

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních věd a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Diplomová práce**

**2020**

**Magdaléna Rosůlková**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních věd a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Reprezentace genderu na fotografiích  
nové vlny female gaze**

Diplomová práce

Autor práce: Magdaléna Rosůlková

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: Mgr. Andrea Průchová Hružová, Ph.D.

Rok obhajoby: 2020

### **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 3. 7. 2020



Magdaléna Rosůlková

## **Bibliografický záznam**

ROSŮLKOVÁ, Magdaléna. Reprezentace genderu na fotografiích nové vlny female gaze. Praha, 2020, 141 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky. Vedoucí práce Mgr. Andrea Průchová Hružová, Ph.D.

**Rozsah práce:** 218 608 znaků

## **Anotace**

Cílem práce je kvalitativní analýza fotografií autorek nové vlny female gaze a porovnání s tvorbou feministických průkopnic v oblasti fotografie. Pro tyto účely se práce věnuje fotografiím Arvidy Byström, Petry Collins, Harley Weir a Cindy Sherman, Nan Goldin, Corinne Day, které byly publikované v módních magazínech *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *i-D*, *Dazed* a *Vice*. Teoretická část se zabývá tím, jak je ženská identita formována dominantní ideologií v západní kultuře a vlivem patriarchálního paradigmatu na vizuální reprezentaci žen v umění, popkultuře a reklamě. Jsou zde popsány klíčové feministické koncepty od Simone De Beauvoir, Betty Friedan, Judith Butler, Johna Bergera, Laury Mulvey a dále teorii Dívky, gagafeminismus a xenofeminismus. Druhá část práce obsahuje sociálně sémiotickou analýzu vybraných fotografií a výsledky výzkumu, které zaznamenaly změnu témat female gaze autorek s aktuálním zaměřením na virtuální reprezentaci a proměnu identity žen na sociálních sítích. Tato práce může obohatit další výzkum věnující se feministické estetice, módní žurnalistice, fotografii, reklamě a sociálním sítím.

## **Annotation**

The aim of this work is the qualitative analysis of the new wave of female gaze photographers with a comparison of the female gaze pioneers. For this purpose, there were used photographs by Arvida Byström, Petra Collins, Harley Weir, and Cindy Sherman, Nan Goldin, Corinne Day, which were published in fashion magazines such as *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *i-D*, *Dazed*, and *Vice*. The theoretical part examined how female identity has been shaped by western culture and dominant ideology, and how patriarchy paradigm has influenced the visual representation of women in art, pop culture, and advertisement. It is shown through key feminist concepts including Simone De Beauvoir, Betty Friedan, Judith Butler, John Berger, Laura Mulvey, theory of young girl, gagafeminism, and xenofeminism. The second part of the thesis is dedicated to social semiotics analysis of each photograph and the results of this research, which show changes of topics in the female gaze content and the shift to social media-related topics and the virtual representation of women. The work could enrich further research in the field of feminist aesthetics, fashion journalism, photography, advertisement, and social media.

**Klíčová slova**

Female gaze fotografie, feministická estetika, sociálně sémiotická analýza, Cindy Sherman, Nan Goldin, Corinne Day, Arvida Byström, Petra Collins, Harley Weir.

**Keywords**

Female gaze photography, feminist aesthetic, social semiotics analysis, Cindy Sherman, Nan Goldin, Corinne Day, Arvida Byström, Petra Collins, Harley Weir

**Title**

Gender representation in the new wave of the female gaze photography

**Poděkování:**

Na tomto místě bych chtěla poděkovat Mgr. Andree Průchové Hrůzové, Ph.D., vedoucí mé diplomové práce, za cenné rady, připomínky a čas, který mi věnovala. Dále bych chtěla poděkovat mým rodičům a blízkým přátelům za pomoc a podporu během studia.

# Obsah

<b>ÚVOD</b>	<b>3</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST</b>	<b>5</b>
1. FENOMÉN FEMALE GAZE FOTOGRAFIE	5
2. DEFINICE FEMINISMUS	7
3. HISTORICKÝ VÝVOJ FEMINISMU	8
VYBRANÉ TEORETICKÉ KONCEPTY	12
4. PRVNÍ VLNA FEMINISMU	12
4.1 STÁVÁNÍ SE ŽENOU	12
5. DRUHÁ VLNA FEMINISMU	15
5.1 ŽENSKÁ MYSTIKA	15
5.2 VYTLAČOVÁNÍ ŽEN Z UMĚNÍ	18
5.3 MALE GAZE	20
5.3.1 <i>Male Gaze v umění a reklamě</i>	21
5.3.2 <i>Male Gaze ve filmu</i>	23
5.4 FEMALE GAZE	25
5.5 FEMALE GAZE V PRAXI (KRUGER, ROSLER)	29
6. TŘETÍ VLNA FEMINISMU	35
6.1 PERFORMATIVITA GENDERU	35
6.2 TEORIE DÍVKY	39
7. ČTVRTÁ VLNA FEMINISMU	40
7.1 GAGAFEMINISMUS	41
7.2 XENOFEMINISMUS	43
8. KONTEXT MÓDNÍCH MAGAZÍNŮ	46
8.1 VÝVOJ MÓDNÍCH MAGAZÍNŮ	46
8.2 VÝVOJ ČASOPISŮ <i>HARPER'S BAZAAR</i> A <i>VOGUE</i>	47
8.3 VÝVOJ ČASOPISŮ <i>DAZED</i> , <i>I-D</i> A <i>VICE</i>	49
<b>METODOLOGICKÁ ČÁST</b>	<b>50</b>
9. SOCIÁLNĚ SÉMOTICKÁ ANALÝZA	51
10. VÝZKUMNÝ VZOREK: AUTORKY FEMALE GAZE FOTOGRAFIE	55
11. VÝZKUMNÝ VZOREK: KORPUS VIZUÁLNÍHO MATERIÁLU	57
<b>PRAKTICKÁ ČÁST</b>	<b>58</b>
12. ANALÝZA FOTOGRAFIÍ: CINDY SHERMAN A ARVIDA BYSTRÖM	58
12.1 CINDY SHERMAN	58
12.1.1 <i>Analýza první fotografie</i>	60
12.1.2 <i>Analýza druhé fotografie</i>	64
12.1.3 <i>Analýza třetí fotografie</i>	67
12.2 ARVIDA BYSTRÖM	70



12.2.1 <i>Analýza první fotografie</i>	72
12.2.2 <i>Analýza druhé fotografie</i>	75
12.2.3 <i>Analýza třetí fotografie</i>	77
13. ANALÝZA FOTOGRAFIÍ: NAN GOLDIN A PETRA COLLINS	79
13.1 NAN GOLDIN	79
13.1.1 <i>Analýza první fotografie</i>	81
13.1.2 <i>Analýza druhé fotografie</i>	84
13.1.3 <i>Analýza třetí fotografie</i>	87
13.2 PETRA COLLINS	90
13.2.1 <i>Analýza první fotografie</i>	92
13.2.2 <i>Analýza druhé fotografie</i>	94
13.2.3 <i>Analýza třetí fotografie</i>	97
14. ANALÝZA FOTOGRAFIÍ: CORRINE DAY A HARLEY WEIR	100
14.1 CORINNE DAY	100
14.1.1 <i>Analýza první fotografie</i>	103
14.1.2 <i>Analýza druhé fotografie</i>	107
14.1.3 <i>Analýza třetí fotografie</i>	109
14.2 HARLEY WEIR	112
14.2.1 <i>Analýza první fotografie</i>	114
14.2.2 <i>Analýza druhé fotografie</i>	118
14.2.3 <i>Analýza třetí fotografie</i>	122
15. VÝSLEDKY ANALÝZY	124
<b>ZÁVĚR</b>	<b>127</b>
<b>SUMMARY</b>	<b>129</b>
<b>POUŽITÁ LITERATURA A ODKAZY</b>	<b>131</b>
<b>ODKAZY FOTOGRAFICKÉ PŘÍLOHY</b>	<b>138</b>

## Úvod

Práce fotografa patří stále k profesím vyznačujícím se genderovou nerovnováhou a podle výzkumů uvedených v teoretické části tvoří ženské zastoupení necelých 20%. Tento problém je o to naléhavější v módním magazínech, jež zpravidla zobrazují ženy a vytváří obsah pro cílovou skupinu žen a dospívajících. Dominantní zastoupení mužských tvůrců v tomto průmyslu může vést ke stereotypizaci žen a k reprodukci zkreslené ženské reprezentace. Této problematice si v posledním desetiletí všimají média a samotné módní magazíny, které začínají mluvit o tzv. novém hnutí female gaze autorek, což je různorodá skupina feministických fotografek z generace Y<sup>1</sup>, jež se skrze svou tvorbu snaží nabídnout odlišný pohled na ženu. Tyto autorky zpravidla navazují na aktivity starších feministických tvůrkyň jako Cindy Sherman, Nan Goldin a jsou ovlivněné populární kulturou 90. let.

Přišlo nám proto přínosné věnovat se právě této tématice, už i vzhledem k tomu, že na toto téma zatím nevzniklo mnoho diplomových prací. Naším cílem je proto prozkoumat fotografie těchto mladých tvůrkyň a zjistit, čím se jejich tvorba vyznačuje a jak se liší od zmíněných starších autorek. Jelikož fotografie budeme analyzovat pomocí kvalitativní metody, museli jsme náš výzkumný vzorek omezit pouze na několik tvůrkyň. Vybrali jsem proto ty, které jsou v médiích nejčastěji zmiňované a mají vysokou četnost v námi určených zdrojích, abychom dokázali nasbírat dostatečný obrazový materiál na analýzu. Jako zástupkyně starší generace female gaze řadíme Cindy Sherman, Nan Goldin a Corinne Day, přičemž se jedná o módní fotografky nebo fotografky, jež svou uměleckou činností ovlivnili také módní průmysl. Z autorek nové vlny female gaze vybíráme Arvidu Byström, Petru Collins a Harley Weir, které jsou často považovány za jejich pokračovatelky. Analyzované fotografie vybíráme výhradně z módních magazínů *Vogue* a *Harper's Bazaar* označujících se za konzervativnější média a *i-D*, *Dazed and Confused* a *Vice*, jež slouží jako jejich mladistvá alternativa. Konkrétní způsob výběru fotografií a autorek uvádíme v metodologické části. K analýze jsem se rozhodli použít sociálně sémiotickou metodu, protože nabízí pevný metodologický základ a vnímá obraz z hlediska konceptuálního a ideologického významu, takže se jeví jako vhodný nástroj pro naše účely.

---

<sup>1</sup> Generace Y neboli mileniálové jsou lidé narození mezi lety 1981 - 1996.

Diplomová práce se skládá ze tří částí: teorie, metodologie a analytické části. Teoretická část má za cíl ukázat ucelený pohled na feministické hnutí společně s klíčovými koncepty. Ty se zabývají konstrukcí genderu, formování ženské identity a ukazují, jakým způsobem dominantní ideologie zobrazuje ženskou reprezentaci ve výtvarném umění, filmu a fotografii. Problematika female gaze totiž není izolovaným prvkem a je hluboce provázána s historií feminismu a dějinami umění. Metodologická část obsahuje detailní popis užitých metod, charakteristiku vybraného vzorku a zvolených zdrojů. Vedle toho zde uvádíme také výzkumné otázky. V praktické části následuje analýza jednotlivých fotografií spolu se závěrečnou kapitolou, kde se pokusíme o syntézu poznatků. Obrazová příloha je součástí textu.

Od teze jsme se odchýlili v několika bodech. Prvním je použití jiné metody, kdy jsme metodu psychoanalýzy nahradili sociálně sémiotickou analýzou. Psychoanalytická metoda patří stále mezi méně časté způsoby interpretace obrazu, takže se o ní nenabízí dostatek informací, a navíc se jedná o vysoce subjektivní, volnou disciplínu bez pevné struktury. Sociálně sémiotická analýza je v tomto případě jistější. Nahradili jsme fotografky Ellen Von Unwerth, Annie Leibovitz a Roxanne Lowit fotografkami Cindy Sherman, Nan Goldin a Corinne Day, které výrazněji pracují s female gaze tematikou a slouží k lepší komparaci s mladšími tvůrkyněmi. Dále jsme vyměnili Mayan Toledano za Harley Weir. Toledano sice patří k významným jménům současné generace female gaze a její činnost by určitě zasloužila pozornost, bohužel jsme však nenašli dostatečný počet fotografií k analýze ve vymezených magazínech. Zvolili jsme proto Harley Weir, jejíž práce má vyšší četnost a patří také ke klíčovým osobám hnutí.

Autorka práce se také odchýlila od teze vymezením podkladového materiálu, kdy rozšířila analyzované období autorek z předpokládaného rozmezí mezi lety 2015–2017, protože tento časový úsek nenabízel dostatečně velký reprezentativní vzorek fotografií pro analýzu, převážně u starších autorek jako Sherman, Goldin a Day, jejichž tvorba vznikala zejména ve 20. století. Podkladový materiál je v práci naopak zúžen o korpus vizuálních materiálů, který je omezen pouze na módní a popkulturní časopisy (*Dazed*, *Harper's Bazaar*, *i-D*, *Vogue*, *Vice*) vzhledem k tomu, že byly zkoumané autorky čteně publikovány v těchto periodických a jejich tvorba se spojuje také s módní fotografií. Tematicky podobné zaměření těchto médií navíc zajistilo koherenci výzkumu. Vývoj a charakteristiku zmíněných magazínů uvádíme v teoretické části.

## Teoretická část

### 1. Fenomén female faze fotografie

Roku 2019 vyšel v *The New York Times* článek, ve kterém François-Henri Pinault generální ředitel korporace Kering<sup>2</sup> uvedl, že kolem 75 procent studentů fotografie z celého světa tvoří ženy, ale jenom 15 procent z nich promění studium ve svou profesi. Přestože není zcela jasné, odkud byly tyto výsledky sebrány, genderovou nerovnost v tomto oboru podporují také starší studie. (Thomas, 2019) Organizace World Press Photo například ve svém celosvětovém výzkumu, který probíhal mezi lety 2015-2018, dospěla k závěru, že z celkového počtu dotazovaných fotožurnalistů tvoří necelých 20 procent ženy. Tato situace není o nic lepší ani v módním či reklamním průmyslu. (Barnett, Hadland, 2018) Podle webu *Fashionista* bylo v roce 2017 otištěno v amerických módních magazínech pouze 13,7 procent obálek focených ženami a podle průzkumů Jill Greenberg z téhož roku bylo 10 procent reklam ve Spojených státech vytvořeno ženskými tvůrkyněmi. (Thomas, 2019) Podle Baucka (2018) hlavní problém spočívá ve struktuře samotných společností, protože ty upřednostňují mužské absolventy na pozicích asistentů fotografa a tato práce bývá často jedinou vstupní možností k fotografické kariéře.

Tato čísla ukazují, že svět skrze média vnímáme stále z pohledu muže. Být fotografem totiž neznamená indexikálně zaznamenat událost nebo produkt, nýbrž vkládat do snímků vlastní interpretační význam výběrem úhlu pohledu, rámováním nebo selekcí modelky a způsobem, jak modelku fotíme. Modelka pak slouží jako mediátor vkusu, estetiky a zprostředkovatel hodnot. (Entwistle, 2009) Jean Kilbourne v dokumentu věnovanému reklamní fotografii *Killing Us Softly: Advertising's Image of Women* uvádí: „Neprodávají nám jenom produkty. Prodávají hodnoty, obrazy, koncepty. Prodávají lásku, sexualitu, romanci, úspěch a možná to nejdůležitější - normalitu.”<sup>3</sup> (1979, 3:44) A jak dále sděluje, většina reklamního sdělení nás učí, že ženy jsou pasivními objekty, jejichž hodnota spočívá v dosažení perfektního vzhledu a muži jsou aktivními činiteli, na jejichž tělesnosti zas tak nezáleží. (Kilbourne, 1979)

---

<sup>2</sup> Kering je nadnárodní korporace, pod kterou spadají značky jako Gucci, Yves Saint Laurent, Boucheron, Bottega Veneta, Balenciaga, Alexander McQueen, Brioni a další.

<sup>3</sup> „It doesn't sell only products - it sells value, images, concepts - it sell love, sexuality, romance, success and perhaps the most important normalcy.“(Kilbourne, 1979, 3:44)

Přestože být ženskou fotografkou nutně nemusí znamenat fotografovat ženským pohledem, od roku 2016-2017 si můžeme všimnout vzrůstajících snah o nápravu genderové nerovnováhy ve fotografickém oboru. Roku 2016 připravuje italský Vogue výstavu věnovanou výhradně female gaze fotografii a zahrnuje do ní autorky mladší generace a také průkopnice jako například Cindy Sherman. Ve stejném roce vychází časopis *i-D: Female Gaze Issue (2016)* oslavující nové, mladé tvůrkyně a o rok později Charlotte Jansen vydává publikaci *Girl on Girl (2019)*<sup>4</sup> ukazující práci 40 současných feministických tvůrkyň. Všechny tyto ženy se výhradně nevěnují jenom módě, zabývají se také dokumentárním žánrem či uměleckou činností. Jejich spojujícím prvkem je fotografování autoportrétů nebo jiných žen a ve svých tématech se soustředí na objevování identity, ženskosti, sexuality, tělesnosti či krásy a dekonstruují ženskou reprezentaci v mainstreamové kultuře. Podle Jansen kniha není věnována konkrétně jenom těmto 40 fotografkám, ale všem, kteří skrze své snímky „zahájili proces emancipace.“ (2019, str. 9)

Uvědomujeme si, že tento proces emancipace nesouvisí výhradně s 20. a 21. stoletím, nýbrž byl započatý ještě před samotným vznikem fotoaparátu. Naši teoretickou část proto musíme zahájit definicí feminismu a stručným historickým vývojem hnutí s ústředními momenty, jež definují jednotlivé etapy. Tento kontext doby nám pak pomůže lépe pochopit jednotlivé feministické koncepty, jimž se detailněji věnujeme v druhé polovině teoretické části. Skrze tyto teoretické koncepty pak zkoumáme, jak se západní kultura a společnost podílí na formování ženské identity, jakým způsobem vznikala a konstruovala se ženská reprezentace ve vizuálním umění a populární kultuře včetně aktuálních teorií věnujících se virtuální reprezentaci na sociálních sítích. Teoretická část má tak za cíl vytvořit ucelenou studii, jež bude sloužit jako pevný základ pro kvalitativní interpretaci v praktické části. Tam kde je to možné, doplňujeme teoretické koncepty fotografickými příklady. Závěr teoretické části nabízí kapitolu, jež se věnuje vývoji a charakteristice periodik, které dále používáme v praktické části.

---

<sup>4</sup> V práci vycházíme z druhého vydání publikovaného roku 2019.

## 2. Definice feminismu

I když můžeme podle Stephanie Hodgson-Wright (2006) najít počátky feminismu už v 16. století, samotný pojem vzniká až v období utopistického socialismu (Goldstein, 1982). Za autora termínu se považuje francouzský filozof Charles Fourier, který pod názvem „féminisme“ propaguje osvobození žen od tradičních, pohlavně určených aktivit a přenesení jejich rolí do politického a sociálního života. (Goldstein, 1982, str. 92) Od roku 1890 se pojem rozšiřuje dále do anglosaských zemí a Německa a jak píše Margaret Walters (2005), zmínky o feminismu v tehdejších médiích nesou převážně posměšné konotace. Jako příklad uvádí recenzi v britském časopise *The Athenaeum* publikovanou 27. dubna 1895, kterou historici považují za úplně první zmínku pojmu *feminismus* v médiích. Anonymní autor v ní hodnotí dílo *The Grasshoppers* od spisovatelky Mrs. Alfred Sidgwick, přičemž chování hrdinky románu označuje s ironií v uvozovkách za „koketování s doktrínou “feminismu”, ke kterému přistupuje skutečně humorně”. (Rossi, 1973, str. xiii) Paralelně s tím také autoři 19. století používají alternativní pojmenování *womanism*. Název *feminismus* se nicméně dostává do mainstreamové veřejnosti až v 60. a 70. letech 20. století, a to zejména v západní Evropě a Spojených státech. V komunistických režimech k tomu dochází později. (Walters, 2005)

Při rozšiřování pojmu a významu feminismu hrají v historii i v současnosti klíčovou roli mainstreamová média, která se významně podílí na stigmatizaci a rámování tohoto hnutí. Jak popisuje Crossley (2017) v díle *Finding Feminism*, pro většinu lidí jsou média primárním zdrojem, z něhož se učí o feminismu, a přestože se osvěta v otázkách feminismu lepší, negativní konotace v mediálních sděleních stále přetrvávají. Zde se nabízí výzkum Lind a Salo (2002), v němž analyzovaly 35 tisíc hodin televizního a rozhlasového vysílání na ABC, CNN, PBS a NPR, ze kterého vyplývá, že feminismus je „podstatně více démonizován” než obecná kategorie žen, a „desetinásobně více se spojuje s termíny jako děvka, podivínský, radikální a špatný (vzhled), než tomu je u obecné kategorie žena.” (str. 220-224) Ve výzkumu se navíc ukazuje, že zpravodajská média téma feminismu rutinně přehlíží, jelikož slova jako *ženy* a *žena* se vyskytly 40násobně více, než slova týkající se feminismu (1 158 756 versus 25 139).

Feminismus se obecně definuje jako postoj vystupující proti patriarchálnímu paradigmatu. Tento pojem odkazuje k mocenskému vztahu, ve kterém jsou ženské zájmy podřízeny mužským. „Tyto mocenské vztahy nabývají mnoha podob od pohlavní dělby práce a sociální organizace plození až po internalizované normy ženství, v nichž žijeme.“<sup>5</sup> (Hodgson-Wright, 2006, str. 3) Mužskou nadřazenost tento systém legitimizuje na základě biologických pohlavních odlišností, kterým přiřazuje sociální významy. Patriarchální paradigma je pro feminismus dále problematické v tom, že se podílí na konstituování dominantní ideologie, která pak vytváří zkreslenou kulturní prezentaci ženství. (Gamble 2006)

### 3. Historický vývoj feminismu

Stejně jako se proměňuje společnost, proměňují se i požadavky a cíle feminismu.

Tento vývoj se zrcadlí ve vlnách, do kterých se tradičně kategorizují jednotlivé etapy feministické teorie. Přestože některé starší zdroje uvádí vlny dvě (Indruchová, 1998), novější literatura mluví o třetí, a dokonce se formující čtvrté vlně. (Gamble, 2006; Trier-Bieniek, 2015) Každá z těchto vln se zabývá specifickými tématy, ale zároveň navazuje na strukturu těch předchozích. Trier-Bieniek (2015) vysvětluje analogii vln jako proces, který stále probíhá a není u konce, protože ženy stále nedosáhly rovnocenného postavení s muži.

