

Univerzita Karlova  
Pedagogická fakulta  
Katedra výtvarné výchovy

## BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Módní fotografie a její současná podoba  
Fashion photography and its present form  
Šárka Zavadilová

Vedoucí práce: Mgr. MgA. Sylva Francová  
Studijní program: Specializace v pedagogice  
Studijní obor: Český jazyk – Výtvarná výchova se zaměřením na vzdělávání

2019

Odevzdáním této bakalářské práce na téma Módní fotografie a její současná podoba potvrzuji, že jsem ji vypracovala pod vedením vedoucího práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále potvrzuji, že tato práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze 17.4.2019



Ráda bych touto cestou poděkovala Mgr. MgA. Sylvě Francové za odborné vedení a podnětné rady při zpracování mé bakalářské práce.

## **ANOTACE**

Módní fotografie a její současná podoba

Bakalářská práce Módní fotografie a její současná podoba se zabývá specifickým fotografickým žánrem, jeho historií, charakteristikou a vymezením. Dále tato práce popisuje současné trendy v oblasti fashion fotografie na území České republiky a Slovenska a okrajově se věnuje i jejím hlavním představitelům. Pedagogická část práce udává příklady využití žánru módní fotografie v hodinách výtvarné výchovy, zejména na druhém stupni základních škol a na středních školách. Výtvarnou část práce tvoří autorské fotografie, které se snaží odrážet aktuální směřování v oblasti současné módní fotografie.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

módní fotografie, trendy, fotografové, móda, módní časopisy

## **ANOTATION**

Fashion photography and its present form

The bachelor thesis Fashion photography and its present form deals with the specific photographic genre, its history, characteristics and delimitation. Furthermore, this paper describes current trends in the area of fashion photography in the Czech Republic and Slovakia and its main representatives. The academical part of the thesis gives examples of the use of the genre of fashion photography in art lessons, especially at the second level of elementary schools and at secondary schools. At the end of the work author's photographs are presented, trying to reflect current trends.

## **KEYWORDS**

Fashion photography, trends, photographers, fashion, fashion magazines

# Obsah

<b>1 ÚVOD</b> .....	<b>5</b>
<b>2 HISTORIE MÓDNÍ FOTOGRAFIE V ČESKÝCH ZEMÍCH</b> .....	<b>6</b>
2.1 VYNÁLEZ FOTOGRAFIE .....	6
2.2 PRVNÍ PORTRÉTNÍ ATELIÉRY .....	6
2.3 TECHNICKÝ VÝVOJ FOTOGRAFIE .....	8
2.4 MÓDNÍ FOTOGRAFIE VE SPOLEČENSKÝCH ČASOPISECH .....	10
<b>3 SOUČASNÁ ČESKÁ A SLOVENSKÁ MÓDNÍ FOTOGRAFIE</b> .....	<b>13</b>
3.1 DĚLENÍ MÓDNÍ FOTOGRAFIE .....	13
3.2 ADAM HOLÝ A JEHO TVORBA PRO NEMAINSTREAMOVÉ ČASOPISY .....	14
3.3 VOGUE CS.....	16
<b>4 UMĚNÍ, REKLAMA A FOTOGRAFIE</b> .....	<b>21</b>
4.1 FOTOGRAFIE JAKO UMĚLECKÁ DISCIPLÍNA .....	21
4.2 VZTAH UMĚLECKÉ A KOMERČNÍ TVORBY VE FOTOGRAFII .....	22
4.2.1 Autorský rukopis v módní fotografii .....	24
4.2.2 Názory českých a slovenských fotografů na prolínání komerční a autorské tvorby .....	26
4.3 FOTOGRAFIE JAKO CENNÁ KOMODITA .....	31
<b>5 TRENDY V SOUČASNÉ ČESKOSLOVENSKÉ MÓDNÍ FOTOGRAFII</b> .....	<b>32</b>
5.1 ZPŮSOB RETUŠE .....	32
5.2 VÝBĚR MODELEK .....	33
5.3 ANALOGOVÁ FOTOGRAFIE.....	34
<b>6 DIDAKTICKÁ ČÁST PRÁCE</b> .....	<b>36</b>
6.1 ÚVOD .....	36
6.2 TÉMA A NÁMĚT .....	36
6.3 POČET DĚTÍ A JEJICH VĚK .....	36
6.4 MÍSTO REALIZACE .....	36
6.5 ČAS .....	37
6.6 POMŮCKY.....	37
6.7 OČEKÁVANÉ VÝSTUPY DLE RVP.....	38
6.8 KLÍČOVÉ KOMPETENCE .....	38
6.9 VÝUKOVÉ CÍLE.....	39
6.10 NÁVRH VÝUKOVÉ JEDNOTKY .....	39
6.11 PROVEDENÍ .....	40
6.12 ZÁVĚR DIDAKTICKÉ ČÁSTI.....	41
<b>7 VÝTVARNÁ ČÁST</b> .....	<b>44</b>
7.1 SÉRIE S VYUŽITÍM SOUČASNÉ RETUŠE .....	44
7.1.1 <i>Inspirace</i> .....	44
7.1.2 <i>Provedení</i> .....	44
7.2 SÉRIE S PLUS SIZE MODELKOU .....	47
7.2.1 <i>Inspirace</i> .....	47
7.2.2 <i>Provedení</i> .....	47
7.3 MÓDNÍ ANALOGOVÁ FOTOGRAFIE .....	50
7.3.1 <i>Inspirace</i> .....	50
7.3.2 <i>Provedení</i> .....	50
<b>8 ZÁVĚR</b> .....	<b>54</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH INFORMAČNÍCH ZDROJŮ</b> .....	<b>55</b>
<b>INTERNETOVÉ ZDROJE</b> .....	<b>56</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ</b> .....	<b>57</b>

# 1 Úvod

Téma módní fotografie mne začalo zajímat přibližně před třemi lety, kdy jsem si poprvé pořídila pár renomovaných módních časopisů. Snímky, které jsem tam viděla, měly naprosto odlišnou atmosféru od fotek, které jsem jako amatérská fotografka vídala na internetu nebo v časopisech pro fotografy nadšence. To, že jsem o módní fotografii začala více přemýšlet, bylo způsobeno i mým neúspěšným absolvováním přijímacího řízení na fotografickou školu. Začala jsem vnímat rozdíly mezi fotografickým kým, komercí a uměleckou tvorbou. Módní fotografie se pro mne stala královským žánrem. Na stránkách magazínů jsem obdivovala každou pečlivě promyšlenou pózu, instalaci, prostředí i provedení šatů. Strávila jsem hodiny nad sháněním a vykupováním starých čísel módních časopisů z antikvariátů a pečlivým prohlížením jejich obsahu. Na sociálních sítích jsem neopomněla sledovat všechny, kteří byli pod módními editorially poznamenáni, s cílem neminout tak ani jedno z jejich focení.

Zjištění, že je v našem prostředí módní fotografií stále trochu opovrhováno, mne vedlo k dalšímu přemýšlení a zkoumání, a nakonec i napsání této práce.

Cílem této práce je zmapovat současnou situaci v české a slovenské módní fotografii a popsat konkrétní trendy, které se v tomto žánru uplatňují. Práce si také dává za cíl obhájit módní fotografii jako komerční fotografický žánr, který je schopný nést a prezentovat umělecké hodnoty.

Teoretická část práce popisuje významné milníky v historii módní fotografie, a především se věnuje její současné podobě. Na tu nahlíží jak z hlediska médií (v jakých časopisech se módní fotografie nachází, jaký vliv mají sociální média), tak z hlediska výtvarného (jak vypadají konkrétní trendy). Práce se také věnuje tématu kombinace komerční a výtvarné tvorby a prezentuje autory s uměleckými přesahy.

Kvůli nedostatečnému množství knižních zdrojů nahlížejících na problematiku současné reklamní tvorby čerpá práce z aktuálních rozhovorů, odborných internetových článků a diplomových prací.

Didaktická část práce navrhuje výukovou jednotku na téma módní fotografie pro žáky druhého stupně ZŠ a předkládá materiály i z její realizace.

Závěrečná, výtvarná část prezentuje autorskou fotografickou tvorbu, která se vychází ze současných trendů v české a slovenské módní fotografii.

## 2 Historie módní fotografie v českých zemích

### 2.1 Vynález fotografie

Světlopis, světlorys, světlo obraz, to vše jsou dobové české názvy pro první úspěšný fotografický proces, daugerrotypii. 7. ledna 1839 byla daugerrotypie, pojmenována po jejím vynálezci Louis-Jacques-Mandé Daguerreovi, představena na setkání Académie des sciences v Paříži. Daguer nebyl prvním, kdo experimentoval s možnostmi zachycení obrazu pomocí vlastnoručně vyrobených fotografických komor a chemických lázní, jeho postup byl ale jediným, který se začal rychle šířit a proměňovat v revoluční médium. Základem pro daguerrotypický záznam je přímá expozice ve fotografickém přístroji na vysoce vyleštěnou kovovou desku (tenká vrstva stříbra na měděném podkladu) a následný proces ustalování a vypírání.<sup>1</sup> První zmínky o daguerrotypii na českém území pochází z března roku 1839, kdy se o ni jako o největší vymoženosti doby zmiňoval v příloze Pražských novin lékař Václav Staněk. Na této nové metodě kreslení a malování obdivoval především matematickou přesnost, reprodukční dokonalost, pravdivý obraz, silný otisk přírody.<sup>2</sup>

### 2.2 První portrétní ateliéry

Své uplatnění si první fotografické zobrazení, daguerrotypie, našla poměrně rychle. Byla otevřena řada portrétních ateliérů, ve kterých se nechali zvěčňovat příslušníci vyšší společenské vrstvy, nejčastěji obklopeni rekvizitami v podobě dobového nábytku. Jelikož expoziční doba byla poměrně dlouhá (až 25 sekund), byla židle určená k portrétování vybavena kovovým držákem hlavy, které zajišťovalo nehybnou polohu portrétovaného.<sup>3</sup> Netrvalo dlouho a fotografická podobizna přestala být privilegiem nejvyšších společenských tříd, demokratizace fotografování tak pro některé rodiny znamenala získání vůbec prvních portrétů.

První portrétní ateliéry na českém území vznikaly kolem roku 1841, kde mezi největší představitele patřil Vilém Horn, majitel prvního stálého fotostudia<sup>4</sup>, obchodu s fotografickými potřebami a také časopisecký přispěvovatel na téma fotografie. Nejčastěji se k podobné formě

---

<sup>1</sup> DAGUERREOBASE. Daguerrotypie. Nejstarší evropské fotografické záznamy [online]. Daguerreobase Consortium, 2014. [cit. 11.04.2019]. Dostupné z: <http://www.ntm.cz/data/veda-a-vyzkum/booklet-cz.pdf>

<sup>2</sup> MRÁZKOVÁ, Daniela a Vladimír REMEŠ. Cesty československé fotografie. Praha: Mladá fronta, 1989. ISBN 80-204-0015-x. s. 12.

<sup>3</sup> DAGUERREOBASE. Daguerrotypie. Nejstarší evropské fotografické záznamy [online]. Daguerreobase Consortium, 2014. [cit. 11.04.2019]. Dostupné z: <http://www.ntm.cz/data/veda-a-vyzkum/booklet-cz.pdf>

<sup>4</sup> před ním se v Praze objevovali spíše kočovní fotografové

podnikání uchylovali malíři miniatur, ti, jejichž existence byla daguerrotypií nejvíce ohrožena. Řada ateliérů vznikala v Praze, ale i v Hradci Králové, Písku, Litomyšli nebo Táboře.<sup>5</sup>

Za nejvíce prosperující fotografický ateliér v Praze můžeme označit Ateliér Langhans. Ten byl založen roku 1890 a ve Vodičkově ulici fungoval až do poválečného znárodnění. Byl proslulý zaváděním technických vynálezů do praxe a dokonalým výtvarným i řemeslným zpracováním. Na tehdejší dobu disponoval ateliér i neobvykle dobrým marketingem. Jan Langhans jako jeden z prvních umístil své reklamní logo na auto a záměrně zval k fotografování prominentní rodiny z Prahy a širokého okolí. Svůj portrét si tu nechali vyfotografovat přední postavy českého veřejného života jako například Tomáš Garrigue Masaryk, Antonín Dvořák, Ema Destinová, ale i šlechtici z rodu Schwarzenbergů.<sup>6</sup> (Obr. 1)



Obr. 1 Ateliér Langhans: Portréty osobností (1890-1948)

Krásné šaty, stylové obleky a hodiny příprav, to vše dokazuje, že portrétní fotografování bylo váženou společenskou událostí a dozajista přímým předchůdcem módní fotografie. Za historicky první módní fotografie se považuje soubor stovky snímků hraběnky Virginie Oldoini, která se v průběhu několika let nechala portrétovat v ateliéru Mayer and Pierson. Focení si milenkka císaře Napoleona sama vymýšlela a organizovala. Na fotografiích se často stylizuje, představuje biblické i literární postavy, dokonce na některých ukazuje své nohy i kotníky (což bylo pro tu dobu nepředstavitelné).<sup>7</sup> (Obr. 2)

<sup>5</sup> MRÁZKOVÁ, Daniela a Vladimír REMEŠ. *Cesty československé fotografie*. Praha: Mladá fronta, 1989. ISBN 80-204-0015-x. s. 12.

<sup>6</sup> HOLZNER, Anton. *Ateliér Langhans v Praze* [online]. 2017. [cit. 11.04.2019] Dostupné z: <http://www.langhans.cz/cz/>

<sup>7</sup> STANSKA, Zuzanna. *Virginia Oldoini, The Star Of Early Photography* [online]. DailyArtMagazine, 2017. Dostupné z: <http://www.dailyartmagazine.com/virginia-oldoini-star-photography/>.





Obr. 2 Ateliér Mayer and Pierson: hraběnka Virginia Oldoini (1856-1867)

### 2.3 Technický vývoj fotografie

Touha po lacinějším obrazu, větší ostrosti a detailnosti posouvala vynález fotografie stále dopředu. K daguerrotypii se v průběhu let přidalo mnoho vylepšení, přesto ji ale začaly vytlačovat jiné postupy jako třeba kalotypie a ambrotypie. Největší nevýhodou daugerrotypie byla vedle manipulace s těžkými kovovými deskami i nemožnost přímé multiplikace záznamu (jednalo se o přímý pozitiv). Mezi lety 1839 až 1859 tak došlo k vývoji techniky využívající fotografický negativ, zejména pak techniky mokrého koloidového procesu, který využíval skleněný negativ a papírové pozitivy.<sup>8</sup>

Od šedesátých let devatenáctého století byla fotografie považována za běžnější součást života a za důvěryhodný sdělovací prostředek. V tomto období se objevují první snahy o právní kodifikaci fotografie (jakou měly i ostatní řemesla) a vznikají i první fotografické spolky. Během několika málo let ale dochází ke krizi mezi ateliérovými živnostníky, kvůli nedostatku práce způsobeného velkým nárůstem počtu amatérských fotografů. Začínají tak vznikat úplně nové formáty, kterými se jednotlivé ateliéry snaží odlišit a získat přízeň zákazníků: leptání fotografických obrazů, úpravy snímků na porcelán, sklo, mušle...<sup>9</sup>

Za revoluční se považuje rok 1871, kdy byl publikován objev s použitím suchých fotografických desek s bromidem stříbrným, následně rok 1880, kdy došlo k zavedení tovární výroby těchto negativních desek. Díky jejich rozšíření na konci osmdesátých let se fotografie zbavila závislosti na práci v ateliéru a spolu s pokrokem v konstrukci fotopřístroje umožnily poprvé pořizovat nearanžované momentální záběry přímo z ruky.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> WITTLICH, Filip. *Interpretace fotografie z hlediska obsažených obrazových informací*. Praha: Národní památkový ústav, 2017. Odborné a metodické publikace (Národní památkový ústav). ISBN 978-80-7480-076-4. s. 10.

<sup>9</sup> Tamtéž. s. 11.

<sup>10</sup> Tamtéž. s. 11.

Následné technologické proměny se týkaly pozitivního materiálu. Z celoidinových a kaseidonových papírů se přešlo k platinovým a bromidostříbrným papírům, místo teplých tónů se častěji uplatňovala tonalita ve studených barvách.

