohoto žánru roste: většina současných nejprestižnějších institutů zavedla kurz režie krátkých módních filmů. University of Arts London, Istituto Marangoni, Parsons, Fashion Institute of Technology nabízejí studentům bakalářský nebo magisterský titul v oboru módní filmové režie. Poptávka je oprávněná: tento žánr je na trhu poměrně nový a velmi rychle se rozvíjí a získává si oblibu po celém světě. To má několik důvodů. Již více než sto let úspěšně působí videa na trhu s módní reklamou.

Jak bylo popsáno v kapitole 1.1, módní filmy v moderním slova smyslu jsou relativně novým fenoménem, ale propagační videa v oblasti módy existují již od vzniku kinematografie. Dnes se bez módních filmů neobejde žádná značka, od mladých návrhářů až po masově prodávané společnosti.

Poptávka po módních videích roste úměrně s rozvojem digitálních technologií. Módní videa se stala důležitým trendem v módním průmyslu zhruba před 15 lety, kdy se začal rychle rozvíjet internet. Tehdy se objevily nejrůznější pomůcky a prostředky umožňující natáčet video za chodu a umělci s ním začali experimentovat. S dalším rozvojem digitálních technologií bude význam a popularita videa jen stoupat.

Módní filmy jsou jedním z nejúčinnějších způsobů propagace návrhářů a jejich tvorby.

V roce 2014 třináct ruských návrhářů ve spolupráci s ruskými režiséry a pod vedením pěti britských producentů vytvořilo pod záštitou FFDigest módní filmy, které byly představeny v rámci přehlídky NEW RUSSIAN FASHION IN FILM na londýnském týdnu módy. Jedním z účastníků projektu se stal Dmitrij Loginov, zakladatel značky ARSENICUM, který představil kreativní videokampaň na podporu svou jarně-letní kolekci plavek. Video zveřejnily všechny místní internetové módní publikace, včetně Vogue a Interview.²¹

Video je nejjednodušší způsob, jak oslovit široké publikum.

Cílem každé reklamy je maximální počet zhlédnutí cílovým publikem. A módní filmy v tom nemají konkurenci. Je docela snadné zveřejnit video na webu pomocí služeb YouTube a Vimeo nebo je nahrát do vlastních zdrojů. Například společnost Burberry spustila v říjnu 2021 novou kampaň Burberry Open Spaces²². Reklama nasbírala miliony zhlédnutí na platformách jako TikTok a YouTube. Nepochybným plusem internetu je naprostá absence prostorových omezení.

²¹ Fashion Film: Arsenicum S/S 14 | SHOWstudio. *SHOWstudio* [online]. Copyright © [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: https://showstudio.com/projects/dressing_the_screen_russia/fashion-film-arsenicum-ss-14.

²² Burberry Open Spaces Film. In Youtube [online]. Dostupné z: https://youtu.be/iCbfq_-cd-g. Kanál uživatele Burberry.

Módní filmový průmysl se po celém světě rychle rozvíjí. Dnes už existuje obrovské množství stránek věnovaných módním filmům, neustále se natáčí videa iD Magazine, Dazed & Confused, Nowness, Showstudio, na světě je více než desítka velkých festivalů módních filmů počínaje místními jako Berlin Fashion Film Festival a končící zmíněným Diany Pernet's A Shaded View on Fashion Film Festival a obřím La Jolla International Fashion Film Festival.

1.4 FASHION FILMY A PANDEMIE

Pandemie měla zásadní vliv na vývoj módních filmů. Týdny módy po celém světě se změnily ve virtuální události, protože se vše přesunulo z offline do online prostředí, čímž se porušila řada dlouholetých tradic exkluzivity, a začaly se živě přenášet pro internetové publikum. Módní film nahradil prezentaci nebo přehlídku návrháře na týdnu módy 2020. Bylo možné se zaregistrovat online a sledovat módní videa v určitý čas, jako kdybyste se účastnili prezentace na týdnu módy nebo se připojili k živému vysílání na YouTube. Malé filmy byly všech tvarů a velikostí. Od známých návrhářů až po méně známé značky.

Například Alessandro Michele, kreativní ředitel značky GUCCI, představil v roce 2020 svou kolekci Gucci Epilogue dvanáctihodinovým streamem, který se nakonec stal záběrem ze zákulisí reklamní kampaně kolekce.²³ A pak bylo zřejmé, že nejefektivnějším způsobem, jak uspořádat „představení bez představení“, jsou filmy. Běžné lookbooky už nefungují – a možnosti uspořádat fyzické show byly značně omezené. Po úspěchu dvanáctihodinové prezentace se Alessandro Michele rozhodl spojit síly s režisérem Gusem Van Santem a natočit ne jeden, ale hned sedm filmů najednou. Všechny byly představeny na GucciFestu, a účinkovali v nich Billie Eilish, Harry Styles a Florence Welch.²⁴

Nicméně příklad London Fashion Week a Couture Fashion Week 2021 však ukázal malou účinnost náhlého přechodu na online formát: sledovanost nebyla příliš působivá a odezva byla spíše slabá. Týden módy se již konal ve smíšeném formátu, který novináři nazvali phygital (fyzický + digitální).²⁵

²³ Gucci Epilogue. In Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/9jIrysawtO4>. Kanál uživatele Gucci.

²⁴ What Is „Gucci Fest“ and How Do I Watch It?. *The Cut* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.thecut.com/2020/11/gucci-fest-2020.html>.

²⁵ „Phygital“ fashion shows gain traction online. *Financial Times* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.ft.com/content/232f30b6-e9c5-4bab-a28b-4e1849cca3e0>.