#### První vlna

První vlna feminismu patří k nejdelšímu a nejobtížněji vymezitelnému období. Indruchová (1998) ho datuje od Mary Wollstonecraft (1759-1797) - spisovatelky, reformátorky považované za zakladatelku moderního feminismu. Etapa končí v první polovině 20. století, kdy se postupně přelévá do druhé vlny. Ústředním tématem autorů a autorek této etapy je zejména kritika tehdejší dominantní ideologie, jež determinuje ženu na základě jejího těla, které je vnímáno jako slabé a neúplné. S tím souvisí i revize tehdejších vědeckých konceptů, včetně Freudovy psychoanalýzy, které tuto představu o ženách podporují a zároveň tvoří. (Trier-Bieniek, 2015) Wollstonecraft například ve své eseji *Obhajoba ženských práv* (pův. vydání 1790) kritizuje stanoviska Dr. Gregoryho či Rousseaua, kteří se ve svých spisech staví

---

<sup>5</sup> „These power relations take on many forms, from the sexual division of labour and the social organisation of procreation to the internalised norms of femininity by which we live.“ (Hodgson-Wright, 2006, str. 3)

proti feminismu: „Rousseau prohlašuje, že žena by se nikdy ani na chvíli neměla cítit nezávislou, že by ji strach měl vést k tomu, aby využívala své přirozené mazanosti a nechala ze sebe udělat koketní otrokyni, aby z ní byl lákavější předmět touhy. (...) Své argumenty údajně přejímá z přírodních důkazů.” (2015, str. 22)

## Druhá vlna

Feminismus druhé vlny, který probíhá v 60. a 70. let se politicky aktivizuje, díky čemuž vznikají i různé ženské skupiny a organizace. Do veřejného života vnáší velká témata, jako jsou rovnocenná práva žen při získávání pracovních pozic, platová rovnost, reprodukční práva a úprava zákonů proti sexuálnímu obtěžování. (Indruchová, 1998; Trier-Bieniek, 2015)

V neposlední řadě se dostává ženská otázka i do umění a řada teoretiček umění začíná hledat odpověď na to, „proč neexistovaly žádné velké umělkyně“ (Nochlin, 2002, str. 25) a proč se s ženami v uměleckých institucích setkáváme spíše na obrazech. „Dlouhodobý a mnohde stále přežívající nezájem kamenných institucí o vystavování a akvizice umění žen (na rozdíl od ženských aktů) jen potvrzuje, že muzea větší část moderního umění označují za primárně mužskou záležitost.” (Pachmanová, 2002, str. 17)

Společenská atmosféra, ve které vznikají teoretické koncepty druhé vlny, je poznamenána určitými celospolečenskými trendy, které popisuje Rosler v textu *Lookers, Buyers, Dealers, and Makers: Thoughts on Audience* (2004). Píše zde o rozvoji masové zábavy v 70. letech a extrémní popularitě fotografie a televize, které pomáhají ve formování konzumní společnosti. To má za následek zvláštního propojení vysoké a nízké kultury, kdy umělecké instituce vytuší skvělou tržní hodnotu fotografie (později také videa), její snadnou reprodukovatelnost a ustanovují ji v galeriích jako novou formu umění. Tím se z fotografie jako původně technického média stává nástroj, který replikuje ideologické hodnoty vysoké kultury a vzhledem k ekonomické dosažitelnosti se dostává k lidem nižší třídy, kteří s vysokou kulturou nikdy neměli osobní zkušenost. „Jaká náhoda, že Muzeum moderního umění začalo propagovat barevnou fotografii právě v době, kdy průmysl zahájil prodej domácího vybavení pro vyvolávání barevných fotek? Jeden si může představit bonanzu dimenze, kdy korporace



Kodak bude sponzorovat prestižní výstavy auratických tisků z fotografické historie.”<sup>6</sup> (Rosler, 2004, str.40)

V souvislosti se vznikem těchto masových médií Rosler (2004) také varuje před tzv. společností spektaklu. Tento pojem se poprvé objevuje v knize *Společnost spektaklu* (2007), ve které Guy Debord ukazuje moderní společnost, která utváří své hodnoty a představy o realitě prostřednictvím falešných obrazů: „Odcizení diváka ve prospěch nazíraného předmětu se projevuje následovně: čím více nazírá, tím méně žije; čím více svoluje k tomu, že bude rozpoznávat v dominantních obrazech potřeby, tím méně chápe vlastní existenci a touhu. (...) Divák se proto nikdy necítí doma, neboť spektakl je všude.” (Debord, 2007, str. 11)

V souvislosti se spektáklem si Rosler (2004) všímá americké společnosti v 70. let 20. století, v níž dochází k absorpci opoziční kultury dominantní ideologií, která ji přetváří na pouhý „stylistický manýrismus” a zároveň devaluje význam vysokého sociálního statusu na kult celebrit. V tomto údobí, kdy se kulturní prostor mění na trh s celebritami, přichází na řadu důležitost fotografie: „V oblasti propagace celebrit-v rostoucím významu v uměleckém světě od dob abstraktních expresionistů a nyní v centru společenského smyslu umění-je role fotografie zásadní.” (2004, str.34)<sup>7</sup>

### **Třetí vlna**

Třetí vlna feminismu, která se datuje do 90. let minulého století, je často označována za postfeministickou, což je poměrně problematický pojem, protože jak uvádí Gamble, devátá edice *The Concise Oxford Dictionary* definuje postfeminismu jako „myšlenky, postoje, které

---

<sup>6</sup> „What accident can there be in the fact that the Museum of Modern Art started promoting color photography just when the industry started pushing home color darkroom equipment in a big way? One can imagine the bonanza of one dimensionality in store for us if photo corporations like Kodak can sponsor prestigious exhibitions of auratic prints from photographic history that will not only serve as terrific public relations but also lead to an immediate leap in corporate profits.“ (Rosler, 2004, str.40)

<sup>7</sup>In the enterprise of celebrity promotion—of increasing importance in the art world from the time of the abstract expressionists onward and now central to the social meaning of art—the role of photography is fundamental. (Rosler, 2004, str.40)

ignorují nebo odmítají feministické myšlenky šedesátých let a následného desetiletí” (2006, str. 37), z čehož by se mohlo zdát, že tento termín se přiklání k anti-feministickému proudu. Z toho důvodu některé autorky třetí vlny odmítají spojovat své myšlenky s tímto označením. Podle Gamble (2006) bychom ale postfeminismus neměli brát jako antagonismus vůči předchozí etapě, nýbrž jako revizi z hlediska postkolonialismu, postmodernismu a poststrukturalismu. Teoretičky a umělkyně postfeminismu kritizují druhou vlnu zejména ze dvou důvodů. Prvním je přílišná orientace na problémy bílého feminizmu, a tudíž opomíjí odlišné zkušenosti žen z jiných kultur. Stejně tak se negativně hodnotí příklon k feministickému esencialismu, jenž se snaží o nalezení univerzálního ženského prapůvodu.

Vůči němu vystupuje teoretička Donna Haraway (2016), která je považována za přední zakladatelku kyberfeminismu - subkategorie feminizmu, jež reaguje na vznik nových technologií včetně World Wide Webu a hledá odpovědi na to, jak se technologické novinky podílí na konstrukci genderové identity. Podle Haraway (2016) by ženy neměly ztrácet čas při hledání své identity v přírodě. Místo toho vyzývá příchod kyborga, kterého můžeme chápat jako abstraktní ideál charakterizující paralelu mezi ekonomicko-technologickými změnami ve společnosti a schopnostmi jednotlivců na tyto změny reagovat a přizpůsobit se jim.

Poukazuje tím na proměnlivost kategorií jako jsou pohlaví, gender a rasa, které mylně považujeme za jasně dané. Právě kyborg je metaforou boje proti těmto kategoriím, jeho proměna biologického těla pomocí technologických extenzí ruší dualismus pohlaví a dané konstrukty. Podle Haraway tak správným využitím technologií můžeme setřít rozdíly mezi pohlavím. „Neexistuje nic, co ženy přirozeně váže k sobě. Neexistuje dokonce ani takový stav jako bytost žena, která je sama o sobě velmi složitou kategorií. (...) Pohlaví, rasa nebo třídní vědomí jsou nucenými důsledky hrůzné historické zkušenosti protichůdných sociálních realit patriarchátu, kolonialismu a kapitalismu.” (Haraway, 2016, str. 16.)

## **Čtvrtá vlna**

Hlavní témata čtvrté vlny se obtížně definují, protože tato vlna stále probíhá. Nové technologie jsou každopádně stále předmětem zájmu, ale už na ně není nahlíženo zcela optimistickou optikou jako v předchozí fázi. Twitter, Tumblr, Facebook, Instagram a Youtube jsou dominantními kanály, kterými feministky komunikují a sdružují se. Vyjadřují se skrze dnes již kultovní blogy jako například *Everyday Feminism*, *Feminist Frequency* nebo *Beyoncé Voters*,

ve kterých hodnotí aktuální pop kulturní témata nebo genderovou reprezentaci v médiích. (Trier-Bieniek, 2015; Crossley, 2017) Jak vysvětluje Crossley, většinová společnost zejména v západních zemích může nabýt dojmu, že feminismus už je spíše součástí historie, protože není tolik přítomný ve veřejném prostoru jako v druhé polovině 20. století, kdy se častěji prezentoval ve formě protestů (např. pálení podprsenek), letáků, billboardů.

Feminismus ale existuje, přesunul se pouze z klasických forem na Internet, což podle Crossley (2017) skýtá řadu výhod. Hnutí již nemusí vynakládat vysoké částky například za vydávání tiskovin, webovou platformu lze založit bez větších investic, což je výhodné pro minoritní skupiny znevýhodněné příjmovou nerovností (uvádí pojmy gender and racial pay gap). Internet navíc skýtá možnosti ke vzniku globálního feministického hnutí, protože nabízí setkávání se žen a queer skupin z různých sociálních a kulturních vrstev, jež mohou rozvíjet debatu o své odlišné zkušenosti. S vývojem nových technologií se rozvíjí také kyberfeminismus, který se radikalizuje na tzv. xenofeminismu (zkrácene XF). Ten už zcela odmítá koncept přirozeného a podporuje zcela svobodnou genderovou politiku (viz kapitola 6.2)

## **Vybrané teoretické koncepty**

V předchozí kapitole jsme stručně představili jednotlivé vývojové etapy feminizmu společně s jejich hlavními koncepty, kterým se budeme detailněji zabývat níže. Vybíráme ale pouze ty, které mají relevanci k analytické části. Z první vlny jsme zařadili Simone De Beauvoir a její titul *Druhé pohlaví* (1966).

### **4. První vlna feminizmu**

#### **4.1 Stávání se ženou**

Na začátek uvádíme teoretický koncept Simone de Beauvoir, protože jako první nabízí detailní popis toho, jak je formována identita ženy v západní společnosti. Jako první také předesílá myšlenku o genderu jako kulturní konstrukci, na kterou navazuje Judith Butler v 90. letech 20. století. Ústřední a důvěrně známou citací z knihy *Druhé pohlaví* je věta „ženou se člověk

nerodí, nýbrž spíše stává”<sup>8</sup> (Dubská, 1967, str.311) čímž právě vyvrací zažitou představu, že ženské pohlaví je synonymem pro to být ženou. Stávání se každopádně není dobrovolná aktivita a otázka svobodné vůle - tím, že se člověk narodí s určitým pohlavím je tímto pohlavím determinován a společností formován k přijetí příslušné identity (ženské a mužské). Osoba, jež se stane ženou tak podle Beauvoir přichází o svobodu a určitá práva, dominantní ideologie tvořená patriarchátem totiž již od antiky reprodukuje představu, že žena zastává v mužově životě „vazalské postavení” a nezávislosti jde docílit jenom skrze „zalíbení se muži”. (1966, str. 336)

Stejně jako ostatní představitelé a představitelky první vlny tak vnímá vztah mezi mužem a ženou jako paralelu mezi otrokáři a otroky, a dále tuto dualitu připodobňuje na karteziánském systému. Muži, který tvoří diskurz a je tudíž aktivním činitelem, náleží kultura a ratio. Ženě náleží to druhé, čímž je tělo a příroda. Stejně tak jako se kultura snaží o podrobení přírody, dochází k tomu stejnému v maskulinním diskurzu mezi mužem a ženou. Podle Beauvoir tak činí dvojím způsobem. Tím prvním je finanční dominance mužů, jejímž výsledkem jsou podhodnocené ženské práce a manželská instituce přinášející materiální výhody pro ženy. Druhý způsob souvisí s tvorbou falešné ženské reprezentace a mýtů, a pro naši práci je zásadnější. Prvními jsou požadavky kultury, aby žena přijala určité estetické atributy ženství - tím se myslí, že se nestačí ženou stát, ale také se jí jevit. Beauvoir zde mluví o ideálech krásy, jež se různí v závislosti na historickém období a kultuře, ale také módě, manipulaci s vizáží, která z ní činí sexuálně atraktivní objekt. „Žena je určena k tomu, aby si ji muž přivlastnil, má její tělo mít nehybné a pasivní vlastnosti předmětu. Není třeba, aby tělo poukazovalo dál na ostatní svět. Musí u sebe zastavit touhu muže. Naivní formou tohoto požadavku je ideál Venuše.” (1966, str. 88)

Tato kulturní praxe se podílí na vytváření *mýtu o ženství*, což je poněkud tekutý a obtížně definovatelný soubor falešných kolektivních představ. „Žena není vtělením žádného pevného pojmu, v ní se neustále odehrává přechod od naděje k ztroskotání, od nenávisti k lásce, od dobra ke zlu.”(1966, str. 73) Přesto v něm lze vysledovat dva typy: prvním je *mýtus nepodstatného*, jež se buduje již v knize Genesis a je tudíž pevně zakořeněn v západní, křesťanské kultuře: „Eva nebyla stvořena zároveň s mužem, (...), byla vytažena z boku prvního muže. Dal ji Adamovi, aby ho uchránila od samoty, a tak má v manželovi počátek

---

<sup>8</sup> Jedná se počátek úvodní kapitoly druhého dílu, který není součástí českého vydání. (Dubská, 1967)

i cíl, je jeho doplňkem v podobě nepodstatného. Je privilegovanou kořistí.” (1966, str. 71). Příklad tohoto mýtu ve vizuální kultuře dále rozebírá Berger (viz kapitola 5.3). Druhý nazývá jako *mýtus o ženské záhadnosti*, za což patriarchální diskurz skrývá většinou vše, čemu na ženě nerozumí. Nejedná se přitom o výhradně mužský problém, samy ženy si totiž často nerozumí už kvůli tomu, že vyrůstají a budují svou identitu obklopeny maskulinizovanou historií. Zároveň dodává, že tato záhadnost zvyšuje atraktivitu ženy jako lovené kořisti. Ilustruje to na příkladu kolonizátora, jehož touhou je osídlení záhadné a neprozkoumané oblasti. Beauvoir (1966) to ukazuje na podobenství záhadných nymf, tajemných sfing nebo příjemně zneklidňujících panen, jehož příklady můžeme najít i ve výtvarném umění.





obrázek č. 1 a 2: Mýtus o ženské záhadnosti v umění a reklamě

## 5. Druhá vlna feminismu

Stejně jako bylo *Druhé pohlaví* od Simone De Beauvoir zásadní pro evropské autorky, *Ženská mystika* (1963) se stala o několik let později iniciačním dílem ve Spojených státech, které vlastně zahájilo celou druhou vlnu.

### 5.1 Ženská mystika

*Ženská mystika* (1963) je koncept, který je produktem tehdejší americké společnosti, politiky, kultury a medicíny. Konstruuje se v období mccarthismu, kdy se lidé raději stahují z veřejného života ze strachu, že by mohli být nařčeni z komunistické kolaborace a následně odsouzeni. Tím zároveň dochází k pozastavení ženské emancipace započaté ve 20. letech. Ve stejné době dochází ke vzniku tzv. konzumeristické éry, kdy je americký trh po letech války a nedostatku hladový po nových produktech. Na trhu se rojí řada firem hledající vhodnou

cílovou skupinu. Objevují ženu v domácnosti, která je pro jejich cíle ideální: „Zdárně zmanipulované americké ženy v domácnosti mohou získat pocit identity, smyslu, kreativity, seberealizace, dokonce i postrádající sexuální radosti nákupem věcí. Uvědomila jsem si, skutečný význam jejich chlubení, že ženy tvoří v Americe sedmdesát pět procent kupní síly. Najednou jsem viděla americké ženy jako oběti.“(Friedan, 2013, str.245)<sup>9</sup>

Žena v domácnosti je v té době celospolečensky uznávaný koncept a úzce souvisí s pojmem ženská mystika, jímž Friedan (2013) označuje snahy systému vyloučit ženy z participace ve veřejném životě s tím rozdílem, že to nedělá pomocí tvrdých restrikcí, ale využitím kulturních nástrojů. Tím je podle Friedan populární kultura v čele s módními magazíny vytvářející dojem, že smyslem života ženy je pouze naplnit ženství. Tím se rozumí sloužit své imanenci, narcistickým touhám a realizaci skrze péči o děti a manžela. Tento názor Friedan (2013) potvrzuje analýzou kulturních tvůrců, v níž zjišťuje, že častými autory či vydavateli ženských magazínů jsou paradoxně právě muži. Ti projektují do kulturního obsahu pouze vlastní představu o ženské identitě podpořenou tehdejšími psychoanalytiky. Jako odstrašující příklad je ve společnosti šířen stereotyp tzv. kariérní ženy, která vyměnila osobní štěstí za práci a přišla tím o své ženství.

Dalším aspektem klíčovým pro rozvoj ženské mystiky je vznik hormonální antikoncepce a příchod Sexuální revoluce na začátku 60. let, čehož využijí tehdejší marketéři, kteří motiv sexu používají jako hlavní reklamní strategii k inzerci produktů, což má za následek nárůst sexuálně objektivizovaného obsahu. (Bossert, 2016) Nezanedbatelným ukazatelem není ani značně sexualizované oblékání žen, jímž je zdůraznění siluety přesýpacích hodin, korzetů a tzv. bullet bra (podprsenky do tvaru špičky). Jak píše Collins: „Zdálo se, že dámské oblečení bylo navrženo tak, aby bylo obtížné se pohybovat, natož aby v něm byla vykonána jakákoliv práce.“ (2009, str. 27) Friedan jako příklad hypersexuální podoby ženy v tehdejší kinematografii uvádí Anitu Ekberg z filmu *La Dolce Vita* (1960)

Z obsahové analýzy Bossert (2016), která zkoumala fotografie v americkém *Vogue* mezi lety 1965-1974 lze vyčíst, že v polovině 60. let dochází k pozitivnímu obratu. Roku 1965 sice stále

---

<sup>9</sup> „Properly manipulated American housewives can be given the sense of identity, purpose, creativity, the self-realization, even the sexual joy they lack—by the buying of things. Suddenly realized the significance of the boast that women wield seventy-five per cent of the purchasing power in America. I suddenly saw American women as victims.“ (Friedan, 2013, str.245)

dominuje smíšená až negativní reprezentace žen založená na objektivizaci a sexualizaci, zároveň se proměňuje móda, jež zaručuje větší komfort. Mezi lety 1966-1968 se navíc začínají objevovat pozitivní témata související se seberealizací a kariérou. Tento fakt je nejspíš ovlivněn i titulem od Friedan (2013), která si všímá nárůstu psychických onemocnění u žen žijících ženskou mystikou a mezigeneračních rozkolů, kdy dívky narozené v 50. letech nechtějí být ženami v domácnosti jako jejich matky, ale kvůli nedostatku jiných vzorů se jim nenabízí alternativa. Vývoj společnosti k lepšímu se tudíž může jevit jako nevyhnutelný krok.

Are you feminine enough to be given a Crown Jewel?



If you've ever dreamed of silkier, smoother legs, then you deserve the new Schick Crown Jewel... the electric shaver that lets you shave closer than you dare with a blade

A golden comb form the exclusive Crown Jewel head to give you the closest, safest yet smoothest shave ever... blade is electric. Pre-soft for both legs and underarms, it's so easy you could shave in the dark. So no need to be "Ouch-nicked" when you can be "Mum-Schicked!" In its slim alabaster case, the Crown Jewel is a feminine, flattering gift.

For men only: It's good to know the new Crown Jewel is actually the world's largest-selling women's electric shaver!

**Crown Jewel by Schick**  
Innovation of Electric Shaving



VOGUE incorporating Vanity Fair

# HOW MUCH DO ♥ YOU LOVE ♥ YOUR HUSBAND?

Try this quiz and see:

Do you remember what you wore on the day you met?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Is he your favorite perfume?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
Have you ever served him a TV dinner?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Do you ever bring his breakfast to bed on a Sunday?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
Did you give up a career for marriage?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Does he sometimes do the same for you?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
And would you do it again?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Are you pleased when people say the children look like him?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
Do you like to have him come home for lunch?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	If he happened to hate your new hairdo, would you change it?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
Do you like to watch him shave?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	The very next day?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
Have you ever worn curlers to bed?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	Does he ever call you "baby"?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
With him?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO	If not, do you wish he would?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO
Do you trust his secretary?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO		
Implicitly?	<input type="checkbox"/> YES <input type="checkbox"/> NO		

Can you honestly answer "yes" to at least 8 of these questions? Then you love your husband a lot. Enough to give him the all new Schick 1066 - the electric shaver he'd choose for himself. He'll get cleaner, smoother shaves (plus real comfort) because the 1066 has not one, but three, shaving speeds (he can adjust the speed to suit his skin!) He'll get the world's fastest shaves, because the Schick 1066 has the world's biggest shaving head. And what'll you get? The world's biggest hug. (At least!)

**PICK THE 3-SPEED SCHICK 1066**



© 1967 SCHICK CORPORATION / ALSO AVAILABLE IN CANADA





obrázek č. 3, 4 a 5: příklad ženské mystiky v americkém *Vogue* na přelomu 50. a 60. let

## 5.2 Vytlačování žen z umění

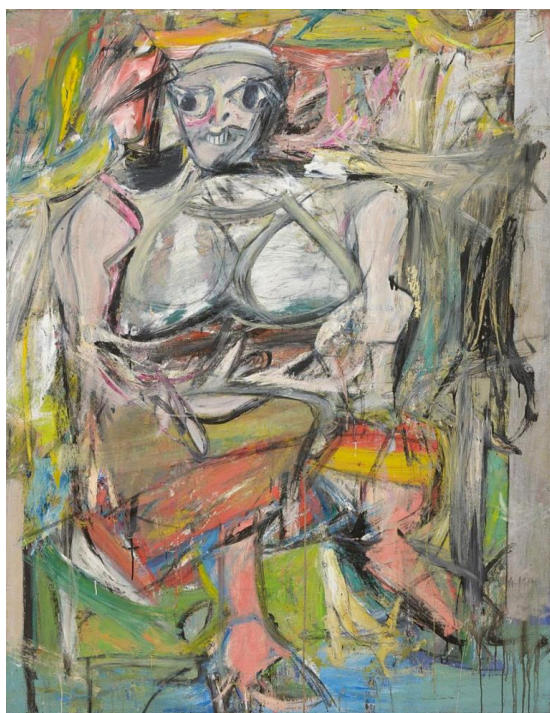
Objektivizování ženských těl sahá však hluboko do historie a není výdobytkem reklamních agentur v polovině 20. století. Vyskytuje se v hojném počtu v dílech vysoké kultury a v západním umění má bohatou tradici. Co umění oproti tomu postrádá, je dostatečný počet tvůrkyň, na což reaguje řada feministických umělkýň a teoretiček druhé vlny. Podle Wolff (2002) je situace obzvláště kritická ve vizuálním umění, protože na rozdíl od literatury nestačí dílo pouze vytvořit, ale musí být zároveň uznané uměleckými institucemi a následně začleněno do historického kánonu.

Umělecké instituce jsou ale od svého prvopočátku tvořené muži a podle Duncan (2002), která zkoumá zastoupení žen-umělkýň v galerii MoMa, tento problém přetrvává i na konci 20. století. Poměr vystavujících umělců a umělkýň je tristní, a pokud jsou ženy ve sbírkách zastoupeny, snaží se je instituce začlenit do tzv. patrilinéární linie (otcovského rodokmenu), kterou se zabývá Schor (2002) a souvisí s maskulinním uměleckým diskurzem. Aby několik

málo vystavovaných umělkyně přežilo v rámci patriarchální umělecké instituce, snaží se svůj gender maskovat tím, že se hlásí k mužským umělcům a jejich díla vychází ze studia tvorby mužů, což může být leckdy nutností, protože dějiny ženského umění prakticky neexistují. Výstava ženské autorky je tak nakonec zahlcena tolika citacemi a jmény mužských tvůrců, že se zcela maskulinizuje. „Mnohé umělkyně navíc napomáhají udržovat patrilineární dějiny tím, že svou tvorbou vědomě uvádí do souvislostí s tvorbou předchůdců opačného pohlaví. Vždyť co by z toho kdo měl, kdyby své dílo a svou kariéru srovnával se slabším a méně prestižním (mateřským) rodokmenem”. (Schor, 2002, str. 180)

Přestože se v dějinách umění s ženskými osobnostmi moc nesečkáme, umění je žen plné a to v podobě aktu. Vedle četnosti aktů si Duncan (2002) navíc všimá toho, že jsou nahé ženy takticky umístované na nejviditelnější místa v galeriích. „Ohlédneme-li se od významu a hodnoty (...) nelze popřít, že dějiny moderního umění jsou plné obrazů a většinou se jedná o obrazy ženy. Bez ohledu na množství jsou, co se týče typu, pozoruhodně málo rozmanité. Ve většině případů jde prostě o ženská těla či části ženských těl, jež vyjma ženské anatomie postrádají jakoukoliv identitu. Anebo to jsou kurvičky, prostitutky, modelky umělců či laciné estrádní tanečnice.” (2002, str. 118)

Tyto akty přitom nejsou umělcovou oslavou nahého těla a vzdání holdu ženské krásy, jak se často institucemi prezentuje. Na příkladu *Women I (1950-1952, viz. obrázek č. 6)* od Willema de Kooninga Duncan poukazuje na to, že akt má ženu cíleně zesměšnit, a to buďto tělesnou disproporcí nebo bizarním, neúplným oděvem (např. pomocí různých fetišů jako nepřiměřeně vysokých podpatků). Skutečný význam výtvarného aktu jako uměleckého žánru je tedy nakonec vítězství muže-kultury nad hmotou-ženou, již pokořil jejím znevážením.



obrázek č.6

### 5.3 Male Gaze

Výzkum ženská reprezentace v dílech výtvarného umění se proto v 70. a 80. letech stává centrem zájmu a v této souvislosti se objevuje pojem *gaze* neboli pohled. Gaze však nesouvisí s očima a obyčejným díváním se, reflektuje naši identifikaci s obrazy a upevňování naší identity skrze ně. Gaze zkoumal již psychoanalytik Jacques Lacan a jedná se o koncept, který inspiroval řadu teorií včetně feminismu. Ve zkratce zde Lacan popisuje moment, ve kterém dítě rozpozná svůj obraz v zrcadle a v tento okamžik se u něj začíná formovat identita. V průběhu této fáze dochází k tomu, že motorické schopnosti dítěti neumožňují realizaci jeho přání, takže si při pohledu na svůj obraz představuje, že je onen obraz kompetentnější a dokonalejší než on sám. Tím dochází k tzv. *méconnaissance*, kdy se dítě omylem identifikuje s oním dokonalým, fantazijním obrazem, čímž dochází k odcizení se od skutečného Já. Toto odcizení pak přerůstá k chybění si sama a zoufalé snaze po potvrzení si ideálního Já skrze identifikaci s ostatními a pohledem na jiné obrazy. Tento moment předchází fázi, ve které se dítě dostává do symbolického řádu a vyjadřuje se jazykem. Pro tuto práci je tedy podstatná Lacanova

premise, že obraz slouží jako prostředek imaginace, touhy a nástroj k identifikaci ještě před jazykovým systémem. (Gamble 2006, str. 233; Mulvey 2002)<sup>10</sup>

### 5.3.1 Male Gaze v umění a reklamě

Na Lacana navazují další teoretici a teoretičky včetně Johna Bergera a Laury Mulvey, kteří ho aplikují na analýzu vizuální produkce. Základní myšlenkou Bergera (2016), který zkoumá klasickou olejomalbu a soudobé reklamní fotografie, je zjištění, že celá evropská kultura je formována mužským pohledem (male gaze), jenž disproporčně zobrazuje reprezentaci ženy a muže. Jak už naznačovala Beauvoir (1966), muž ztělesňuje moc a absolutní řád, žena znázorňuje pouze samu sebe ve vztahu se společensky akceptovaným obrazem ženy.