Velký vliv na vývoj fotografie na českém území měly pražské výstavy devadesátých let (např. Zemská jubilejní výstava konaná roku 1891, Národopisná výstava československá roku 1895...). Z portrétních fotografů a živnostníků se postupně vydělili fotografové označovaní jako *momentní*. Ti se specializovali na zpravodajskou fotografii.<sup>11</sup>

V prvním desetiletí nového století se vedle skleněných desek propagovaly i filmy na bázi nitrocelulózy a ačkoli rostla obliba zvětšování, stále ještě převládalo kopírování – proces, při kterém měl výsledný pozitiv stejný rozměr jako negativ. Vedle portrétního a momentního fotografa vznikaly i jiné specializace jako místopisný fotograf (zaměřující se na pohlednici) nebo třeba policejní fotograf (zabývající se kriminalistikou).<sup>12</sup>

V roce 1936, téměř po stoletém experimentování s médiem fotografie, přišel na trh několikvrstvý film umožňující fotografovat barevně. Firmy Afga a Kodak tak technicky umožnily pořizovat fotografie v „přirozených barvách“ a vymanily fotografii z postprodukčního kolorování a tónování.<sup>13</sup> Po roce 1930 také ustoupilo kopírování a formáty fotografie i v návaznosti na užívání malého fotografického filmu se začaly zvětšovat. Předválečná doba bývá označována za „zlatou éru fotožurnalismu“ díky masovému rozšíření fotografie do tisku. Jejím hlavním tématem je záznam sociálních otázek a zachycení podvědomí.<sup>14</sup>

Léta 1960-1999 charakterizuje stále širší užívání kinofilmových přístrojů, což souviselo s obecným zájmem o amatérskou fotografii. Zejména po roce 1990, kdy se také barevná fotografie stává dostupnější.<sup>15</sup>

Technický vývoj po roce 2000 se dá shrnout pod pojem digitalizace. K rozšíření digitálních fotoaparátů došlo ve druhé polovině 90. let a bylo úzce spojeno s vývojem počítačů.

Pro digitální éru vznikl také termín „pixel“, který u digitální fotografie zastupuje nejmenší jednotku obrazové informace a podává zprávu o barvě, jasů a poloze v rastrové mřížce.

---

<sup>11</sup> WITTLICH, Filip. *Interpretace fotografie z hlediska obsažených obrazových informací*. Praha: Národní památkový ústav, 2017. Odborné a metodické publikace (Národní památkový ústav). ISBN 978-80-7480-076-4. s. 11.

<sup>12</sup> Tamtéž. s. 11.

<sup>13</sup> MRÁZKOVÁ, Daniela a Vladimír REMEŠ. *Cesty československé fotografie*. Praha: Mladá fronta, 1989. ISBN 80-204-0015-x. s. 302.

<sup>14</sup> WITTLICH, Filip. *Interpretace fotografie z hlediska obsažených obrazových informací*. Praha: Národní památkový ústav, 2017. Odborné a metodické publikace (Národní památkový ústav). ISBN 978-80-7480-076-4. s. 13.

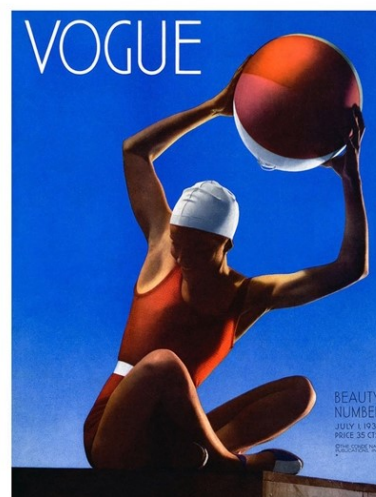
<sup>15</sup> Tamtéž. s. 13.

Vliv digitální éry na módní fotografii byl zásadní. Nejen, že bylo možné během fotografování udělat o stovky snímků více, velmi využívanou vlastností se brzy stala i snadná manipulovatelnost digitálního obrazu. Módní magazíny přijaly retuše s aktuální platností a začaly je využívat jak k estetickým úpravám celebrit a modelek, tak k úpravám produktů, a nakonec i k celým montážím.

## 2.4 Módní fotografie ve společenských časopisech

Ačkoli první módní fotografie pochází z poloviny devatenáctého století, použití módní fotografie jako reklamního nástroje zařazujeme až do počátku století dvacátého. V tu dobu začaly fotografie nahrazovat do té doby pouze ilustrované časopisy.

První fotografie na stránkách magazínu Vogue (nazývaného módní bible), založeného v roce 1892, jsou spojené se jménem barona Adolpha de Meyera. Právě on je autorem černobílých až snových fotografií (Obr. 3, 4) a právě on byl také mezi lety 1913 až 1921 zaměstnán jako první oficiální fotograf časopisu Vogue.<sup>16</sup> Významnou součástí historie módní fotografie je také vůbec první fotografie na obálce časopisu Vogue od fotografa Edwarda Steichena. Tato fotografie byla nejen první fotografickou titulkou, ale i první barevnou fotografií na úvodní straně magazínu. (Obr. 5) Redaktoři časopisu ale s pravidelným zavedením fotografické titulní strany ještě několik let počkali a nakonec až od roku 1959 se Vogue prezentuje plně fotografickým vizuálem.<sup>17</sup>



Obr. 3 Adolph de Meyer: portrét herečky Glorie Swanson (1924)

Obr. 4 Adolph de Meyer: šperky Cartier, Vogue (1919)

Obr. 5 Edward Steichen: obálka Vogue (1932)

<sup>16</sup> DOBBINS, Bill, *BARON ADOLPH DE MEYER: The First Fashion Photographer* [online]. 2018. [cit. 1.4.2019]. Dostupné z: <https://onphotography.me/2018/12/05/baron-adolph-de-meyer-the-first-fashion-photographer/>

<sup>17</sup> BORRELLI-PERSSON, Laird. *Vogue Facts About Covers, Editors, Models, Stars* [online]. Vogue, 2017. [cit. 1.4.2019]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/article/vogue-covers-models-facts-history>

Na začátku 20. století začaly fotografie nahrazovat obrázky i v českých společenských časopisech, dokladem toho jsou časopisy *Světobzor* a od roku 1904 vycházející *Český svět*. Tehdy se takovým fotografiím neříkalo módní, byly to spíše fotografie momentní zobrazující mimo módních trendů a celebrit také živé záběry z honů, dostihů a dalších společenských událostí.<sup>18</sup>

Pro časopis *Elegantní svět* začal v předválečném období ještě v secesním stylu fotit František Drtikol, který je dnes považován za prvního českého fotografa světového významu.

František Drtikol získal svůj vztah k fotografii na mnichovské fotografické škole, kam ho na studia poslal jeho otec. Mnichov byl v té době jedním z center evropské secese, a právě ta velmi přispěla k Drtikolovu osobitému fotografickému stylu.<sup>19</sup>

Ve svých raných fotografiích využíval oblíbených secesních motivů – průsvitných drapérií, rozpuštěných vlasů a květin,<sup>20</sup> zobrazované dívky měly často také sentimentální výraz tváře i pózu hlavy.<sup>21</sup>

Svůj první portrétní ateliér Drtikol otevřel roku 1910 ve Vodičkově ulici č.7 a od roku 1911 ho pak provozoval spolu s Augustinem Škardou. Teprve zde získal možnost svobodně zobrazovat svoji imaginaci a ateliér se díky své nápaditosti a nekonvenčnosti<sup>22</sup> stal brzy jedním ze středisek české kulturní a společenské elity.<sup>23</sup> S pomocí několika rekvizit vytvářel obrazy nových modelů oblečených na dámách z vyšší společnosti, divadelních a později i filmových herečkách.

Po vzniku samostatné republiky se módní fotografie ještě více zviditelnila, firma F. Drtikol a spol. poskytovala fotografie nově vznikajícím časopisům, ale i módním salonům (např. salonu Hany Podolské), kombinovala portrétní ateliérovou práci s potřebou věcně informovat o nových modelech šatů.<sup>24</sup> (Obr. 6)

---

<sup>18</sup> UCHALOVÁ, Eva. *Česká móda 1918-1939: elegance první republiky*. Praha: Olympia, 1996. ISBN 80-7033-424-X. s.36

<sup>19</sup> MRÁZKOVÁ, Daniela a Vladimír REMEŠ. *Cesty československé fotografie*. Praha: Mladá fronta, 1989. ISBN 80-204-0015-x. s. 12.

<sup>20</sup> BIRGUS, Vladimír a Jan MLČOCH. *Česká fotografie 20. století*. Praha: KANT, 2010. ISBN 978-80-7437-026-7, str. 10.

<sup>21</sup> MRÁZKOVÁ, Daniela a Vladimír REMEŠ. *Cesty československé fotografie*. Praha: Mladá fronta, 1989. ISBN 80-204-0015-x. s. 12.

<sup>22</sup> Tamtéž. s.46.

<sup>23</sup> BIRGUS, Vladimír a Jan MLČOCH. *Česká fotografie 20. století*. Praha: KANT, 2010. ISBN 978-80-7437-026-7, s. 10.

<sup>24</sup> UCHALOVÁ, Eva. *Česká móda 1918-1939: [elegance první republiky]*. Praha: Olympia, 1996. ISBN 80-7033-424-X, s. 36.



Obr. 6 František Drtikol: Fotografie módy (1923-1925)

Nejslavnější Drtikolova díla ale pocházejí až z 20. let, kdy jimi začíná prostupovat naléhavý expresivní výraz, taneční pózy a prostor vyjádřený světly a stíny. Hlavním tématem se pro fotografa stává ženské tělo v prostoru geometrických rekvizit jako jsou krychle, kruhy nebo vlnovky.

Během třicátých let se ale jeden z největších českých fotografů a také jeden z prvních českých fotografů módy stahuje do ústraní, dává přednost meditacím a studiu jógy, a nakonec úplně přestává pracovat se živými modely. V závěru své umělecké činnosti fotografuje už jen vystřižované figurky, které komponuje a sám o nich ve svých zápiscích říká: „Zidealizoval jsem si tělo a vytvořil si svůj typ. Mohu říct, že teprve teď jsem s výsledky spokojen, protože jest všecko od A až do Z moje. I myšlenka, i použitý materiál.“<sup>25</sup>

<sup>25</sup> MRÁZKOVÁ, Daniela a Vladimír REMEŠ. Cesty československé fotografie. Praha: Mladá fronta, 1989. ISBN 80-204-0015-x. s. 47.



## 3 Současná česká a slovenská módní fotografie

Tato kapitola pojednává o současné české a slovenské módní fotografii. Zaměřuje se na její dělení a vysvětluje pojmy jako jsou fashion story, módní portrét a beauty. Kapitola dále představuje místa, kde je možné kvalitní módní fotografie najít a věnuje pozornost jak tradičním periodikům, nemainstreamovým časopisům, tak i blogům a sociálním sítím.

Módní fotografii, jak ji známe dnes a se kterou se můžeme setkat na pultech novinových stánků, bychom v České republice nenašli před rokem 1989. Až s tímto rokem a otevřením hranic k nám začala proudit světoznámá zahraniční periodika. V roce 1994 se na pultech poprvé objevil magazín Elle a o dva roky později lifestylový Harper's Bazaar.

Velkým tématem v české módní fotografii je od září roku 2018 vydávaný Vogue CS, kterému jsem věnovala samostatnou kapitolu.

### 3.1 Dělení módní fotografie

Za módní fotografii v nejširším slova smyslu můžeme označit jakýkoliv snímek prodávající oblečení. Do této kategorie zahrnujeme i fotografii produktovou, takovou fotografii, která má za úkol co nejkvalitněji a nejuhospodárněji zobrazit produkt (oblečení, šperky, doplňky). Nejčastěji jsou tyto fotografie pořizované na jednobarevném pozadí s přirozenými pózami modelek/modelů. Tyto fotografie se využívají pro potřeby obchodů, e-shopů nebo na doplnění textových článků.

Užší chápání, ze kterého vychází mé pojetí módní fotografie, pracuje s obrazy, které jsou tvořené pro prostředí módních časopisů a velmi často za nimi stojí celý tým lidí. Obvykle takové fotografie prezentují určitou myšlenku nebo celý příběh a role autora –

fotograf a jeho rukopis je v nich zásadní. Malé rozdíly můžeme chápat ještě mezi fotografiemi reklamními – jedno nebo dvoustránkovými reklamami, za které si inzerent své místo v časopisu zaplatí a fotografiemi, které si daný časopis zajistí pro svůj obsah sám – ty jsou pak součástí vnitřních rubrik.<sup>26</sup>

Pokud tedy nemluvíme o produktové ani reklamní fotografii, mluvíme nejčastěji buď o beauty, fashion portrétu nebo fashion stories (módním editorialem).

---

<sup>26</sup> HANÁČKOVÁ, Kateřina. *Reklamní a módní fotografie v českých společenských magazínech 30. let*. Praha, 2012. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce PhDr. Alena Lábová

Beauty je žánr specifický pro zobrazování make-upu a vlasového stylingu. Modelky jsou zachycovány nejčastěji od ramen nahoru a velký důraz je zde kladen především na práci maskéra/kadeřníka.

Fashion portrét je typickým doplněním tematických článků a rozhovorů ve společenských magazínech a jeho hlavním úkolem je předvést fotografovanou osobnost v tom nejlepším světle. Od fashion stories se liší hlavně svým rozsahem (obsahuje méně fotografií) ale také svým účelem. Jde tu totiž především o zachycení osoby, oblečení je zde až na druhém místě.<sup>27</sup>

Fashion stories/módní editorial můžeme označit za vrchol módní fotografie. Většinou jde o sérii fotografií, které mají za cíl víc než jen předvést nové módní kolekce. Mají čtenáři zprostředkovat estetický zážitek. Často se pro tyto účely vyhledávají zajímavé interiéry i exteriéry a na realizaci spolupracují kromě modelek a fotografa také maskéři, kadeřníci, stylisté, osvětlovači...

### 3.2 Adam Holý a jeho tvorba pro nemainstreamové časopisy

Módní fotografie nemusí být jen obsahem mainstreamových módních časopisů, často se fotografie s touto tematikou objevují i v magazínech zabývajících se primárně naprosto odlišným odvětvím. Právě módní fotografii v takových periodikách a jejímu nejslavnějšímu autorovi bych ráda věnovala následující kapitolu.

Velkým přínosem a inspirací pro současnou českou a slovenskou (nejen) módní fotografii se stal fotograf Adam Holý. (Obr. 7) Styl tvorby nečekaně zesnulého umělce popsal deník Respekt jako *Vytříbeně pokleslý vkus*.<sup>28</sup>

Holý patřil k autorům, kteří se nebojí kombinovat výtvarný a komerční sektor, avšak vždy odmítal „spřesté a trapné reklamy“. Jeho oblíbeným námětem, zejména ve vlastní tvorbě, se staly modelky, které fotografoval při nejrůznějších aktivitách (spánku, koupání, procházkách, opalování i milování) a nikdy se netajil ani intimními vztahy s nimi.<sup>29</sup>

Spolupracoval jak s mainstreamovými módními časopisy jako jsou Elle, Harpers Bazaar, Dolce Vita, Glanc, tak i s jejich opačnými póly, které se proti mainstreamu vyhraňují.

---

<sup>27</sup>MIKEŠOVÁ, Kateřina. *Módní fotografie a její současná pozice v médiích a reklamě*. Praha, 2011. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce: PhDr. Alena Lábová.

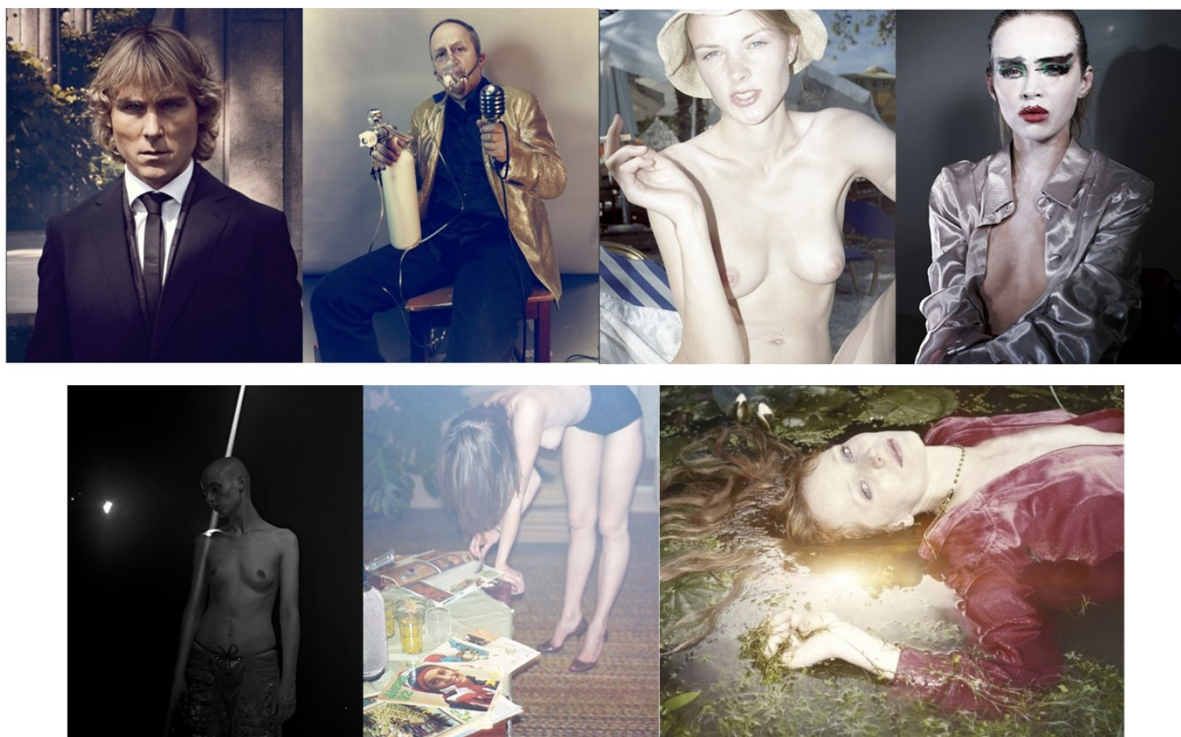
<sup>28</sup>VITVAR, Jan. Zemřel fotograf Adam Holý, autor syrově křehkého vkusu. *RESPEKT* [online]. 2016. [cit. 08.04.2019]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2015/13/takove-nezne-prasactvi>

<sup>29</sup> Tamtéž.