Některé prezentace probíhaly offline s tradiční první řadou, ale s respektováním všech norem společenského rozestupu. Příkladem kolegů designérů pak následoval francouzský návrhář Simon Port Jacquemus, který svou unisex show uspořádal v žitném poli hodinu jízdy od Paříže. Akce se zúčastnila pouze stovka diváků, ale miliony se k nim připojily online. Fyzická show v Covid realitě, rovněž na úžasné krásném místě, přinesla požadovaný efekt.²⁶ Ukázalo se, že natočit video s krásnou modelkou na bílém pozadí ve fotoateliéru už nestačí – minifilm by měl u diváka rezonovat. Je potřeba něčím překvapit, dát důvod k zamyšlení. Nakonec je lepší udělat něco úplně absurdního a divného, než další sterilní video bez smyslu a zápletky. Když musíte bojovat o pozornost uživatelů na webu, musíte riskovat a naučit se přemýšlet mimo všechny šablony.

V roce 2020 začaly módní domy aktivně experimentovat s formátem videa. Tak Salvatore Ferragamo přilákal italského filmaře. Minifilm inspirovaný Hitchcockem pro něj natočil Luca Guadagnino (který již dříve uvedl dokument o samotném Salvatore Ferragamovi).²⁷ Jeremy Scott pro značku Moschino uspořádal plnohodnotné představení v loutkovém divadle. Účastníky jeho prezentace byly loutky – přesné miniaturní kopie šéfredaktorů lesklých časopisů a supermodelek. A přestože se toto rozhodnutí mnohým zdálo kontroverzní, dostalo se patričné reakce: počet repostů a komentářů na sociálních sítích byl obrovský.²⁸

Nick Knight pro Maison Margiela vytvořil a sestříhal celý pětáctýřicetiminutový horor s tancem, strašidelnou svatbou a mrazivým příběhem záhadné vraždy. Tento formát umožnil kreativnímu řediteli Margiely, Johnu Gallianovi, aby se opravdu vyřádl a vyprávěl svůj příběh ve všech barvách a detailech. Zároveň umožnil divákům nahlédnout do zákulisí a do tvůrčího procesu této nejzáhadnější značky.²⁹

Mnoho módních společností z celého světa pokračovalo v roce 2021 v promítání krátkých

²⁶ Jacquemus creates another viral catwalk moment, this time in a wheat field. *Harper's BAZAAR* [online]. [cit. 29.03.2022]. Dostupné z: <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/fashion-news/a33257267/jacquemus-show-july-2020/>.

²⁷ How Luca Guadagnino Brought a Salvatore Ferragamo Collection to Life. *W Magazine* [online]. [cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://www.wmagazine.com/story/luca-guadagnino-salvatore-ferragamo-film>.

²⁸ Moschino Spring 2021 Ready-to-Wear Collection. *Vogue*. [online]. [cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/moschino>.

²⁹ Watch Nick Knight's New Maison Margiela Film. *AnOther Magazine | Fashion & Culture | AnOther* [online]. [cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/12690/this-film-takes-you-behind-the-scenes-of-the-maison-margiela-atelier>.

i celovečerních filmů. Tato tvůrčí volba dává smysl – film je přístupnou metodou, jak získat jednotnou představu o tvůrčím procesu a konkrétním stylu každé kolekce. Dior natáčel film v zrcadlovém sále ve Versailles, Louis Vuitton na chodbách Louvru, Celine natáčela pánskou show na rytířském zámku Chambord. Brave Hearts od Miu Miu je dalším pozoruhodným příkladem přehlídky a filmové prezentace.

Natáčení probíhalo v zasněžených horách v severní Itálii, kde se modelky proménadovaly po svazích a byly snímány panoramatickými kamerami a drony.³⁰

Samostatně můžeme vyzdvihnout patnáctiminutové video ukazující pánskou kolekci Louis Vuitton od Virgila Abloha s názvem Peculiar Contrast, Perfect Light jako nový multisenzorický filmový zážitek. Modelky se procházely po pódiu jako cestující na vlakovém nádraží s aktovkami a taškami LV s monogramy, zatímco vystupovala hvězdná sestava básníků a hudebníků, včetně Yasina Beye, Saula Williamse a Kaie Isaiaha Jamala.

Film Peculiar Contrast, Perfect Light, který je kombinací módní přehlídky, módního filmu a performance se slovem a hudební produkcí, znamenal revoluci v možnostech, jak může vypadat a znít módní film. Film následně nasbíral více než dva miliony zhlédnutí na YouTube, což dokazuje, že filmy o módě mohou být stejně populární, ne-li více než tradiční přehlídky.³¹

Dnes je jednou z hlavních otázek módního průmyslu v období Covid: jsou takové nákladné módní přehlídky v jejich současné podobě vůbec nutné? Myslím, že módní přehlídky se budou dělit na tradiční, ty, které se odehrávají v reálném světě, ve kterém se lidé setkávají a komunikují. A dokud bude potřeba osobní komunikace, takové pořady budou existovat i nadále. Velké značky budou i nadále vysílat svou estetiku prostřednictvím vlastních inscenovaných módních přehlídek. A digitální módní přehlídky se budou nevyhnutelně vyvíjet velmi aktivně, protože video je k dispozici pro jakoukoliv značku a kreativě se nekladou žádná omezení.

³⁰ Fall Winter 2021 Fashion Show | Miu Miu. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://www.miumiu.com/ww/en/miumiu-club/fashion-shows/fw21-fashion-show.mobile.html>.