A jelikož muž konstruuje západní kulturu (protože Muž je kultura), zcela se vytrácí ženský pohled (female gaze). Mužský pohled se totiž interiorizuje do ženské identity, která o sobě uvažuje z maskulinní perspektivy. Stává se dohlížející a dohlíženou. Z mužského pohledu (male gaze) se tudíž stává absolutní pohled (Gaze), protože ženská alternativa neexistuje. „Muži hledí na ženy, zatímco ženy pohlížejí na sebe samé jako na spatřené. Tato situace nejen předem určuje většinu vztahů mezi muži a ženami, ale vyznačuje také vztah žen k sobě samým. Dohlížitel uvnitř ženy je rodu mužského, dohlížená rodu ženského. Tímto způsobem proměňuje žena sebe samu v předmět, a to především v předmětu vidění: v podívanou.” (Berger, 2016, str. 39)

Vrcholnou ukázkou této podívané je podle Bergera (2016) žánr aktu, který pomocí různých technik a konvencí ustanovuje systém, kdy se z ženy stává objekt touhy a z muže primární divák. Tento způsob nerovné reprezentace se legitimizuje prostřednictvím bible v aktu Prvního hříchu. „V důsledku pozření jablka začali vnímat vzájemné odlišnosti, a tak si uvědomili svou nahotu. Nahota byla stvořena v mysli pozorujícího. Druhým pozoruhodným momentem je pak postavení ženy. Ženy obviněné a potrestané prostřednictvím podřízenosti vůči muži, zatímco muž se stává zástupcem Boha.” (2016, str. 40) Ženský akt se historicky proměňuje, ze začátku umělci ztvárňují Evu v ráji, v renesanci se zobrazují mýtické bohyně, které pak v realismu nahradí prostitutky. Společně mají to, že těla a gesta jsou nastavená tak, aby sloužila

---

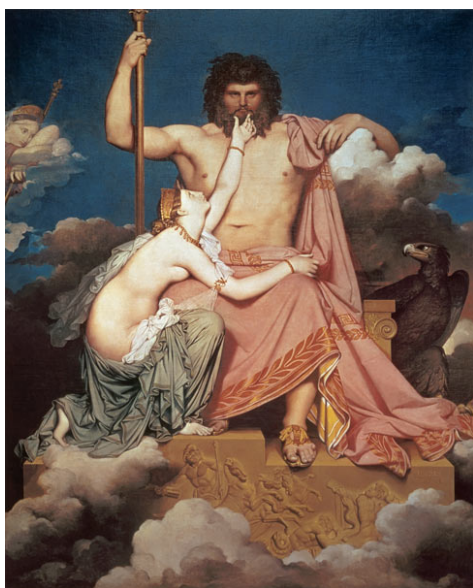
<sup>10</sup> Poznatky o Lacanovi shrnujeme z kapitoly Gamble (2006, str. 233), kde stručně popisuje jeho teorie a informací z eseje Mulvey (2002).

pouze jako objekt touhy a nezáleží na tom, jestli je na plátně sama nebo v interakci s někým jiným-jakékoliv gesto slouží k flirtu s primárním divákem.

Přestože byl tento umělecký žánr určený pro jednoho klienta-bohatého, bílého muže - pro jeho osobní potěchu a upevnění sociálního statusu, reklama cílí na širokou skupinu z různých sociálních tříd, můžeme si mezi nimi všimnout jasné linky. Reklamní tvůrci totiž často citují umělecká díla, díky čemuž dodají inzerovanému produktu punc luxusu a dobrého vkusu. „Umělecké dílo zároveň vytváří dojem kulturního významu, (...), připomínku toho, co znamená být kultivovaným Evropanem.” (2016, str. 121) Tím se ale také dopouští reprodukce již zažitých stereotypů. Výčet těch nejčastějších jsou uvedené níže v rámci obrazové přílohy.

Gesta modelů (figurín) a mytologických postav.  
Idealistické užití přírody (listí, stromů, vody) za účelem stvoření místa, v němž lze znovu nalézt nevinnost.  
Exotické a nostalgické kouzlo Středomoří.  
Pózy naznačující ženské stereotypy: klidná matka (madona), neposlušná sekretářka (herečka, králova milenka), dokonalá hostitelka (manželka diváka-vlastníka), předmět sexuální touhy (Venuše, zaskočená nymfa) a další.  
Zvláštní sexuální význam přikládán ženským nohám.  
Materiály užívané především k naznačení přepychu: kovové rytiny, kožichy, kůže a další.  
Gesta a objetí milenců zachycená zepředu ve prospěch diváka.  
Moře přinášející nový život.  
Postoj mužských postav vyjadřující bohatství a mužnost.  
Perspektivní zobrazení dálky – vzbuzující dojem tajemna.  
Ztotožňování konzumace alkoholu a úspěchu.  
Muž v roli rytíře (jezdec) se stal motoristou.

Berger (2016, str. 123)



obrázek č. 7 a 8

### 5.3.2 Male Gaze ve filmu

Konceptu male gaze se ve stejné době věnuje také Laura Mulvey (2002) se zaměřením na rozbor hollywoodských filmů z pohledu psychoanalýzy. Podle Mulvey totiž produkce filmových společností ovlivňuje masovou společnost při formování vnímání jejich reality. Úspěch těchto blockbustérů spočívá převážně v tom, že si za dobu své existence dokázaly osvojit manipulaci s vizuální slastí neboli skopofilií. Skopofilie je Freudův koncept, jež se podle jeho teorie vyvíjí už v raném dětství, při němž dítě ještě nevidí rozdíl mezi objektem a subjektem, takže druhého objektivizuje pohledem, kdy ze zvědavosti pozoruje cizí genitálie. Tento druh voyeurismu se v dospělosti může zvrhnout až v perverzi a vyhledávání filmových materiálů za stejnými účely.

Dále skopofilie souvisí s lacanovským *méconnaissance*, při němž hollywoodský film slouží jako náhrada zrcadla. Umožňuje subjektu na okamžik zapomenout na svou nedokonalost a naplno se identifikovat s dokonalým Já na plátně (např. Jamesem Bondem). Podle Mulvey (2002) je využívání této manipulace ve filmu nebezpečné, protože hollywoodské filmy vznikají v patriarchálním diskurzu, takže ženy ideologicky znevýhodňují stejně jako popisuje John Berger na výtvarném umění. Žena na plátně slouží pouze jako objekt touhy a zároveň umocňuje divákovo znovu ztotožnění s ideálním Já, které kontrastuje s neúplným a nedokonalým obrazem ženy. „Tradiční film, nijak nezpochybněný, zakódoval erotično do jazyka

dominantního patriarchálního řádu. Ve vysoce rozvinuté hollywoodské kinematografii se pak odcizený subjekt, rozpolcený ve své imaginární vzpomínce pocitem ztráty a hrozbou možné neúplnosti, přiblížil záblesku uspokojení skrze tyto kódy: skrze její formální krásu a využívání svých formálních obsesí.” (2002, str. 119)

Filmová produkce se tak dopouští stereotypu, kdy filmové aktéry rozděluje na aktivní (muž) a pasivní (žena). Muž slouží jako aktivní hybatel děje, s nímž se diváci ztotožní a prožívají skrze jeho pohled příběh. Žena naopak v ději stojí a pomocí různých vizuálních stylizací k sobě poutá “mužovo oko” a oko diváka, takže symbolizuje pouhou podívanou, statický bod, který vlastně narušuje plynulý chod příběhu. „Jak řekl Budd Boetticher: Důležité je, co hrdinka vyvolává, nebo spíš to, co představuje. Ona, přesněji pak láska nebo strach, které v hrdinovi vzbuzuje, nebo starost, kterou o ni má, jsou tím, co ho nutí jednat tak, jak jedná. Žena sama o sobě zde nemá sebemenší význam.” (Mulvey, 2002, str. 123)

Esej Mulvey (2002) je zajímavá převážně v tom, že si všímá metod, prostřednictvím kterých jsou herci a herečky konvenčně snímáni. Mužského aktéra zabírá filmová kamera při dodržení renesanční perspektivy a hloubky ostrosti a tradičně na něj hledíme z celku či polocelku, takže máme možnost všimnout si prostoru kolem něj. Tyto techniky slouží k vyvolání co nejrealističtějšího dojmu 3D prostoru, díky němuž se snadno ztotožníme s oním hrdinou. Ženské aktérky jsou oproti tomu zobrazované detailními záběry, ve kterých chybí hloubka, světlo a stín - cokoliv, co by mohlo narušit afektivitu a překážet v podívané. „Sexuální působivost vystupující ženy na okamžik zavede film na území nikoho, mimo jeho vlastní časoprostor. Tak je tomu ve filmu s Marilyn Monroe *Řeka do nenávratna*, a při písničkách Lauren Bacall v *Mít a nemít*. Podobně i konvenční detailní záběry nohou (např. Marlene Dietrich) nebo tváře (Greta Garbo) vkládají do příběhu odlišný druh erotismu. Jedna část fragmentovaného těla rozbíjí renesanční prostor a iluzi hloubky, a dává tak obrazu na plátně místo věrohodnosti plochost charakteristickou pro vystříhovátku či ikonu.” (Mulvey, 2002, str. 124)



obrázek č. 9 a 10: nohy Marlene Dietrich a Monroe v *Řece do nenávratna*

## 5.4 Female gaze



obrázek č. 11

Přestože mužský pohled už vzhledem ke kulturní historii známe, záhadou zůstává, jaký je vlastně ten ženský. Tuto otázku si klade například Pollock v eseji *Modernity and the space of femininity* (1992), kterou začíná analýzou fotografie *An Oblique Look* (1948)



od Roberta Doisneau, ve které se pár kouká na obrazy vystavené za výlohou. Přestože nám je voyeristicky umožněno pozorovat, na co se dívá muž (na ženský akt), objekt ženina pohledu je nám odepřen. Všechny tři objekty fotografie navíc tvoří zvláštní trojúhelník (fetiš, divačka, muž) a právě zde nastává problém s určením role oné ženy. Není objektem touhy, protože se aktivně dívá, ale nemá zároveň stejnou roli jako muž, protože se nedívá na objekt své touhy. Podle Pollock je to dokonalý příklad patriarchální kultury, která ženu "divačku" nutí do role transvestity. „Ženám je jak odpíraná reprezentace jejich touhy a potěšení, tak je konstantně mazána, takže aby se mohly dívat a užít si patriarchální kulturu, musí se ženy stát nominálními transvestity. Musíme zaujmout maskulinní pozici nebo si masochisticky vychutnat ponížení ženy.”(1992, str. 262) <sup>11</sup>Podobné dilema nastává při interpretaci pohledu žen-umělkyně, do jaké míry je jejich tvorba ovlivněna ženskou zkušeností (ženou jako objektem) a zkušeností maskulinního pohledu.

Další otázkou je, zda mezi umělkyní a malovaným/ fotografovaným objektem přetrvává binární vztah (aktivita x pasivita, dominance x submisivita) a zda je vůbec možné uniknout patriarchální ideologii při zobrazování žen a tvorbě aktů. „Historicky, ženám byl vyloučen přístup k nástrojům i moci dát význam sobě i své kultuře.” (Pollock in McDonald, 2001, str. 13)<sup>12</sup> Podle Pollock (2001) je tedy vhodným řešením, spíše než snaha o vytvoření zcela nového konceptu ženské reprezentace, užití patriarchálních ideálů a snažit se o jejich dekonstrukci.

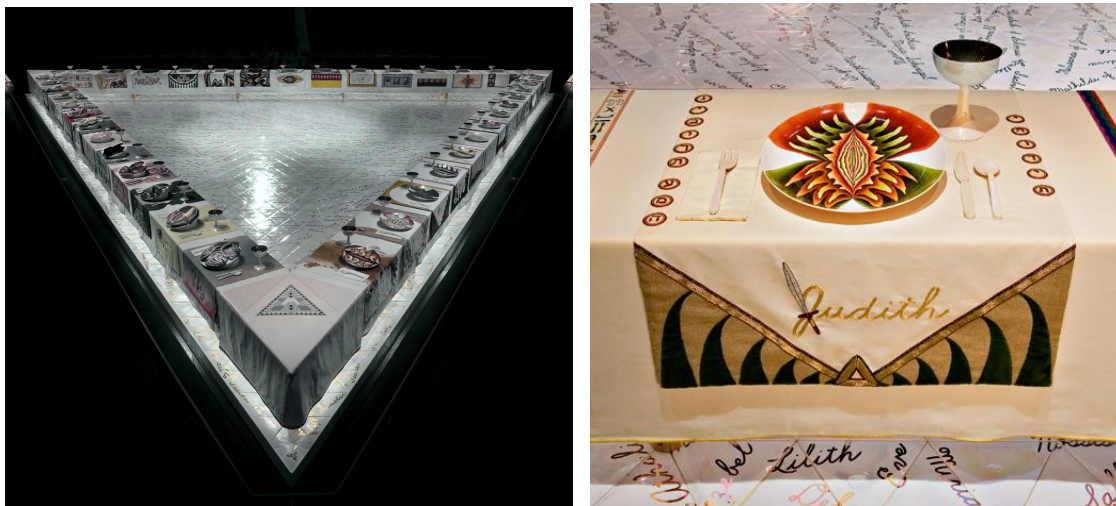
Touto situací umělkyně se zabývají také teoretičky Linda Nochlin a Lucy Lippard. Podle nich problém nespočívá pouze ve společnosti tvořené patriarchální hierarchií, ale také v myšlení samotných tvůrkyň, která se přizpůsobují tomuto diskurzu místo toho, aby ho měnily. (Nochlin, 2002; Lippard, 1980) Jak dodává Nochlin, feministické umění 60. a 70. let se soustředí většinou na emocionální, psychologické prožitky. Aby bylo udržitelné v čase, umělkyně musí analyzovat historické a vědecké koncepty. Důležitým úkolem z tohoto hlediska je „zpochybnění přirozeného běhu věcí” (Nochlin, 2002, str. 25) a tedy vyvrácení mýtů. Pro zestručnění je shrneme do tří bodů:

---

<sup>11</sup> „Women are both denied a representation of their desire and pleasure and are constantly erased so that to look at and enjoy the sites of patriarchal culture we women must become nominal transvestites. We must assume a masculine position or masochistically enjoy the sight of woman's humiliation.”(1992, str. 262)

<sup>12</sup> „Historically, women were excluded from both the tool and the power to give meaning of their own to themselves and their culture.” (Pollock in McDonald, 2001, str. 13)

1) Neexistuje tzv. ženský styl, který je společný pro všechny ženské tvůrkyňe, podobně jako je tomu např. u kubistů nebo jiných slohů, takže ženské dílo nemusí nutně zahrnovat niternost, jemnost, citlivost a jiné charakteristiky “ženskosti”. Zde se hodí uvést pro příklad ranou činnost zástupkyně feministického esencialismu Judy Chicago (zejména instalace *Dinner Party*, 1979), která byla zpočátku kritizována některými konzervativnějšími kritiky za to, že je málo ženská, protože se „odvážila vulgarizovat a využívat snímky ženského pohlaví v tomto měřítku a s takovým úpadkovým vkusem.” (Kramer in McCauley, 1992, str. 177) O dvacet let později ji naopak negativně hodnotí postfeministické umělkyně, podle nichž jsou její díla přílišnou zjednodušující zkratkou ženství, která definuje ženu pouze na základě pohlavních orgánů. Podle teoretičky McCauley význam jejího vaginálního umění podceňují, protože jako jedna z prvních se pustila do redefinice ženských orgánů ve výtvarném umění, jež byly vyobrazovány pouze za účelem potěchy mužského diváka: „Jak lze vidět v Coubertově Původu světa, použití ženských genitálií k vyjádření osobních pocitů, emocí jako je moc, osvobození a dokonce obdiv, byly potlačovány.” (1992, str. 179) Tzv. motýlí vagíny Judy Chicago v často živém, pastelovém provedení sloužily ke zprostředkování pocitu osvobození, uvolnění ženského těla, bez něhož by neměl na čem stavět postfeminismus.



obrázek č. 12 a 13: *Dinner Party* a detail motýlí vagíny od Judy Chicago

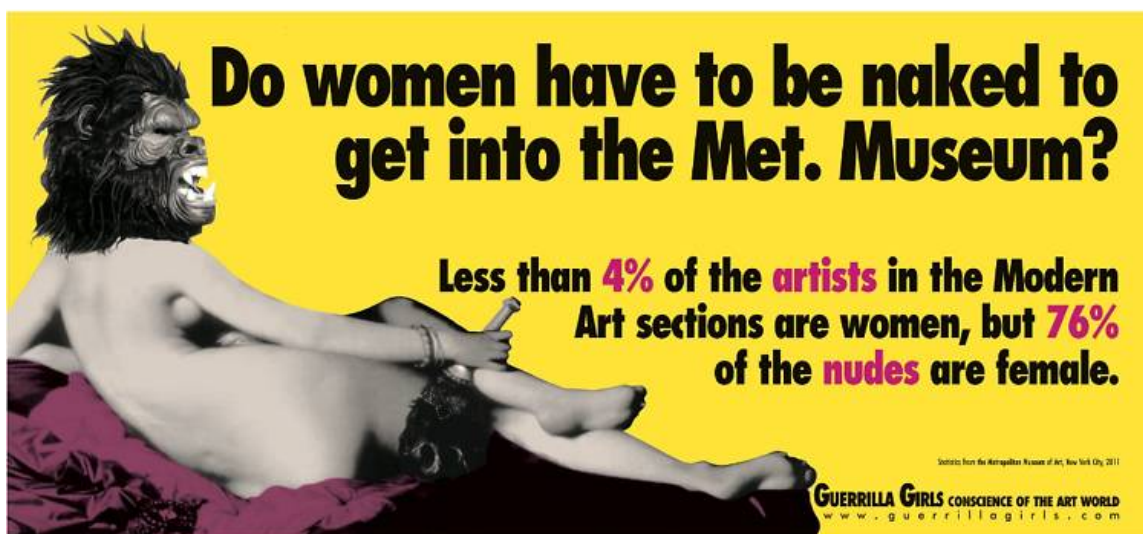
2) Dalším mýtem, jenž se musí vyvrátit je mýtus o Velkém umělci, který se navzdory nepřízní osudu dokáže prosadit díky svému božskému poslání a genialitě, což by dokazovalo nedostatečnou genialitu ženských umělkyně v historii. Úspěch či neúspěch jedinců vždy určovaly institucionální struktury, jež například zakazovaly ženám malovat podle nahého

modelu až do konce 19. století, čímž je automaticky diskvalifikovaly z možnosti plné profesionalizace a účasti na Římské ceně. (Nochlin, 2002)

3) Žena musí vykročit z kategorie outsidera a přestat vnímat “ženskou otázku” jako malý, nepodstatný problém. Cílem není čekat na to, až “ženské problémy” vyřeší dominantní ideologie, která je sama vytvořila, ale musí se na tom aktivně podílet ženy. Jako příklad se zde nabízí aktivita The Guerilla Girls, které od 80. let vedou boj proti sexismu v uměleckých institucích, kdy třeba pod heslem *Bus companies are more enlightened than NYC art galleries*<sup>13</sup> (1989) upozorňovaly na to, že zatímco existuje 49.2 procent autobusových řidiček, tak ženy obsazují pouze z 16 procent hlavní umělecké galerie v New Yorku. (Chave, 2011) Činnost The Guerrilla Girls se neomezuje pouze na umění, podobně se vyjadřují k nízkému počtu nominovaných režisérek na předávání Oscarů, nedostatečnému přístupu nižší třídy ke vzdělání za Bushovy vlády nebo k domácímu násilí páchanému na ženách. Jejich úspěch při řešení ženské otázky spočívá hlavně v jejich příznačném vizuálním stylu od speciálního vzezření - žena z poloviny zvíře a z poloviny stereotyp v kožené sukni - po humorná, ironická sdělení realizovaná v tučném písmě skrze plakáty, nálepky, graffiti, projekce a billboardy. Právě díky reklamní podobě jejich děl a sloganům s hravě zaobalenými truismy jsou přístupná širší veřejnosti a mají široký dosah.

---

<sup>13</sup> Autobusové společnosti jsou více osvícené než umělecké galerie v New Yorku. (The Guerrilla Girls, 1989)



**THESE GALLERIES SHOW NO MORE THAN 10% WOMEN ARTISTS OR NONE AT ALL.**

Blum Helman  
Mary Boone  
Grace Borgenicht  
Diane Brown  
Leo Castelli  
Charles Cowles  
Marisa Del Re  
Dia Art Foundation  
Allan Frumkin

Marian Goodman  
Pat Hearn  
Marlborough  
Oil & Steel  
Pace  
Tony Shafrazi  
Sperone Westwater  
Edward Thorp  
Wasserman

**1985**

SOURCE: ART BY AMERICA ANNUAL 1985-86

GUERRILLA GIRLS CONSCIENCE OF THE ART WORLD

**THESE GALLERIES SHOW NO MORE THAN 20% WOMEN ARTISTS OR NONE AT ALL.**

Mary Boone  
Gagosian  
Sandra Gering  
Marian Goodman  
Casey Kaplan  
Paul Kasmin  
Marlborough  
Matthew Marks  
Metro Pictures

Pace  
Petzel  
Postmasters  
Tilton  
Venus Over Manhattan  
Michael Werner  
Sperone Westwater  
David Zwirner

**2014**

INCLUDES STATS FOR SOLO AND 2 PERSON SHOWS ONLY

GUERRILLA GIRLS CONSCIENCE OF THE ART WORLD

GUERRILLA GIRLS, ART GALLERY RECOUNT, 2015, COPYRIGHT © GUERRILLA GIRLS, COURTESY GUERRILLAGIRLS.COM

obrázek č. 14 a 15: The Guerilla Girls v roce 1989 a 2015

## 5.5 Female gaze v praxi (Kruger, Rosler)

Jak uvádí Lippard (1980) feministické umění v 70. letech mělo významný vliv na avantgardní i moderní umění, protože do něj vneslo emocionálnost a autobiografičnost. Vedle toho ale také nové formy umění, jež byly ve vysokém umění tradičně opovrhované, a tím myslíme vyšívání, vrstvení, práce se vzory, fragmentací. Toto rozhodnutí nemělo pouze individuální rámeček nýbrž politický. Použití technik odstrčených na periferii symbolizovalo útlak žen odsunutých z veřejného prostoru, úděl ženského umění a snahu o nalezení vlastního vizuálního jazyka skrze

dekonstrukci toho stávajícího. Dalšími společnými znaky, které přebírají z revolucionářských sociálních praktik, jsou model rituálu, umístění vizuálního objektu do prostoru, performance a kolaborace. S formami nízké kultury pracují například umělkyně Barbara Kruger (1945) a Martha Rosler (1943), jež využívají reklamní grafiky, sloganů, populárních médií, a přitom se snaží o rozbití původního významu těchto mediálních sdělení.