Právě v těchto časopisech, jako jsou VICE, Hype, Živel nebo Blok získal fotograf největší volnost a možnost realizovat své vlastní představy.<sup>30</sup>

Pro časopis Živel, zabývající se alternativní kulturou, tvořil Adam Holý mezi lety 1997 a 2012 a fotil zde hlavně portréty osobností a hudebníků. Pro tento magazín nevyužíval vyhraněného stylu, ale při zpětném pohledu na všechna čísla je patrný vývoj a posun v jeho charakteristickém způsobu tvorby.<sup>31</sup>

Tomáš Zilvar z vydavatelství VICE se o Adamu Holém vyjádřil slovy: „Chtěl dělat špičkovou fotku v zemi, kde to nebylo možné. Byl umělecký fotograf. Byl to nejlepší fotograf, jakého jsme tady kdy měli.“ Také zmínil, že když se chystalo vydání časopisu Vice, hledal, jací jsou v Česku fotografové a Holý pro něj byl jedinou a správnou volbou. Tehdy pro Vice ve světě tvořili známí fotografové jako Jurgen Teller nebo Ryan McGinley a jediný Holý s nimi byl srovnatelný.<sup>32</sup>



Obr. 7: Adam Holý: Reklamní a autorská tvorba (2009-2016)

<sup>30</sup> DŽURNÁ, Michaela. *Adam Holý*. Opava, 2018. Bakalářská práce. Slezská univerzita v Opavě. Filozoficko-přírodovědecká fakulta. Vedoucí práce MgA. Štěpánka Stein.

<sup>31</sup> Tamtéž.

<sup>32</sup> Tamtéž.



### 3.3 Vogue CS

O tom, že se v České republice a na Slovensku začne vydávat časopis zvaný „módní bible“, se čtenáři módních magazínů dozvěděli v únoru roku 2018. Od začátku se také spekulovalo, kdo bude jejím šéfredaktorem a jakými směry se bude 24. mutace ubírat. Výběr padl na bývalou šéfredaktorku časopisu Elle, Andreu Běhounkovou, která už v březnu promluvila o svých představách. „Časopis se bude zaměřovat na módu, krásu i umění a sám o sobě by vlastně měl být takovým uměleckým dílem. Naším cílem je, aby si ho čtenáři nechávali ve svých knihovnách, aby měli důvod se k němu vracet, protože bude krásný obsahem i zpracováním a zachová si určitou nadčasovost.“<sup>33</sup> V rozhovoru pro rádio Wave Andrea Běhounková také uvedla, že doufá, že bude Vogue Czechoslovakia (takto zní oficiální název) opravdu prvním ryze módním časopisem na českém a slovenském trhu. Od ostatních komerčních titulů podobného typu se bude lišit devadesátiprocentní originalitou obsahu a také celkovým umělečtějším rázem. Dále potvrdila spolupráci s místními designéry a návrháři, ale i s mladými studenty těchto oborů a s výtvarnými umělci. Právě v tom vidí další unikátnost připravovaného titulu.<sup>34</sup>

První vydání Vogue CS připadlo na září roku 2018 a bylo doprovázené výstavou „První vydání“ v Uměleckoprůmyslovém muzeu v Praze. Byly zde k vidění nejen velkoformátové fotografie připravované pro první číslo, ale i krátký filmový dokument a spousta dalšího ze zákulisí tvorby připravovaného časopisu. Obálka zářijového čísla vzdala hold Olze Havlové, ztvárněné úspěšnou českou modelkou Karolínou Kurkovou, a byla velmi netypická. Jak kvůli úhlu pohledu (modelka vyfocena zezadu), tak kvůli šatům ze secondhandu, které má na fotografii modelka na sobě. (Obr. 8) Celým časopisem také prostupovalo téma svobody a oslavy 100 let od založení republiky.<sup>35</sup>

V úvodu prvního vydání Vogue CS se šéfredaktorka poeticky vyjádřila ke dvojjazyčnosti časopisu: „Česko a Slovensko jsou jako rozvedení manželé, kterým se podařilo zůstat přáteli. Dokázali jsme společně velké věci, pojďme si je připomenout, obdivujme je. A sledujme

---

<sup>33</sup> Andrea Běhounková: Vogue má svou specifickou DNA [online]. PROTIŠEDI s.r.o., 2018. [cit. 8.4.2019]. Dostupné z: <https://protisedi.cz/andrea-behounkova-vogue-ma-svou-specifickou-dna-2/>

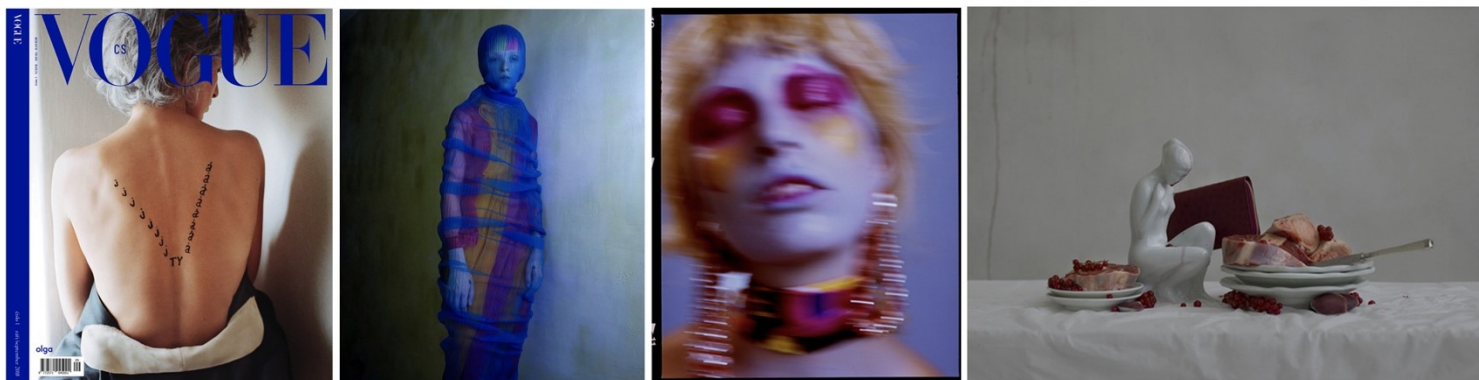
<sup>34</sup> RUPPERT, Veronika. Českou a slovenskou Vogue povede Andrea Běhounková. Jaká je její vize módní bible? In: *Modeschau* [online]. Radio Wave, 2018 [cit. 08.04.2019]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/ceskou-a-slovenskou-vogue-povede-andrea-behounkova-jaka-je-její-vize-7035026>

<sup>35</sup> Příchod Vogue CS doprovází výstava První vydání [online]. CZECHDESIGN, 2017. [cit. 08.04.2019]. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/kalendar-akci/prichod-vogue-cs-doprovazi-vystava-prvni-vydani>

pečlivě i to, co kolem nás vzniká právě teď. Radujme se z toho. Vogue CS, to je oslava krásy, svobody a doby, ve které žijeme.“<sup>36</sup>

Zda Vogue splnil svou úlohu, kterou si předsevzal, být uměleckým až výtvarným dílem mi nenáleží posuzovat, ačkoli většina čísel, které jsem měla v ruce, na mě udělaly velmi dobrý dojem. Časopis používá zajímavou sazbu a typografii a když si odmyslíme ryze komerční inzerce, ze kterých je časopis financován, jde o velmi kvalitní práci s uměleckým přesahem.

Magazín prezentuje i inovační typ módní fotografie, na který v jiných českých časopisech nenarazíme. Jde o snímky založené více na obsahu než na formě, často se tu setkáváme s rozmazanými, expresivními fotografiemi nebo s neotřelou, až provokativní kombinací prvků a módních předmětů. (Obr. 9, 10, 11) Časopis také dodržuje své předsevzetí podporovat mladé umělce a každý měsíc prezentuje „ty největší talenty mezi fotografy“.<sup>37</sup> Kdokoli má zájem prezentovat se ve Vogue, může zaslat detailní moodboard<sup>38</sup> na aktuální téma a dostat možnost své návrhy a jejich realizace prezentovat v novém čísle.



Obr. 8 Branislav Šimončík: obálka Vogue CS (2018)

Obr. 9 Alexandra von Fuerst: módní editorial (2018)

Obr. 10 Matthieu Delbreuve: Karolína Kurková, pop-art (2018)

Obr. 11 Evelyn Benčíčová: Peněženka Louis Vuitton (2018)

<sup>36</sup> BĚHOUNKOVÁ, Andrea. *Editorial*. Vogue CS. 2018, 1(1). s. 34. ISSN 2571-0451.

<sup>37</sup> Spolupracujte s námi [online]. VOGUE CS. Dostupné z: <https://www.vogue.cz/spolupracujte-s-nami>.

<sup>38</sup> Koláž, která slouží k ilustraci určité atmosféry. Může být složená z fotografií, obrázků, textů, ale i z objektů nebo vzorníků látek.

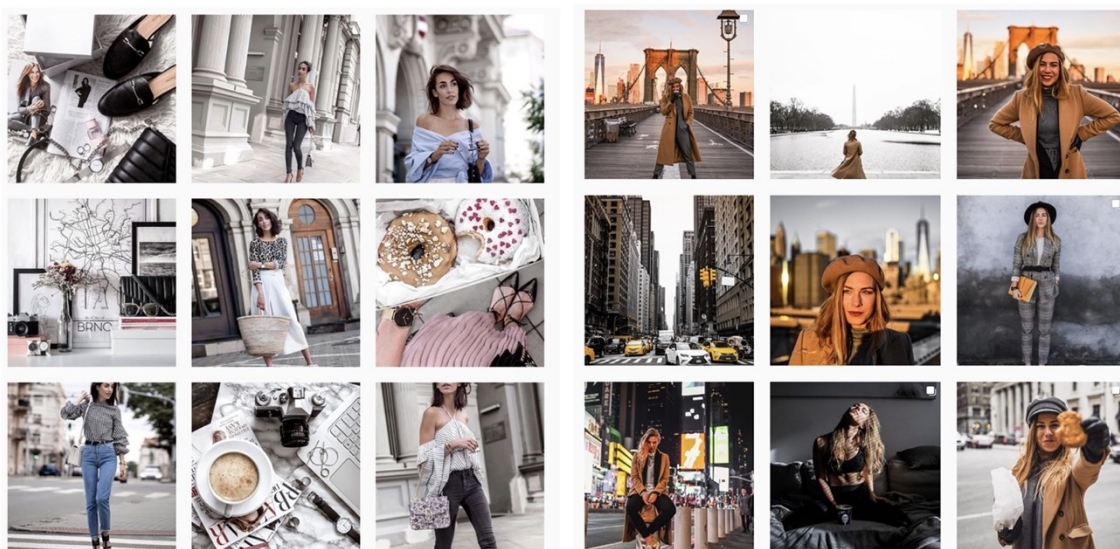
### 3.4 Módní fotografie na sociálních médiích

Tato kapitola pojednává o působení sociálních médií na módní fotografii, představuje práci módních blogerů a s tím spojený i nově vzniklý žánr *lifestyle* fotografie. Kapitola se dále snaží odpovědět na otázku týkající se budoucnosti tištěných médií a kriticky se staví i k novému způsobu módní reklamy na sociálních sítích.

Termín „módní blogování“ se dnes nevztahuje pouze na činnost spojenou se psaním článků publikovaných na osobních webových stránkách, během několika let se pojem rozrostl i na módní obsah sociálních sítí typu Instagram, které se zaměřují převážně na sdílení fotografií. Autory módního obsahu na sociálních sítích jsou blogeři, instagrameři a youtubeři, všichni zahrnutí pod pojmem influenceři, tedy ti, co mají vliv. Jejich motivací k vytvoření snímků bývá touha po prezentaci vlastního osobitého stylu a vkusu, u sledovanějších influencerů ale také povinnost plnění obchodní smlouvy uzavřené s módními značkami.

Lifestyle fotografie jsou nejčastějším typem obsahu tvorby módních influencerů. Z doslovného překladu je můžeme chápat jako fotografie zobrazující autorův životní styl a běžné každodenní situace. Hlavním tématem lifestyle fotografií bývají společenské události, cestování, jídlo a především móda. Na snímcích je vždy vyobrazen influencer, vlastník profilu nebo blogu, který je zároveň stylistou, make-up artistou a do určité míry i fotografem (pozici a úhel si vybírá sám a fotí se buď na samospoušť nebo s dopomocí někoho blízkého). Ačkoli taková fotografie může na první pohled působit jako módní, jedná se jen o její nápodobu. Tradiční módní fotografie přiznává, že je stylizovaná, nebojí se být expresivní, umělecká ani pouze prodávající. Naopak lifestyle fotografie módy se snaží být až agresivní ve své dokonalosti, neumí pracovat s nadsázkou a velmi často ani nenese jinou myšlenku než být hezká. Slouží k pouhému šíření trendu a nesnaží se ani o žádný estetický zážitek. Fotografie influencerů mají také působit důvěryhodným dojmem, „takto vypadám každý den“ a přitom právě na tomto nejvíce ztrácejí. (Obr. 12, 13)

To, v čem jsou si oba žánry módní a lifestyle fotografie módy podobné, je prvek reklamy. Stejně jako se oblečení v magazínech odkazuje k módním domům, fotografie influencerů jsou opatřeny hashtagy sponzorujících značek. Velmi často ale jen okrajově, nepřiznaně, tak, aby jejich sledující nenabyli dojmu, že jsou influenceři za propagování značky placeni.



Obr. 12 Markéta Bártová: tvorba pro Instagram Obr. 13 Eliška Hudcová: tvorba pro Instagram

Sociální sítě ale nejsou jen platformou pro komerční obsah, kariéru na nich začaly i některé dnes velmi významné osobnosti módního světa, jako je například Susie Bubble<sup>39</sup>, u nás například bývalá blogerka Tereza Hodanová, dnes přispěvatelka Vogue CS. Tito úspěšní a vážení blogeri a blogerky usedají v prvních řadách nejprestižnějších přehlídkových mol a svá místa mají hned vedle modelek, celebrit a návrhářů.

Instagram a další sociální sítě tohoto typu využívají také renomovaní módní fotografové jako platformu pro sdílení vlastních prací – svého portfolia. Takové sdílení na sociální síti se vyplatilo například slovenskému fotografovi Michalu Pudelkovi, kterého si tak všimla slavná agentka Kate Barker, která v minulosti proslavila například i fotografa Terryho Richardsona.<sup>40</sup>

Podle serveru Mediaguru.cz fashion blogy české módní magazíny neohrožují. Server přináší rozhovory se šéfredaktorkami Elle a Harpers Bazaar, které se na tomto názoru shodují a přiznávají s blogery i četné spolupráce. Blogeri a blogerky mají nejčastěji na starost psaní tematických článků, vedení rozhovorů nebo spolupracují na tvorbě editorialů.<sup>41</sup> Slovy, že „print

<sup>39</sup> CHOI, Athena. *Fashion Photography on Social Media: Insights from Hong Kong Fashion Image Producers*. International Journal Of Management and Applied Research, 2016, doi:10.18646/2056.34.16-011.

<sup>40</sup> WITEK, Jan. Úspěšný fotograf Michal Pudelka má za sebou spolupráci s Vogue [online]. LUI, 2018. Dostupné z: <https://www.lui.cz/co-se-deje/item/12233-uspesny-fotograf-michal-pudelka-ma-za-sebou-spolupraci-s-vogue-a-fotil-napriklad-i-cover-magazinu-time-s-oprah-a-reese-witherspoon>

<sup>41</sup> Fashion blogy české módní magazíny neohrožují [online]. MediaGuru, 2019 [cit. 3.4.2019]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2014/08/fashion-blogy-ceske-modni-magaziny-neohrozuj/>

není mrtvý“ se v rozhovoru vyjadřuje i Andrea Běhounková, šéfredaktorka Vogue CS. „Věřím, že stále budeme mít potřebu obklopovat se knihami nebo věcmi, které jsou krásné.“<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Českou a slovenskou Vogue povede Andrea Běhounková. Jaká je její vize? [online]. Radio Wave, 2018. [cit. 3.4.2019]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/ceskou-a-slovenskou-vogue-povede-andrea-behounkova-jaka-je-jeji-vize-7035026>

## 4 Umění, reklama a fotografie

Tato kapitola se zabývá vztahem umění, fotografie a reklamy. Snaží se odpovědět na otázku, zda spolu mohou tyto pojmy souviset či dokonce splynout, a jestli je možné nalézt umělecké tendence i v tak komerčním žánru, jako je módní fotografie.