³¹ Men's Fall-Winter 2021 Fashion Show | LOUIS VUITTON. In Youtube [online]. Dostupné z: https://youtu.be/vV_QoQD_nrA. Kanál uživatele Louis Vuitton.

2. FÁZE A RYSY NATÁČENÍ FASHION FILMU

Proces tvorby módního filmu se příliš neliší od tvorby reklamy. Celý proces tvorby videoklipu lze rozdělit do tří částí:

1. Příprava (předprodukce)
2. Natáčení (produkce)
3. Střih (postprodukce)

2.1 PŘEDPRODUKČNÍ FÁZE

Předprodukce je příprava na natáčení. Bez nadsázky to lze nazvat nejdůležitější fází procesu natáčení. Jaké video nakonec vznikne, závisí na tom, jak pečlivě a kvalifikovaně je provedena předprodukce. V předprodukční fázi se také shromáždí veškerá potřebná technická podpora, všechny zdroje včetně lidských – filmový štáb. Vytvoří se pracovní plán, který zohledňuje směny filmového štábu a herců – lidí v záběru, vybavení, make-upu, lokací, rekvizit atd.

2.1.1 KLIENT

Jako klienta jsem si vybrala E-shop se second-hand oblečením – BeWorn (www.beworn.cz). BeWorn je selektivní second-hand. Jedná se o položky středního a luxusního segmentu. Nákup v tomto obchodě s použitým zbožím je podobný nákupu v klasickém internetovém obchodě. Hlavní cílovou skupinou obchodu jsou mladí lidé ve věku 20-30 let. Společnost BeWorn byla založena v říjnu 2021 a zatím neměla čas se na trhu dostatečně prosadit. Módní film je dobrým způsobem propagace BeWorn na sociálních sítích, protože přitahuje více pozornosti než fotografie nebo klasická reklama. Módní film vyvolává v potenciálních zákaznících emoce, a proto je lépe zapamatovatelný.

Tvorba filmu vždy začíná nápadem a koncepcí. Režisérský treatment je prvním a hlavním nástrojem pro prezentaci kreativity ve videu, filmu a reklamní tvorbě.

2.1.2 „FILM TREATMENT“

Co je to „film treatment“?

Samotné slovo „treatment“, doslovně přeloženo z angličtiny, znamená „přístup“, „interpretace“, „metoda“. V podstatě se jedná o statickou prezentaci (někdy animovanou nebo s dynamickými vložkami), která pomáhá pochopit, jak bude realizován scénář videa, vývoj děje, místo natáčení, scénografie atd.³² „Film treatment“ je velmi důležitý, protože umožňuje klientovi pochopit, jak bude video vypadat a jak ho vidí a cítí režisér. Může být podrobně popsán nebo načrtnut s odkazy. Na konci „film treatmentu“ má klient obecnou představu o tom, jak bude video vypadat. Teprve po „film treatmentu“ lze vypočítat přesný odhad.

„Film treatment“ mého filmu obsahuje následující bloky:

Příběh a styl videa.

V tomto bloku nastiňuju příběh a styl budoucího videa, dělám reference podle nálady filmu. Styl filmu je inscenovaný (umělecký). Film vypráví o velmi emotivním milostném příběhu dvou mladých lidí ve velkoměstě. (Obrázek 1)

Casting.

V této části „film treatmentu“ přikládám fotografie herců – Sabiny a Leshy. Vybrala jsem si je, protože jsou to profesionální modely, cítí se před kamerou pohodlně a dokážou přirozeně projevovat různé emoce. Důležité je, že Sabina a Lesha vedle sebe vypadají organicky a jejich vzhled odpovídá stylu filmu a jejich oblečení. (Obrázek 2, 3)

Kostýmy a make-up.

Je popsán styl oblečení a detaily, které zdůrazní myšlenku videa. To je posíleno moodboardem (výběr obrázků). Zde také shromážděné obrázky s detaily a vlastnosti make-upu. (Obrázek 4)

Obchod BeWorn prodává oblečení v casual stylu. V angličtině „casual“ znamená „neformální, uvolněný“. „Casual“ oblečení se od ostatních druhů oblečení liší svým volným a pohodlným střihem a je vhodné pro nošení ve volném čase. Stylistka sestavila náhledy v souladu se stylem filmu, a ke každé z lokací byl přiřazen odpovídající unikátní oděv. (Obrázek 5)

³² Film treatment – Wikipedia. [online]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Film_treatment.

Lokace.

V předprodukční fázi se také vybírají lokace – místa pro natáčení, přičemž se berou v úvahu všechny požadavky, světlo, zvuk, hluk, prostředí a možnost natáčení na vybraném místě. Proveďte se zkušební natáčení (umožňuje pochopit, jak zamýšlené záběry vypadají ve skutečnosti, zda jsou vhodné lokace, herci atd.).

Při přípravě byly zvažovány různé možnosti interiéru a exteriéru. Nakonec bylo na základě hledání lokací rozhodnuto natáčet film na šesti místech: železniční most na Smíchově, náměstí u Národního divadla, fotoautomat, ulice (Žižkov), metro (Hlavní nádraží) a byt. V „film treatmentu“ jsem shromáždila fotografie vybraných lokací. (Obrázek 6).

Poté jsem se věnovala studiu podmínek v dané lokalitě. Na základě výsledků prvních zkušebních snímků jsem si poznamenala různé vlastnosti, které jsem brala v úvahu v den natáčení – logistiku, osvětlení, počet lidí atd.

Hudba a zvuk.

Pomocí hudby a zvukových efektů máme k dispozici mocný nástroj k ovlivnění emocí diváka. Hudba a zvukové efekty doplňují videosekvence a mohou posílit děj filmu.