## **Barbara Kruger**

Kruger tak konkrétně činila prostřednictvím fotografických kompozic, které tiskla na plakáty, pohlednice, reklamní plochy, billboardy. Tyto kompozice se skládají ze dvou rovin, fotografické a jazykové. Fotografie slouží k agitační funkci, proto jsou tvořené z perspektivy mužského pohledu a zpravidla ukazují stereotypizovaný obraz ženy, která je znehybněná a pasivní. Záběry fotografie bývají velmi detailní, afektivní a soustředí se povětšinou na obličej nebo části těla: „Pracuji s reprezentací, s obrazy, se kterými jsme všichni nějakým způsobem vyrůstali, obrazy mohou diktovat naše touhy, tak že diktují náš vzhled.“ (Kruger in Kamimura, 2002, str. 41) <sup>14</sup>

Jazyková rovina, která má podobu sloganů, má oproti tomu funkci subverzivní. Slogany jsou buďto psané v Ich-formě, takže působí, že je vyslovuje ona žena na obraze. Tím nastává onen subverzivní efekt, kdy se z pasivního, němého objektu stává aktivní vypravěčka, která vyjadřuje svůj názor ve veřejném prostoru. „Moje práce je o ženském hlasu, očekává se, že se mužský hlas pokusí umlčet ženský hlas, když se stane hlasitým.“ (Kruger in Kamimura, 2002, str. 41) <sup>15</sup> Ostatní jsou genderově adresované pro *nás (we)* nebo *vás (you)*, čímž Kruger rozděluje publikum na mužské a ženské, zároveň dává jasně najevo, že její obrazy promlouvají k ženskému publiku. „Doufám, když to tak řeknu, ve vytvoření v základě nového občanstva s novými významy, doufám, že budu promlouvat k ženským divačkám a doufejme kolegyním

---

<sup>14</sup> “I am working with representation, with pictures, pictures we have all grown up with in some ways, pictures that have dictated our desires, that have dictated our appearances.” (Kruger in Kamimura, 2002, str. 41)

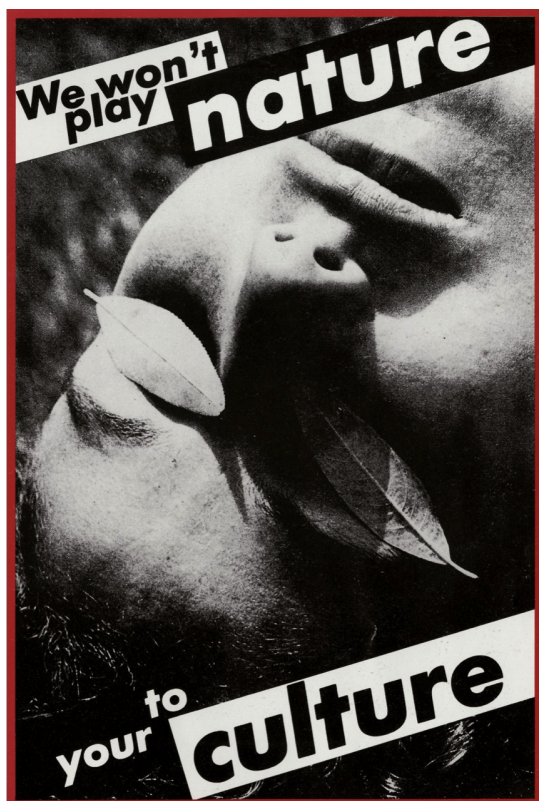
<sup>15</sup> „My work is about a female voice, it's expected that the male voice would try to silence a female voice when it becomes vocal.” (Kruger in Kamimura, 2002, str. 41)

a lidem jiné barvy.” (Kruger, B. in Mitchell, W.J.T., 1991, str. 446)<sup>16</sup> Tato metoda kontrastu mezi obrazem a textem, kdy jeden aspekt vyvrací ten druhý, používá Kruger schválně, abychom se u jejího plakátu pouze nezastavili, ale aby nás donutily k zamyšlení. Tím jde proti tradičním reklamním praktikám, které vizuální komunikaci tvoří na tom, že se snaží v obraze zastřít jakýkoliv význam, podle Kruger v nich dochází o “rozpuštění” jakéhokoliv smyslu. Reklamu označuje na základě Baudrillarda a Barthesa za prostor fascinace a toho je docíleno hloupostí, která je natolik otupující, že neposkytuje prostor pro skutečné čtení. „Naučili jsme se číst plynule prostřednictvím reklamy a skrze technologický vývoj také fotografii, film a video. Očividně. Ale to není to samé, jako vytvářet význam, (...) televizi a reklamě v podstatě nejde o vytváření významů.” (Kruger, B. in Mitchell, W. J. T., 1991, str. 447)<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> “I would hope when I say that basically to create new spectators with new meanings, I would hope to be speaking for spectators who are women, and hopefully colleagues of mine who are spectators and people of color” ( Kruger, B. in Mitchell, W.J.T., 1991, str. 446)

<sup>17</sup> „We have learned to read very fluently through advertising and through the technological development of photography and film and video. Obviously. But that's not the same as really making meanings, because film, and, well, television, really, and advertising-even though it wants to do the opposite-let's just talk about television-it's basically not about making meaning. It's about dissolving meaning. (Kruger, B. in Mitchell, W. J. T., 1991, str. 447)



obrázek č. 16

### **Martha Rosler**

Rosler uvažuje o vizuálních produktech masových médií podobně a podobně jako Kruger pracuje s kolážemi a grafikou, vedle toho se ale věnuje také video artu a performacím. Její díla spojuje snaha o dekodování tzv. mýtů každodenního života, které dále rozebírá v textu *For an Art Against the Mythology of Everyday Life*, jež vyšel v rámci výstavy v 70. let 20. století. Tyto mýty definuje jako lidské zájmy, které ale ve skutečnosti nejsou tvořené lidmi ale jsou servírované pozdně kapitalistickou ideologií. Ony mýty produkují různé normativní hodnoty, představy, stereotypy, se kterými se většinový občan identifikuje a ty pak řídí jeho každodenní jednání. Její kritika zejména směřuje ke konceptu střední třídy, jenž slouží k legitimizaci sociálních rozdílů a obrazu dominantní třídy. Dominantní třída své hodnoty odvozuje od konzumního štěstí a banální každodennosti, která vede k odcizení a chápání sebe sama jako produktu. „Náš způsob ekonomické organizace, v němž se lidé zdají méně důležití než věci, které produkují, nás vybízí k tomu, abychom převrátili realitu tím, že věcem poskytneme auru a z lidí ji vysajeme: My personifikujeme objekty a objektivizujeme osoby.”

<sup>18</sup>(Rosler, 2004, str. 5). Tím reaguje zároveň na následky plynoucí z masového nárůstu konzumu v tehdejší americké společnosti. Ta sílí od roku 1962, kdy prezident Kennedy kodifikuje přijetí čtyř práv konzumenta zaručující individuální svobodu při transakci financí za věci osobní spotřeby (Mayer, 1981). Tuto svobodu výběru produktů však limitují peníze, takže čím větší chce konzument dosáhnout svobody, tím více finančních prostředků musí mít. Svoboda se tak nově definuje penězi. Z toho důvodu vznikají i nové pracovní pozice v korporátních společnostech, které se vykonávají pouze z důvodu výdělku peněz na produkty a neslouží dalšímu užítku. Touha konzumenta přitom není nikdy naplněna, je neustále poháněn permanentní nespokojeností a hladem po nových věcech, jež se inzerují v médiích. V 70. letech se také objevuje pojem nedobrovolného konzumenta (Mayer, 1981), jež je nucen ke spotřebnímu způsobu života, aby obstál a držel krok se společností. <sup>19</sup>

Pro Rosler (2004) je důležité tyto mýty dekodovat za pomoci stejného média, které napomáhá k jejich reprodukci. V jejím díle je patrná zejména fascinace masovou, televizní zábavou patřící tehdy k nejpoblárnější a nejrozšířenější. Médium televize, jež zabírá čestné místo v našich obývacích pokojích, slouží podle Rosler primárně k šíření této ideologie, čehož si lze všimnout na samotném sestavení programu a podobě reklam. Díky jejímu "zdomácnění" v našich bytech a naturalistickému narativu televizním pořadům se diváci ani nezamyslí nad jejich skutečným významem a to, že zastírají nevyřešené sociální rozpory, kdy se dívají na pořady o vaření ve stejnou chvíli, kdy řada lidí na světě hladoví apod. Ženy jsou přitom k této formě ideologie náchylnější, jelikož je jim již tradičně vyhrazen soukromý prostor, tudíž na ně i více cílí reklamní agentury. Z těchto důvodů Rosler využívá právě podoby komerční zábavy: „Zdá se mi vhodné aplikovat formy, které používají a odkazují k maskulturním formám, aniž bychom je pouze napodobovaly.“ (2004, str. 5)<sup>20</sup>

Tyto formy nabourává tím způsobem, že se snaží o zrušení jejich naturalistické povahy, jež právě vedou ke konzumaci vizuálního sdělení bez kritického přemýšlení. „Spíše se zaměřuji na distanční účinek, který narušuje emoční identifikaci s charakterem a situací, která implikuje

---

<sup>18</sup> „Our mode of economic organization, in which people seem less important than the things they produce, prompts us to stand reality on its head by granting the aura of life to things and draining it from people: *We personify objects and objectify persons*” (Rosler, 2004, str. 5)

<sup>19</sup> Mayer (1981) zde uvádí spotřebitele, který se namísto koupí auta rozhodne jezdit do práce na kole. Při cestě do práce ale musí dýchat zplodiny z jiných aut, navíc není dostatečně časově efektivní, jako jeho kolegové, kteří použijí auto. Svoboda rozhodnutí spotřebitele je tak omezena svobodou jiných.

<sup>20</sup> „It seems reasonable to me to use forms that suggest and refer to mass-cultural forms without simply mimicking them” (2004, str. 5)



naturalismus” (2004, str. 8) <sup>21</sup>Dekonstrukci provádí prostřednictvím dlouhých záběrů a místo detailních snímků, které navozují psychologickou intenzitu a tudíž ruší racionální uvažování, volí odosobněný distanc od aktérů. Tyto metody transformují herce do groteskní role a nápodobu reality mění na parodii.

Jako příklad uvádíme videoprojekci *Semiotics of the Kitchen* (1975)<sup>22</sup>, kterou Rosler nazývá jako lexikon vzteku a frustrace. Na videu stojí žena, která nahlas pojmenovává kuchyňské nádobí podle alfabetického pořadí až do chvíle, kdy dojde na konec abecedy a vyslovuje už pouze písmena x,y,z. Vedle pouhého představení předmětu také demonstuje jeho správné použití. Onen akt pojmenovávání a následného vykonání symbolizuje proces, kdy se žena identifikuje se stereotypy útlaku a v průběhu videa si můžeme všimnout toho, jak jí produkty její identifikace vysávají a činí z ní další objekt v kuchyni. „Myslí si, že dobrovolně pojmenovává něco na světě, ale jednáním v tomto systému nevědomky pojmenovává a instrumentalizuje sebe. (...) Ve chvíli, kdy dosáhne posledních písmen, transformuje sebe sama na redukované, v podstatě nesmyslné znaky.” (Rosler in Weinstock, 1981, str. 86). <sup>23</sup>Přestože video nenabízí řešení k vymanění se, za subverzivní znak považuje Rosler její vzrůstající hněv, který může být tvárný.

---

<sup>21</sup> Rather, I aim for the distancing effect that breaks the emotional identification with character and situation that naturalism implies (Rosler, 2004, str. 5)

<sup>22</sup> Video ke zhlédnutí zde: <https://www.youtube.com/watch?v=ZuZympOIGC0>

<sup>23</sup> She thinks she is voluntarily naming something in the world, a kitchen instrument, but by acting within that system, she unwittingly names and instrumentalized herself. She names the implements, ordered according to the alphabet, but by the time she reaches the last letters, she is being named, transformed into reduced, essentially meaningless signs. (Rosler in Weinstock, 1981, str. 86)



obrázek č. 17

## 6. Třetí vlna

### 6.1 Performativita genderu

„Gender nemůže být ani pravdivý, nepravdivý, ani původní, ani zdánlivý, ani odvozený (...) gender je nutné chápat jako skrz-naskrz a zásadně jako nevěrohodný.” (Butler, 2003, str. 193)<sup>24</sup> Tímto Butler shrnuje svou teorii genderu, která je silně ovlivněna Michelelem Foucaultem a jeho konceptem disciplinace těla. V tomto konceptu tvrdí, že ve společnosti již neexistuje před diskurzivní tělo v přírodním stavu, protože to mocenská struktura: „Prohledává, rozmontovává na části a znovu skládá (...), aby dělala to, co se od nich žádá. Disciplína tak vyrábí podřízená a vycvičená těla, těla „poslušná“.“ (Foucault, 2002, str. 202) Tato těla pak slouží k maximálnímu ekonomickému využití včetně sexuality. Butler to konkretizuje na příkladu

<sup>24</sup> Autorka této práce zde vychází ze slovensky přeložené verze titulu *Trampoty s rodom: feminizmus a podryvanie identity* (2003). Z důvodu matoucího překladu (např. kdy je *gender* přeložený jako *rod*), volí vlastní český překlad.

Foucaultova spisu o Herculine Barbin<sup>25</sup>, intersexuální osoby, která se vymyká tehdejšímu medicínsko-právnímu diskurzu, protože její tělo nemůže být snadno zařazeno do ženské ani mužské kategorie, tudíž nemůže být maximálně využito kapitalistickým systémem k plození.

Podle Butler je proto bezpředmětné hledat předdeskurzivní reprezentaci ženy před příchodem patriarchátu, jak se o to snažily autorky druhé vlny feminismu (viz. díla Judy Chicago). Gender ani žena totiž neexistují jako stabilní koncepty a lze je chápat pouze jako konstrukt vytvořený dominantní ideologií za nějakým účelem. Onen konstrukt dále vystupuje ve vztahu s jinými modalitami jako je rasa, třída, etnikum: „Jak je někdo ženou, určité to není všechno, čím je.” (2003, str. 18) Důležité je také dodat, že gender nechápe v závislosti na pohlaví, proto v ideálním případě může existovat více genderů než dva. „Gender je kulturně konstruovaný, a tak není kauzální důsledek pohlaví, ani není tak fixovaný, jak se nám jeví” (2003, str. 23) Tekutost a mnohoznačnost genderu tudíž systém moci musí tvarovat do jednoznačných, binárních kategorií, nad kterými se snadno udržuje dohled a tvaruje je do podoby, která slouží jeho zájmům. Vztah jednotlivců a systému proto vnímá z pohledu autoritativních praktik, kdy jsou subjekty vychovávány skrze zákazy a tresty od raného dětství, čímž dochází k jejich internalizaci a subjekty je dobrovolně reprezentují a reprodukují dále.

Máme se tudíž ptát, za jakým účelem systém moci gender produkuje. Podle Butler (2003) je jím konstrukce *povinné heterosexuality* jako institutu dominantní sexuality, díky kterým systém využívá sexualitu k vlastním politickým a ekonomickým zájmům. Gender je zde využit jako nástroj, jenž transformuje pohlaví, těla a identitu jednotlivců do kulturních znaků podle matice binárního pohlaví. V ní se z muže stává nezávislý subjekt a z ženy závislý objekt. Děje se tak na všech úrovních, přizpůsobením jazyka a falešnou reprezentací. Z muže se stává subjekt a univerzální logos, jehož beztělesnost mu zaručuje absolutní svobodu. Ze ženy se stává objekt, negativní protějšek muže, kterému zbývá pouhé tělo, jež slouží k reprodukční politice. Aby povinná heterosexualita byla společností přijata, musí působit jako přirozený zákon. Naturalizuje se pomocí reprodukce genderu, jazyka, literalizace fantazií (kdy se určité části těla - penis, vagína, prsa - sexualizují a normalizují na základě ideálu genderové těla, a některé orgány se naopak umrtvují) a internalizace vnitřního zákazu, kdy se subjekt obává projevit jinou sexualitu ze strachu ze společenských sankcí.

---

<sup>25</sup> Herculine Barbin (1838-1868) byla od narození vychovávána jako žena. V 21 letech jí lékaři objevili vedle ženských pohlavních orgánů i malý penis a byla diagnostikována na muže, o deset roků později páchá sebevraždu. V roce 1970 objevil její deník Michel Foucault a roku 1980 ho publikuje s vlastní předmlouvou.

Povinná heterosexuality se tedy hlavně projevuje jako represivní orgán, který rozděluje sexualitu na „přirozenou“ a „nepřirozenou“ a formuje sociální realitu na „správné myšlení“ a „myšlení v rozdílnosti“. Hranice těla přitom chápe jako sociální hranice, přičemž vše „správné“ je uvnitř hranice a vše rozdílné se nachází vně a je vnímáno jako „špína“. (Butler, 2003, str. 180-181) Za tuto špínu označuje dominantní ideologie trans osoby a queer komunitu, která je z diskurzu systematicky vypuzována. Vzbuzuje totiž obavy, že by její chování mohlo odhalit pravdu o imaginárnosti genderu a mohla by tak narušit zdánlivou přirozenost instituce povinné heterosexuality.

Právě drag a queer osoby bere jako inspiraci ve své další knize *Bodies That Matter: On The Discursive Limits of Sex* (1993), protože se podílí na destabilizaci dominantní ideologie prostřednictvím subverzivní komedie. Tím, že performují role původně pocházející z heterosexuální kultury (butch, femme apod.) tyto pojmy převádí ze správného myšlení do nového diskurzu a odjímají jejich zdánlivou masku normality. Heterosexuality má dle Butler (1993) chybný základ už od začátku, protože je formována zákazy, regulacemi a tresty. Její performativita tak nevzniká na základě dobrovolnosti. „Ženskost není produktem volby, ale násilnou citací normy, jejíž spletitá historičnost je neoddělitelná od vztahu kázně, regulace a trestu.“ (1993, str. 232) Queer subjekt vlastním „sebe vytvářením“ genderu slouží tomuto konstruktovi jako zrcadlo, protože ukazuje pravou podstatu genderu, jíž je performance.

Ilustrovat si to můžeme na tanečním stylu voguingu dříve výhradně náležícímu afroamerickým a latinskoamerickým drag queens a později rozšířeném do populární kultury. Nicholas Mirzoeff (2018) jej považuje za příklad performativity genderu, protože cílem tanečníka je pomocí kostýmu a specifických póz v rytmu hudby znázornovat tanečníkem zvolené téma, přičemž vyhrává ten, který působí ve svém představení nejvěrohodněji. „Chtěli jste se jednoduše stát tím, za koho jste se vydávali. Úspěch vašeho vystoupení prostě spočíval v tom, nakolik nepůsobil hraně.“ (2018, str. 61) Vystoupení často obsahuje taneční figuru zastínění (shade), při které účastník nejprve kontroluje dokonalost své pózy v pomyslném zrcadle, aby ji následně použil k pokoření soupeřů a ohromení publika.

Další způsob k osvobození genderu nabízí také Irigaray (1985), která mluví o tzv. konceptu mimiker. Její klíčovou myšlenkou je to, aby se ženy osvobodily od představy, že je ženství přijímáno nedobrovolně. Jako metodu nabízí mimikry, které můžeme chápat jako techniku,

kdy “převéde me subordinaci na afirmaci, a tím ji začneme mařit.” (1985, str. 76) To znamená, že si ženy vědomě začnou hrát s mimesis ženství započne proměna celého kulturního diskurzu. Ženy v něm totiž nebudou sestávat již jako redukovaný pasivní prvek, ale zahájí aktivní odhalování toho, co mělo zůstat skryto. Koncept mimiker je tedy do jisté míry podobný voguingu s tím rozdílem, že samy ženy dobrovolně performují ženství, příkladem může být již aktivita Kruger či Rosler.



obrázek č. 18 a 19: ukázka voguingu

## 6.2 Teorie Dívky

Jak už napovídá předchozí kapitola, gender ani identita již není biologická danost, ale imaginární a pečlivě tvořený konstrukt, na němž se podílí systém moci. Řešení, jak se vymanit z procesu, kdy „nám kradou těla, aby z něho udělali organismy postavitelné do protikladu” (2010, str.311), hledá už v 80. letech Deleuze a Guattari v knize *Tisíc plošin*. Jako východisko nachází Dívku, která pro ně představuje svobodnou mezifázi před tím, než je tělo dívky ukradeno při procesu stávání se ženou. „Mladá dívka jistě není definována panenstvím, ale vztahem k pohybu a klidu, rychlosti a pomalosti, emisí částic: haecceitou. Neustále se žene do těla bez orgánů. Je abstraktní linií či linií úniku. K mladým dívkám také nepatří určitý věk, pohlaví, řád nebo vláda: spíše proklouzávají...” (2010, str. 311)

Dívka tedy neoplývá konkrétní podobou, ale zrcadlí v sobě časový úsek, ve kterém už nejsme dětmi a ve kterém ještě nejsem dospělými. Nevztahují se na ni tudíž povinnosti, jež se vyžadují po dětské, ženské či mužské identitě, takže má jedinečnou možnost jednat bez ohledu na morální či politické zásady. „Mladá dívka je jako blok stávání se, který zůstává současný vůči každému možnému protikladu, muži, ženě, dítěti, dospělému”. (2010, str. 311-312) Jak výše uvedené citáty napovídají, dívkou nemusí být pouze subjekt dívky, ale také chlapec, který později svou identitu musí proměnit při procesu stávání se mužem. Díky rychlosti a abstraktní povaze má dívka podle Deleuze a Guattariho v kultuře univerzální, nefigurativní a ahistorický charakter, který má moc „spojovat osud revoluce” (2010, str. 311) a jako příklad uvádí motiv Johanky z Arku.

Na teorii dívky navazuje francouzské hnutí Tiqqun, které v roce 1999 vydává *Podklady pro teorii Dívky*. Na rozdíl od Deleuze a Guattariho ho ale zdaleka nevnímá tak pozitivně. Dívka je pro něj kapitalistický nástroj kontroly, který přichází v době, kdy se využívání lidské práce ukazuje jako neudržitelná metoda. „Na počátku 20. let si totiž kapitalismus uvědomil, že se jako způsob exploatace lidské práce neudrží, neosídli-li zároveň vše, co přesahuje hranice striktně definované výrobní sféry. V reakci na vrženou rukavici socialismu se musel socializovat i on. Musel proto přijít s vlastní kulturou, vlastním způsobem trávení volného času, vlastní medicínou, vlastním urbanismem, vlastní citovou výchovou. “ (2019, str. 12) Reakcí na to je vznik konzumerismu jako vrcholné kultury, kterou ovládá a ve kterém se pohybuje Dívka,

kteřá představuje modelového občana. „Dívka je proto takovou bytostí, jež má k sobě samotné důvěrný vztah pouze jako k hodnotě a vše, co dělá, dělá pro vlastní zhodnocení. Vždy se bude prohlašovat jako subjekt své vlastní reifikace.” (2019, str. 15)

Dívka má možnosti vzdoru a širokou škálu banálních rozhodnutí, přičemž jakékoliv rozhodnutí je u ní ekonomické. „V dnešní době se Spektáklem přeformátované a biopoliticky neutralizované lidstvo domnívá, že někomu vzdoruje, když se nazývá „občanskou společností”.” (2019, str. 14) Obraz dívky začíná ve 20. letech 20. století v podobě flapperky, která společnosti vzdoruje uvolněnou sexualitou, a končí současným modelem angažované bioženy. Ta už dokonce ani nemá potřebu vzdorovat, nýbrž se snaží samotný systém udržet. Podívčení podle Tiqqun neuteče nikdo. Dívkou je celá společnost od „borce na diskotéce”, „hipstersky registrovaného gaye z Marais”, po ženu pracující v kanceláři. (2019, str. 12)

V době, kdy už tedy neexistuje binární dělení genderu, přichází Dívka, se kterou se může identifikovat každý, protože není podmíněná pohlavím. Představuje kapitalistickou touhu jedinců po konzumním štěstí, jež nemůže být nikdy zcela naplněno, protože se objevují neustále nové produkty.

V konceptu světa podle Tiqqun už tak neexistuje ani feminismus, ten je do kultury transformován pouze na prázdný pojem s konzumními hodnotami. „Zatímco dříve byla žena zotročena jako pohlaví, je dnes osvobozena jako pohlaví (...). Ženy, mladí lidé, tělo, jehož znovuobjevení po celých tisíciletích potlačování a zapomnění představuje skutečně ten nejrevolučnější potenciál, (...), to vše je přetvořeno v emancipační mýtus a jako takové zpětně začleněno. Ženám servírujeme obraz Ženy a mladým obraz Mladí, a prostřednictvím této formální a narcistické emancipace se nám podařilo zažehnat tu skutečnou.” (2019, str. 41)

## **7. Čtvrtá vlna feminismu**

Optimistickým obrat přináší autorky a autoři čtvrté vlny feminismu, jež se zabývají tím, jak využít populární kulturu a sociální síť k tomu, aby nesloužily konzumním cílům a reprodukci stereotypů jako doposud. Uvádíme zde koncept gagafeminismu od Halberstam a dále xenofeminismu, oba směry vychází z teorie Butler, Haraway a ze zkoumání vizuálních médií.