Kapitola také definuje autorský rukopis a představuje tvorbu nejznámějších autorů s tímto uceleným vizuálním stylem. Ve svém závěru pak zveřejňuje názory českých a slovenských fotografů na prolínání reklamní (komerční) a umělecké (volné) tvorby a kriticky nahlíží na problematiku prodejnosti fotografie.

### 4.1 Fotografie jako umělecká disciplína

Fotografie ve svých začátcích nebyla uznávána jako tvůrčí činnost, byla vnímána jen jako technický pokrok s nevyjasněnou úlohou ve společnosti. Fotografické přístroje uměli ovládat jen sami vynálezci a stejně tak jako neexistovali profesionálové, neexistovali v tomto oboru ani amatéři. Jako způsob výtvarného vyjádření byla fotografie uznána až po své industrializaci a nalezení svého sociálního uplatnění – portrétování.<sup>43</sup>

První výtvarné tendence (spojené především s originalitou zobrazování) se ve fotografii objevily v návaznosti na živnostenskou krizi a technologické proměny v druhé polovině 19. století. Fotografové se nejdříve snažili napodobit klasickou uměleckou tvorbu a malířské vzory, následně se naučili pomocí negativu ovlivnit výsledný pozitiv, a negativ se tak stal základem pro jejich další uměleckou tvorbu.<sup>44</sup> Mezi lety 1911 a 1919 se výtvarné sklony začaly projevat i v rámci ateliérové fotografie. Fotografové se od sebe snažili odlišit jak svými náměty – poprvé vystavili fotografické akty, tak technickým zázemím – vznikaly ateliéry, které pracovaly výhradně s umělým osvětlením (př. František Drtikol).<sup>45</sup> Fotografové této doby se nazývají *piktoralisté*, a právě oni se nejvíce zasadili o začlenění fotografie mezi další formy umění jako je sochařství, malířství nebo architektura.

Susan Sonntagová se ve své rozsáhlé eseji *O fotografii* dotýká problematiky uznání fotografie jako umělecké disciplíny a říká: „Nemůže být náhodou, že přibližně ve stejné době, kdy fotografové přestali diskutovat o tom, zda je fotografie uměním, byla jako umění uznána

---

<sup>43</sup> SONTAG, Susan. *O fotografii*. Vyd. 1. V Praze: Paseka, 2002, ISBN 80-718-5471-9.

<sup>44</sup> WITTLICH, Filip. Interpretace fotografie z hlediska obsažených obrazových informací: Metodika maximalizace reálného využití informací poskytovaných historickým fotografickým materiálem. Praha: Národní památkový ústav, 2017. Odborné a metodické publikace (Národní památkový ústav). ISBN 978-80-7480-076-4.

<sup>45</sup> Tamtéž. s.12.

nejširším publikem a vstoupila do muzeí. Přijetí fotografie jako umění v rámci muzea je nezvratným vítězstvím stoletého tažení vedeného modernistickým vkusem ve jménu otevřené definice umění...“ O umělecké fotografii pak mluví takto: „Aby fotografie získala své opodstatnění jako umění, musí rozvíjet pojetí fotografa jako autora a chápání fotografií pořízených stejným fotografem jako ustavení autorského díla.“<sup>46</sup>

## 4.2 Vztah umělecké a komerční tvorby ve fotografii

Fotografie začala být hojně využívána pro komerční účely (nejen pro propagaci módy) v meziválečném období. Na začátku 20. let pracovalo s fotografií méně než 15 procent ilustrovaných reklam, během dalších 10 let tento počet vzrostl na 80 procent. Důvodem k tak rychlému nárůstu využití fotografie v komerčním prostředí nebyla jen její všeobecná popularita, byla to hlavně její věrohodnost. „Fotografie, převedená mechanickou cestou do reklamní tiskoviny, je nejúčinnější zbraní, neboť vyjadřuje přesně to, co kresba nebo malba přibližně napodobuje.“<sup>47</sup> Během dalších několika let začala fotografická reklama ustupovat od své prosté popisnosti. Kladla na sebe vyšší estetické nároky a přirozeně se tak dostala do rukou výtvarníků a umělců.

Takové propojení s sebou ale přineslo řadu otázek. Zaprvé, zda je možné, aby reklama se svou komerční podstatou využívala uměleckých prostředků k podmanění si konzumentů. Zadruhé, zda se umělci nezaprodávají reklamě, nevycházejí ji vstříc a tím pádem napomáhají tvořit díla nízké masové kvality.<sup>48</sup>

Názory na tuto problematiku se dodnes velmi liší a jediné, co je nezpochybnitelné, je fakt, že vždy existovali tvůrci, kteří svou tvorbou tíhnuli spíše ke komerční fotografii, nebo naopak k volné.<sup>49</sup>

Může být tedy umění reklamou? A může být reklama uměním?

Podle Oliviera Toscaniho, jednoho z největších teoretiků reklamy, autora knihy „Reklama je navoněná zdechlina“ a tvůrce většiny „skandálních“ kampaní pro United Colors of Benetton, reklama uměním být může, avšak zůstala sto let pozadu. Říká, že malířství si ve 20. století prošlo svou krizí, stalo se provokativním, tragickým i převratným. Impresionismem odvrátilo palbu hezkého malování a akademismu, abstrakcí se zřeklo jakékoliv narážky na skutečnost a krásno, nadchlo se minimalismem, rozkladem i performací a body artem,

---

<sup>46</sup> SONTAG, Susan. *O fotografii*. Vyd. 1. V Praze: Paseka, 2002, ISBN 80-718-5471-9.

<sup>47</sup> ROSSMANN, Zdeněk. *Písmo a fotografie v reklamě*. Olomouc: Index, 1938.

<sup>48</sup> KUBÁK, Radek. *Umělecké dílo v reklamě*. 2016. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita. Filozofická fakulta.

<sup>49</sup> BAŇKA, Pavel. *Editorial*. *Fotograf Magazine*. 2009, 8(14). ISSN 1213-9602.

s Warholem obešlo reklamu a zmocnilo se nových technologií. A reklama? Ta zůstala u naivního malířství, aniž by ukázala odvahu Celníka Rousseaua.<sup>50</sup>

Ve svých názorech je Toscani velice striktní. Neopovrhuje reklamou jako takovou, ta pro něj naopak zobrazuje příležitost, jak podat svou myšlenku, své umění obrovské mase lidí. Opovrhuje ale jejím soudobým ztvárněním. Zavrhuje reklamu primitivní, opakující se reklamu, která prodává „hypnotický model štěstí“ („*noste tyto hodinky filmových hvězd, používejte tento deodorant a stanete se členy vybrané společnosti – poznáte ten pravý život*“).<sup>51</sup> Naopak uznává reklamu chytrou a dává umělci za povinnost přispět k obrození kultury, vnést do ní smysl pro kritičnost, útočný styl a nové koncepce, jimž hlupáci říkají „skandál“. Reklama podle něj musí rychle přehodnotit způsob svého vlivu, svou filozofii i morálku, jinak jí hrozí zánik ve svém vlastním „blábolu“.

Trochu jiný názor na danou tematiku má fotografka Annie Leibovitz. Ta ve svém dokumentu *Život skrz objektiv* na začátku říká: „Co mám říct, když mi lidi kladou otázky: Co vaše komerční práce? Co vaše práce pro časopisy? (...) Ráda bych zbourala tyhle zdi, ráda bych řekla: Jsem fotograf a tohle je moje práce a ta je někdy taková a jindy onaká.“<sup>52</sup> Annie Leibovitz je jednoznačně jednou z nejvýznamnějších osobností současné americké fotografie. Od velmi mladého věku zachycovala skrz hledáček fotoaparátu svou rodinu, přátele, fotografovala pro časopis Rolling Stones, Vanity Fair, a nakonec pro všechny, kdo ji o to požádali. Stojí si tak za názorem, že fotograf je umělcem, ať už dělá práce na zakázku, pro galerii nebo do vlastního šuplíku.<sup>53</sup>

Sama jsem si zatím nenašla jasnou odpověď na otázku, zda může být reklama zároveň i uměleckou tvorbou autora, sympatizuji ale s názorem Štěpánky Stein. Ta tvrdí, že nejideálnější situací je, když umělci do komerční tvorby prolínají svůj autorský rukopis.

---

<sup>50</sup> TOSCANI, Oliviero. *Reklama je navoněná zdechlina*. Praha: Slovart, 1996. ISBN 80-85871-82-3. s. 130.

<sup>51</sup> Tamtéž. s. 21.

<sup>52</sup> *Život skrz objektiv* [film]. Režie Barbara Leibovitz. USA, 2006.

<sup>53</sup> Tamtéž.



#### 4.2.1 Autorský rukopis v módní fotografii

Každý konstantně tvořící autor používá ve své tvorbě, a to i podvědomě, jednotné vizuální vyjadřovací prostředky. U autorů, jejichž výtvarné vyjadřování je tak výrazné, že je rozpoznatelné na první pohled, mluvíme o autorském rukopisu. Autorský rukopis v módní fotografii zahrnuje osobité vybírání modelu, prostředí a dekorací, zahrnuje ale i typ svícení a jednotnou postprodukční úpravu. Podmínkou autorského rukopisu není jen jednotný vizuální styl autora, ale do jisté míry i jeho výjimečnost a originalita v kontextu dalších autorů. Tvorba takového umělce je často spojena i s jeho vlastním životem a volnou tvorbou.<sup>54</sup>

V českém prostředí je autorský rukopis stále nedocenenou kvalitou a pro komerční účely jsou vybírání spíše autoři méně rozpoznatelní. Když už si zadavatel vybere umělce na základě jeho vizuálního stylu, velmi často nedá jeho autorskému přístupu úplnou volnost. Další nevýhodou promyšleného a fungujícího stylu může být také jeho vykrádání a kopírování třetí osobou.<sup>55</sup>

Mezi české a slovenské fotografy s obdivuhodným autorským rukopisem můžeme zařadit Báru Prášilovou (Obr. 15), Máriu Švarbovou (Obr.14) nebo Michala Pudelku (Obr.16).

Autorský rukopis prvních dvou zmíněných by se na první pohled mohl zdát být podobný. Obě autorky tvoří minimalistické kompozice, své modely využívají jako objekty a jejich výsledné obrazy plné pastelových barev působí spíše plošně než prostorově. Ve způsobu práce se ale přeci jen liší. Zatímco Bára Prášilová fotí většinou v ateliéru, Švarbová vyráží do lokací, které disponují zachovalým socialistickým designem. A zatímco Mária Švarbová pravidelně spolupracuje s kvalifikovanými scénografy, Prášilová si scénu včetně rekvizit připravuje a vyrábí sama. Oblíbenými tématy slovenské fotografky jsou plavci v prostředí plováren a bazénů, dále také tribuny a socialistické interiéry. Často ve své práci využívá pravidelné kompozice s opakujícími se prvky, a pokud takové možnosti prostor nenabízí, nebrání se obrazu multiplikovat v postprodukci. Oblíbenými motivy Báry Prášilové jsou vlasy, které ve formě dlouhých příčesků přidělavá a zaplétá svým modelkám, pak také nohy a rekvizity ve formě pruhovaných ponožek. Česká výtvarnice oproti slovenské také často do svých fotografií zapojuje humor a nadsázku.

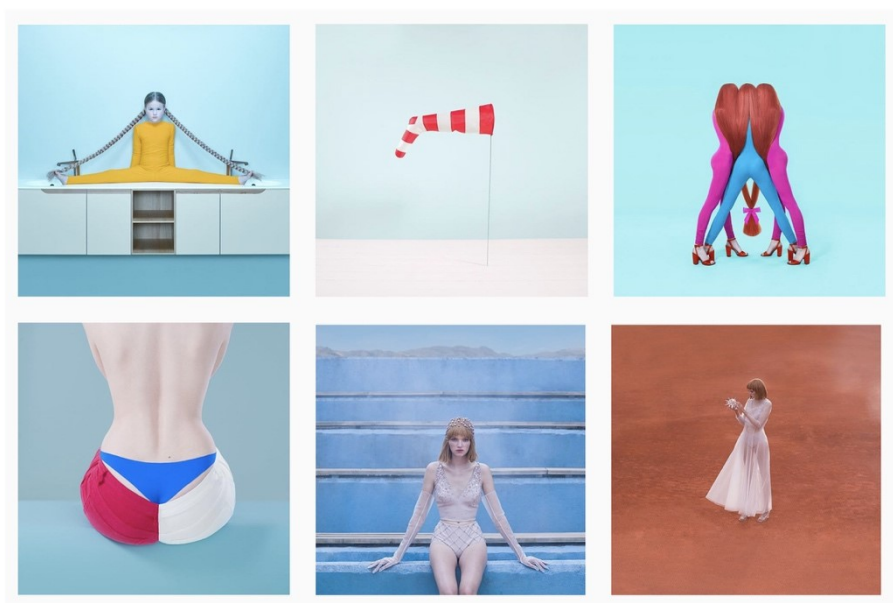
---

<sup>54</sup> MIKULE, Tomáš. *Autorský rukopis v současné české komerční fotografii*. Opava, 2016. Bakalářská práce. Slezská univerzita v Opavě. Vedoucí práce MgA. Štěpánka Stein.

<sup>55</sup> Tamtéž.



Obr. 14 Mária Švarbová: ukázka z portfolia (2018-2019)



Obr. 15 Bára Prášilová: ukázka z portfolia (2015-2018)

Fotograf Michal Pudelka se stal populárním relativně nedávno a už dnes plyne většina jeho zakázek ze zahraničí. Důvodem rychlého zviditelnění byl i jeho autorský rukopis. Jeho poznávacími znaky jsou skupinové fotky modelek totožného lolitovského vzhledu, kterým nikdy není více než 15 let. Tyto modelky pak obléká do stejného oblečení a sám říká, že se tím snaží demonstrovat tlak dnešní doby na uniformitu a na to, aby všichni podléhali stejnému

trendu. Samotným výběrem modelek pak ironicky naráží a upozorňuje na propagaci nezdravé hubenosti a krásy, která je povrchní.



Obr. 16 Michal Pudelka: ukázka z portfolia (2018-2019)

#### 4.2.2 Názory českých a slovenských fotografů na prolínání komerční a autorské tvorby

Prolínání komerční a autorské tvorby je u nás stále vnímáno trochu s despektem. V této kapitole bych ráda shrnula názory nejvýznamnějších českých a slovenských módních fotografů na problém kombinace reklamní a volné tvorby. Myšlenky jsou převzaté z rozhovorů pro nejrůznější média, které jsou volně přístupné na internetu. Odpovědi z rozhovorů nevytrhávám, naopak se je snažím opatřit patřičným kontextem, a podat tak ucelený vhled do autorovy tvorby a způsobu, jakým jí dosahuje.