V této části „film treatmentu“ jsem přidala možné varianty hudby, která bude ve filmu použita.

Hudba by neměla být příliš rušivá a měla by odpovídat stylu a formátu videa. Zde je také popsán možný zvukový design. (Obrázek 7)

Rekvizity

Důležitou součástí filmu jsou rekvizity. Pomáhají zprostředkovat atmosféru videa a povahu postav. Jedná se o předměty, které jsou přítomné ve scéně a se kterými herci interagují.

Na posledním slajdu „film treatmentu“ jsem popsala možné rekvizity, které lze použít během natáčení. Jsou to fotoaparát, obrázky a květiny. (Obrázek 8)

2.1.3 SCÉNÁŘ

Scénář je základem každého úspěšného a zajímavého videa. I videa, která na první pohled nemají jasně strukturovaný příběh, mají vždy nějaký děj, nějakou kostru.

Režisérský scénář.

Pro pohodlí při vytváření módního filmu jsem použila režisérský scénář. Jedná se

o tabulku, která odráží všechny důležité detaily procesu natáčení, vše v jednom dokumentu. Výhodou tohoto způsobu práce je, že celý filmový štáb může pracovat souvisle, což šetří čas.

Struktura režisérského scénáře³³:

- **Nº** – je číslo rámu. Rámeček je okamžik od stisknutí tlačítka do jeho vypnutí.
- **t** – je časový údaj v sekundách, tj. délka snímku.
- **Size** – velikost záběru (celkový, střední, detailní)
- **Action** – co má postava v záběru dělat
- **Audio** (zvuk/dialog) – co je řečeno za scénou, ve scéně, jaká hudba, šum, efekty
- **Props** (rekvizity) – věci, které jsou užitečné při natáčení scény.
- **Comments** – poznámky k tomu, čemu je třeba věnovat pozornost před, během nebo po natáčení či při střihu

Fragment mého scénáře – Obrázek 9

Rozdíl mezi „film treatmentem“ a skriptem.

Přestože jsou oba pojmy úzce spjaty, existují mezi nimi určité rozdíly. Scénář videa je krátké literární dílo, které popisuje jednání hlavních postav a pořadí scén. „Film treatment“ naopak popisuje různé detaily a nuance natáčení, aby producent a klient pochopili, jak bude video realizováno a co je k jeho natočení potřeba.

2.2 PRODUKCE

V této fázi probíhá samotné natáčení. Přestože film využívá velké množství různých lokací, podařilo se nám natočit všechny plánované scény za jeden natáčecí den (12 hodin). Jelikož se jednalo o malý projekt a byli jsme omezeni rozpočtem, tvořilo produkční tým jen několik lidí. Dělal jsem práci několika lidí z produkčního týmu najednou – režiséra, producenta a kameramana. Ostatní produkční tým tvoří: stylistka, maskérka, herci a editor.

³³ What's a Shooting Script and How Do You Create One?. *No Film School* [online]. 2022 NONETWORK, LLC. All Rights Reserved. [cit. 19.03.2022]. Dostupné z: <https://nofilmschool.com/shooting-script-example>.

2.2.1 INSCENACE SVĚTLA

Světlo hraje při natáčení klíčovou roli, protože právě ono dodává budoucímu filmu umělecký kolorit. Většina scén ve filmu byla natočena za použití přirozeného světla. Tam, kde nebylo dostatečné osvětlení z okolí, byl použit jediný doplňkový zdroj. Ve scénách, které se natáčely v pokoji, jsem použila LED světlo Godox ML60 namířené na bílou zeď před scénou. Použila jsem ho jako podpůrné světlo, které by nenarušilo večerní atmosféru scény.

2.2.2 MAKE-UP A KOSTÝMY

Současně s přípravou techniky se na focení připravovaly i modelky. Pomáhala jim vizážistka a stylistka. Oblečení modelek bylo vybráno a schváleno předem, ale během focení se částečně měnilo.

2.2.3 NATÁČENÍ

Čas srazu celého produkčního týmu byl 8:00. V té době se modely začaly připravovat na focení – byly nalíčeny a oblékly se na první lokaci. Současně probíhala příprava techniky: nastavení kamery a stabilizátoru a příprava potřebných objektivů. Při natáčení jsem používala kameru Fujifilm x-t3, objektivy Fujinon 18-55 2,8-4 a Fujinon 10-24 4 a stabilizátor Ronin SC.

Mezi jednotlivými lokacemi jsme cestovali autem. Na každém z lokací jsem dávala modelům pokyny podle scénáře, ale snažili jsme se i improvizovat. Před každou lokací se modely převlékly a upravovaly si make-up. Během focení se stylistka starala o to, aby oblečení vypadalo v záběru dobře. (Obrázek 10)

V každém záběru vystupovali modely společně nebo jednotlivě. Snímky byly pořízeny ze středních i blízkých záběrů. Kromě toho bylo několik scén natočeno v detailních záběrech z různých úhlů. Ve filmu byly většinou použity záběry z ruky nebo stabilizátoru. Takové natáčení vypadá dynamičtěji a hodí se ke stylu videa. V některých scénách bylo použito statické snímání. Vzhledem k tomu, že jsme většinu scén natáčeli venku, museli jsme se někdy přizpůsobit okolnostem a odchýlit se od původního záměru. Snažila jsem se pořídit více snímků, abych měla při úpravách větší výběr.