## 7.1 Gagafeminismus

Jestliže Tiqqun vidí celou popkulturu jako produkt Spektáklů, Halberstam v ní spatřuje protichůdné proudy - jedny kulturní konstrukt produkují, druhé je rozvrací, a právě na ty bychom se měli zaměřit. Gaga feminismus nebo také pheminismus (odvozenina ze slova *phony*), proto pojmenovává po popkulturní ikoně Lady Gaga, již se daří toto subverzivní podrývání. „Lady Gaga je symbolem nového druhu feminismu. Uznáváme její mistrnou sílu manipulace s médii, jako znamení nové světové poruchy a hlasitého hlasu pro odlišné uspořádání genderu, sexuality, viditelnosti, a touhy.” (2012, Preface) <sup>26</sup> Lady Gaga zde nepředstavuje skutečnou osobu, ale výraz společný pro všechny, kteří se nespokojí s fixním genderem, tvoří si svou vlastní identitu, rebelují proti systému a využívají pro to estetickou extravaganzu a nové technologie. „Tento feminismus je o improvizaci, kustomizaci a inovaci. Jinými slovy, gaga feminismus se nespokojí s domem, který pro ni kultura vybudovala. Musí ho strhnout, přestavět samotný význam domu v jeho formě a funkci a teprve poté postavit nový.”(2012,Preface)<sup>27</sup>

Gaga feminismus můžeme nalézt v šílenství, surrealismu, dadaismu, avantgardě, popu nebo v seriálu *SpongeBob*, v němž už neexistuje binární dělení a existuje zde nespočet identit. Halberstam se inspiruje také u dětí, které ještě nejsou poznamenány kulturním diskurzem a vytváří si své vlastní kategorie jako např. *boygirl* - spojení osoby, jež vykazuje znaky obou pohlaví. Gaga feminismu se přitom nesnaží získat moc nad stávajícím systémem a zavést svůj vlastní. Halberstam vystupuje proti jakékoliv formě vládnutí a postavení gaga feminismu

---

<sup>26</sup> „

„Lady Gaga is a symbol for a new kind of feminism. Recognizing her power as a maestro of media manipulation, a sign of new world disorder, and a loud voice for different arrangements of gender, sexuality, visibility, and desire, we can use the world of Gaga to think about what has changed and what remains the same, what sounds different and what is all too familiar, and we can go deep into the question of new feminism. (2012, Preface),,

<sup>27</sup> „This pheminism is about improvisation, customization, and innovation. The gaga feminism, in other words, cannot settle into the house that the culture has built for her. She has to tear it down, reimagine the very meaning of house in form and function and only then s/he rebuild.” (2012, Preface)



metaforicky ukazuje na šachové partii, ve které gaga představuje královnu, protože narozdíl od krále má svobodnější možnosti pohybu.

Ústřední myšlenkou Halberstam je tedy fakt, že se nacházíme v historickém období, kdy už většinová společnost tuší, že gender je pouhým kulturním konstruktem, což dokazuje i vzrůstající veřejná debata o feminismu, změnách pohlaví a odlišné sexualitě. Na druhé straně se ale politické struktury snaží o normalizaci těchto skupin a pokouší se je našroubovat do již existujících binárních kategorií například vznikem romantických komedií, jež se podílí na tvorbě nových stereotypů. Hodí se zde uvést například filmový žánr mumblecore, který pracuje s premisou - čím více se stane heterosexuální žena kompetentní (vzdělaná, s dobře placenou kariérou, dokonce i vzhledově přitažlivá) - tím je větší pravděpodobnost, že skončí s líným, neschopným mužem, který ji bude podvádět.<sup>28</sup> Dalším problémem je zobrazování homosexuálních párů podle tradičního narativu jako ve filmu *The Kids Are All Rights* (2010), kde se vytváří falešná představa, že lesbické manželství musí být stejně, ba i více sexuálně vyhaslé jako to heterosexuální a homosexuální rodiče jsou nefunkční při výchově dětí.<sup>29</sup> Proti tomuto zobrazení má vzniknout alternativní gaga kultura, jež zavrhne tradiční model rodiny, genderu a otevře kreativní možnosti k tvorbě jedinečných identit.

---

<sup>28</sup> Zde uvádí filmy jako *Cyrus* (2010, bratři Duplassovi), *Funny Ha Ha* (2002, Bujalski), *Knocked Up* (2007, Apatow)

<sup>29</sup> Podle Halberstam je třeba si na tento trend dát pozor, protože může mít ve výsledku negativní efekt na utlačované. Staví se tak proti manželství homosexuálních párů. Mocenský systém, který kdysi vytvořil manželství jako instituci povinné heterosexuality, způsobil to, že heterosexuální páry uzavřel do vyprázdněného svazku. Nepřirozenost této konstrukce dokazuje nárůst rozvodů. Mocenský systém se tak snaží transformovat podle svých hodnot heterosexuální svazky, které mají finančně obohatit kapitalismus.



Obrázek č. 20: příklad gagafeminismu v autoportrétu female gaze autorky Jaimie Warren

## 7.2 Xenofeminismus

Za xenofeminismem stojí kolektiv Laboria Cuboniks, který vznikl v roce 2014 a ústřední myšlenky představil v *Manifestu xenofeminismu* (2018), jež jsou v plném znění na jejich stránkách.<sup>30</sup> Podstatou hnutí je koncept odcizení<sup>31</sup>, který můžeme v kontextu jejich teorie vnímat jako synonymum pro osvobození se<sup>32</sup> od dominantní ideologie vytvářející maskulinní, eurocentrickou a kapitalistickou totalitu. Ta disponuje kulturními a technologickými prostředky, jimiž se podílí na útlaku žen, queer jedinců, odlišných ras, chudých tříd, čímž nakonec vytváří diskurz, v němž „se muž zaměňuje za bezpohlavní ratio, bílý za bezrasový, cis za skutečný gender.” (Laboria Cuboniks, 2018, 0x0F)<sup>33</sup> Cílem xenofeminismu je tyto technologie využít a vytvořit novou, univerzální politiku, která bude spravedlivá ke všem

<sup>30</sup> Web: <https://www.laboriacuboniks.net/>

<sup>31</sup> Xenofeminismus pochází ze starořeckého slova *xénos* = cizí

<sup>32</sup> „The construction of freedom involves not less but more alienation; alienation is the labour of freedom’s construction.” (Laboria Cuboniks, 2018, 0x01)

<sup>33</sup> „This non-absolute, generic universality must guard against the facile tendency of conflation with bloated, unmarked particulars—namely Eurocentric universalism—whereby the male is mistaken for the sexless, the white for raceless, the cis for the real, and so on.” (Laboria Cuboniks, 2018, 0x0F)

a přispěje ke zrušení repetitivní práce, jež vykořisťuje ženy a jiné podhodnocené skupiny namísto toho, aby využily svůj čas přínosně. Jednotlivé fáze xenofeministické transformace společnosti lze rozdělit podle třech směrů, které se syntetizují v tomto hnutí: v technomaterialismu, anti-naturalismu a genderovém abolicionismu. (Hester, 2018)

### **Antinaturalismus a genderový abolicionismus**

Proces denaturalizace a genderového abolicionismu rozvíjí teorii Judith Butler v otázce zrušení binárního dělení pohlaví a pochopení genderu v jeho různorodosti a mnohotvárnosti. Podle Helen Hester (2018) současná kultura tíhne k fetišizování přírody, kterou zbožšťuje a vnímá jako neměnnou danost, do níž lidstvo nemůže zasahovat. Tento fetiš je historicky zakódován a utlačuje ženy i queer skupiny, protože do centra dějinného pokračování staví plození a rodičovství. Hodnotu ženy tak redukuje na to, zda je schopna porodit dítě a snižuje význam queer osob, protože nemohou biologickou cestou založit rodinu. Snaží se jim také namluvit, že jsou tzv. defekty přírody, a že se nedá dělat nic jiného než se s tímto statutem smířit. Jde přitom o alibismus, protože se systém sám podílí na inženýrství přírody, například výdejem antikoncepce nebo regulací porodnosti (uvádí zde sterilizaci afroamerických otrokyň v minulosti). Společnost je proto třeba denaturalizovat, čímž dojde ke zrušení binárního dělení a kulturní homofobie. „Biologie není osud, protože biologie sama o sobě může být technologicky transformována a měla by být transformována ve snaze o reprodukční spravedlnost a progresivní transformaci pohlaví.“ (Hester, 2018, str. 22)<sup>34</sup> Antinaturalismem dojde k jedné významné věci, kterým je zrušení označení žena a muž, protože v novém diskurzu, v němž bude existovat bezpočet genderových identit, budou postrádat význam.

### **Technomaterialismus**

Jak píše Hester (2018), technologie nesmíme vnímat nekriticky a už vůbec ne neutrálně. Jsou vždy tvarovány ideologií, jež se podílí na jejich vzniku a výrobě za nějakým skrytým účelem,

---

<sup>34</sup> „Biology is not destiny, because biology itself can be technologically transformed, and should be transformed in the pursuit of reproductive justice and the progressive transformation of gender.“ (Hester, 2018, str. 22)

čímž je aktuálně diverzifikace společnosti na zubožené dělníky v zemích třetího světa (např. děti těžící coltan v Kongu) a ty, kteří mají přístup k technologiím a moc skrze ně kontrolovat jiné skupiny. Záměrem je tudíž depetrifikace společnosti pomocí technologie, která by měla být odcizena dominantní ideologii a zasazena do nového, xenofeministického rámce. Cílem Laboria Cubonics je vytvoření prostoru s otevřenými zdroji a volným přístupem k farmaceutickým a reprodukčním prostředkům, které usnadní život ženám a queer - jsou jimi například dostupnost hormonálních léků pro trans osoby bez psychiatrického vyšetření nebo snadnější a cenově přívětivější možnosti interrupce. Psychiatrie a lékařské instituce jsou tady totiž vnímány jako normalizační gatekeepři, kteří jedince při procesu proměny patologizují a stigmatizují.

Pro účely naší práce je ale zajímavá jejich snaha o vytvoření nového jazyka (včetně toho vizuálního), který by měl nově instrumentalizovat sdělení a umožnit vznik nových reprezentací na sociálních sítích. Zde chce manifest navázat na nezdařilý proces, který v 90. letech minulého století započal kyberfeminismus, a tedy o infiltraci kyberprostoru pomocí sémiotických znaků a jiných prostředků, které budou podvracet ideologii genderu. Současný virtuální prostor neplní totiž své funkce a spadá pod inženýrství stávající kultury: „Klíma současných sociálních sítích se prudce stočilo jiným směrem a stalo se divadlem těchto poklonků k identitě.”<sup>35</sup> (2018, 0x0C) Záměrem přitom není vznik zcela nové vizuální kultury, která by ležela vně stávajícího systému, protože to podle Laboria Cubonics nepřinese kýžený výsledek. Upřednostňují manipulaci se současnými sémiotickými a kulturními znaky jako například memy.

Tezi xenofeminismus o sociálních sítích podporuje také řada výzkumů například kvalitativní analýza Feltmana (2018) z University of Tennessee, která na vzorku 561 žen mezi 18 až 35 let zkoumala roli Instagramu na vzniku sebeobjektivizace. Studie ukázala, že zvýšené používání Instagramu přímo vede ke zvýšení sebeobjektivizace, internacionalizace kulturních standardů krásy a zároveň k tendenci ke srovnávání se na základě vzhledu. Omezení času stráveného na sociální síti naopak vedlo k větší rezistenci. Uživatelky, jež uvedly, že vyznávají feministické hodnoty byly k sebeobjektivizaci také méně náchylné. Přestože

---

<sup>35</sup> „The climate of contemporary social me-dia has swung forcefully in the other direction, and has become a theatre where these prostrations to identity are performed.“ (Laboria Cuboniks, 2018, 0x0C)

Instagram nabízí základní pravidla pro ochranu komunity (viz. pozn. pod čarou)<sup>36</sup>, je zřejmé, že nesouvisí s touto problematikou.

## 8. Kontext módních magazínů

### 8.1 Vývoj módních časopisů

Vznik módních časopisů se datuje do začátku 19. století<sup>37</sup>, tehdy se ale jedná o periodika s úzkou cílovou skupinou určenou pro ženy z elitních kruhů. Obdoba současných módních magazínů se podle Brewarda (1994) objevuje až mezi lety 1870 a 1890, kdy se nejprve vydávají v evropských zemích a později se dostávají do Spojených států. Jak dále uvádí, jejich zrod souvisí se sociologickými a technologickými změnami jako byla inovace tisku, která snížila cenu periodik, a nárůst gramotnosti. (1994) Díky těmto aspektům byly módní magazíny dostupné i pro ženy z nižší a střední třídy. Remoortel (2017) považuje tento moment za zásadní z hlediska módy a ženských dějin, jelikož se „ženství“ stalo prakticky proveditelné pro všechny ženy a přestalo být luxusní výsadou: „Nové magazíny se aktivně zaměřily na ženy jako spotřebitelky a praktikantky stylu, a poskytly jim pocit kontroly nad jejich veřejnými identitami.“ (2017, str. 269)<sup>38</sup>

Spotřebitelský potenciál této nově vznikající skupiny čtenářek vycítily reklamní agentury, které skrze nové médium začaly inzerovat módní produkty a předměty do domácnosti. Děly tak převážně skrze ilustrace (později také fotografie), které dominovaly nad texty. Dále se zde formoval kult modelek a hereček, které sloužily čtenářkám jako nové vzory (role models) a osvědčily se pro prezentaci módních či zkrášlujících předmětů. (Beward, 1994) Z těchto důvodů nemůžeme podle Brewarda (1994) vnímat vznik módních magazínů zcela pozitivně.

---

<sup>36</sup> „Víme, že někdy lidé chtějí sdílet obrázky nahoty, které jsou ze své podstaty umělecké nebo kreativní, ale z mnoha různých důvodů nahotu na Instagramu nepovolujeme. Mezi takové obrázky patří fotky, videa a digitálně vytvořený obsah, které znázorňují sexuální styk, genitálie a detailní záběry zcela odhaleného pozadí. Výjimkou nejsou ani určité fotky ženských bradavek, ale fotky zjizvení po mastektomii a fotky kojících žen jsou povoleny. Nahota na fotkách obrazů a soch je taky v pořádku.“ (Instagram Community Guidelines, online)

<sup>37</sup> Beward (1994) jako příklad udává periodikum *La Belle Assemblée* z roku 1806.

<sup>38</sup> „The new magazines actively targeted women as consumers and practitioners of style, granting them an unprecedented sense of control over their public identities.“ (Remoortel, 2017, str. 269)

Podílely se na ustanovení nového stereotypu ženství v konzumeristické společnosti, kterým byla materiální ženská kultura, a upevňování mýtu o ženském narcismu. Jak vyplývá z jeho výzkumu, obsah módních magazínů z roku 1860 podporuje dělení genderu na veřejnou (mužskou) a soukromou (ženskou) sféru vyobrazením žen v domácím prostředí. O deset let později sice módní magazíny začínají ztvárňovat modelky ve veřejném prostředí kaváren či nákupních galeriích, jak ale uvádí Breward (1994), jednalo se o upevňování genderových rolí tím způsobem, že ženám bylo poskytnuto zdání svobodné volby a seberealizace podílením se na konzumním způsobu života. Módní magazíny zároveň plnily funkci eskapismu a skýtaly ženám možnost na krátko uniknout z jinak rutinního života na předměstí.<sup>39</sup> Některé odborné texty (Remoortel 2017; Bertazzo 2018) považují funkci módních časopisů ve viktoriánské éře naopak za přínosnou, jelikož vedle oblékání podporovaly také edukaci žen a nabízely texty od významných spisovatelů. Přínos na tom měly tehdejší editorky, které patřily ke vzdělaným ženám mluvícím několika jazyky a propagujícím ženská práva.<sup>40</sup>

V otázce feminismus je role módních magazínů problematická i ve 20. století, protože na jednu stranu existují fotografie vyobrazující ženy v dominantních pózách, a na druhé straně se lze setkat s obsahem podporujícím tradiční hegemonické ženství, kde ženy slouží jako pasivní a sexuálně dostupné objekty. (Crane, 1999) Crane tento ambivaletní charakter módních časopisů vysvětluje tím, že se na produkci podílí různé agendy s odlišnými zájmy. Redakce módních magazínů tak musí vycházet vstříc komerčním požadavkům reklamních partnerů, ale zároveň přinášet zajímavý obsah pro čtenářky s rozdílnými zájmy a postoji.

## 8.2 Vývoj časopisů *Harper's Bazaar* a *Vogue*

Časopisy *Vogue* (vydavatelství Condé Nast) a *Harper's Bazaar* (Hearst Corporation) patří k tradičním módním médiím, které popisujeme v předchozí kapitole. Vznik obou periodik sahá až do 19. století. První číslo *Harper's Bazaar* bylo vydáno roku 1867 s podtitulem „Repozitář módy, potěšení a instrukcí“<sup>41</sup> bratry Wesleyovými a Fletcherem Harperem. Inspirací pro ně

---

<sup>39</sup> Fakta o vývoji a kontextu módních časopisů v 19. století používáme z textu Brewarda (1994).

<sup>40</sup> Za příklad uvádíme editorku *Harper's Bazaar* Mary Louise Booth, která byla zároveň první ženskou reportérkou pro *The New York Times*. Za svého působení v *Harper's Bazaar* nabízela vedle článků o vaření a domácnosti texty podporující aktivity sufražetek či kariérní rozvoj žen. Uvádí se, že uměla francouzsky, německy a ovládala latinu. (Bertazzo, 2018)

<sup>41</sup> „A repository of fashion, pleasure, and instruction.“(Mooallem, 2016, [online])

byla německá publikace *Der Bazar: illustrierte Damen-Zeitung*, jež vedle kulturních a naučných článků obsahovala i informace o trendech v účesech a oblékání doplněných o ilustrace. Tento formát měl sloužit pro nově vznikající americkou vyšší střední třídu, u které se těšilo oblibě „vše pocházející z Evropy.” (Mooallem, 2016, online) Za stejným účelem vzniká roku 1892 magazín *Vogue*, jež zakladatel Arthur Baldwin Turnure vydává pro newyorskou společenskou elitu a obsahem jsou recenze knížek, divadelních her, cestopisné a umělecké články, a také nauka o etiketě včetně správného oblékání pro ženu a muže. Roku 1909 časopis odkupuje vydavatelství Condé Nast a přetváří ho na módní časopis určený pro cílovou skupinu žen. Později se rozšiřuje i do Evropy, poprvé je tištěn ve Velké Británii (1916), ve Francii (1920) a do Itálie přichází v 60. letech. Díky vzrůstající oblibě módních magazínů se stanou pravidelnými přispěvateli významní fotografové jako Irwin Penn, Guy Bourdin, Richard Avedon, Helmut Newton nebo Peter Lindbergh. (Augustyn, online). V současnosti spadají oba časopisy pod nadnárodní korporace s lokálními mutacemi po celém světě.

*Vogue* a *Harper's Bazaar* jsou od začátku svého vzniku přímými konkurenty, jelikož cílí na stejnou skupinu čtenářek, kterými jsou zejména ženy z vyšší třídy, později se orientují také na širší ekonomickou skupinu. Nabízí proto i velmi podobný obsah. (Bertazzo, 2018) Zásadní období pro ně nastává ve 20. - 30. letech 20. století díky technickým inovacím, které umožnily snadnější přístup a reprodukci fotografií, které postupně zcela nahrazují ilustrace. Právě fotografie nabídne kýžený pocit realismu umožňující snadnou identifikaci čtenářek s modelkami. V této éře jsou modelky fotografované z celkového záběru a mají odpovídat modernistickému konceptu krásy. Jsou proto zachycované v pohybu, při sportovních aktivitách či cestování. Později začínají tvůrci módní fotografie využívat prvků výtvarného umění (např. surrealismu či romantismu) a ustanovují představu o iluzorní moci módy, jež dokáže každé ženě dodat status krásy a bohatství. (Lakoff, Scherr, 1984; Crane, 1999)<sup>42</sup>

Ideologické směřování je patrné dále v 50. a 60. letech, kdy dochází k větší profesionalizaci zaměstnanců módních magazínů a ke kompletní mytologizaci moderní krásy. Jak popisují Lakoff a Scherr (1984), modelky v té době již nevypadaly realisticky jako čtenářky a stávají se z nich „Venuše” stvořené moderní technologií<sup>43</sup>, jež uspokojí mužský pohled a v ženách

---

<sup>42</sup> Ke shrnutí vývoje magazínů jsou použity poznatky od Lakoffa a Scherra (1984, str. 69 - 114) a z textu Crane (1999, str. 545-546)

<sup>43</sup> Lakoff a Scherr (1984) v textu přirovnávají modelky z magazínů k novodobým Venuším objevujícím se ve výtvarném umění.

probudí touhu „přetvořit sebe v tento obraz“ (1984, str. 114). Fantazijní efekt je vyvolán silným líčením, netradičními lokacemi a později také retuší. Navzdory tomu je ale stále kladen primární důraz na oblečení a zřídka se objevuje nahota. (Crane, 1999)

To se mění na sklonku 70. let, kdy v módních magazínech narůstá počet reklamního obsahu a většina inzerce se orientuje na mužský pohled. Obsah magazínů vytváří dojem, že produkt je možné prodat pouze v případě, když je modelka sexuálně provokativní. Upřednostňuje se velmi mladý věk modelek, jejichž tělo je objektivizováno a foceno v pasivních pózách. (Lakoff, Scherr, 1984) Jak dále udává Crane (1999) tento trend pokračuje v 80. letech, kdy je zcela běžná částečná nahota a fotografie se spíše soustředí na záběry ženského těla (prsa, nohy) než na oblečení.

### 8.3 Vývoj časopisů *Dazed*, *i-D* a *Vice*

Jako alternativa vůči těmto konzervativním médiím vznikají britské časopisy *The Face*, *Arena* nebo *i-D* nabízející zcela nový přístup ovlivněný subkulturní estetikou punku, grunge a bouřící se vůči stávajícím obrazům ženství a mládí prezentovaných v tradičních módních magazínech. Jejich cílem bylo nabídnout realistický pohled na mladou generaci se všemi problémy, se kterými se musela potýkat.<sup>44</sup> Tyto magazíny se ustanovují v 80. a 90. letech a etablují se v nich noví tvůrci jako Corinne Day nebo Juergen Teller. (Gandee, 1994) Přestože nikdy nezaznamenají masovou čtenost, jejich vliv je patrný, a to ve schopnosti formovat módní průmysl včetně konzervativnějších periodik, které se snaží přizpůsobit svůj obsah a oslovují pro spolupráci nové autory. Obliba těchto průkopnických titulů spočívá zejména v inovativním přístupu k módě, kterou propojují s politickými tématy, konzumerismem, fotožurnalistikou, čímž vzniká postmoderní vizuální styl, jež vedle estetické funkce splňuje také schopnost odhalovat společenské problémy a nabízet nový pohled na realitu. (Hartley, Rennie, 2004) Právě díky těmto subkulturním referencím si magazíny získaly popularitu u čtenářů z řad teenagerů, přesto na začátku 21. století část těchto periodik zaniká (např. *The Face*, *Arena*, *Raygun*), jelikož postrádají aktuálnost a vyžadují reinvenci. (Barrett, 2004) Čtenost a oblibu si

---

<sup>44</sup> Tellerovo vyjádření pro *Vogue* v roce 1994: „We are not this generation of finding a girl with tons of jewelry attractive - nobody has to have some bloody nose job and breast implants. We live in very hard times, and that's why the people in my pictures maybe look a bit fucked-up (...). Because life is tiring.” (Teller in Gandee, 1994, str. 382)



do současnosti zachoval již zmiňovaný dvouměsíčník *i-D* (1980) spadající pod vydavatelství Vice Media, dále britský dvouměsíčník *Dazed* (oficiálně *Dazed and Confused*) publikovaný od roku 1991 nezávislým vydavatelstvím Dazed Media a kanadský *Vice* se sídlem v New Yorku, jehož existence se datuje od roku 1994 a stejně jako *i-D* náleží pod společnost Vice Media.

## Metodologická část

Kultura se významně podílí na vytváření normativní reprezentace ženy. Tyto obrazy, často tvořené patriarchálním diskurzem, mohou obsahovat stereotypy, podílet se na konstruktivním ženském a mýtu, což dokazuje řada konceptů v teoretické části. Dále jsme na základě příkladů ilustrovali, jak se tyto vizuální znaky reprodukuje napříč historií z výtvarného umění do reklamní a mediální produkce. V minulých kapitolách jsme se také snažili zdůraznit problém nedostatečně silné alternativní reprezentace, která by stavila do kontrastu tu stávající, takže řada žen včetně ženských tvůrkyň se internalizuje s mužským pohledem a samy dále stereotypy reprodukuje. Schopnost rozklíčovat význam vizuálního sdělení je přitom velmi důležitá už z toho důvodu, že vizualita v současném online čtení mediálního obsahu hraje rovnocennou, ba i dominantní roli nad textem a můžeme předpokládat další vývoj tohoto trendu (Szabó, 2016).<sup>45</sup> Jako vhodný metodologický rámec pro naši práci považujeme sociálně sémiotickou analýzu, protože nevnímá fotografii indexikálně jako soubor reálných faktů, ale odhaluje její interpretační a ideologickou povahu, kterou do ní vkládá tvůrce a také divák obrazu. (Leeuwen, Jewitt, 2001)

---

<sup>45</sup> Diplomové práce se primárně nezabývá vizuálním online obsahem, ale předpokládáme, že zkušenost z online čtení ovlivňuje i vnímání tradičních médií vzhledem k tomu, že sociální sítě a online obsah tvoří pro většinovou populaci jeden z dominantních informačních zdrojů.