##### *Benedikt Renč*

Benedikt Renč v rozhovoru pro Frekvenci 1 odpovídal na otázku „Bene, poznáš u fotografa, kdy dělá umění a kdy jenom chce, aby to vypadalo jako velké kumšt?“ slovy „Já se za uměleckého fotografa vůbec nepovažuji, nemám ani umělecké ambice. Módní fotka je komerční fotka, není to umělecká fotka.“ „Jak bys vůbec charakterizoval uměleckou fotku?“ „Je hrozně těžké určit, co je umění a co už není, nějaké vytváření svých pocitů a vkládání do

fotografie. Zní to hezky, ale já tohle neumím, já jsem v tomhle jednodušší, primitivnější, přímočařejší.“<sup>56</sup>

Fotograf na podobné téma odpovídal i pro server Ateliér fotografické praxe. „Máte čas i na volnou tvorbu, pokud ano, co fotíte nejraději?“ „Některé moje fashion fotografie jsou více volnou tvorbou než jasně danou zakázkou. Ale že bych po večerech trávil čas nad volnou tvorbou, to ne. Miluju fashion focení, takže vlastně dělám stále volnou tvorbu.“<sup>57</sup>

Tvorbu Benedikta Renče bychom dnes našli ve většině módních časopisů, troufám si ho zařadit na druhé místo, hned po Matúši Tóthovi. Jeho popularita není zapříčiněná přesahy do umění, ale spíš technickou dokonalostí. Styl, ve kterém fotí, bych označila za profesionální úroveň lifestylové fotografie, které jsou dnes trendem na sociálních sítích. (Obr. 17)



Obr. 17 Benedikt Renč: ukázka z portfolia (2016-2018)

### *Matúš Tóth*

Zmíněný Matúš Toth na otázku, co pro něj znamená fotografie módy a jak k ní přistupuje, odpověděl slovy: „Pro mě je to život. Je to jeden z mála komerčních směrů fotografie, kde se uplatňují různé přesahy. Dokument, reportáž, architektura, portrét... Je to často jen o kráse, ale naskytuje se tu prostor i pro vyjádření názoru na svět, politiku, sociální problémy.“<sup>58</sup>

Z celého rozhovoru, který vytvořil Adam Pavlíček pro svou bakalářskou práci, vyplývá, že pro Matúše Tótha nabízí žánr módní fotografie sám o sobě určité přesahy. Ve svých

<sup>56</sup> Středečním hostem u Pokonrů bude fotograf Benedikt Renč [online]. Frekvence 1. [cit. 1.4.2019]. Dostupné z: <https://www.frekvence1.cz/audio-video?porad=tezkej-pokonr-na-frekvenci-1&clanek=stredcnim-hostem-u-pokonru-bude-fotograf-benedikt-renc-22397>

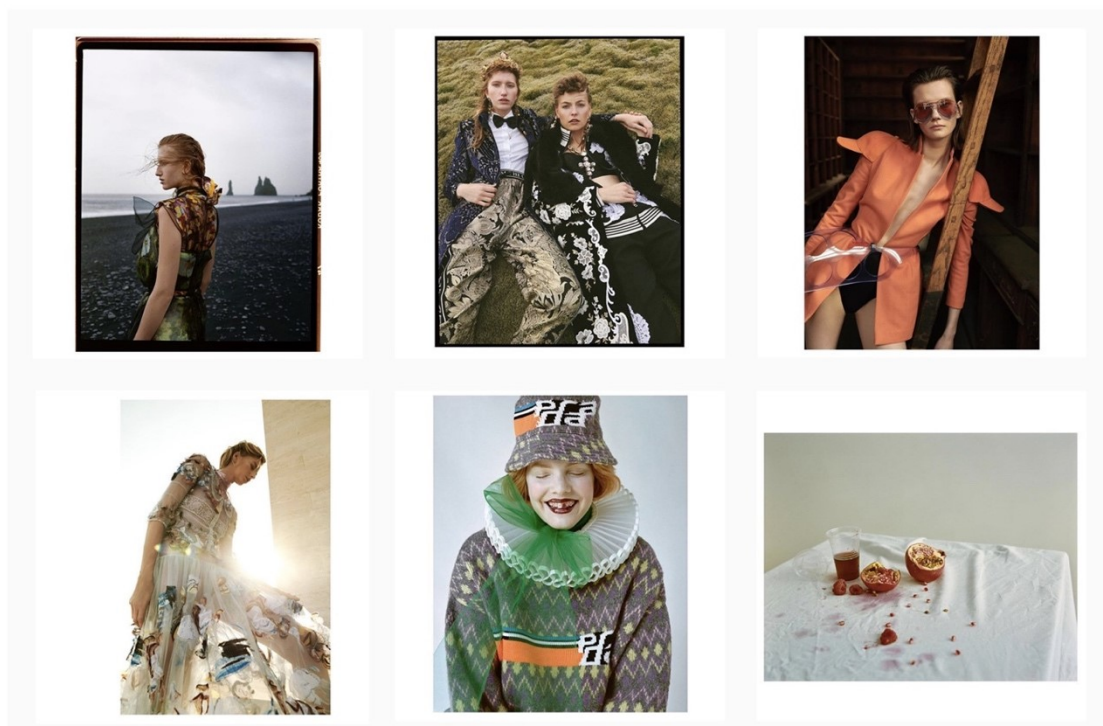
<sup>57</sup> Desatero pro Benedikta Renče - „Pure beauty“ [online]. Ateliér fotografické praxe. [cit. 1.4.2019]. Dostupné z: <https://afop.cz/blog/rozhovory/desatero-pro-benedikta-rence-pure-beauty/>

<sup>58</sup> PAVLÍČEK, Adam. *Trendy módní fotografie*. Ústí nad Labem, 2018. Bakalářská práce. Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem. Fakulta umění a designu. Vedoucí práce Mgr. Anna Vartecká, Ph.D.



fotografiích se autor nebojí používat různé druhy svícení, pohledů ani kombinaci ryze komerčního s uměleckým, jeho autorský rukopis je ale kvůli tomu často hůře rozeznatelný.<sup>59</sup>

(Obr. 18)



Obr. 18 Matúš Tóth: ukázka z portfolia (2018)

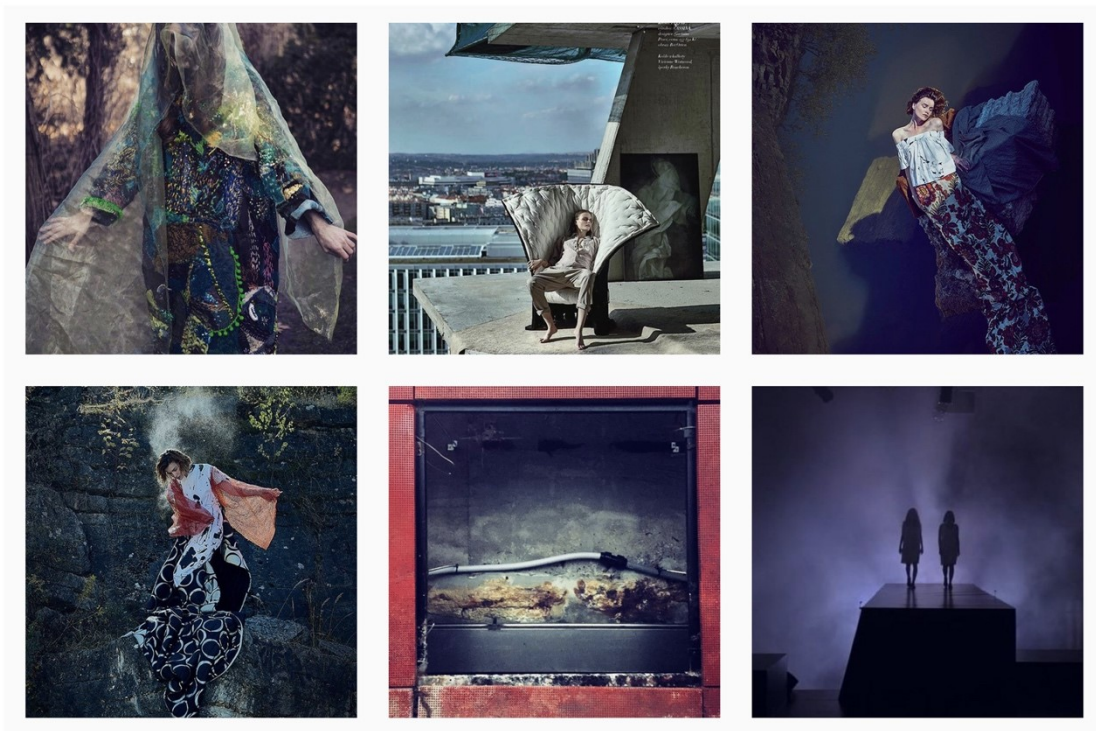
### *Bet Orten*

Fotografka v rozhovoru s Ivanou Veselovou pro rádio Wave rozebírá svůj postoj ke komerční a volné tvorbě, ale také svůj *morální kodex*, něco, co by nikdy pro pouhý výdělek nefotila. Na otázku, jestli nějak rozlišuje mezi svou vlastní uměleckou tvorbou a tím, když fotí na zakázku, odpovídá nejistě a ve smyslu, že je to předmětem i jejího bádání. „Myslím si, že to spousta lidí řeší, možná ani ne tak umělců obecně, možná fotografů víc. Protože fotografie je přeci jen řemeslo, které může být užité zároveň. Fotografové vědí, že jejich práce je někdy potřeba a že si z ní pak můžou zaplatit účty. A občas je těžké zůstat jenom v uvozovkách tím umělcem...každý se s tím snaží popasovat.“ Dále zmiňuje svá výtvarná studia v zahraničí, konkrétně v Anglii, a hovoří o tom, že tam si na „škatulky“ nehrají. „Tam prostě jste jako tvůrce a buď to lidi zaujme natolik, že vám dají nějaký prostor, ať už v magazínu nebo v galerii, anebo ne. Toto téma uzavírá tím, že se rozhodla podle anglického vzoru sama sebe vnímat jako tvůrce, jako fotografa, a to znamená, že cokoli dělá (ať už reklamu nebo vlastní tvorbu), dělá tak, jak nejlépe umí.

---

<sup>59</sup> Tamtéž.

Osobní přístup Bet Orten vnímám i v její odpovědi na otázku „Máš daný nějaký vlastní morální kodex? Že bys nějaké zakázky třeba odmítla, i když by ti to vygenerovalo velkou finanční částku?“ „Já myslím, že ano, třeba bych nikdy nefotila pro nějakou politickou stranu, pak je ještě pár věcí, které mám nějak morálně dané.“<sup>60</sup>



Obr. 19 Bet Orten: ukázka z portfolia (2018)

### *Michal Pudelka*

Pro rádio Wave odpovídal fotograf na to, jak vnímá rozdíl mezi módní a nemódní fotografií a jestli jsou na něj přitom i jiné požadavky. „Ano jsou na mě velké požadavky, určitě je to jiné, když vytvářím projekt pro Anonym (slovenský nemainstreamový časopis), kde mám maximálně volnou ruku, a je to úplně jiné, když vytvářím něco pro klienta z Milána nebo New Yorku, kde na mě má art direktor jisté požadavky, a musím splnit jeho představy. Je to tím pádem náročnější.“ Odpovídá také, že co se týče komerční fotografie a klasické umělecké fotografie, snaží se tyto dva světy spojit. „Tím pádem do té klasické módní fotografie, kde většinou jde jen o ten oděv, co má modelka na sobě oblečený, se snažím přinést hlubší koncept,

---

<sup>60</sup> Fotografa Bet Orten: Nepotřebuju mít před objektivem krásné a hubené ramínko na šaty [online]. Radio Wave, 2017 [cit. 2.4.2019]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/fotografka-bet-orten-nepotrebuj-mit-pred-objektivem-krasne-a-hubene-raminko-na-5964884>

hlubší význam, aby to nebylo jen o módě, aby to v podstatě vyjádřilo hlubší myšlenku. Snažím se o konceptuální módní fotografii.“<sup>61</sup>

### *Štěpánka Stein*

Za největší teoretičku kombinování komerční a umělecké tvorby považují fotografku Štěpánku Stein. Ta se ve svých rozhovorech většinou vyjadřuje právě k tomuto tématu a na platformě Youtube je dohledatelná i její dvouhodinová přednáška s názvem *Přesahy ve volné a komerční tvorbě*. Štěpánka přednášku začíná slovy, že na rozdíl od západní Evropy a severní části Ameriky jsou u nás určité škatulky a schází se tak s názorem Bet Orten: „Bud' jste volný fotograf, nebo jste dokumentarista, nebo jste komerční fotograf.“ Dále pokračuje ve smyslu, že v zahraničí se tyto žánry běžně prolínají, ale u nás k uznání takového protnutí zatím nedochází. „Myslím si, že nejkreativnější je, když do tvorby, kterou nazýváme komerční nebo užitou, můžeme prolínat svůj vlastní rukopis, nápady a jistou kreativitu tak, abychom nechodili kolem billboardů, které jsou nezáživné a nezábavné. Aby se lidé, kteří mají výtvarný cit, mohli dostat jak do výtvarné, tak užité fotky.“ Jako příklad velmi dobře zpracovaného prolínání zmiňuje plakáty pro činohru Národního divadla, které byly v době rozhovoru vytvořeny fotografkou Ditou Pepe,<sup>62</sup> dále pak každoroční vizuál pro filmový festival Karlovy Vary a festival Design blok.

V přednášce nahlíží na komerční tvorbu i z druhé stránky. Přiznává, že s reklamní prací pro agentury a pro velké reklamy může být potíž. „Oni vám přinesou storyboard, což je vlastně nakreslený návrh, jak ta reklama má vypadat, a řeknou vám: takhle to bude. Takže prostor pro kreativitu tam vlastně není. Bud' se pochlapíte a řeknete *tak tohle dělat nebude*, nebo přistoupíte na to, že si za ten den vyděláte 25 tisíc, a v tu chvíli si spočítáte, že najednou zaplatíte všechny kroužky a všechny aktivity svým dětem a řeknete si *jo, tak já to nafotím*.“ Toto téma uzavírá Štěpánka slovy: „U nás je taková rétorika, že umělci peníze nepotřebují.“<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> S fotografem Michalem Pudelkou a designérkou Hanou Zárubovou [online]. Radio Wave, 2013 [cit. 10.04.2019]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/s-fotografem-michalem-pudelkou-a-designerkou-hanou-zarubovou-5223246>

<sup>62</sup> Národní divadlo si pro své činohry nechává každý rok nafotit novou sérii fotografií, před dvěma lety byla autorkou Bára Prášilová, dnes je to Michal Pudelka.

<sup>63</sup> LŠF Liberec. Štěpánka Stein. In: *Večery současné české fotografie* [online]. 2017 [vid. 2.3.2019]. Dostupné z <https://www.youtube.com/watch?v=W4r4BCaVljCY>

### 4.3 Fotografie jako cenná komodita

V následující kapitole bych ráda otevřela téma prodejnosti umělecké fotografie na českém a zahraničním trhu, a možná tak i zodpověděla na otázku, proč se tolik českých fotografů s uměleckými ambicemi věnuje komerční tvorbě.

Podle slov Štěpánky Stein z rozhovoru pro LŠF<sup>64</sup> mohou za špatnou ekonomickou situaci fotografů dva hlavní faktory. První je nedostatek financí proudící od státu (ve formě grantů a příspěvků), druhý se týká neatraktivnosti fotografie jako umělecké komodity. „Bohužel s volnou tvorbou se v naší zemi těžko operuje, když jste například v Anglii nebo v Německu, tam jsou umělci státem daleko více podporováni, mají daleko větší možnosti grantů. (...) Prodat fotografii v naší zemi je prakticky unikát, ti, co prodávají, tak prodávají něco málo a většinou je to do zahraničí. (...) Není tu zatím vybudovaný zdravý trh, malíři a sochaři jsou na tom nejspíš lépe, ale v rámci prodeje a v rámci uměleckého světa situace pro fotografii není dobrá.“ Dále uvádí, že prodejem fotografií se v českých zemích můžou uživit jen opravdové špičky, jmenuje například fotografa Václava Jiráka, který se ve své tvorbě zabývá tématy jako je ironie, maska, dekadence a recyklace umění, dále také Ivana Pinkavu zabývajícího se černobílou fotografií, především aktem a portrétem. V rozhovoru také varuje budoucí absolventy uměleckých škol zaměřených na fotografii: „Lidé, kteří vystudují a nejsou spjati s tím, že se tím budou živit, že občas nafotí něco pro nějaký časopis, že občas nafotí nějakou módní kolekci nebo že navrhnu plakát, ti, kteří s tím nejsou spjati, tak vlastně nevím, čím se živí, ale rozhodně to nebude uměním, to vím stoprocentně.“<sup>65</sup>

Umělecká fotografie jako cenná komodita je na celém světě stále nedoceněna, dokazuje to už jen propastný rozdíl mezi nejdražší vydraženou fotografií a obrazem.

Nevím, zda za nízkou popularitu fotografie může její snadná reprodukovatelnost, relativně nenáročný zhotovení nebo lacinost přístroje, jsem si ale jista tím, že právě tyto faktory ji dělají o to populárnější ve světě masovém, komerčním, reklamním.

---

<sup>64</sup> Škola fotografie a grafiky v Liberci

<sup>65</sup> LŠF Liberec. Štěpánka Stein. In: *Večery současné české fotografie* [online]. 2017 [vid. 2.3.2019]. Dostupné z <https://www.youtube.com/watch?v=W4BCaVljCY>



## 5 Trendy v současné československé módní fotografii

V následující kapitole jsem se snažila shrnout trendy v současné české a slovenské módní fotografii. K jejich určení jsem použila materiály z už zmíněných rozhovorů, ale také svou vlastní zkušenost s obsahem módních magazínů.

To, co se publikuje ve zdejších časopisech, je ale vždy do určité míry ovlivněno světovým trendem a je skoro nemožné vystopovat jeho začátek.

### 5.1 Způsob retuše

Pojem retuš/retušování je dnes vnímaný jako neodmyslitelná součást digitálních médií a současné fotografie. První retušované fotografie bychom ale našli už v devatenáctém století.

Roku 1855 byl na Světové výstavě v Paříži poprvé vystaven retušovaný portrét hned vedle svého neretušovaného protějšku. Zpráva o tom, že fotografie dokáže klamat, přinesla portrétním ateliérům ještě větší popularitu.<sup>66</sup> Na rozdíl od současného způsobu retušování, které se provádí až na výsledné fotografii, byly první retuše prováděné už na negativu. Aby fotografové dosáhli požadovaného výsledku, do svých filmů ryli, kreslili, malovali, překládali jeden přes druhý nebo jejich části vystavovali různě době osvětlení.