2.3 POSTPRODUKCE

Po natočení všech záběrů se pošlou do postprodukce, kde se zkombinují nejlepší záběry, přidá se grafika, zvuk atd. Jedná se také o velmi důležitou fázi, během níž se ze suroviny vytváří konečný produkt. A kvalita samotného videa bude záviset na kvalitě střihu a zpracování. Po skončení natáčení byl veškerý materiál roztríděn do složek pro snadnou orientaci a začal proces střihu videa.

2.3.1 STŘIH

Střih není jen o spojování dobrých záběrů. Má svá vlastní pravidla a jemnosti, které je třeba respektovat.

Střih umožňuje následující způsoby korekce a vylepšení výsledného videa:

- odstranění nebo redukce nezajímavých, nepodstatných nebo opakujících se epizod
- oprava chyb, vynechání chybných segmentů
- odstranění segmentace
- obecná oprava pořadí

Editace začíná tříděním dostupného materiálu: výběr správných rámečků., určení pořadí snímků, určení bodů spojování (kdy má jeden snímek končit a druhý začínat), definice typu spojování mezi rámy, vytvoření správné sekvence.

Běžnou praxí je natočit mnohem více materiálu, než je nakonec zamýšleno použít. Důvodem je nemožnost ověřit výsledek během natáčení a možnost mít před sebou bohatý výběr záběrů při střihu.

Dalším krokem při střihu je určení pořadí, v jakém se vybrané snímky zobrazí divákovi.

Kromě úpravy snímků zahrnuje celkové zpracování videa také přidání textu a loga. Jejich barvy, velikost a umístění na obrazovce musí být také dobře promyšlené.

Se střihem a barevnými úpravami pomáhal další důležitý člen produkčního týmu – editor.

Ke střihu byla použita aplikace Adobe Premiere Pro 2020. Proces editace byl rovněž rozdělen do několika fází:

1. V první fázi střihu byl sestaven základ klipu a na konci této fáze bylo vidět, jak by měl film vypadat.
2. V závěrečné fázi střihu se provedly všechny potřebné úpravy, něco se přidalo, něco vystříhlo, přidaly se další zvuky a po této fázi se struktura videa nezměnila.

3. Vizualní efekty – v této fázi byly na video aplikovány efekty a upraveny jejich parametry. Nakonec byly vytvořeny a přidány titulky.

Při střihu módního filmu jsme používali převážně skokové střihy.

„Skokový střih (Jump cut) – je typ montáže, při níž jsou dva po sobě jdoucí záběry téhož předmětu natočeny z pozice kamery mírně odlišné od pozice předchozího záběru nebo z přesně stejného úhlu. Tato střihová technika vytváří efekt skoku v čase, jakési manipulace s časem na plátně v prostoru a jeho roztržení v rámci jediného záběru. Tento typ montáže lepí plynutí času v náhlé, překotné formě, na rozdíl od plynulejších přechodů mezi záběry, které se ve filmu nejčastěji používají.“³⁴ Tento typ střihu umožňuje udělat video dynamičtější.

2.3.2 BAREVNÁ KOREKCE

Velmi důležitá je také práce koloristy. Barevná korekce nejprve opravuje veškeré nedokonalosti zdrojového materiálu a upravuje celkový obraz do jednotného barevného schématu, díky čemuž video vypadá celistvě. Zadruhé se barevná gradace používá jako umělecký nástroj, který zdůrazňuje významové oblasti určitých scén. Zatřetí je to korekce barev, která klipu dodá profesionální vzhled.

V této fázi byl pomocí tónovacích nástrojů a vrstev úprav opraven barevný tón videa a jednotlivé snímky byly barevně zarovnané. V souladu s atmosférou videa byl zvolen styl barevné korekce: tlumená barevnost stylizovaná do analogového snímku.

Pro barevné korekce byl použit software DaVinci Resolve.

2.3.3. ZVUK

V této fázi video obsahuje hudební doprovod, předem nahrané hlasové projevy nebo repliky herců. Samostatnou zmínku si zaslouží zvukový design, tj. doplnění zvukových efektů, které umocňují vtažení do děje a umělecké vnímání videa. Jako hudební doprovod k filmu je použita kompozice Foamek – Direct X. K dokreslení atmosféry videa byly použity také další zvukové efekty: hlasy, zvuky vlaku a města.

³⁴ Jump cut - Wikipedia. [online]. [cit. 2022-03-18] Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Jump_cut.

ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo seznámit čtenáře s fenoménem módních filmů. V teoretické části práce jsem definovala pojem moderní fashion film a poukázala na jeho odlišnosti od klasické reklamy. Popsala jsem hlavní historické události, které ovlivnily vznik a vývoj tohoto žánru. Zaznamenala jsem počátek vzniku filmů o módě a také jsem zjistila, že tento žánr se definitivně zformoval až ve 21. století s rostoucí přítomností značek na sociálních sítích a na internetu. Ačkoli je tento žánr nový a v módním průmyslu se teprve začíná prosazovat, již nyní můžeme pozorovat rostoucí poptávku značek po tomto druhu vizuální komunikace. To bylo ovlivněno také pandemií Covid. Tomuto tématu jsem se podrobně věnovala v kapitole 1.3.

Praktická část mé práce se zabývá procesem natáčení módního filmu. V uvedených kapitolách se podrobně věnuji jednotlivým fázím tvorby filmu od nápadu až po hotový film. Na základě natáčení vlastního filmu můžu konstatovat, že módní film může být samostatným tvůrčím produktem s vlastními specifickými rysy: nepřítomnost reklamy na konkrétní produkt, krátká délka videa, vztah k narativu, stylistika. Mohu také říci, že práce na módním filmu vyžaduje řádnou přípravu, organizaci procesu natáčení a postprodukcí pro dosažení co nejlepšího výsledku.