## 9. Sociálně sémiotická analýza

Tato kvalitativní analýza se formuje od 80. letech 20. století s vydáním titulu *Language as Social Semiotic* (1978) od Michaela Hallidaye a slouží jako revize k tradiční sémiotické analýze, která předpokládá, že významy jsou fixně uložené v textu a mohou být vždy stejně dekódovány jakýmkoliv analytikem se znalostí kódovacího systému. Jak uvádí Robert Hodge a Gunther Kress v *Social Semiotics* (1988), přístup tradiční sémiotiky je nesprávný, protože opomíjí sociální prostředí, jež formuje utváření významů a efekt vyvolaný působením obrazu na diváka. Do sémiotiky tak přináší výzkum kontextu jako jedné ze složek při utváření významů. Pro naši práci je přední systém vytvořený Theo van Leeuwenem v knize *Introducing Social Semiotics* (2005), která vychází z podrobného výzkumu filmových studií, ikonografie, dějin umění, magazínů, novin, a nabízí tak široký přístup k této tématice.

Mezi klíčové termíny náleží *znak*, jež je vypůjčený z tradiční sémiotiky, v sociální sémiotice však nabývá jiné povahy, protože vztah mezi označujícím (formou) a označovaným (významem) nechápe jako arbitrární. V sociální sémiotice jsou znaky neustále přetvářeny při kontaktu se sociálním prostředím, takže fotograf či umělec znaky nevybírá z nějakého pomyslného katalogu, nýbrž je vytváří svým individuálním pohledem na věc. Sociální sémiotika tudíž místo znaku raději používá pojem sémiotického zdroje, který propojuje svou reprezentaci (jak se znak konvenčně používá) s jeho aktuálním užitím. Když chceme například něco vyslovit, použijeme náležitá slova, ale jejich význam můžeme pozměnit nonverbálními znaky jako tónem hlasu a grimasou. (Leeuwen, 2005, str. 117-119).

Leeuwen (2005, str. 93-116) zároveň udává, že výběr zdrojů nemůže být zcela nahodilý - volbu vždy omezuje dostupnost tvůrce ke zdroji a také regulace zdrojů v určitém normativním diskurzu, který určuje pravidla pro jeho používání (např. diskurz genderu, sociální třídy, rasy apod.), ty však nejsou neměnné. Za třetí podstatný termín se považuje koncept multimodality a módů. (Leeuwen, 2005, str. 179; Bezemer, Jewitt, 2009) Multimodalita se zde vysvětluje jako systém sloužící k pochopení významu vizuálního sdělení bez průvodního textu nebo bez vysvětlení tvůrce obrazu. Činí tak prostřednictvím módů, jež můžeme definovat jako soubor reprezentačních významů, jejichž podobu formuje kultura. Osvojování si módů komunikace probíhá tehdy, když se identifikujeme s určitou skupinou, proto jejich významy nemusí být chápány stejně napříč společnostmi a jejich užití se bude lišit v závislosti na kultuře. (Bezemer,

Jewitt, 2009) Před samotnou analýzou se proto doporučuje prozkoumat, jaké módy používá námi zkoumaná skupina, a to prostřednictvím historie a diskurzu, což jsme provedli v teoretické části.

### **Reprezentační význam**

Pro analýzu použijeme systém vytvořený Kressem a van Leeuwenem, popsáném v titulu *Handbook of Visual Analysis* (2001), ve kterém význam sémiotických znaků hodnotí na základě tří meta funkcí (reprezentačního, interaktivního a kompozičního významu) a dalších podfunkcí, které pod ně spadají. Zde je důležité dodat, že vizuální znaky se neřídí stejnými pravidly jako ty verbální, protože se nešíří časovou posloupností slova za slovem jako při čtení textu či komunikaci. Váží se na prostor a na diváka, tudíž působí simultánně. Abychom tedy mohli pochopit, jaký je mezi jednotlivými zdroji vztah a co představují, zkoumají se z hlediska orchestrace znaků (viz. reprezentační a kompoziční význam) a modality. (Bezemer, Jewitt, 2009) Reprezenční význam hlavně určuje to, zda mezi participanty na fotografii, ať už abstraktními či konkrétními, vzniká vztah narativní nebo konceptuální. Narativní interakce se zpravidla ztvárňuje pomocí vektoru a znaky zde znázorňují akci, proces či události. Jak dodávají Jewitt a Oyama (2001, str. 141), důležité je si všimnout také toho, kdo z participantů se podílí na tvorbě vektoru a kdo ho přijímá. Podle jejich výzkumů jsou tvůrci většinou mužští aktéři, jež jsou na obraze reprezentováni dominantněji než ženy nebo se umisťují na lepší pozice (např. do levého horního rohu). Konceptuální funkce naopak používá participanty k tomu, aby reprezentovali nějakou obecnou kategorii, takže zpravidla nesou symbolickou hodnotu. Většinou jsou umisťováni do středu obrazu a navazují kontakt s divákem.



Obrázek č. 1 a 2: příklad narativního a konceptuálního významu

## Interaktivní význam

Tato funkce slouží k vytváření vztahu mezi sémiotickými znaky a diváky. Klíčovými prvky jsou zde kontakt, vzdálenost a úhel pohledu. Zde je především důležité si všimnout, zda participant navazuje oční kontakt s divákem nebo zda se dívá jinam, pohled aktéra totiž určuje nabídku či poptávku. Ten, kdo s námi navazuje kontakt, vytváří poptávku, jelikož od diváka něco vyžaduje (např. akci, pozornost). Odvrácený zrak naopak aktéra odosobňuje, transformuje ho v nabídku, například informační ve smyslu služeb nebo ekonomickou v podobě inzerce produktu. Podle Jewitt a Oyama (2001, str. 146) jsou ženy zpravidla vyobrazované v podobě nabídky a mužům náleží kategorie poptávky. Interakci s publikem nadále určuje vzdálenost aktéra od diváka, přičemž platí, že čím blíže k nám participant je, tím více si můžeme všimnout jeho individuálních rysů, osobnosti, a tím více reprezentuje touhu či snahu být součástí sociální skupiny diváka nebo ho tvůrce adresuje primárněmu divákovi. Detailní záběr ve fotografii se používá tradičně k navázání intimní atmosféry, polocelek vytváří sociální vztah s divákem a dlouhý záběr značí formální vztah. Posledním klíčovým aspektem je úhel pohledu, který ukazuje aktérovu dominanci či významnost ve vztahu s divákem. Podle van Leeuwena (2005, str. 204) umístění nahoru či dolů souvisí s ideologickým rámcem, kdy to nahoře již historicky asociujeme se sluncem, věčností a božstvem, oproti tomu spodní část obrazu se zemí, procesem rození a smrti, a proto pozitivní sdělení či elity se fotí z nízkého úhlu

apod. Příliš nízký úhel ale také může značit odtržení od reality, a naopak vysoký úhel pozitivně ukazovat aktérovu schopnost být “nohama na zemi”.

## **Kompoziční význam**

Poslední metafunkce analyzuje obraz na základě čtyř složek: informační hodnoty, rámování, význačného rysu a modality. Text tradičně čteme z levého horního rohu do pravého dolního rohu, stejně tomu tak je i u vizuálního sdělení, kdy tvůrce umisťuje důležitý a známý znak do levého horního rohu (například název novin), aby přilákal pozornost a přiměl čtenáře k dalšímu čtení. V pravém dolním rohu se pak objevuje méně známé, nové nebo detailnější sdělení. Rámování v sociální sémiotice se týká toho, zda jednotlivé znaky tvoří soudržnou, koherentní interakci nebo jsou v konfliktu, čehož můžeme dosáhnout užitím juxtapozice, kontrastu nebo prázdného místa. Propojení se naopak docílí užitím vektoru, podobné barevnosti, rytmu nebo opakováním forem. (Jewitt, Oyama, 2001, str. 147-148) Význačný rys úzce souvisí s modalitou, kdy určujeme vztah mezi jednotlivými zdroji pomocí intenzity podle nízké a vysoké modality. Vysoká modalita se většinou značí vysokým kontrastem, ostrostí, osvětlením a slouží ke zdůraznění, upozornění diváka. Nízká modalita může mít naopak charakter touhy, snu či vytvoření emotivnosti. Leeuwen (2005, str. 166) to ilustruje na příkladu reklamy na brýle (viz. obrázek č. 3), v němž rozostřená enigmatická žena v tmavém prostředí ilustruje to, čím můžeme být a ostře nafoceny produkt nám ukazuje, jak tohoto ideálu můžeme docílit.

Dále ještě znaky na základě modality rozděluje na abstraktní, naturalistické a sensorické. Naturalistická modalita využívá všech konvenčních metod k navození pocitu reálného okamžiku, účelem je u diváka navodit pocit věrohodnosti, naturalismu a vzbudit emoce. Abstraktní modalita je tomu opakem a jak Leeuwen napsal: „Ve vizualitě platí, že abstraktní obraz rovná se obraz pravdy.” (2005, str. 168) Obrazem pravdy se totiž historicky chápe to, co ukazuje pouze podstatu sdělení a neodvádí pozornost detaily, ve vrcholné podobě se s nimi můžeme setkat ve formě grafů. Na pomezí obou zmíněných forem je sensorická modalita využívající barev, hloubky ostrosti a kompozice k navození vizuálního potěšení, kýženým efektem je vyvolání pocitu snění, jiné dimenze nebo alternativní reality. Setkat se s nimi můžeme například v reklamním sdělení, surrealismu, uměleckých fotografiích či artových filmech.



Obrázek č.3

## 10. Výzkumný vzorek: Autorky female gaze fotografie

Jak už jsme uvedli v úvodu, naším cílem je analýza fotografií autorek, jejichž tvorba se zabývá reprezentací žen v populární kultuře, dekonstrukcí ženských stereotypů ve vizuální kultuře a nastoluje novou podobu vizuality mající vliv na další generaci tvůrců. Jelikož se diplomová práce omezuje na snímky publikované v módních magazínech či přímo souvisí s módní produkcí, náš vzorek představuje pouze úzký výsek z široké tvorby zmíněných autorek, přesto se skrze selekce fotografií snažíme nastínit základní přehled jejich činnosti. Dalším záměrem je komparace starších umělkyně s těmi současnými<sup>46</sup>, které zpracovávají podobnou tematiku jako jejich předchůdkyně. Výsledkem pak bude zhodnocení, jak se tato témata vyvíjí, proměňují v době a zda se v nich popřípadě vyskytují nové trendy. Výzkumné otázky jsme tedy stanovili následovně:

---

<sup>46</sup> Cindy Sherman i Nan Goldin patří stále k aktivním a tudíž současným autorkám. Pojem *současný* tady ale používáme ve významu fotografek náležejícím k nové, mladší generaci.

## **VO1: Jaká témata se vyskytují v tvorbě vybraných autorek?**

## **VO2: V čem se liší a v čem naopak shodují témata starších tvůrkyň se současnými female gaze autorkami?**

První zkoumanou dvojicí jsou americká fotografka Cindy Sherman a švédská umělkyně Arvida Byström, které se ve svých dílech zabývají performancí genderu, stereotypním zobrazením žen v populární kultuře a dominantním výrazovým prostředkem je u nich žánr autoportrétu. Přestože ani jedna z nich nezačala fotografováním módy, záhy se z nich staly autorky publikované a oslovované magazíny. Cindy Sherman vybíráme z toho důvodu, protože jako jedna z prvních umělkyně proslula použitím autoportrétu k zahájení debaty o sociální roli ženy. Arvidu Byström volíme jako zástupkyni současné female gaze generace díky četnosti výskytu ve vybraných magazínech a relativně bohaté umělecké činnosti.

Druhou dvojicí jsou fotografky Nan Goldin a Petra Collins, jejichž práce bývá často srovnávána díky dokumentárnímu charakteru a fotografování života mladých lidí včetně dospívajících dívek. Z feministického hlediska je přínosná jejich schopnost zprostředkovat odlišný pohled na ženství a navázání intimního vztahu s fotografovanými subjekty. Obě byly několikrát přizvány k fotografování módních editorialů a komerčních projektů.

Posledními analyzovanými autorkami jsou britské tvůrkyňe Corinne Day a Harley Weir, které jako jediné z vybraných patří k výhradně módním tvůrkyním. Corinne Day výrazně proměnila vzhled módních fotografií a její vliv je patrný dodnes v tvorbě současných umělkyně. Jako první autorka úmyslně spojuje dokumentární žánr s módní tvorbou, na stránkách magazínů nabízí pohled na odlišnou ženskou reprezentaci a tím dekonstruuje ideál krásy a koncept módní fotografie jako zprostředkování snu. Harley Weir patří v současnosti k nejvyhledávanějším mladým autorkám a podobně jako Day vnáší do módy prvky realismu a nové podoby reprezentace žen v módním průmyslu.

Do analytické části vybíráme pouze ty fotografie, které byly publikované v magazínech *Harper's Bazaar*, *Vogue*, *i-D*, *Vice Magazine* a *Dazed* nebo na jejich online mutaci, přičemž hlavní důraz klademe na materiály poskytnuté v tištěném médiu, pokud vzorek není dostačující, obracíme se na digitální verzi. Tuto metodu volíme kvůli špatné dostupnosti některých tištěných čísel. Používáme snímky, které buď souvisí s uměleckou tvorbou autorky nebo editorialy. Pokud se jedná o volnou tvorbu, vybíráme z článků pouze tu, která dobově

souvisí s aktuální prací autorky, jelikož se kulturní konstrukt váže vždy na určité historické období. Vyřazujeme tudíž texty, jež například shrnují celoživotní přínos včetně fotografií ze všech období. Vyřazujeme také reklamy, protože jsou v magazínech publikovány v rámci inzerce a nesouvisí s obsahem média. Módní editorially jsou zpravidla neplacené a slouží tvůrcům ke zvýšení prestiže či prezentace jejich stylu. Jedná se o druh fotoeseje, v níž se prostřednictvím vizuálních prvků vytváří příběh nebo sděluje nápad, koncept, téma. U každé autorky analyzujeme tři fotografie, dohromady tedy 18 fotografií.

Volíme takové snímky, které nejlépe reprezentují určitý úsek jejich tvorby. Naším záměrem je vytvořit průřez tvorbou odpovídající vývoji jejich témat od rané činnosti po pozdní. Jednu fotografii z výběru pak detailněji analyzujeme pomocí sémiotické analýzy s užitím feministických konceptů. Každé analýze předchází krátká biografie autorky a naše interpretace objevujících se témat v určitém fotografického cyklu.

## 11. Výzkumný vzorek: Korpus vizuálního materiálu

Jelikož praktická část analyzuje díla umělkyň tvořících od 70. let 20. století a zároveň snímky velmi současných autorek, chtěli jsme zvolit takový korpus vizuálního materiálu, který obsáhne celý tento časový úsek a nalezneme v něm dostatečný počet fotografií. Chtěli jsme také udržet koherenci výzkumu výběrem tematicky stejně zaměřených médií.<sup>47</sup> Jelikož se zabýváme female gaze tematikou, jako vhodná volba se jevily módní časopisy, protože jejich obsah převážně tvoří fotografie žen a podílí se na reprezentaci genderových identit.

Rozhodli jsme se proto pro výběr tradičních módních časopisů, jež jsou na mediálním trhu dlouho, a průkopnických periodik formujících se v 90. letech 20. století, které jsou zásadní pro novodobý vývoj módní a dokumentární fotografie. (Harley, Rennie, 2004) Jako zástupce první skupiny volíme *Harper's Bazaar* (americkou verzi) a *Vogue* (americkou, britskou a italskou verzi) vzhledem k jejich významnému postavení v módním průmyslu a relativně snadné dostupnosti archivních čísel. Jak již uvádíme v teoretické části (viz. kapitola 8.2), oba magazíny byly založeny v 19. století, měly značný vliv na vývoj módní fotografie a konstrukci moderního konceptu krásy a ženství. Přestože jsou vnímány spíše jako konzervativnější periodika, z rešerší víme, že v minulosti spolupracovaly s feministickými umělkyněmi či o nich publikovaly

---

<sup>47</sup> Z toho důvodu jsme se rozhodli nehledat fotografie ve zpravodajských médiích (např. archivu *The New York Times*).



články.<sup>48</sup> Jako zástupce průkopnických časopisů z 90. let volíme časopisy *Dazed*, *i-D* a *Vice*, protože si zachovaly existenci až do současné doby, fungují také jako online média a jejich obsah je snadno dostupný. Jejich cílem je redefinice módy o nové náměty včetně aktuálních společenských témat (Harley, Rennie, 2004), proto jsme předpokládali, že se budou zabývat také tématy female gaze fotografie a feminismu. Tento předpoklad byl potvrzen rešerší. Autorka práce vybírala fotografie z veřejně dostupných online zdrojů, digitalizovaných archivů módních časopisů dostupných přes databázi ProQuest (zkušební verze), digitalizovaného archivu vydavatelství Condé Nast, tištěných čísel přítomných v knihovnách UMPRUM, FAMU a individuálně získaných periodik.

## Praktická část

### 12. Analýza fotografií: Cindy Sherman a Arvida Byström

#### 12.1 Cindy Sherman

Cindy Sherman je feministická umělkyně, která svou tvorbu založila na dekonstrukci ženské reprezentace ve společnosti a činila tak skrze autoportréty, v nichž se stylizovala do stereotypních rolí a různými technikami se snažila nabourat divákův pohled na zobrazené aktérky. K nejznámější sérii této produkce patří cykly *Untitled Film Stills (1977-1980)* a *Centerfold (1981)*, v nichž se skrze imitaci transformuje do řady klišé, jež jsou hluboce zakotveny v naší společnosti (např. žena kariéristka, sex symbol, školačka apod.). V pozdější tvorbě se zabývá performativitou genderu, což ukazuje například série *Sex Pictures (1992)*, ve které pomocí protetických pomůcek poukazuje na sexualizaci částí těla v pornografii a mainstreamové kultuře. Důležité je také zmínit její zájem o vyobrazení žen v módním průmyslu, který je patrný již v dobách vysokoškolského studia, kdy vytvořila parodickou verzi obálky *Vogue* z roku 1975, na níž imitovala modelku Jerry Hall (obrázek č.4)

---

<sup>48</sup> Harper's Bazaar například v 90. letech spolupracuje s umělkyní Barbarou Kruger, která je součástí teoretické části práce. (Harper's Bazaar, February, 1994)

Přestože raná práce Sherman vzniká už v 70. letech 20. století a první fotografie veřejně vystavuje v neziskovém galerijním prostoru Kitchen od roku 1980, vybrané časopisy o ní referují jen zřídka. První zmínku nalézáme až roku 1984 v americkém *Vogue*, v němž autor Mark Strand krátce glosuje tvorbu Sherman na základě první vydané knihy s názvem *Cindy Sherman (1982)*. Dále se k ní vrací až v roce 1999 publikací fotografií ze série *Sex Pictures* a o šest let později sérií *Clowns* v rozsáhlém článku o současném umění. Její módní tvorba je však bohatá. První editorial publikuje v pařížském *Vogue* roku 1984, ve kterém sama sebe fotí v kolekci Jeana-Paula Gaultiera a *Comme de Garçons*. Dále například připravuje editorial pro *Harper's Bazaar* (1993), fotí se pro americký *Vogue* (2000) a pro pařížskou mutaci (2007). Posledním nalezeným editorialem v našich zdrojích je *Harper's Bazaar* (2016).



obrázek č.4

### 12.1.1 Analýza první fotografie



obrázek č. 5 a 6

K první analýze používáme fotografie z editoriale publikované roku 1993, které stále odrážejí ranou práci Sherman ve smyslu dekonstrukce ženských stereotypů ve společnosti a je vizuálně více obsáhlejší než francouzský editorial ve *Vogue* roku 1984. Zároveň v něm lze spatřit odkaz na tehdy aktuální sérii fotografií z cyklů *History Portraits* a *Old Masters*, v nichž imituje díla renesančních a barokních mistrů, prostřednictvím kterých řeší reprezentaci genderu a společenské třídy v kultuře. Tento editorial je podle nás také dobrou ukázkou přímé reprodukce témat z vysokého umění do populární kultury, jak popisuje Berger, kterého uvádíme v teoretické části.

K analýze budeme používat vždy první uvedenou fotografii, v tomto případě se jedná o snímek sedící ženy ve zlatých šatech znázorňující Asiatku. Aktérka zde představuje konceptuální význam, což můžeme vytušit z její pózy, která je nastavena k divákovi a absencí vektoru na fotografii. Pozadí a aktérka mají symbolizovat dvě hodnoty. Prvním je luxus, což znázorňuje zlatá barva šatů, použití drahých koberců a těžkých, historických baldachýnů, jež připomínají ty na renesančních obrazech. Historičnost umocňuje také tlumené, žluté světlo, jeho zdroj však neznáme, takže nemůžeme dále určit, zda se jedná

o přirozené či umělé osvětlení a zda se scéna odehrává ve dne či v noci, na základě oděvu však můžeme usoudit, že se jedná o večerní scénu. Dalším symbolickým významem je asijská etnicita aktérky, v levém horním rohu obrazu vidíme exotický účes s hůlkami a níže bílý makeup spojovaný se vzhledem japonských gejš. Tento dojem navíc podporuje papírový deštník v pozadí. To, že se ale nejedná o klasickou gejšu, ukazují její moderní šaty, psaníčko i obuv na podpatku, spíše se dá předpokládat, že se jedná o prostitutku nebo eskortní společnici. Usoudit tak můžeme dle jejího pohledu, který směřuje nalevo od nás a vyzývavé pózy. Její erotičnost navíc není nijak sexuálně agresivní ve smyslu dominance či svobodné volby - vizuálně neprojevuje svou sexualitu, což je znázorněno levou nohou, již si bezpečně zakrývá své pohlaví. Můžeme tudíž usoudit, že zde neprojevuje svou sexuální touhu, nýbrž se projevuje jako objekt sexuální touhy, a nabízí se tak divákovi.

Tento dojem posiluje užití fetišistických předmětů jako vysokých bot na podpatku a zvířecího vzoru na přehozu pohovky, jež zdůrazňuje ženin animální charakter. Aktérku autorka fotí z dlouhého záběru a přímého úhlu, takže si modelku můžeme nerušeně prohlédnout, vzdáleností ale zároveň ruší emoční afektivitu. Dá se tedy usoudit, že vyobrazené zdroje zde mají abstraktní modalitu, protože snahou není zobrazit reálnou asijskou ženu ale znázornit stereotyp, jímž je západní sexualizovaná fantazie o asijských ženách. Pohled na ženu jako objekt sexuální touhy však ruší dva význačné prvky vystupující v kontrastu tmavého a bohatě vzorovaného pozadí. Jsou jimi bílé punčochy a obličej, který má jinou barvu než zbytek těla. Spíše než makeup působí jako maska, kterou před námi něco předstírá, ale zároveň pod ní něco skrývá. Symbol masky tady chápeme jako subverzivní prvek, který ukazuje ženství jako kulturně konstruovanou identitu, jež neukazuje její skutečnou podstatu, ale redukuje ji na zjednodušený znak. Nedá se však mluvit o tom, že by tuto identitu přijala dobrovolně. Podíváme-li se blíže na její punčochy, všimneme si krvavých skvrn v oblasti kotníku a kolena, z čehož lze usoudit, že znázorňují zápas a fyzické násilí. Aktérka tak svou roli vnímá jako vynucenou, nedobrovolně přijatou a nabízí se zde tvrzení Judith Butler (1993) o tom, že ženství je konstruované formou zákazů a trestů.

Tuto tezi podporuje i řeč těla aktérky, jež působí dosti nekomfortně už kvůli tomu, že horní část těla včetně očí se otáčí na levou stranu, ale dolní část těla s chodidly směřuje napravo, jako by se žena něčeho bála. Původcem jejího strachu je imaginární subjekt napravo od ní, na nějž se právě dívá, z jehož směru vychází světlo a osvětluje modelku. Pohled na něj nám je však odepřen a vzhledem ke konceptuálnímu významu snímku můžeme usoudit, že tímto subjektem

není nikdo jiný než divák sám. Ten ženu ohrožuje svým pohledem, protože ji posuzuje a kontroluje. Na první pohled by se tedy mohlo zdát, že zde zobrazuje pasivní ženu, již objektivizuje za účelem prodeje šatů. Tuto tradiční představu narušuje ale fakt, že autorkou fotografie je modelka sama, která se aktivně přetváří do podoby této reprezentace a skrze groteskní zdroje (maska, špinavé punčocháče, nepřírozená póza) vkládá do obrazu jiný význam sdělení.