Zásahy do fotografií bývají motivovány řadou důvodů. U prvních fotografií šlo především o odstranění technických vad fotografického materiálu (např. rýhy, skvrny), nyní se pod tímto názvem skrývá jakékoli vylepšení fotografie (odstranění kosmetických nedokonalostí, odstranění rušivých objektů, manipulace s objemem, pozměnění barevnosti).

Nejrozšířenější postprodukční program Adobe Photoshop pro tyto účely používá hned několik funkcí a nástrojů, a právě od tohoto programu je odvozen pojem „vyfotošopovat“. Na rozdíl od vyretušovat, „vyfotošopovat“ značí výraznou manipulaci s obrazem, kdy si například zobrazovaná postava na začátku a na konci postprodukčního procesu nemusí být už vůbec podobná. Fotografické editory dospěly do takového stádia dokonalosti, že profesionální zásahy v nich provedené nemá šanci rozpoznat už vůbec nikdo.

Současný způsob retuše by se dal nazvat jako *přirozený*. Podle Benedikta Renče, uznávaného českého módního fotografa, se v postprodukci především na konci 90. let děly „hrozný věci“. Naopak o dnešní retuši se vyjadřuje jako o velmi jemné. „Fotky musí vypadat,

---

<sup>66</sup> SONTAG, Susan. *O fotografii*. Vyd. 1. V Praze: Paseka, 2002, ISBN 80-718-5471-9. s.81.

že vlastně skoro retušované nejsou, že jsou úplně normální, přirozené. Necháávají se všechny póry i pihy.<sup>67</sup>

## 5.2 Výběr modelek

Štěpánka Stein byla v jednom ze svých rozhovorů konfrontována s otázkou, proč je v módním průmyslu tak časté vyobrazování modelek tvarů nepřírodně vyhublých až anorektických. Fotografa odpověděla, že vnímá tento trend od konce 90. let, ale že na otázku, proč to tak je, nedokáže odpovědět. „Je to velké téma fotografie, a ještě není úplně dořešené, já nevím proč, jestli to jsou art direktorové nebo jestli si je vybírají sami módní návrháři...“<sup>68</sup>

Současný trend ustupuje od perfektně vypadajících mladých dívek a spíše si libuje v neobvyklostech. Zajímavosti se hledají jak v rámci individuálních fyzických projevů, tak v otázce genderu. To, co by bylo dříve pokládáno za vadu na kráse, je dnes bráno jako přednost. České a slovenské časopisy také ustupují od striktního zobrazování evropských „bílých“ modelek a jsou více otevřeni modelkám různých barev pleti.

Dokladem může být úspěšná modelingová dráha Kateřiny Kasanové, modelky, která má každé oko jiné barvy (Obr. 24), ale i titulka českého únorového Elle, která zobrazuje modelku Winnie Harlow trpící kožní poruchou zvanou vitiligo (Obr. 25). Za příklad hledání zajímavosti v otázce genderu můžeme označit nově prosperující českou alternativní modelingovou agenturu New Aliens Agency (Obr. 27), která zaměstnává modely jakéhokoli genderu a identity a svůj první velký úspěch zaznamenala na červnovém pražském Fashion Weeku.

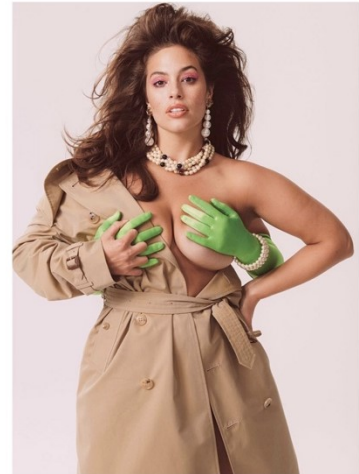
Nově se v modelingu a módním průmyslu obecně otevírá také prostor pro plus size ženy, ale i dámy vyššího věku, naopak se zavírá extrémně štíhlým modelkám (od roku 2017 platí ve Francii zákon, podle kterého musí mít všechny modelky lékařské potvrzení o tom, že jsou fyzicky zdravé a zaměstnavatelům, kteří tento zákon poruší, hrozí milionové pokuty<sup>69</sup>). V Čechách a na Slovenku nepatří plus size modelky mezi veřejně známé osobnosti tak jako v Americe (Obr. 26) a jejich kariéra se zatím odehrává převážně v zahraničí.

---

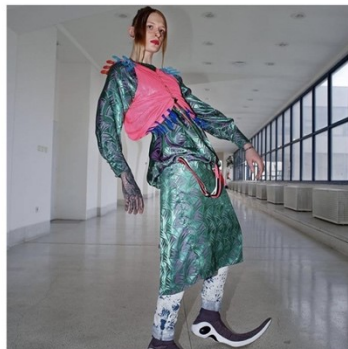
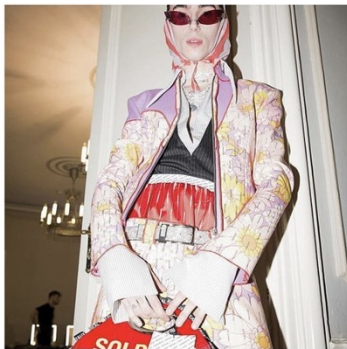
<sup>67</sup> Středečním hostem u Pokonrů bude fotograf Benedikt Renč [online]. Frekvence 1. [cit. 1.4.2019]. Dostupné z: <https://www.frekvence1.cz/audio-video?porad=tezkej-pokondr-na-frekvenci-1&clanek=stredcnim-hostem-u-pokonru-bude-fotograf-benedikt-renc-22397>

<sup>68</sup> LŠF Liberec. Štěpánka Stein. In: *Večery současné české fotografie* [online]. 2017 [vid. 2.3.2019]. Dostupné z <https://www.youtube.com/watch?v=Wt4BCaVljCY>

<sup>69</sup> Revoluce v Mekce módy. Francie zakázala extrémně hubené modelky, za porušení hrozí milionové pokuty [online]. Aktuálně.cz. Economia, a.s. [cit. 10.04.2019]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/revoluce-v-mekce-mody-francie-zakazala-extremne-hubene-model/r~35f12156355c11e7a4bd0025900fea04/>



Obr. 20 modelka Kateřina Kasanová  
 Obr. 21 modelka Winnie Harlow na obálce české Elle (2019)  
 Obr. 22 americká plus size modelka Ashley Graham



Obr. 23 New Aliens Agency: modelky a modelové

### 5.3 Analogová fotografie

Návrat k analogové fotografii a její následnou publikaci v módních magazínech pozorují přibližně dva roky a za trend ji označují i Štěpánka Stein a Matuš Tóth.

Ještě před jejím rozšíření mezi fotografy profesionály si analogovou fotografii jako náplň volného času oblíbila mladá generace, tedy ta, která byla od svého narození obkloповána jen její digitální podobou.

Důvodů, proč se přibližně po dvaceti letech mladá generace vrací zpět k analogu, je hned několik. Analogová fotografie dává svému autorovi možnost být o trochu více tvůrcem a také znalcem. Při používání ryze mechanického přístroje musí autor spoléhat jen sám na sebe a své výpočetní odhady. S tím je spojena i určitá atraktivita černé komory a celého procesu „udělej si sám“. Dalším vysvětlením pro znovuobjevení analogové fotografie může být přesycení

rychlým fotografickým obsahem a také určitá falešnost hojně využívaných postprodukčních filtrů a efektů (většina z nich vychází právě z analogové podoby).

Značným dílem přispěla k oživení filmové fotografie i sociální média. Nejen, že tu pouze pro její prezentaci vznikly specializované účty a profily, ke zviditelnění pomohlo i veřejné vystoupení slavných osobností, které si tento žánr oblíbily.<sup>70</sup> Pro sociální síť Instagram se vytvořily i nové hashtagy označující původ fotografie (#filmphotography #filmisnotdead #staybrokeshootfilm #35mm #istillshootfilm), které k dnešnímu dni čítají několik milionu příspěvků.<sup>71</sup>

S fotografií na film u nás pracuje například módní fotograf Michal Pudelka (viz obr), u kterého je práce s analogem obdivuhodná – tvoří obtížné komponované snímky bez použití postprodukční úpravy (viz obr). S tímto žánrem také pravidelně pracuje fotografka Bet Orten a relativně novým uživatelem analogové fotografie je i Matuš Tóth.



Obr. 24 Michal Pudelka: analogová fotografie (2018)

<sup>70</sup> #istillshootfilm: The Popularity of Film Photography on Social Media. *Lomography Magazine* [online]. 2019 [cit. 08.04.2019]. Dostupné z: <https://www.lomography.com/magazine/340091-istillshootfilm-the-popularity-of-film-photography-on-social-media>

<sup>71</sup> Tamtéž.

## 6 Didaktická část práce

### 6.1 Úvod

V didaktické části práce jsem navrhla výukovou jednotku pro žáky druhého stupně ZŠ a střední školy. Do tématu hodiny jsem kromě samotné módní fotografie zahrnula i výrobu módního oděvu. Zaprvé kvůli jeho rozšíření výtvarného námětu a aktivnímu zapojení více dětí, zadruhé kvůli riziku spojenému s oděvy donesenými mnou nebo dětmi (moje oblečení by dětem nesesedělo, jejich by mohlo být pro tuto aktivitu nevhodné).

Aktivita, kterou jsem navrhla, je časově náročná a také náročná na pomůcky, její výsledky jsou ale o to zajímavější. Při přípravě i následné realizaci jsem kladla důraz především na dostatek pomůcek a jejich kvalitu, protože věřím, že děti jsou schopné vytvořit kvalitní díla, pokud mají k dispozici odpovídající vybavení.

Výtvarný úkol jsem si vyzkoušela i v praxi, kdy jsem ho realizovala jako náplň schůzky sdružení Pionýr, ve kterém působím jako vedoucí od svých 15 let. Závěry a výsledné módní fotografie dětí jsou k nahlédnutí v příloze.

### 6.2 Téma a námět

Tématem připravované hodiny je móda a módní fotografie. Konkrétním námětem je pak vytvoření módní kolekce na motiv geometrického tvaru a její následné nafocení v provizorním ateliéru.

### 6.3 Počet dětí a jejich věk

Úkol byl připraven pro žáky druhého stupně ZŠ, bylo by však možné jej uplatnit i jako náplň hodiny studentů středních škol (především gymnázií s výukou výtvarné výchovy). Počet dětí se dá regulovat přerozdělením žáků do menších skupin, celkový počet zúčastněných by ale neměl přesáhnout kapacitu jedné třídy, zejména kvůli časové náročnosti samotného fotografování.

### 6.4 Místo realizace

Aktivita není na místo realizace obzvlášť náročná, postačí i učebna výtvarné výchovy. Hlavním atributem místnosti by měla být holá stěna s volným prostorem kolem (cca 3metry)

pro výstavbu fotografického ateliéru. Výhodou je také zeď s bílou omítkou, která může posloužit jako základní pozadí provizorního ateliéru.

## 6.5 Čas

Aktivita je relativně náročná na čas a její hodinová dotace by měla být minimálně 4 vyučovací hodiny, tedy 2 x 90 minut. Ideální rozvržení činností je následovné:

### První vyučovací jednotka

- 30 min úvod hodiny
- 60 min rozdělení do skupin a rozlosování témat
- 50 min vytváření oděvu

### Druhá vyučovací jednotka

- 20 min dokončování oděvu
- 20 min vytváření make-upu
- 50 min samotné fotografování (střídání jednotlivých týmů a jejich kombinace)

## 6.6 Pomůcky

Hlavními pomůckami této aktivity jsou černá a bílá netkaná textilie (levná varianta látky) a různé zbytky jednobarevných látek. Ke spojování jednotlivých kusů je možné využít lepidel, izolep, sešívaček, ale i jehel a nití. Pokud chceme, aby měl výsledný oděv trvalejší podobu, je možné u starších dětí využít i šicího stroje za asistence pedagoga. K dozdobení oděvu jsou k dispozici tempery a jako make-up slouží barvy na obličej (nejlépe vodou ředitelné, které se nanáší pomocí štětce). Poslední typ pomůcek slouží k vybavení ateliéru. V základní variantě se dá pracovat pouze s přirozeným světlem z oken a s fotoaparátem, pokud máme dispozici další fotografické vybavení jako přídatné blesky, záblesková světla nebo softboxy, je to vždy výhodou.

## 6.7 Očekávané výstupy dle RVP<sup>72</sup>

- ➔ *„užívá prostředky pro zachycení jevů a procesů v proměnách a vztazích; k tvorbě užívá některé metody uplatňované v současném výtvarném umění a digitálních médiích – počítačová grafika, fotografie“*
- ➔ *„vybírá, kombinuje a vytváří prostředky pro vlastní osobité vyjádření; porovnává a hodnotí jeho účinky s účinky již existujících i běžně užívaných vizuálně obrazných vyjádření“*

## 6.8 Klíčové kompetence<sup>73</sup>

Navržený program výukové jednotky rozvíjí u dětí následující klíčové kompetence formulované v RVP.

### kompetence k učení

- ➔ *„samostatně pozoruje a experimentuje, získané výsledky porovnává, kriticky posuzuje a vyvozuje z nich závěry pro využití v budoucnosti“*

### kompetence komunikativní

- ➔ *„formuluje a vyjadřuje své myšlenky a názory v logickém sledu, vyjadřuje se výstižně, souvisle a kultivovaně v písemném i ústním projevu“*
- ➔ *„naslouchá promluvám druhých lidí, porozumí jim, vhodně na ně reaguje, účinně se zapojuje do diskuse, obhájí svůj názor a vhodně argumentuje“*

### kompetence sociální a personální

- ➔ *„podílí se na utváření příjemné atmosféry v týmu, na základě ohleduplnosti a úcty při jednání s druhými lidmi přispívá k upevnování dobrých mezilidských vztahů, v případě potřeby poskytne pomoc nebo o ni požádá“*

---

<sup>72</sup> Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. Národní ústav pro vzdělávání [online]. [cit. 2.4.2019]. Dostupné z: [http://www.nuv.cz/uploads/RVP\\_ZV\\_2017.pdf](http://www.nuv.cz/uploads/RVP_ZV_2017.pdf)

<sup>73</sup> Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání. Národní ústav pro vzdělávání [online]. [cit. 2.4.2019]. Dostupné z: [http://www.nuv.cz/uploads/RVP\\_ZV\\_2017.pdf](http://www.nuv.cz/uploads/RVP_ZV_2017.pdf)



➔ *„přispívá k diskusi v malé skupině i k debatě celé třídy, chápe potřebu efektivně spolupracovat s druhými při řešení daného úkolu, oceňuje zkušenosti druhých lidí, respektuje různá hlediska a čerpá poučení z toho, co si druzí lidé myslí, říkají a dělají“*

kompetence občanské

➔ *„respektuje, chrání a ocení naše tradice a kulturní i historické dědictví, projevuje pozitivní postoj k uměleckým dílům, smysl pro kulturu a tvořivost, aktivně se zapojuje do kulturního dění“*

kompetence pracovní

➔ *„používá bezpečně a účinně materiály, nástroje a vybavení, dodržuje vymezená pravidla, plní povinnosti a závazky, adaptuje se na změněné nebo nové pracovní podmínky“*

## 6.9 Výukové cíle

- Žák pracuje na naplnění konkrétního zadání
- Žák spolupracuje ve skupině a prosazuje vlastní nápady a názory
- Žák se nebojí experimentovat se stříhy a barevností vytvářeného oblečení
- Žák umí používat základní fotografickou techniku
- Žák chápe módu jako způsob výtvarného vyjádření

## 6.10 Návrh výukové jednotky

Úvod hodiny bude zahájen ze strany pedagoga představením vysokého návrhářství a extrémní módy jako umělecké disciplíny. Pedagog se zaměří i na módní fotografii, která tento žánr ještě rozvíjí, přidává osobitý pohled dalších autorů, a nakonec módu přivádí před široké publikum. Bude se dětem snažit vysvětlit, že i když se na módních molech mohou setkat s extravagantními kousky, nemají je brát jako nenositelné výstřelky, ale jako umělecké dílo. Módní návrhářství, stejně tak jako obrazy nebo literatura totiž nese určitý estetický záměr, prezentuje individuální autorský styl a může také reagovat na aktuální dění ve společnosti. Dále bude pedagogem rozvíjena debata, jejímž záměrem je motivace žáků k plnění výtvarné aktivity (k tomu slouží i předkládané výstřižky a ukázky módních fotografií z magazínů).



Po dokončení diskuze se učitel dětí zeptá, zda by se alespoň pro dnes nechtěli stát módními návrháři a vyzkoušet si práci módního fotografa.