Vyzkoušela jsem si vytvořit vlastní módní film a přesvědčila jsem se, že i s omezeným rozpočtem a malým produkčním týmem je možné vytvořit moderní módní film, který splňuje všechny stylové požadavky. Je však třeba zmínit, že výroba módních filmů je složitý tvůrčí proces, a proto pro mě bylo důležité pracovat v týmu. Do budoucna plánuji rozšířit svůj produkční tým. To mi umožní realizovat větší a složitější projekty.

SEZNAM POUŽITÝCH INFORMAČNÍCH ZDROJŮ

Literatura

1. BEARD, Alice. Show and Tell: An Interview with Penny Martin, Editor in Chief of SHOWstudio. *Fashion Theory*. 2015, 12(2), 181-195 [cit. 2022-01-12]. ISSN 1362-704X. Dostupné z: doi:10.2752/175174108X298980.
2. REES-ROBERTS, Nick. *Fashion Film: Art and Advertising in the Digital Age*. 1. Great Britain: Bloomsbury Publishing, 2018. ISBN 978-0-8578-5666-1.
3. Uhlirova, Marketa. „100 Years of the Fashion Film: Frameworks and Histories“. In *Fashion Theory*, Volume 17, Issue 2, 137–158. Bloomsbury Publishing Plc., 2013.

Internetové zdroje

1. 1895, Lumiere, Workers Leaving the Lumiere Factory (1895). In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/DEQeIRLxaM4>. Kanál uživatele MediaFilmProfessor.
2. About SHOWstudio. The Home of Fashion Film & Live Fashion. *SHOWstudio* [online]. [cit. 2022.01.12]. Dostupné z: <https://showstudio.com/about/>
3. Basic Black: William Claxton w/ Peggy Mo - The New York Times. [online]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/video/multimedia/1194839083873/basic-black-william-claxton-w-peggy-mo.html>.
4. BLEU de CHANEL, the 2010 film with Gaspard Ulliel – CHANEL Fragrance. In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/oG-nnDlnWrA>. Kanál uživatele CHANEL.
5. Blow-Up (1966) - IMDb [online]. Dostupné z: https://www.imdb.com/title/tt0060176/?ref_=nv_sr_srsq_0.
6. Burberry Open Spaces Film. In Youtube [online]. Dostupné z: https://youtu.be/iCbfq_-cd-g. Kanál uživatele Burberry.
7. Caroline Evans: Fashion Film: The Grain of the Past in the Present. In: Youtube [online]. 15.02.2019 [cit. 2022-01-06]. Dostupné z: <https://youtu.be/OtRBTNoXJTA>. Kanál uživatele GARAGEMCA.
8. Darren Aronofsky's Yves Saint Laurent Ad For La Nuit de L'Homme With Vincent Cassel In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/NE1CXR2ze3c>. Kanál uživatele Pursuitist.
9. Dior Homme - Un Rendez Vous (by Guy Ritchie starring Jude Law). In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/fZd9mKJcOR0>. Kanál uživatele willou.

10. Fall Winter 2021 Fashion Show | Miu Miu. [online]. [cit. 2022-01-16]. Dostupné z: <https://www.miumiu.com/ww/en/miumiu-club/fashion-shows/fw21-fashion-show.mobile.html>.
11. Fashion Film: Arsenicum S/S 14 | SHOWstudio. *SHOWstudio* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: https://showstudio.com/projects/dressing_the_screen_russia/fashion-film-arsenicum-ss-14.
12. Film treatment – Wikipedia. [online]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Film_treatment.
13. Gucci by Gucci (David Lynch commercial). In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/RAL9jiZuZhM>. Kanál uživatele Ben Van Alboom.
14. Gucci Epilogue. In Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/9jIrysawtO4>. Kanál uživatele Gucci.
15. How Luca Guadagnino Brought a Salvatore Ferragamo Collection to Life. *W Magazine* [online]. [cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://www.wmagazine.com/story/luca-guadagnino-salvatore-ferragamo-film>.
16. In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/NE1CXR2ze3c>. Kanál uživatele Pursuitist.
17. Jacquemus creates another viral catwalk moment, this time in a wheat field. *Harper's BAZAAR* [online]. [cit. 29.03.2022]. Dostupné z: <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/fashion-news/a33257267/jacquemus-show-july-2020/>.
18. Jump cut - Wikipedia. [online]. [cit. 2022-03-18] Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Jump_cut.
19. Le parapluie fantastique 1903 Ten Ladies in One Umbrella - Silent Short Film - Georges Méliès. In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/yEpRKKFD6F4>. Kanál uživatele Smells Like Popcorn Huele A Palomitas.
20. Men's Fall-Winter 2021 Fashion Show | LOUIS VUITTON. In Youtube [online]. Dostupné z: https://youtu.be/vV_QoQD_nrA. Kanál uživatele Louis Vuitton.
21. Moschino Spring 2021 Ready-to-Wear Collection. *Vogue*. [online]. [cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-ready-to-wear/moschino>.
22. Newsreel - Wikipedia. [online]. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Newsreel>.
23. Phygital fashion shows gain traction online. *Financial Times* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.ft.com/content/232f30b6-e9c5-4bab-a28b-4e1849cca3e0>.
24. Serpentine Dance (Paris, France 1896). In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/8zkXb4aWVZs>. Kanál uživatele TheParmaViolet.