Obě fotografie byly publikovány v květnu 1993 v americkém vydání módního časopisu *Harper's Bazaar*, ve kterém byla podle průvodních slov editoriale ponechána Cindy Sherman absolutní svoboda nafotit novou podzimní kolekci. Stejně jako u předchozí práce zároveň sama sebe používá jako modelku. Na její rané tvorbě pro módní časopisy je zajímavá její práce s estetickou špínou ať už ve formě skutečné špíny na oblečení, neupravených vlasů, aknózní či jinak nečisté pleti nebo exploatace částí ženských těl, jež editoři často retušují nebo zakrývají. Většina fotografií obsahuje jednoho aktéra umístěného do středu kompozice a znázorňujícího konceptuální význam. Editorial doplňuje text spisovatele a novináře Jima Lewise, ve kterém zdůrazňuje význam Cindy Sherman. Podle něj Sherman ukazuje módní svět jako jinou formu snu, ve své „podivné logičnosti a alegorickém ovzduší.“ (1993, str. 144) Dále se pozitivně vyjadřuje k její dosavadní volné tvorbě. Na textu je nicméně zarážející, že její práci přirovnává pouze k mužským umělcům, můžeme se tedy bavit o možné snaze zařazení do patrilinéárního rodokmenu.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Jim Lewis (1993, str. 144) v *Harper's Bazaar*: „At its height, Man Ray and Lee Miller were shooting fashion layouts, and both Joseph Cornell and Jean Cocteau published illustrations in this magazine.“



obrázek č. 7: příklad tvorby ze série *Old Masters*

## 12.1.2 Analýza druhé fotografie



Obrázek č. 8 a 9

Druhou fotografii uvádíme z toho důvodu, protože se nám zdá vhodným příkladem její pozdní práce, v níž experimentuje s jinou formou, než je dekonstrukce tradičních ženských stereotypů a podobně jako v *Sex Pictures (1992)* pracuje s obecnějším konceptem souvisejícím s performativitou genderu. Fotografie Sherman z její série *Clowns (2003-2005)* byla publikována v rozsáhlém článku amerického *Vogue* v prosincovém vydání roku 2005. Pod titulkem *Body Language* zde novinářka Dodie Kazanjian představuje aktuální díla čtyř současných umělkyně a dvou umělců spolu s krátkým vyjádřením daných autorů. Cindy Sherman zde objasňuje, že se jí na klaunech vždy líbila protichůdnost pocitů, jež vyvolává u lidí jeho estetika. V kostýmu nahého klauna se navíc nedopouští exploatace ženského těla a dokáže předat stejné sdělení.

Stejně jako předchozí fotografie i tato vybízí ke konceptuálnímu čtení. Usuzujeme tak z toho, že na snímku je pouze jedna osoba, která navazuje kontakt s divákem obrazu. Subjekt je oděn do kostýmu klauna, ve stejném duchu má uzpůsobené líčení a vlasy. Jeho oděv dále doplňují kožené rukavice. Jedná se o klauna s ženskými znaky, čemuž napovídá látkové poprsí a delší vlasy s mašlí. Přestože je jeho tělo nastaveno směrem k publiku, jeho oči nesměřují do hledáčku fotoaparátu, ale mírně vlevo. Domníváme se tedy, že cílem autorky je subjekt transformovat do nabídky. Navíc ho snímá z celkového záběru, záměr je tedy zobrazit subjekt jako určitou performaci. Tento pocit umocňuje také to, že klaun sedí na dřevěné ploše připomínající pódium jeviště. Přesuneme-li se k analýze kompozičního významu, zjistíme, že nejdůležitějším prvkem z hlediska informační hodnoty je světlá skvrna přecházející do zelených tónů. Můžeme ji vnímat jednoduše jako bod, který autorka dotvořila v postprodukcii za účelem harmonizace kompozice a jedná se například o záři reflektoru nad pódium. Pokud jej ale budeme interpretovat podle teorie Leeuwena (2005, str. 201-202), objekt nahoře symbolizuje slunce, pozitivní princip či ratio a klaun, jehož tělo se ztrácí ve tmě negativní sílu, podvědomí, které vystupuje na povrch a ono světlo vytlačuje z obrazu.

Tuto tezi podporuje juxtapozice komplementárních barev, kdy plocha nahoře je zelená a klaun je nasvícen oranžově. Za význačný bod dále považujeme horní část těla aktéra včetně tváře, které je na rozdíl od zbytku nasvíceno světelným zdrojem umístěným nalevo od nás, tím se zdůrazňuje klaunovo gesto, mimika a gender. Posoudíme-li obraz z hlediska modality, jedná se o sensorickou hodnotu, protože pozadí je vytvořeno digitálně a má v nás navodit pocit psychedelická, fluidity, ocitnutí se v jiném světě. Když se pustíme do detailnější interpretace výše popsaných zdrojů, je jasné, že klaunova póza je svádívá a nabízí



se divákovi jako objekt touhy (odhalená ňadra, líčením do tvaru srdce). Jeho flirt však obsahuje jistou perversitu, a to i díky použitému fetiši jako jsou kožené rukavice (kromě nich a mašle ve vlasech je nahý). Jeho gestikulace i vizáž zřejmě souvisí se samotným symbolem klauna, který přehání a parodizuje naše chování, jež považujeme za normální, přičemž cílem je narušit jeho význam. Lze se domnívat, že Sherman zde odkazuje na teorii karnevalu, jehož princip můžeme podle Isaak (2002) vysledovat již ve středověké lidové kultuře jako protiklad vůči stávajícímu řádu, který umožňoval dočasné osvobození se od pravidel a hierarchie. Stál tak v opozici s vládnoucími autoritami, kdy součástí karnevalového veselí bylo také parodizování elit, proto byly tyto oslavy spojovány tradičně s podsvětím, převraty a revolucionářským smýšlením. To vedlo k cíleným snahám mocenského systému o potlačení karnevalového veselí, přičemž fragmenty se uchovaly v ženských zvycích (například oslavách šestinedělí nebo ženských hovorech tzv. tlachanicích). Jak dále Isaak uvádí (2002), karnevalovou grotesku od 70. let 20. století znovu objevují postmoderní feministické umělkyně, které se pomocí parodie a smíchu snaží o narušení normativních představ souvisejících s ženstvím.

Sherman zde konkrétně narušuje význam konstruktů ženy. Vzhledem k fluidnosti pozadí a faktu, že klaunovo ženství je kostýmem, který může vysvléct a vyměnit za mužský, považujeme autorčino zobrazení za citaci performativity genderu od Judith Butler. Ženou je ve společnosti ten, kdo se jeví jako žena na základě vnějších znaků vytvořených kulturou a vůbec nesouvisí s pohlavím, což dokazuje také to, že klaun vlastně žádné pohlaví nemá (mezi nohama má pouze černě našitý trojúhelník). Subjekt se nám ale jeví jako žena díky falešnému poprsí, účesu či makeupu odpovídajícímu konceptu ženství. Vzhledem k zobrazení již zmíněného trojúhelníku se můžeme domnívat, že zároveň dekonstruuje koncept univerzálního ženství obsaženého v dílech feministického esencialismu (viz *Dinner Party* od Judy Chicago v teoretické části).

### 12.1.3 Analýza třetí fotografie



obrázek č. 10 a 11

Třetí fotografií chceme ukázat aktuální téma Sherman, jímž je výzkum reprezentace genderu na sociálních sítích a jak tyto nové formy komunikace proměňují naši identitu. Ve své pozdější práci se například zabývá fenoménem selfies včetně souvisejících digitálních úprav, které ruší hranici mezi reálným prostorem a tím uměle vytvořeným pomocí technologie. (viz obrázek č. 13) Námí uvedené snímky připravila pro březnové vydání časopisu *Harper's Bazaar* (2016), v němž vychází z důkladné studie instagramových profilů módních influencerek. Její fascinace je založena na zjištění, do jaké míry lidé odvozují svou identitu od vlastnictví konzumních

předmětů a ochotu osob přeměnit svá těla v pouhá „nastavení“<sup>50</sup> sloužící k prezentaci produktů a případným ekonomickým zájmům.

Na fotografii s názvem *The nonchalance of squiggles*, vidíme ženu rozdělenou do čtyř sekvencí tvořených z odlišných póz, pozadím je exteriér historické budovy, zřejmě muzea či galerie umění. Vzhledem k tomu, že žena sekvencemi tvoří vertikálu, domníváme se, že obraz vede k narativnímu čtení. Tento názor je podpořen i tím, že každý její jednotlivý akt je významným komponentem pomáhajícím dotvořit celkové sdělení a atmosféru. Žena přitom netvoří naraci sama, jak by se na první pohled mohlo zdát, je tvořena mužem nalevo, který budí dojem, že ženu fotí. Nalevo nad mužským subjektem také můžeme spatřit zlatou či bronzovou sochu tvořící začátek vertikální linky, takže se zdá, že žena je opakováním či pokračováním sochy. Sherman tím zřejmě naznačuje ochotu lidí aktivně se podílet na reprodukci kulturních konstruktů i na sociálních sítích. Ženina „snaha“ obsáhnout celý obraz může odkazovat také k narcismu.

Z hlediska reprezentačního významu zde aktérka navazuje oční kontakt s divákem pouze v jednom případě (v sekvenci č. 3) a jinak se dívá mimo záběr, domníváme se tedy, že tvoří určitou nabídku pro diváka a své sociální prostředí (muže nalevo). Vzdálenost ženy od kamery volí fotografka různě, kde na jedné straně (sekvence č.1 a č.2) je zabíraná z celkového úhlu a na druhé straně (sekvence č.3 a č.4) ji vidíme z polocelku. Ženu tedy vnímáme zpočátku jako formální typ, posléze s ní ale můžeme navázat bližší vztah, jelikož je nám umožněno pozorovat její mimiku a zároveň sociální prostředí, v němž se nachází. Umožňuje nám tím také důkladně si prohlédnout šaty.

Rámování obrazu je zde tvořeno řadou znaků, které jsou ve vzájemném konfliktu. Za první považujeme ženiny luxusní šaty tvořící juxtapozici s ostatními účastníky, kteří nosí obyčejný oděv sestávající z džinsů a svršku. Další juxtapozicí je zde divoký vzor šatů v kontrastu s neutrální barevností architektury umělecké galerie. Tu můžeme vnímat v kontextu instituce, která se podílí na prezentaci kulturního kapitálu, který je využíván dominantní ideologií k identifikaci a určování statusu jedince prostřednictvím hierarchizace. V rámci toho dochází ke znevýhodnění či exkluzi určitým skupin - v případě této práce jsou tomu především ženské umělkyně a queer osoby (viz kapitola 5.2 v teoretické části)

---

<sup>50</sup> Sherman používá slovo „set-ups“ (Sherman in Brown, 2016, online)

Z hlediska modality má žena vysoký význam díky ostrosti a osvětlení, pozadí má naopak nízkou modalitu kvůli redukci ostrosti a detailu, takže slouží jako esence kulturních hodnot. Zajímavé je, že žena nevstupuje se svým sociálním prostředím do bližšího kontaktu a působí vytrženě. Podobný efekt vidíme i u ostatní fotografií, na některých (viz obrázek č. 12) je pozadí deformované natolik, že žena působí, jako by ho pohlcovala. Z toho důvodu usuzujeme, že modalita znaků má sensorický význam a znázorňuje alternativní formu digitálního světa, jež se jen zdánlivě jeví jako realita. Žena zde zároveň může sloužit také jako abstraktní médium vkusu západní společnosti odvozující svůj status od kulturního kapitálu moderního umění a finančních hodnot znázorněných drahou róbou. Za první význačný rys zde označujeme šaty pocházející z kolekce návrháře W. J. Andersona, jenž se při návrhu vzoru inspiroval kolaborací pop artového umělce Keitha Haringa a módní designérky Vivienne Westwood. Druhým význačným rysem je ženina živá, parodizující mimika, kterou považujeme za subverzivní akt narušující kulturní konstrukt.



obrázek č. 12 a 13

## 12.2 Arvida Byström

Arvida Bystöm (1991, Švédsko) je umělkyní, která se etablovala sdílením své tvorby na instagramovém a Tumblr profilu, který si založila ve 12 letech. Přestože v současnosti zároveň vystavuje v galeriích a vydává knihy, její účet na sociálních sítích patří stále k nejdominantnější platformě. Věnuje se převážně tématům souvisejícím s proměnou identity v digitálním prostoru a jak virtuální reprezentace ovlivňuje pohled na nás samé. Ústředním námětem je přitom odkrývání tabu souvisejícím s ženstvím jako jsou ženské ochlupení či menstruační krev. Její snímky proto často vzbuzují kontroverze a nesouhlasné reakce, příkladem uvádíme kampaň pro Adidas, na níž je Bystöm vyobrazena s neoholenýma nohama (viz. obrázek č. 14) Ve své práci dále kritizuje *Instagram Community Guidelines*, jež se podle ní dopouští genderové politiky tím, že říkají, co může být ukázáno a blokuje to, co má být skryto. Reakcí na to bylo vydání knihy *Pics or It Didn't Happen: Images Banned From Instagram*, kterou připravila s fotografkou Molly Soda a publikovala v ní přes sto zakázaných fotografií ženských a queer uživatelů na Instagramu. (Burgum 2017)

K jejím hlavním uměleckým formám vyjadřování patří žánry autoportrétu a selfie. Vedle umělecké tvorby se věnuje také módním editorialům a komerčním projektům pro Adidas, H&M nebo Monki. Její práce byla publikována v časopisech *Vice*, *V magazine*, *Sleek*, *10 magazine* a online verzích magazinů *Dazed*, *i-D* a *Vogue*. Kromě fotografie se zabývá také performance. Mezi tu nejaktuálnější spadá implantování třiceti NFC čipů pod kůži, které si nechala přidělat ve švédské galerii Fotografiska. Každý z nich může být dekodován mobilním telefonem a odkazuje na fotografii na jejím instagramovém profilu. Bystrom tím reaguje na paradox, kdy kultura na jedné straně objektivizuje ženská a queer těla a vytváří jejich hypersexuální verzi, a na druhé straně vznikají nové ženské reprezentace jako například hlasová asistentka Siri, jež žádné tělo nemá. (Baconsky 2018) Její tvorba se dá tudíž vnímat za paralelu k teorii *Dívky* od kolektivu Tiqqun (viz kapitola 6.2), protože úzce souvisí se sebekomodifikací žen a queer osob skrze virtuální platformy, které je dále v této aktivitě podporují.



obrázek č. 14 a 15: Kampaň pro Adidas a záznam z performance v galerii Fotografiska

## 12.2.1 Analýza první fotografie



obrázek č. 16 a 17

V první analýze používáme ranou tvorbu Byström, kterou fotila na Instagram, později byly vystaveny ve stockholmském ateliéru Gal a publikovány také v digitální verzi časopisu *Dazed* (2013) a *i-D* (2014). Její fotografie z této činnosti se skládají z autoportrétů a zátiší. Ty bychom z intagramové perspektivy mohli vnímat i jako tzv. výplně (fillery), jež na sociálních sítích slouží k provzdušnění profilů, obsahují většinou produkty nebo přírodní scenérie. Byström je stejně tak dobře používá k vytváření významu. Vedle tradičních fotografií používá také gify (viz obrázek č. 18), hypertextová okna a další internetové znaky, jež považuje za nové formy uměleckého projevu.

Na fotografii vidíme dívku, která si fotí selfie nebo lépe velfie.<sup>51</sup> Nachází se ve studiu, takže předpokládáme, že tento akt inscenuje v rámci performance a tento názor podporuje konceptuální význam zdrojů vzhledem k absenci vektorové linie či opakování rytmu. Aktérka nenavazuje kontakt s divákem a dívá se směrem do mobilní obrazovky, kterou si pořizuje

---

<sup>51</sup> Velfie - druh selfie označující focení vagíny (Riquet, Heusser, 2019)

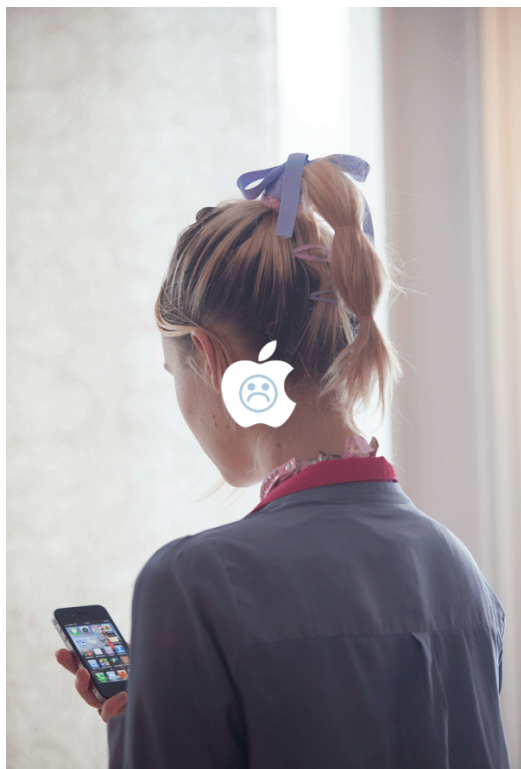
fotografii. Byström sama sebe fotí z polocelku, čímž ruší intimitu mezi ní a publikem a umožňuje divákovi vnímat parodický, uměle zkonstruovaný aspekt fotografie. Přestože je modalita snímku díky ostrosti vysoká, domníváme se, že zdroje znázorňují abstraktní význam, který podporuje studiové pozadí, jež redukuje pocit realismu. Barevnost je sjednocená, přičemž převažuje růžová, jež je tradičně spojovaná s ženstvím či mladými dívkami, a nevidíme ji pouze na oblečení ale také na pozadí. Jediným odlišným znakem je světle modrá sukně, jež slouží ke zdůraznění význačného prvku, jímž je mobil a ochlupení ženy, které funguje jako znak subverze.

Pustíme-li se do detailnější interpretace, v tvorbě Byström bychom z části mohly spatřovat koncepty xenofeminismu, přestože se k tomuto hnutí veřejně nehlásí. Je jím například koncept falocentrické ekonomie probíhající na sociálních sítích, kdy jsou ženy dominantní ideologií nucené či podporované k tvorbě a sdílení vlastních selfie, které mají sloužit mužským uživatelům ke skopofílii. Většinou se ale nejedná o pouhou fotografii, ale také o digitální úpravu nás samých, čímž zvyšujeme úspěch našeho selfie.<sup>52</sup> Podobně jako Foucault mluví o disciplinaci těla, tak ženy přizpůsobují svůj vzhled a tělo virtuální podobě a potenciální hodnotu určují podle čísel (počet followers, likes). Dalo by se namítnout, že muži si také pořizují a retušují fotografie, ale na ženské tělo se podle Byström vztahuje více zákazů. Mezi mazané snímky patří například ty, které zobrazují pubické ochlupení ženy. Fotografie Byström má proto značný aktivistický charakter, protože jako producentka obrazu a zároveň modelka veřejně pořizuje obraz tradičně skrývaný dominantní ideologií. Můžeme se tedy bavit o xenofeministické snaze infiltrovat virtuální prostor subverzivním obsahem, jež současně pracuje s novou formou vizuální slasti. V případě Byström je tomu líbivá, barevná estetika, skrze již komunikuje také s lidmi, kterým nejsou natolik blízké myšlenky feminismu. Tento aspekt lze vypořádat také v uvedeném zátiší, kde po vzoru Barbary Kruger (viz kap. 5.5) využívá holčičí, instagramové estetiky k navození afektivity a upoutání pozornosti, textem však do obrazu vnáší protikladné sdělení.

---

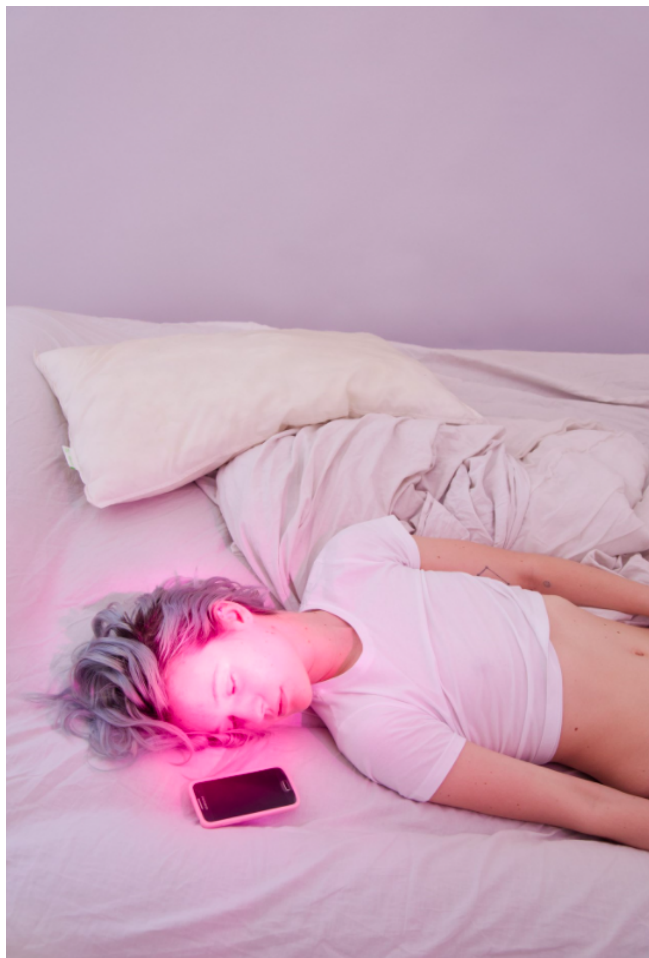
<sup>52</sup> Sexuální podtext selfie potvrzuje také vznik nových podžánrů, které již výhradně slouží k erotickým zájmům a je jím již zmiňovaná velfie, dále pak nelfie (nahé selfie), delfie (selfie penisu) apod. (Riquet, Heusser, 2019)





obrázek č. 18

## 12.2.2 Analýza druhé fotografie



obrázek č. 19 a 20

Jako druhou ukázkou používáme fotografii ze série *Online Lonely*. Objevila na výstavě roku 2016 pořádané magazínem *Vogue Italy*, jež se v tom roce věnovala female gaze fotografii a vedle Arvidy Byström představila například práci Petry Collins nebo Maisie Cousin. Tato fotografie byla zároveň publikována v řadě periodik, příkladem v *Dazed* (2016) nebo *Wonderland magazine* (2018). Další fotografii vybíráme ze série autoportrétů z časopisu *Vice* (2016). Na základě zhodnocení nasbíraných materiálů podle nás nejlépe vizuálně odráží hlavní téma Byström, které je dospívání mladých dívek na sociálních sítích a tím související problémy s přijetím vlastního těla (body image issues), sexuality, psychické potíže a jiné problémy plynoucí z rychlé komunikace probíhající v několika málo sekundách pomocí lajku či swipu.

Na fotografii vidíme dívku ležící na posteli, hlavu má natočenou směrem k mobilnímu telefonu, který ji osvětluje růžovým světlem. Mobil má ale černou obrazovku, takže autorka aktérku zachycuje ve chvíli, kdy nejspíš čeká na notifikaci. Předpokládáme, že obraz tvoří narativní význam, jelikož zdroj mobilu a aktérky vytváří určitý vektor, ten však není lineární ale vertikální. Proto zde nastává problém s určením, kdo je iniciátorem a kdo příjemcem komunikace, vzhledem ke zdroji světla, jež osvětluje obličej aktérky a ponouká ji k interakci se domníváme, že iniciátorem je mobilní telefon. Dívka je však umístěna výše, takže má dominantnější roli. Nenavazuje kontakt a její póza je pasivní, takže podle kategorie Leeuwena tvoří nabídku, nabízí sama sebe ke zhodnocení a diváka identifikuje s mobilem prostřednictvím něhož může dívčin vzhled posoudit na sociální síti.

Fotografie obsahuje mnoho negativního prostoru, celá horní polovina je prázdná a příběh se odehrává pouze v dolní části. Barevnost všech zdrojů je soudržná, přičemž jediným význačným prvkem je mobil, konkrétně růžové světlo, jež vnáší do interiéru barevnost a zároveň slouží jako jediný významný světelný zdroj. Modalita fotografie je nízká, což usuzujeme z důvodu redukce detailu, vzoru, barevnosti a prázdnoty prostoru. Autorka snímku se proto nesnaží o inscenaci reálné situace, ale zprostředkovává abstraktní význam, jímž je vyprázdněná realita na jedné straně a barevný, až magický svět virtuálního prostředí, kterým je dívka zcela pohlcována na straně druhé. Mobil zde tedy nepředstavuje technický nástroj, ale metaforu Instagramu či sociálních sítí obecně a vytváří protiklad mezi reálnou podobou dívky, která není nijak sexualizovaná (nemá podprsenku, ani makeup) a její virtuální reprezentací, kterou ztvárňuje růžové světlo. To zprostředkovává esenci ženství.

Zhodnotíme-li obě fotografie včetně dalších snímků ze série, všechny jsou laděné do světlých, dívčích barev s převažující růžovou. Dalším společným prvkem je přítomnost

virtuálního světa, a to buď skrze mobil nebo světelný smog z digitálních přístrojů. Prostředkem subverze je určitá ironičnost a také fakt, že focenou aktérkou je sama fotografka, takže se jedná o mimesis, kdy pasivní, objektivizovanou roli pouze předstírá.