Děti se rozdělí do předem připravených skupin a každá skupina si vylosuje své vlastní téma. Tématy jsou geometrické tvary jako čtverec, trojúhelník, kruh nebo pruh. Skupiny dostanou za úkol na vylosované téma navrhnout a následně z poskytnutých materiálů „ušít“ módní oděv. Pedagog klade důraz na to, aby se děti nebály odpoutat od každodenního oblečení a obvyklé konfekce a spíše s látkami experimentovaly. Skupiny by se nejdříve měly dohodnout na tom, co a jak budou tvořit, popřípadě nakreslit návrh a na jeho výsledné podobě se shodnout.

K samotnému tvoření budou mít žáci k dispozici řadu látek, které mohou spojovat a kombinovat dle libosti, malovat na ně a následně slepovat a sešívát podle svých představ.

Po dokončení oděvu v průběhu druhé části úkolu dostanou děti k dispozici barvy na obličej suplující make-up, kterými mohou model doplnit opět podle vylosovaného tématu.

V poslední části budou mít děti za úkol využít provizorního fotografického ateliéru vybaveného zábleskovými světly k prezentaci svých výtvorů, čímž zakončí vytvoření své módní kolekce. V této části se také všechny skupiny mohou spojit a pracovat s více modely na jedné fotografii. O fotoaparát se střídají tak, aby si každý, kdo má zájem, udělal alespoň pár snímků. I fotografování bude ve své podstatě kreativní, děti mohou pracovat se zbytky látek a přizpůsobovat si tak prostředí nebo je využívat jako rekvizity.

## 6.11 Provedení

Jak již jsem zmiňovala v úvodu, svůj návrh hodiny jsem si odučila v rámci schůzky smíšeného dětského oddílu pionýrské skupiny PS Mír Domažlice. Děti v tomto oddílu jsou různého věku, od páté do sedmé třídy ZŠ, a protože se s většinou z nich dobře znám a vím, jak fungují jako kolektiv, byla naše spolupráce naprosto bezproblémová.

K dispozici jsem měla pouze jednu schůzku v rozsahu 90 minut, a proto jsem musela některé části urychlit a částečně i zkrátit (obzvlášť teoretický úvod a fotografování).

Co mne při provedení mile překvapilo, bylo aktivní začlenění chlapců a jejich odvaha postavit se do pozice modela. Dále to byla také vysoká míra spolupráce, a to i napříč týmy (když jeden nestíhal, druhý mu přispěchal na pomoc). A nakonec i vysoká kreativita dětí při práci s látkami (proplétání, řasení, vrstvení).

To, co se mírně lišilo od mých představ, byla naprostá neatraktivita šicího stroje – všechny týmy využívaly především sešíváček a spojování látek pomocí různého svazování (především kvůli rychlosti těchto technik). Přestože nakonec každý tým nějak zakomponoval daný vylosovaný geometrický tvar, našla se pouze jedna skupina, která se jím řídila i

v samotném střihu. Také mne mrzí, že jsem při časovém omezení nestihla dětem ukázat více fotografických technik, především práci s barevnými filtry, které jsme měla připravené a nebylo možné přenášet fotografie z fotoaparátu přímo na obrazovku počítače.

Přestože jsme na výtvarný úkol měli jen omezenou dobu, myslím si, že výsledné módní kreace a fotografie se dětem opravdu povedly. I z pozorování celého průběhu a závěrečné diskuze mohu říct, že žáky téma a jeho zpracování nadchlo a bavilo. Výsledné fotografie jsem dětem zaslala pomocí internetového úložiště a ty nejlepší nechala na památku vytisknout.

## 6.12 Závěr didaktické části

S konečnými výsledky didaktické části své práce jsem spokojená, myslím, že se mi potvrdil předpoklad, že děti mohou dosáhnout opravdu dobrých výsledků, pokud mají k dispozici rozmanité pomůcky a kvalitní vybavení. (Obr. 29, 30, 31, 32)

Možné rozšíření úkolu, obzvláště pro starší ročníky, vidím v postprodukční práci s fotografií, především v grafických editorech typu Zoner Photo Studio nebo Adobe Photoshop. Zde je možné nalézt i mezioborový přesah s výukou informačních technologií.



Obr. 25 Výsledné fotografie didaktické části: téma Pruh



Obr. 36 Výsledné fotografie didaktické části: téma Kruh





Obr. 27 Výsledné fotografie didaktické části: téma Čtverec



Obr. 28 Výsledné fotografie didaktické části: téma Trojúhelník

## 7 Výtvarná část

Ve své výtvarné části jsem vytvořila sérii fotografií inspirované současnými trendy v české a slovenské módní fotografii. Svě záměry, postupy a myšlenky jsem si postupně zaznamenávala do myšlenkových map (Obr. 33, 36, 39), které předkládám spolu s finálními fotografiemi. Přestože se focení portrétů a módy věnuji již několik let, každá z vytvořených sérií pro mne znamenala velký posun dopředu. Díky této práci jsme si poprvé vyzkoušela a naučila se profesionálnímu způsobu retuše, také jsem poprvé spolupracovala s plus size modelkou a moje první zkušenost byla dokonce i s analogovým fotoaparátem.

### 7.1 Série s využitím současné retuše

V této sérii jsem vytvořila několik portrétních fotografií v jejichž postprodukcii jsem se řídila postupy takzvané high-end retuše, způsobu, který se dnes využívá především v beauty fotografii a v módní fotografii s nárokem na vysokou kvalitu (př. velkoformátový tisk). Tato úprava respektuje přirozenou podobu tváře (trvalá znaménka, pihy) a snaží se zachovat její pórovitou strukturu. Jejím hlavním cílem je, aby pleť modelky/modela vypadala co nejvíce přirozeněji a nejvěrohodněji. Odstraňuje a zjemňuje jen dočasné nedostatky v tváři jako jsou kruhy pod očima, zarudlé skvrny nebo stopy po akné.

V postprodukčních programech se pro tyto výsledky využívá rozdělení fotografie do dvou hlavních vrstev – jedna nese informaci o barvě, druhá o textuře. Samotné úpravy se pak provádějí v každé vrstvě zvlášť a jsou náročné na čas. Celková retuš jedné fotografie tak může zabrat od 30 minut do několika hodin podle toho, k jakému účelu je určena.

#### 7.1.1 Inspirace

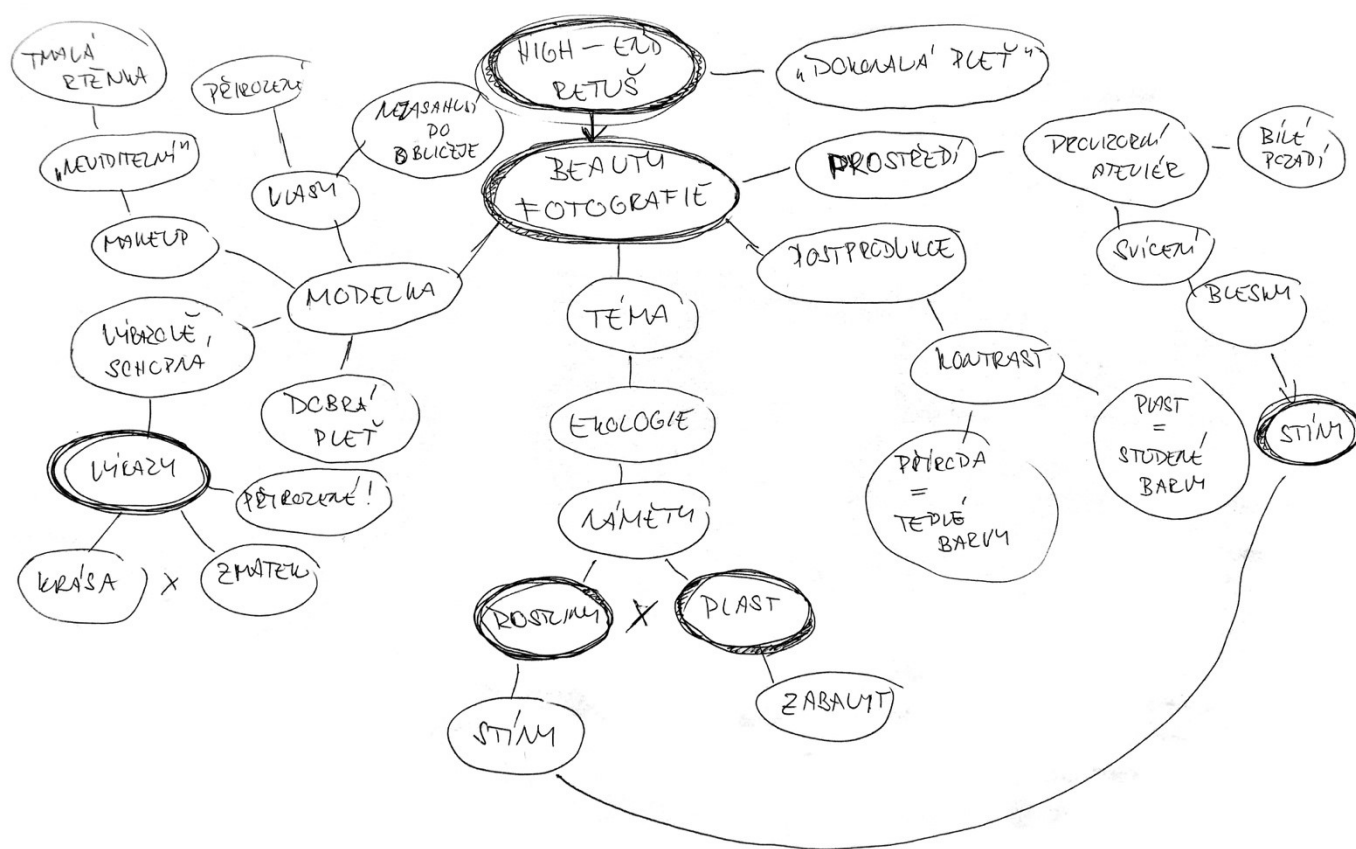
Ve své sérii jsem se tematicky zaměřila na kontrast mezi přírodou a umělými materiály. Téma mne napadlo vzhledem k výběru modelky, mé kamarádky, která se o ekologii a konkrétně problematiku nadprodukce obalových materiálů dlouhodobě zajímá. Modelka je podle mého i velmi výrazově schopná, a tedy vhodná pro takové focení.

#### 7.1.2 Provedení

Ze svého pokoje jsem si vytvořila provizorní ateliér. Na pozadí jsem využila bílou textilií a jako rekvizity pokojové rostliny a igelit. Mým záměrem bylo pomocí dvou blesků a rekvizit

vytvořit atmosféru, která by vyjadřovala splynutí s přírodou a pak také zmatek a nejistotu ve spojení s plastovým materiálem.

Během fotografování vzniklo několik opravdu povedených snímků. K demonstraci svého záměru jsem si ale vybrala dva konkrétní, na kterých bych ráda ukázala své postprodukční postupy. První fotografie odpovídají syrovému formátu přímo z fotoaparát, druhé zahrnují úpravy osvětlení, teploty a sytosti jednotlivých barev, třetí a finální fotografie představují aplikovaný způsob high-end retuše a také odstranění kompozičních nedokonalostí. (Obr. 34, 35) Postup, kterým jsem se při retuši řídila, jsem našla na platformě Youtube a celková úprava jedné fotografie (i s barevným laděním) mi zabrala přibližně 40 minut.



Obr. 29 Šárka Zavadilová: myšlenková mapa k první fotografické sérii





Obr. 30 Šárka Zavadilová: beauty portrét na téma Příroda, postup úpravy



Obr. 31 Šárka Zavadilová: beauty portrét na téma Plasty, postup úpravy

## 7.2 Série s plus size modelkou

Po vzoru současného trendu v módní fotografii – zobrazování atypických modelek – jsem se rozhodla nafotit módní sérii s plus size modelkou. Vhodnou slečnu jsem oslovila na facebookové skupině TFP Praha a okolí, která soustřeďuje pražské amatérské fotografy a modelky. Tato zájmová skupina slouží pro vzájemné seznamování fotografů a modelek, formou inzerátů se tu navzájem hledají a dochází mezi nimi k neplacené spolupráci (modelka dává svůj čas a tvář, fotograf poskytuje své snímky).

### 7.2.1 Inspirace

Mou inspirací k této sérii se staly módní fotografie a celé kampaně úspěšných zahraničních plus size modelek, které sleduji na sociálních sítích. Takové modelky nepropagují obezitu, jak si někteří omylně myslí, ale ukazují, že ženské proporce a tvary jsou velmi rozmanité a individuální a že každá žena by se ve svém těle měla cítit dobře. Fotografiemi jsem také chtěla dokázat, že se módní oblečení nemusí nutně prezentovat jen na vychrtlých modelkách, ale že může být dobře propagováno i na ženách větších velikostí.

### 7.2.2 Provedení

Předem jsem měla vymyšlený koncept, který se zaměřoval na minimalismus, linie a jednoduchou barevnost. Pomocí aplikace Google Street View jsem vybrala 2 konkrétní lokace – most mezi zastávkami Rajská Zahrada a Černý Most a také monument tyčící se u východu konečné stanice.

Při samotném fotografování jsem dbala na správné pózování modelky a snažila jsem se vyhnout nelichotivým úhlům. Fotografování probíhalo přibližně 2 hodiny a myslím, že se nám podařilo zobrazit přesně můj záměr – zachytit ženu, která ačkoli nemá proporce typické modelky, může sebevědomě prezentovat módní oblečení.

V digitální postprodukci jsem mírně upravila barevnost fotografií a k úpravě nedokonalostí na modelčině tváři využila předchozího způsobu retuše.







Obr. 33 Šárka Zavadilová: módní fotografie s plus size modelkou



Obr. 34 Šárka Zavadilová: módní fotografie s plus size modelkou

## 7.3 Módní analogová fotografie

V této sérii jsem se zaměřila na poslední zmiňovaný trend současné módní fotografie. Se znovunalezenou analogovou fotografií jsem se jak v médiích, tak u svých kamarádů začala setkávat zhruba před dvěma lety. Myslím si, že v určitém smyslu navázal zájem mladých lidí o analogovou fotografii na rozšířený trend instantní fotografie.<sup>74</sup>

### 7.3.1 Inspirace

Oproti minimalistickému konceptu fotografování s plus size modelkou jsem chtěla, aby módní série z analogového fotoaparátu byla expresivní a dynamická. Stejně jsem přemýšlela i nad barvami. Mojí inspirací a také prostředím pro poslední sérii se stala Jeruzalémská synagoga v Jindřišské ulici, která je svou barevností proslulá.

### 7.3.2 Provedení

Jelikož sama nevlastním analogový fotoaparát, musela jsem si jej na fotografování vypůjčit. Otázkou bylo, zda se hned napoprvé pustím do zcela manuálního fotografování nebo budu pracovat s novějším kompaktním fotoaparátem na film. Stejně tak jsem se rozmyšlela i nad způsobem, kterým budu fotografie vyvolávat. Protože jsem s fotografií na film neměla do té doby vůbec žádné zkušenosti, rozhodla jsem se pro kompaktní 35mm fotoaparát a barevný film, který jsem si nechala vyvolat a jednotlivé snímky poslat v digitální podobě.