25. The Evolution of Fashion Film. *Nowness* [online]. [cit. 2022-01-12]. Dostupné z: <https://www.nowness.com/story/playlist-the-evolution-of-fashion-film/>.
26. Trembled Blossoms | PRADA. [online]. Dostupné z: <https://www.prada.com/ww/en/pradasphere/films/2008/trembled-blossom.html>.
27. Warner Corset 1912. Two Children a dog and Warner's Rust Proof Corset. In: Youtube [online]. Dostupné z: <https://youtu.be/IWcJHXJ9GT0>. Kanál uživatele Moviecraft Inc.
28. Watch Nick Knight's New Maison Margiela Film. *AnOther Magazine* | *Fashion & Culture* | *AnOther* [online]. [cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://www.anothermag.com/fashion-beauty/12690/this-film-takes-you-behind-the-scenes-of-the-maison-margiela-atelier>.
29. What Is „Gucci Fest“ and How Do I Watch It?. *The Cut* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.thecut.com/2020/11/gucci-fest-2020.html>.
30. What's a Shooting Script and How Do You Create One?. *No Film School* [online]. 2022 NONETWORK, LLC. All Rights Reserved. [cit. 19.03.2022]. Dostupné z: <https://nofilmschool.com/shooting-script-example>.
31. William Klein aux grands magasins - Vidéo Dailymotion. *Dailymotion - the home for videos that matter* [online]. Dostupné z: <https://www.dailymotion.com/video/xf9wvf>.

OBRAZOVÁ PŘÍLOHA

Příběh a styl videa

story about love and
lost in the big city



Obrázek 1

casting – Sabina



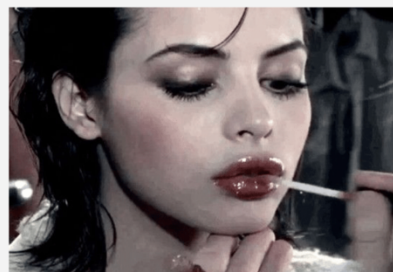
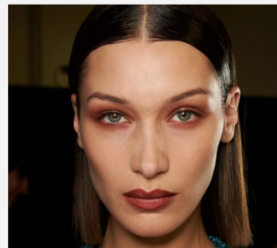
Obrázek 2

casting – Lesha

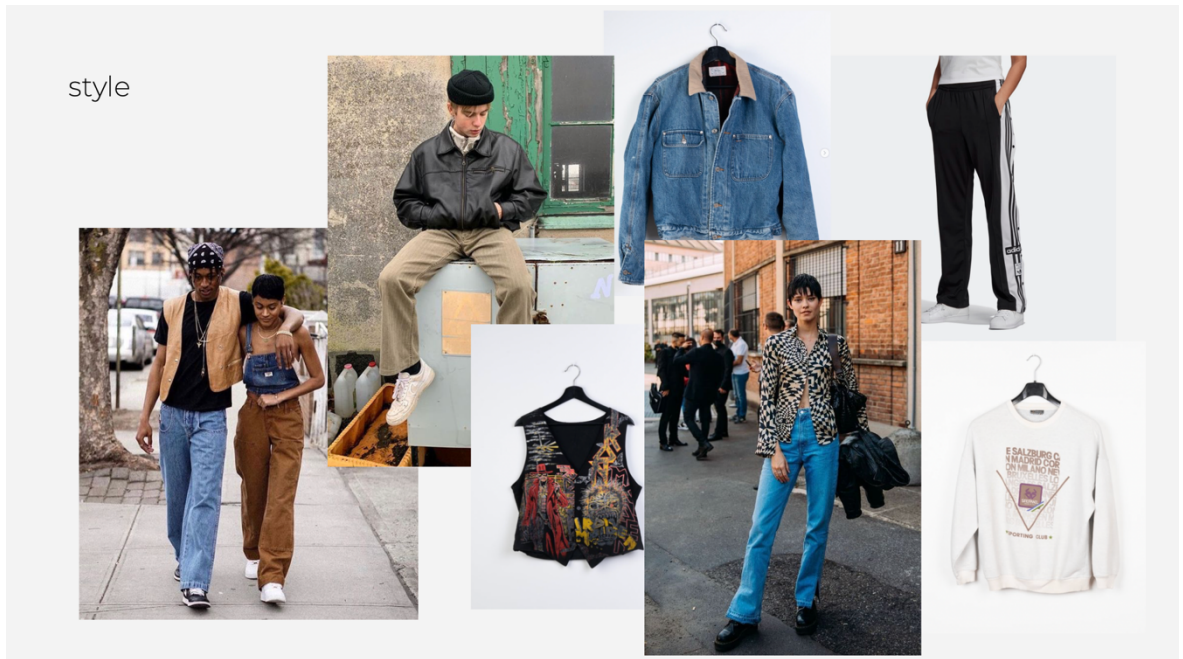


Obrázek 3

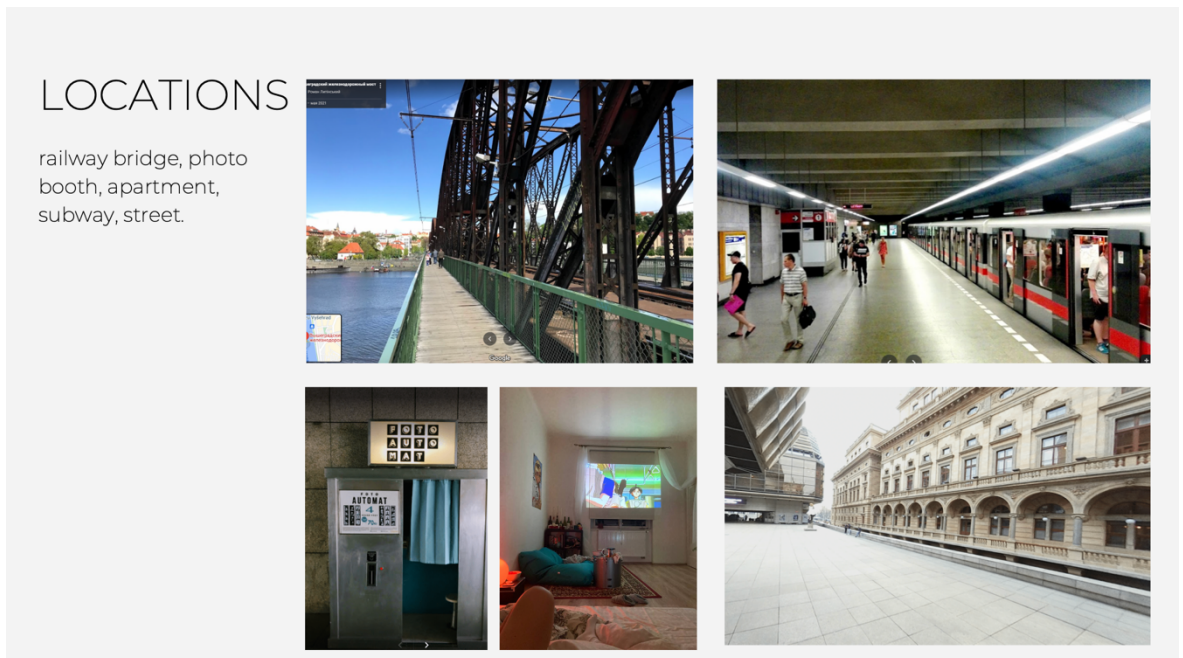
make-up



Obrázek 4



Obrázek 5



Obrázek 6

Sound



+ different sounds of city,
flash, film camera etc.

Obrázek 7

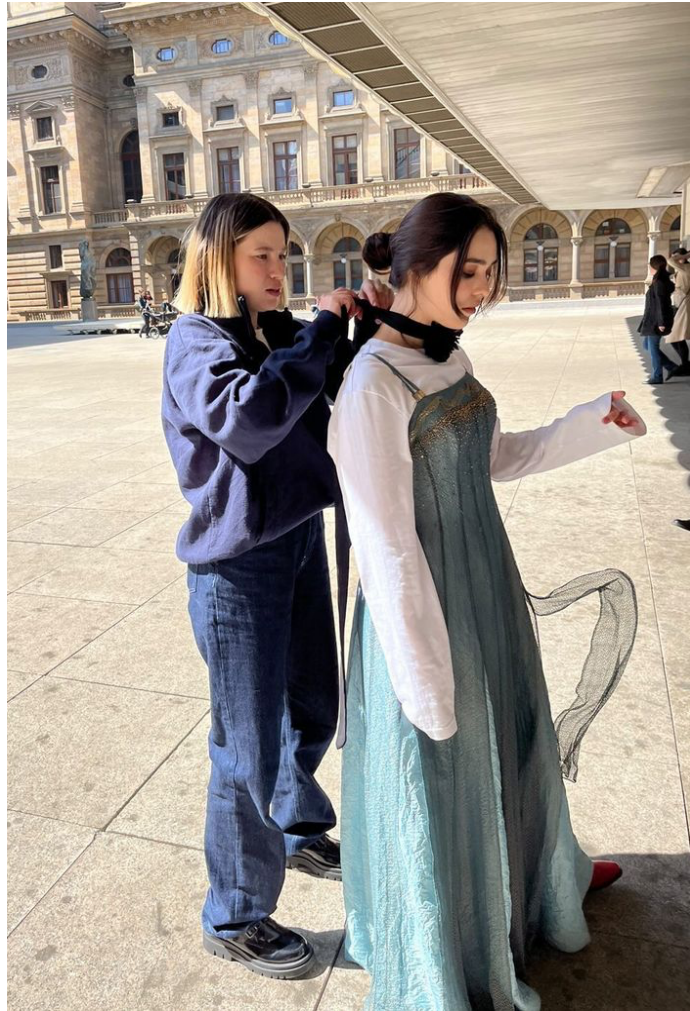
Props flowers, film camera, photos



Obrázek 8

№	Location	t (sec)	Size	Action	Props/Comments
1	Most	1	Polodetail	Lesha	first look
2	Most	1	Polodetail	Sabina	first look
3	Most	2	Polocelek	Sabina jde	first look
4	Most	1	Velký celek	Sabina stojí	first look
5	Most	2	Celek	Projíždí vlak	first look
6	Most	2	Polocelek	Sabina	first look
7	Most	1	Velký celek	Vedle se objeví Lesha	first look
8	Most	2	Celek	Spolu	first look
9	Most	1	Velký detail	Sabinin obličej	first look
10	Most	1	Detail	Sabininy ruce	first look, rings
11	Most	1	Polodetail	Drží se za ruce	first look, rings
12	Most	2	Velký celek	Vyběhnou ze záběru a drží se za ruce	first look
13	ND	2	Velký celek	Vběhnou do záběru	second look
14	ND	2	Různé velikosti záběru	Chodí, mazlí se, hrají si na milence	second look
15	ND	2	Různé velikosti záběru	Mazlí se, hrají si na milence	second look
16	ND	2	Různé velikosti záběru	Chodí, mazlí se, hrají si na milence	second look
17	ND	2	Detail	Sabina upravuje oblečení Leshy	second look

Obrázek 9



Obrázek 10