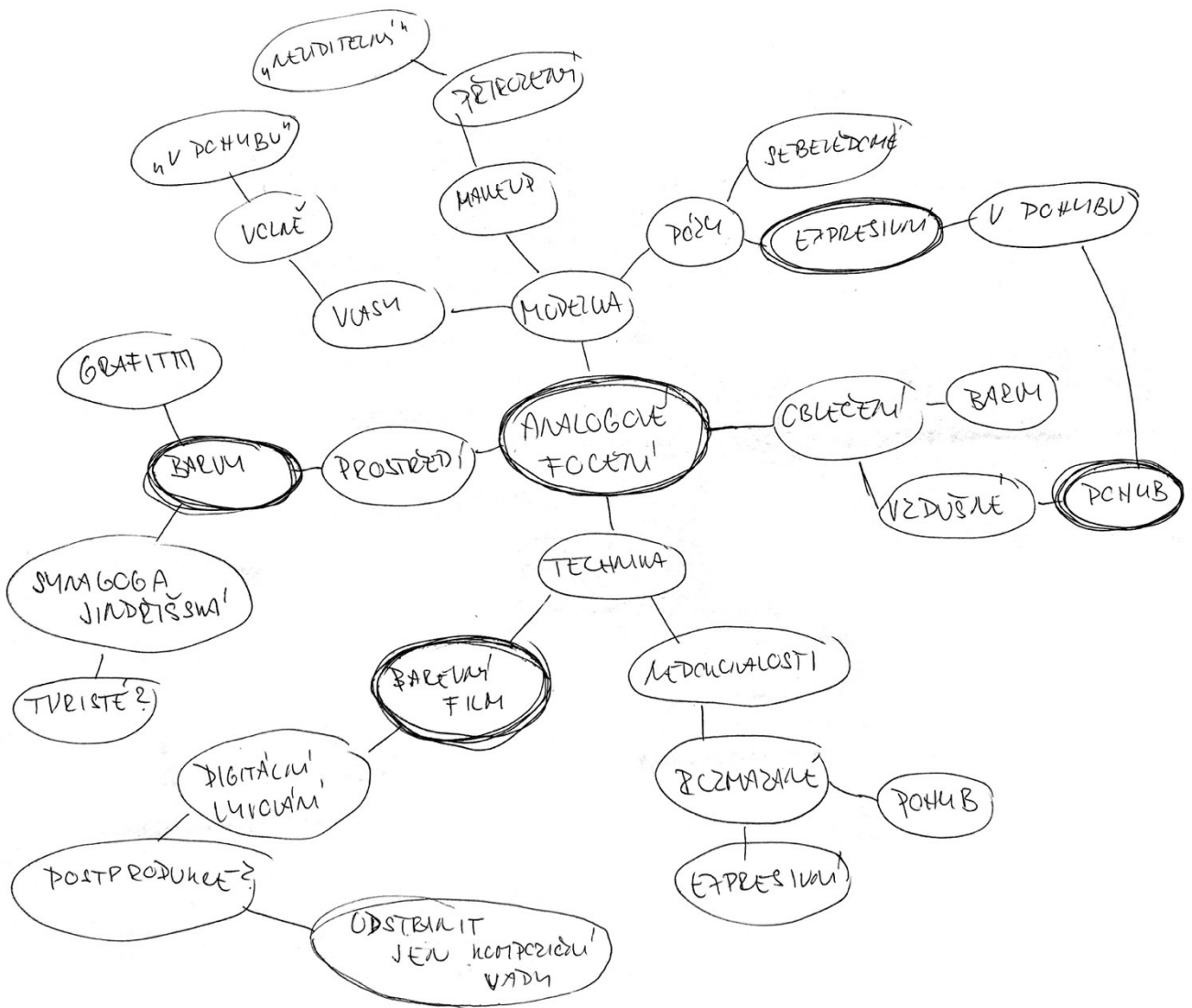
Přestože byl fotoaparát plně automatický, nebylo pro mne fotografování snadné. Před každým zmáčknutím spouště jsem pečlivě promýšlela pózu a navigovala modelku, tak, abych nemusela snímek opakovat. Tento způsob práce pro mne byl opravdu výjimečný, při svém fotografování na digitální zrcadlovku jsem totiž zvyklá z jedné pózy pořídit až deset snímků a při tom si kompozici ještě drobně upravovat.

S výslednými fotografiemi analogové série jsem ale velmi spokojená. Přestože se některé snímky nepovedly a vyšly rozmazané, nesou v sobě určitou prchavou a neopakovatelnou atmosféru.

---

<sup>74</sup> Fotografování na speciálně upravený fotoaparát, který umožňuje okamžité vyvolání snímku.





Obr. 35 Šárka Zavadilová: myšlenková mapa k třetí fotografické sérii



Obr. 36 Šárka Zavadilová: módní analogová fotografie



Obr. 37 Šárka Zavadilová: módní analogová fotografie





Obr. 38 Šárka Zavadilová: módní analogová fotografie



Obr. 39 Šárka Zavadilová: módní analogová fotografie

## 8 Závěr

V prvních kapitolách teoretické části bakalářské práce jsem se věnovala historii módní fotografie, kterou jsem popsala pomocí jejích nejvýznamnějších momentů. Dále jsem se věnovala technickému vývoji fotografie, který vnímám jako podstatný pro definování jednotlivých fotografických žánrů.

Současnou podobu módní fotografie v České republice a na Slovensku jsem popsala skrze aktuálně tvořící autory a publikované magazíny, otevřela jsem také téma tvorby módních blogerů a influencerů na sociálních sítích.

Velký přínos práce vidím v kapitole Umění, reklama a fotografie, ve které jsem se věnovala prolínání komerční a autorské tvorby a uplatňování autorského rukopisu v reklamních zakázkách.

Vypracováním teoretické části bakalářské práce jsem si udělala přehled nejen v historii módní fotografie, ale i v dějinách fotografie obecně. Díky tomu jsem také byla schopna lépe pochopit spory v chápání prolínání volné a reklamní tvorby.

V Didaktické části práce jsem navrhla atraktivní způsob výuky, navázala jej na Rámcový vzdělávací program a navrženou výukovou jednotku také odučila v kolektivu dětí.

Výtvarná část práce mi umožnila spolupracovat s atypickou modelkou, prohloubila mé technické znalosti v oboru fotografie a především mne nadchla pro analogovou fotografii, ke které mám v plánu se pravidelně vracet.

## Seznam použitých informačních zdrojů

BAŇKA, Pavel. *Editorial*. Fotograf Magazine. 2009, 8(14). ISSN 1213-9602.

BĚHOUNKOVÁ, Andrea. *Editorial*. Vogue CS. 2018, 1(1). s. 34. ISSN 2571-0451.

BIRGUS, Vladimír a Jan MLČOCH. *Česká fotografie 20. století*. Praha: KANT, 2010. ISBN 978-80-7437-026-7.

CHOI, Athena. *Fashion Photography on Social Media: Insights from Hong Kong Fashion Image Producers*. International Journal Of Management and Applied Research, 2016, doi:10.18646/2056.34.16-011.

DŽURNÁ, Michaela. Adam Holý. Opava, 2018. Bakalářská práce. Slezská univerzita v Opavě. Filozoficko-přírodovědecká fakulta. Vedoucí práce MgA. Štěpánka Stein.

HANÁČKOVÁ, Kateřina. *Reklamní a módní fotografie v českých společenských magazínech 30. let*. Praha, 2012. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce PhDr. Alena Lábová

KUBÁK, Radek. *Umělecké dílo v reklamě*. 2016. Bakalářská práce. Masarykova Univerzita. Filozofická fakulta.

MIKEŠOVÁ, Kateřina. *Módní fotografie a její současná pozice v médiích a reklamě*. Praha, 2011. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce: PhDr. Alena Lábová.

MIKULE, Tomáš. *Autorský rukopis v současné české komerční fotografii*. Opava, 2016. Bakalářská práce. Slezská univerzita v Opavě. Vedoucí práce MgA. Štěpánka Stein.

MRÁZKOVÁ, Daniela a Vladimír REMEŠ. *Cesty československé fotografie*. Praha: Mladá fronta, 1989. ISBN 80-204-0015-x.

PAVLÍČEK, Adam. *Trendy módní fotografie*. Ústí nad Labem, 2018. Bakalářská práce. Univerzita Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem. Fakulta umění a designu. Vedoucí práce Mgr. Anna Vartecká, Ph.D.

ROSSMANN, Zdeněk. *Písmo a fotografie v reklamě*. Olomouc: Index, 1938.

SONTAG, Susan. *O fotografii*. Vyd. 1. V Praze: Paseka, 2002, ISBN 80-718- 5471-9.

TOSCANI, Oliviero. *Reklama je navoněná zdechlina*. Praha: Slovart, 1996. ISBN 80-85871-82-3.

UCHALOVÁ, Eva. *Česká móda 1918-1939: elegance první republiky*. Praha: Olympia, 1996. ISBN 80-7033-424-X.



WITTLICH, Filip. Interpretace fotografie z hlediska obsažených obrazových informací. Praha: Národní památkový ústav, 2017. Odborné a metodické publikace (Národní památkový ústav). ISBN 978-80-7480-076-4.

Život skrz objektiv [film]. Režie Barbara Leibovitz.. USA, 2006.

## Internetové zdroje

Andrea Běhounková: Vogue má svou specifickou DNA [online]. PROTIŠEDI s.r.o., 2018. [cit. 8.4.2019]. Dostupné z: <https://protisedi.cz/andrea-behounkova-vogue-ma-svou-specifickou-dna-2/>

BORRELLI-PERSSON, Laird. Vogue Facts About Covers, Editors, Models, Stars [online]. Vogue, 2017. [cit. 1.4.2019]. Dostupné z: <https://www.vogue.com/article/vogue-covers-models-facts-history>

Českou a slovenskou Vogue povede Andrea Běhounková. Jaká je její vize? [online]. Radio Wave, 2018. [cit. 3.4.2019]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/ceskou-a-slovenskou-vogue-povede-andrea-behounkova-jaka-je-jeji-vize-7035026>

DAGUERREOBASE. Daguerrotypie. Nejstarší evropské fotografické záznamy [online]. Daguerreobase Consortium, 2014. [cit. 11.04.2019]. Dostupné z: <http://www.ntm.cz/data/veda-a-vyzkum/booklet-cz.pdf>

DOBBINS, Bill, BARON ADOLPH DE MEYER: The First Fashion Photographer [online]. 2018. [cit. 1.4.2019]. Dostupné z: <https://onphotography.me/2018/12/05/baron-adolph-de-meyer-the-first-fashion-photographer/>

Fashion blogy české módní magazíny neohrožují [online]. MediaGuru, 2019 [cit. 3.4.2019]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2014/08/fashion-blogy-ceske-modni-magaziny-neohrozuji/>

HOLZNER, Anton. Ateliér Langhans v Praze [online]. 2017. [cit. 11.04.2019] Dostupné z: <http://www.langhans.cz/cz/>

Příchod Vogue CS doprovází výstava První vydání [online]. CZECHDESIGN, 2017. [cit. 08.04.2019]. Dostupné z: <http://www.czechdesign.cz/kalendar-akci/prichod-vogue-cs-doprovazi-vystava-prvni-vydani>

RUPPERT, Veronika. Českou a slovenskou Vogue povede Andrea Běhounková. Jaká je její vize módní bible? In: Modeschau [online]. Radio Wave, 2018 [cit. 08.04.2019]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/ceskou-a-slovenskou-vogue-povede-andrea-behounkova-jaka-je-jeji-vize-7035026>

Spolupracujte s námi [online]. VOGUE CS. Dostupné z: <https://www.vogue.cz/spolupracujte-s-nami>

STANSKA, Zuzanna. Virginia Oldoini, The Star Of Early Photography [online]. DailyArtMagazine, 2017. Dostupné z: <http://www.dailyartmagazine.com/virginia-oldoini-star-photography/>.

VITVAR, Jan. Zemřel fotograf Adam Holý, autor syrově křehkého vkusu. RESPEKT [online]. 2016. [cit. 08.04.2019]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2015/13/takove-nezne-prasactvi>

WITEK, Jan. Úspěšný fotograf Michal Pudelka má za sebou spolupráci s Vogue [online]. LUI, 2018. Dostupné z: <https://www.lui.cz/co-se-deje/item/12233-uspesny-fotograf-michal-pudelka-ma-za-sebou-spolupraci-s-vogue-a-fotil-napriklad-i-cover-magazinu-time-s-oprah-a-reese-wITHERSPoon>

## Seznam obrázků

**Obrázek č. 1:** Ateliér Langhans: Portréty osobností (1890-1948).

Dostupné z: <http://www.langhans.cz/cz/archiv/>

**Obrázek č. 2:** Ateliér Mayer and Pierson: hraběnka Virginia Oldoini (1856-1867).

Dostupné z: <http://www.dailyartmagazine.com/virginia-oldoini-star-photography/>.

**Obrázek č. 3:** Adolph de Meyer: portrét herečky Glorie Swanson (1924).

Dostupné z: <https://onphotography.me/2018/12/05/baron-adolph-de-meyer-the-first-fashion-photographer/>

**Obrázek č. 4:** Adolph de Meyer: šperky Cartier, Vogue (1919)

Dostupné z: <https://onphotography.me/2018/12/05/baron-adolph-de-meyer-the-first-fashion-photographer/>

**Obrázek č. 5:** Edward Steichen: obálka Vogue (1932)

Dostupné z: <https://www.moma.org/interactives/objectphoto/publications/788.html>

**Obrázek č. 6:** František Drtikol: Fotografie módy (1923-1925)

UCHALOVÁ, Eva. *Česká móda 1918-1939: [elegance první republiky]*. Praha: Olympia, 1996. ISBN 80-7033-424-X, s. 36.

**Obrázek č. 7:** Adam Holý: Reklamní a autorská tvorba (2009-2016)

Dostupné z: <https://adamholly.com/>

**Obrázek č. 8:** Branislav Šimončík: obálka Vogue CS (2018)

Vogue CS. 2018, 1(1). ISSN 2571-0451.

**Obrázek č. 9:** Alexandra von Fuerst: módní editorial (2018)  
Vogue CS. 2018, 1(1). ISSN 2571-0451. s 353.

**Obrázek č. 10:** Matthieu Delbreuve: Karolína Kurková, pop-art (2018)  
Vogue CS. 2018, 1(4).. ISSN 2571-0451. s 137

**Obrázek č. 11:** Evelyn Benčíčová: Peněženka Louis Vuitton (2018)  
Vogue CS. 2018, 1(4). ISSN 2571-0451. s 81.

**Obrázek č. 12:** Markéta Bártová: tvorba pro Instagram (2018)  
Dostupné z: <https://www.instagram.com/marketabartova/>

**Obrázek č. 13:** Eliška Hudcová: tvorba pro Instagram (2019)  
Dostupné z: <https://www.instagram.com/timetofit/>

**Obrázek č. 14:** Mária Švarbová: ukázka z portfolia (2018-2019)  
Dostupné z: <https://www.instagram.com/maria.svarbova/>

**Obrázek č. 15:** Bára Prášilová: ukázka z portfolia (2015-2018)  
Dostupné z: [https://www.instagram.com/bara\\_prasilova/](https://www.instagram.com/bara_prasilova/)

**Obrázek č. 16:** Michal Pudelka: ukázka z portfolia (2018-2019)  
Dostupné z: [https://www.instagram.com/michal\\_pudelka/](https://www.instagram.com/michal_pudelka/)

**Obrázek č. 17:** Benedikt Renč: ukázka z portfolia (2016-2018)  
Dostupné z: <https://www.benediktrenc.com/>

**Obrázek č. 18:** Matúš Tóth: ukázka z portfolia (2018)  
Dostupné z: [https://www.instagram.com/matustoth\\_photography/](https://www.instagram.com/matustoth_photography/)

**Obrázek č. 19:** Bet Orten: ukázka z portfolia (2018)  
Dostupné z: [https://www.instagram.com/p/Bqo3v\\_\\_FgvI/](https://www.instagram.com/p/Bqo3v__FgvI/)

**Obrázek č. 20:** modelka Kateřina Kasanová  
Dostupné z: [https://www.idnes.cz/revue/modelky/miss-face-2017-finale-ocko-soutez-krasy-missky-divky.A170926\\_144043\\_missamodelky\\_zar](https://www.idnes.cz/revue/modelky/miss-face-2017-finale-ocko-soutez-krasy-missky-divky.A170926_144043_missamodelky_zar)

**Obrázek č. 21:** modelka Winnie Harlow na obálce české Elle (2019)

Dostupné z: <https://www.elle.cz/clanek/vychazi-unorova-elle-s-wellness-prilohou-0>

**Obrázek č. 22:** americká plus size modelka Ashley Graham

Dostupné z: <https://www.instagram.com/ashleygraham/>

**Obrázek č. 23:** New Aliens Agency: modelky a modelové

Dostupné z: [https://www.instagram.com/newaliensagency\\_/](https://www.instagram.com/newaliensagency_/)

**Obrázek č. 24:** Michal Pudelka: analogová fotografie (2018)

Vogue CS. 2018, 1(1). ISSN 2571-0451. s 296.

**Obrázek č. 25:** Výsledné fotografie didaktické části: téma Pruh; vlastní zdroj

**Obrázek č. 26:** Výsledné fotografie didaktické části: téma Kruh; vlastní zdroj

**Obrázek č. 27:** Výsledné fotografie didaktické části: téma Čtverec; vlastní zdroj

**Obrázek č. 28:** Výsledné fotografie didaktické části: téma Trojúhelník; vlastní zdroj

**Obrázek č. 29:** Šárka Zavadilová: myšlenková mapa k první fotografické sérii; vlastní zdroj

**Obrázek č. 30:** Šárka Zavadilová: beauty portrét na téma Příroda, postup úpravy; vlastní zdroj

**Obrázek č. 31:** Šárka Zavadilová: beauty portrét na téma Plasty, postup úpravy; vlastní zdroj

**Obrázek č. 32:** Šárka Zavadilová: myšlenková mapa k druhé fotografické sérii; vlastní zdroj

**Obrázek č. 33:** Šárka Zavadilová: módní fotografie s plus size modelkou; vlastní zdroj

**Obrázek č. 34:** Šárka Zavadilová: módní fotografie s plus size modelkou; vlastní zdroj

**Obrázek č. 35:** Šárka Zavadilová: myšlenková mapa k třetí fotografické sérii; vlastní zdroj

**Obrázek č. 36:** Šárka Zavadilová: módní analogová fotografie; vlastní zdroj

**Obrázek č. 37:** Šárka Zavadilová: módní analogová fotografie; vlastní zdroj

**Obrázek č. 38:** Šárka Zavadilová: módní analogová fotografie; vlastní zdroj

**Obrázek č. 39:** Šárka Zavadilová: módní analogová fotografie; vlastní zdroj