### 12.2.3 Analýza třetí fotografie



obrázek č. 21 a 22

Ve třetí analýze jsme se rozhodli ukázat editoriální práci Byström, která byla publikována v tištěné verzi časopisu *Vice* roku 2019 a jedná se řádově o čtvrtý editorial pro toto periodikum. V každém z nich reaguje na tabu související se současnou společností jako je líčení mužů, ženy s vousy nebo odhalení menstruační krve na veřejnosti (viz. obrázek č. 23). V tomto editorialeu reagovala na instagramový trend, kdy se lidé snaží pomocí makeupu a oblečení přiblížit vzhledu panenek Bratz a svou snahu ukazují pod hashtagem #bratzchallenge, jež nyní čítá ke 150 tisícům příspěvků. Podle Byström (2019) je tato aktivita smutná, protože se snaží připodobnit k obrazu, který neukazuje odlišné tělesné proporce a diktuje pouze jeden ideál krásy. V editorialeu se proto rozhodla vytvořit vlastní kolekci Ratz panenek na základě vlastní představy o krásě.

Na fotografii vidíme subjekt, který je umístěn ve středové kompozici, a kromě něj na obraze nic není. Vzhledem k absenci vektoru se tedy opět jedná o znak s konceptuálním významem. Subjekt navazuje přímý kontakt s divákem, což lze vedle pohledu poznat i prostřednictvím gesta rukou, kterými s námi interaguje. Jelikož autorka fotí subjekt dlouhým záběrem, jejímž cílem není navození intimní atmosféry a vyvolání afektivních reakcí. Záměrem je narušení naturalismu a nabourání naší představy o realitě. Klíčovou úlohu zde hraje focení subjekt představující jediný význačný rys na fotografii vzhledem k vysoké modalitě jeho oblečení v kontrastu s neutrálním prostředím studia. Barevnost zde plní funkci senzorickou, kdy má fotografie budit zdání reklamy, upoutat diváka prostřednictvím hravých, pastelových barev a přimět k akci. Toto zdání je však přerušeno tím, když si uvědomíme, že na fotografii není obyčejná panenka Barbie, ale člověk v přestrojení.

Subjekt zde představuje country verzi panenky, což vyvodíme z kovbojského klobouku nebo džínsů v dolní části obrazu a tuto nově přijatou roli parodizuje. Parodii poznáme skrze jeho gesto, které naznačuje, že mu při pohybu do dřepu praskly kalhoty a odhalily tak jeho chlupaté nohy, které panenky nemají. Lze zde předpokládat, že záměrem autorky byla kritika hraček pro dívky<sup>53</sup> a reprezentace žen v reklamě, která nabízí pouze jeden unifikovaný typ ideálu krásy. Tuto uniformitu značí makeup, který je natolik výrazný, že se naprosto vytrácí individuální rysy a transformují osobu do hypersexuálního stereotypu, přičemž jako subverzivní znaky tady slouží ochlupení nohou a nadváha subjektu. Dalším zneklidňujícím prvkem je gender subjektu vzhledem k jeho výraznému líčení a ženskému oblečení bychom mohli říci, že se jedná o ženu. Tento předpoklad je však mylný, když si uvědomíme, že cílem není zobrazení ženy nýbrž panenky. Autorka nám tak ukazuje jakýsi surrealistický gaga svět, kde už neexistuje binární dělení genderu, ale identita podivných panenek Ratz, jež zdánlivě podobně jako u *Clown Series* (viz. kapitola 11.1.2) jenom vytváří zdání ženství.

---

<sup>53</sup> Tento názor podporuje sociologická zpráva osvětové kampaně *Let Toys Be Toys* (2017) upozorňující na negativní efekty způsobené genderovým dělením hraček, jež v dětech vytváří stereotypizovanou představu o ženské a mužské roli. Vhodným příkladem je také kvantitativní výzkum Dittmar a Halliwell (2006), z něhož vyplývá, že malé dívky (mezi 5 a 8 lety), které byly vystaveny obrazům panenky Barbie vykazují nižší sebeúctu k vlastnímu tělu (body esteem) a vyšší touhu po štíhlé postavě.



obrázek č. 23

## 13. Analýza fotografií: Nan Goldin a Petra Collins

### 13.1 Nan Goldin

Nan Goldin (1953, USA) je americká fotografka, která významně ovlivnila 70. a 80. léta svými surovými snímky přátel a známých, kteří byli součástí tehdejší subkultury a zpravidla užívali drogy nebo byli členy LGBTQ komunity. Za nejzásadnější moment její kariéry se označuje knižní debut *The Ballad of Sexual Dependency*, ve kterém poskytuje autentický vhled do intimních a často bolestných momentů jejích nejbližších umírajících na AIDS nebo čelících fyzickému násilí. Tento titul a stejně tak i její pozdní práce je důležitá také z feministického hlediska. Jak uvádí sama Goldin, její práce je převážně o genderové politice a o násilí, jež s sebou genderová role přináší.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> „For me, the major meaning is how you can become sexually addicted to somebody and that has absolutely nothing in common with love. It's about violence. (...) That kind of violence the men play with. It goes to clubs,

Za první vzory, které ovlivnili její ranou tvorbu označuje módní fotografy Cecila Beatona, Helmuta Newtona nebo Guye Bourdina, jimiž se inspirovala při vytváření fotografií drag queens. Později v 70. letech se na umělecké škole seznamuje se snímky dokumentárních fotografů jako Larryho Clarka a Diane Arbus, jež její tvorbu nasměrují jinou cestou. Právě s Arbus bývá uměleckou kritikou často srovnávána, přestože Goldin její snímky nehodnotí zcela pozitivně. Arbus podle ní nerespektovala focené subjekty a pokoušela se jim odejmout identity. „Arbus byla génius, ale její práce je o ní. Každá fotka je o ní.” (Goldin in Mazur Skirgajllo-Krajewska, 2003, online)<sup>55</sup> Pro Goldin proto bylo vždy zásadní danou osobu pochopit a tolerovat způsob, jakým chce být viděna.

Kromě moderních umělců můžeme v její tvorbě nalézt odkazy na staré mistry a vliv výtvarného umění, především ve využívání motivů a témat vyskytujících se na renesančních či barokních dílech (viz dále analýza fotografií Goldin). Přestože se její raná tvorba považuje za přelomovou, vybrané zdroje o ní nereferují. Jedinou zmínkou je krátký článek v americkém *Vogue* (1986) s titulkem *Desperately Sexual Snapshots*, v němž novinářka Mimi Kramer varuje případné zájemce o *The Ballad of Sexual Dependency* před nepříjemným zážitkem způsobeným pohledem do jiné sorty společnosti. Text však neobsahuje dostatečný fotografický vzorek. První detailní článek nacházíme až roku 1995 v americkém *Vogue*, roku 1997 v italském *Vogue* a o dva roky později v časopise *i-D*. Začínáme tedy analýzou až od její pozdější tvorby v 90. letech.

---

bars, it goes to prostitution as one of the options for women - prostitution or marriage.”(Mazur Skirgajllo-Krajewska, 2003, online)

<sup>55</sup> „Arbus is a genius, but her work is about herself. Every picture is about herself.” (Mazur Skirgajllo-Krajewska, 2003, online)

### 13.1.1 Analýza první fotografie



obrázek č. 24 a 25



Vzhledem k důvodům popsaným výše používáme až fotografie z 90. let, které podle nás dobře odráží snapshotovou estetiku Nan Goldin použitou již v *The Sexual Ballad of Dependency* a zároveň ukazují jiný pohled na ženství a ženské tělo, jež se Goldin nesnaží transformovat do objektu touhy a činí z vyobrazených akterek průvodkyně děje. Analyzujeme fotografii s názvem *Gina at Bruce's dinner party NYC* z roku 1991. Fotografie je rozdělena do dvou částí, v horní polovině se setkáme s čtyřmi artefakty: dvěma anděly, křížem, replikou historické mapy a obrazem s názvem *Bacchus* (1596) od Caravaggia. V dolní polovině vidíme mladou ženu, která sedí u stolu, v ruce drží vidličku a před sebou má špinavý, prázdný talíř, takže se ocitáme ve chvíli, kdy již večeře skončila. V pravém dolním rohu ještě vidíme mísu s ovocem, dekorativní džbán a vázu s květinami.

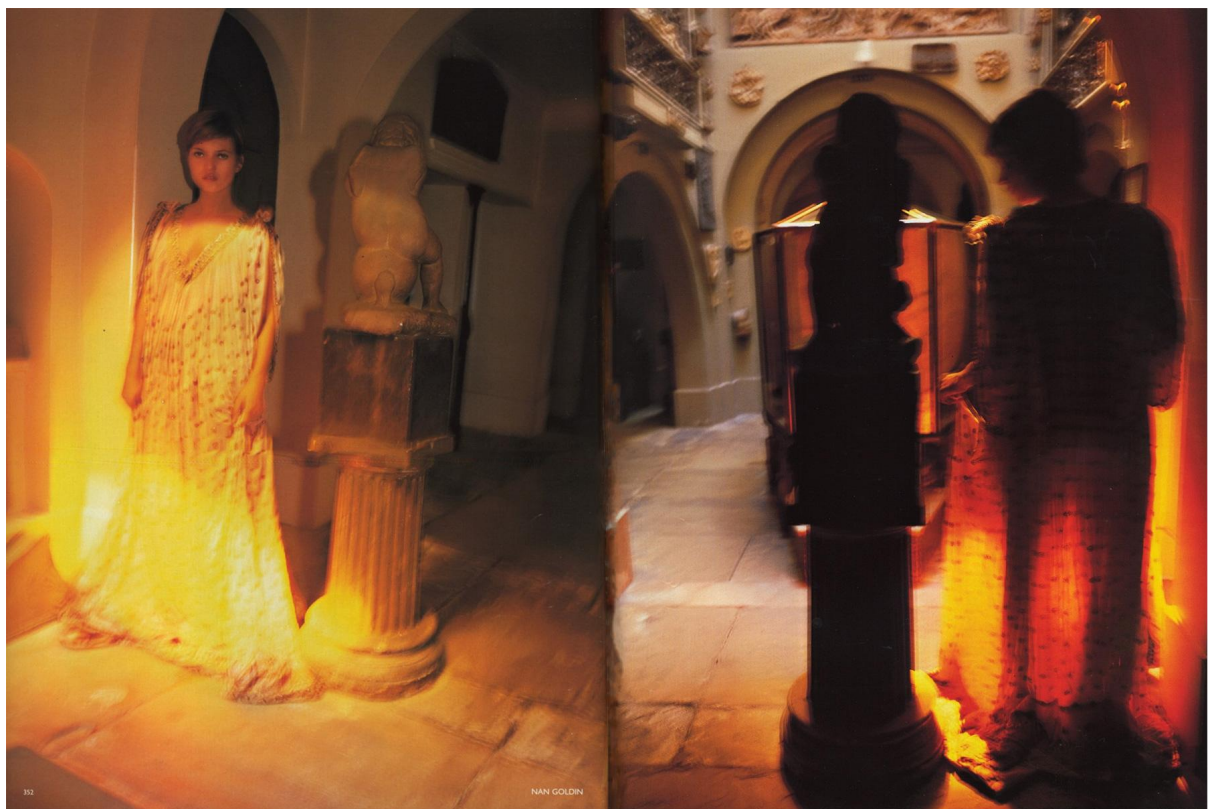
Přestože horní část s pozadím tvoří neutrální kompozici, spodní část se ženou poskytuje bohatost barev a v jejich rozložení si lze všimnout určitého rytmu opakování. Červený tón rtěnky se opakuje na jejích nehtech, které splývají se stejnou barevností ubrusu, ze kterého vyrůstá červený talíř s ovocem. Další opakování tvoří zelená barva, kterou nejprve vidíme na triku ženy a posléze na hroznech a listech květin. Z toho usuzujeme, že rozvržení znaků vede k narativnímu čtení obrazu. Ženin pohled je zamyšlený a hledí směrem od diváka, takže podle dělení Leeuwena ji můžeme kategorizovat do skupiny, která představuje nabídku. Aktérka navíc ve vztahu s divákem vystupuje v submisivní roli, protože ji fotografa zabírá z vysokého úhlu. Z kompozičního rozdělení obrazu si navíc můžeme všimnout tradičního umístění polarit, kdy nahoře ulpívá stabilní, univerzální princip a kultura symbolizovaná křesťanstvím, mapou světa a uznávaným uměleckým dílem a dole pomíjivost pozemského života symbolizovaná ženou, ovocem a květinami. Toto dělení je podpořeno i rámováním, kdy horní část tvoří temná barevnost v kontrastu s živými barvami dole. Vzhledem k nasvícení a ostrosti řadíme mezi význačné rysy obličej ženy, mísu s ovocem a obraz Caravaggia, ostatní prvky dotváří hlavní sdělení, které se následně pokusíme interpretovat.

Fotografie je plná symbolů, které vedou až do renesance a baroka. Caravaggiův *Bacchus* představuje antického boha vína, plodnosti a divadla, podle některých teorií však spíše než samotnou mýtickou postavu zobrazuje mladíka, jež je za tohoto boha převlečen, a který diváka svádí v rámci erotické hry. Dále se předpokládá, že Caravaggio své modely osobně znal a měl s nimi velmi úzký vztah. Pod chlapcem je mísa naplněná čerstvým, tak hniječím ovocem, což odkazuje k tématu vanitas. Jde o často zpracovávané téma renesančními a barokními umělci a vychází z biblické tradice. Na obrazech se vyskytuje ve formě zátiší

s ovocem nebo použitím lebky a připomíná divákovi pomíjivost a nicotnost pozemského potěšení, mládí a krásy. Z feministického hlediska se koncept vanitas podílel na patriarchálním konstruktivním ženském, kdy je žena spojovaná s materiálními hodnotami podléhajícími zkáze jako jsou egoismus či narcismus. (Grewe, 2009) Její význam ve výtvarném umění je tudíž určován mírou skopofilie, kdy má dívka hlavně představovat mládí, fyzickou přitažlivost a sloužit k potěšení mužského diváka, jak popisuje Berger (2016) v teoretické části práce (viz podkapitola 5.3).

Opakováním zátiší s ovocem a umístěním Giny blízko stolu se Goldin snaží znovu zrekonstruovat tuto scénu, přičemž Giny s Bakchusem spojuje několik aspektů. Goldin stejně jako Caravaggio se osobně zná se svými modely a oba aktéři jsou dokumentováni v mladém věku. Oproti mladíkovi však dívka není sexuálně vybízivá a její pohled vzbuzuje melancholické pocity, čím dochází k jisté subverzi. Goldin tímto porovnáním ideálu a reality dekonstruuje mýtus o sexualitě a roli ženy v umění. Hodnoty z horní poloviny obrazu sice Giny (a Goldin) formují a definují, jsou ale odtržené od jejich reálné zkušenosti. Vzhledem k ostrosti a vysoké četnosti detailů se domníváme, že obraz ztvárňuje naturalistickou modalitu. Tento názor podporuje i název fotografie odkazující k dokumentárnímu charakteru snímku.

### 13.1.2 Analýza druhé fotografie



obrázek č. 26 a 27

K druhé analýze vybíráme módní editorial Nan Goldin publikovaný v britském magazínu *Vogue* roku 2001, který vznikl ve spolupráci s návrhářkou Stellou McCartney, jenž může sloužit jako zajímavé porovnání s tím, jak téma genderové politiky ztvárňuje v jiném fotografickém žánru. Na fotografii vidíme ženu scházející po bílém schodišti vedoucím z levého horního až do pravého spodního rohu. Kromě něj a ženy je pozadí poměrně tmavé včetně dalších předmětů, takže se domníváme, že schodiště spolu s ženou představují dominantní hodnotu a vedou k narativnímu čtení. Přistoupíme-li k detailnímu popisu znaků, nevíme, odkud žena kráčí, protože se schodiště ztrácí ve tmě. Význačným zdrojem jsou zde až vizáž a šaty ženy, které jsou vystaveny přímo proti světelnému zdroji tak, aby si je divák mohl prohlédnout. Nejvýraznějšími prvky jsou červené náušnice, růženec omotaný kolem krku a korzet tvořící zajímavý kontrast s jejím tělem, které je příliš velké a “přetéká z něj”. Tento výjev může sloužit jako metafora maskulinní kultury snažící se o formování přírody (hmoty).

Kontrast zároveň tvoří moderní, krátký sestřih aktérky s historicky působícím šatem. Podle premisy Leeuwena můžeme tedy nezobrazený význam v levém horním rohu považovat za zdroj znázorňující abstraktní, temnou, historickou hodnotu a žena v dolním rohu je novým elementem, jež do prostředí vnáší aktuálnost, přičemž její pozemskost a pomíjivost mohou znázorňovat i hodiny umístěné za její hlavou. Dalším zajímavým zdrojem souvisejícím s ženiným oděvem je to, že je bosa. Autorka tím tedy navozuje neformální a intimní charakter, což umocňuje i její přímý oční kontakt. Dřevěná stěna nalevo navíc vytváří dojem voyeuristického nahlédnutí diváka, který se na scéně objevil náhodou. Goldin modelku fotí z dlouhého záběru, čímž divákovi umožňuje co nejrealističtější pohled a se ženou se můžeme identifikovat jako s průvodkyní děje. Atmosféra snímku má mysteriózní až okultní charakter díky nedostatku světla a temné olejomalbě ve zlatém rámu umístěném v chodbě pod schodištěm navozujícím pocit nevědomí, ocitnutí se v jiném časoprostoru. Záhadnost obrazu dotváří i rámování scény, která končí těsně u ženy, takže prostor, do kterého schází pro nás zůstává utajen.

Z hlediska modalit žena představuje vysokou hodnotu, a to díky ostrosti, barevnosti a nasvícení, pozadí včetně schodů má nízkou modalitu kvůli redukované tonalitě, detailům, barvě i světlosti. Jelikož se jedná o fotografii použitou pro editorial v módním magazínu, vysoká modalita zde slouží primárně k předvedení šatů a pozadí k navození atmosféry. Vzhledem k výše rozebraným znakům považujeme celkovou modalitou obrazu za naturalistickou, přestože pozadí snímku může být zprostředkovatelem abstraktní hodnoty

jako esence temné historie, pohlcující kultury. Porovnáme-li fotografii s tou předchozí, opět zde nacházíme odkazy na vysoké umění a křesťanství, u některých snímků z téže série jsou navíc motivy lebky užívané v konceptu vanitas. Na analyzované fotografii je tak opět zřejmé téma střetu kultury s reálnou zkušeností Goldin. Oproti snímku s Giny (viz podkapitola 12.1.1) ale tento námět nenese individuální, dokumentární charakter a je vyjádřen obecnějším způsobem. Kulturu zde vnímáme jako abstraktní, chmurnou hodnotu, jež ženu obklopuje a formuje, ta se však konceptu vymyká moderním vzhledem a odlišným nasvícením.

### 13.1.3 Analýza třetí fotografie





obrázek č. 28 a 29

Jako třetí fotografii její tvorby ukazujeme tu ze série *Veils* (2016) Jedná se o metodu koláže složené z výřezů obrazů starých mistrů a fotografií autorky. Setkáme se s ní už v dřívější sérii *Scopophilia* z roku 2011. Námí analyzovaná koláž se skládá ze čtyř fotografií a pěti výřezů, přičemž všechny spojuje motiv závoje. Ten představuje z hlediska feminismu pozitivní i negativní konotace, takže záleží na historickém kontextu jeho použití. Poprvé se tento motiv objevuje ve starobabylonské textu v souvislosti s Ištar, která ztvárňuje *Tanec sedmi závojů*, prostřednictvím něhož chce zachránit svého milého z podsvětí, přičemž u každé ze sedmi bran musí svléknout část oděvu. Její odhalené tělo má pak značit vítězství plodnosti nad smrtí. Jak popisuje Udo Kultermann (2006), v křesťanské západní kultuře dále závoj souvisel s panenstvím a sexualitou, takže odhalený závoj ukazoval ženskou frivolnost, koketerii a zobrazoval se převážně v souvislosti s exotickým prostředím.

Význam závoje se mění až na konci 19. století spolu s divadelní hrou *Tanec sedmi závojų* od Oscara Wilda (1891), v níž spojil biblickou Salomé a “striptýz” se závoji k vytvoření charakteru femme fatale, jež prosazuje svou svobodu a cíle skrze uvolněnou sexualitu. Nutné je ale dodat, že prototyp femme fatale je také konstrukcí maskulinního diskurzu a často slouží k potvrzení mužského principu (viz. Laura Mulvey a rozbor *Vertiga* od Hitchcocka, 1998<sup>56</sup>). Od 70. let 20. století Wildův koncept používá řada feministických umělkyně a umělců při svých performancích a tanec Salomé symbolizuje vedle osvobození ženské sexuality také vyjadřovací prostředek queer umělců (jako příklad uvádíme tanec Salomé od Lindsay Kemp<sup>57</sup> z roku 1977).

Ambivalence těchto významů hraje pro Nan Goldin ústřední roli. Na prvních třech horních fotografiích vidíme její kamarádku Genu, kterou Goldin zachytila při cestách po Evropě v roce 1999. Záběry mají filmový charakter, kdy nejprve vidíme Genu z celkového úhlu, postupně se přibližujeme až dojdeme k třetímu snímku, kde s námi poprvé navazuje oční kontakt. Fotografie ale nepůsobí koherentně, protože nebyly zachyceny na stejném místě. Spojující linkou je závoj, kterým nejprve Gena zahaluje celou svou postavu a ve třetí fotografii z poloviny svůj obličej. Barevnost snímků je laděna do modré ve shodě s pozadím olejomalb níže. Na prostředním řádku vidíme tři olejomalby od Antoine Watteaua a Theodore Chassériaua, svým obsahem i ztvárněním značně objektivizují a zobrazují ženy jako podívanou. Prvním obraz *Paris vybírá Afrodité* (1720) od Watteaua zobrazuje mýtus ženské krásy jako soutěže, kdy porotcem je muž a žena je posuzována (viz Berger, 2016, str. 42).

Téma pohledu na ženu z mužského pohledu se vyskytuje také na dalších dvou olejomalbách *Suzanina koupel* (1839) a *Tepidarium* (1853) od Chassériaua, jež nabízí voyeuristický vhled do ženských lázní a koupele. Třetí řada se opět skládá ze tří částí, první je fotografie od Nan Goldin, kde zachycuje záda ležícího subjektu, silueta těla a barevnost se podobá třetímu obrazu v řadě. Autory posledních dvou olejomalb se nám nepodařilo dopátrat, každopádně se jedná o podobný žánr, přičemž Goldin používá pouze výřezy intimních partií žen, což ještě více umocňuje pocit skopofilie. Pokud budeme hodnotit koláž jako celek, máme za to, že vede ke konceptuálnímu čtení a jednotlivé obrázky vedou ke konverzaci skrze symbolickou hodnotu, kterou představují. Tento názor potvrzuje i rámování olejomalb, z nichž vybírá zobrazení ženy

---

<sup>56</sup> Rozbor je součástí textu *Vizuální slast a narativní film* (Mulvey, 1998), který je součástí teoretické části. (viz. kapitola 5.3 teoretické části)

<sup>57</sup> Tanec Lindsay Kemp dostupný zde: <https://www.youtube.com/watch?v=bwyZmWCWJ9E>



a ruší naraci celkového obrazu (například u Afrodité nevidíme Parida). Nan Goldin zde dává do protikladu historické zobrazení ženy pro mužský pohled, jež ženské tělo vysoce erotizuje a proměňuje na objekt touhy (ani jedna z žen na olejomalbě nenavazuje oční kontakt s divákem) s fotografiemi Goldin, která intimním přístupem dokumentuje své kamarády. Závoj, jako význačný prvek obrazu, zde ukazuje dva odlišné významy, kdy u starých mistrů slouží jako fetiš k pozorování ženské nahoty, u Nan Goldin představuje odhalování intimního okamžiku jejích nejbližších.

Přestože tedy obraz působí soudržně díky stejné barevnosti, juxtapozici zde znázorňuje použití odlišných technik fotografie a olejomalby. Z kompozičního hlediska fotografie Nan Goldin zastávají významnější pozici, protože většina z nich je umístěná v horní části a koláž začíná jednou z nich v levém horním rohu, takže pohled Goldin určuje způsob, jakým bychom měli obraz číst. Pokud se budeme zabývat otázkou modality znaků, zobrazené aktérky mají nízkou modalitu vzhledem k redukci ostrosti a individuálních rysů. Lze tedy předpokládat, že představují abstraktní význam - konstrukt ženství v male gaze kultuře včetně subverzivní reakce Nan Goldin.

## 13.2 Petra Collins

Podle Jansen (2019) je Petra Collins pro americkou mainstreamovou kulturu symbolem, kterým byl Ryan McGinley ve své době, a to díky schopnosti autenticky zachytit život generace Y, jíž je autorka sama součástí, což dokazuje i její Instagram čítající jeden milion followerů. Collins se narodila roku 1992 v Kanadě, ale po vzoru Nan Goldin odjíždí ve dvaceti letech do New Yorku dokumentovat život mladých lidí, přičemž její práce je založená na participaci a navázání intimní komunikace s fotografovaným subjektem. Právě díky tomuto aspektu a využívání filmové techniky bývají práce Collins a Goldin často srovnávané. Ústřední téma, jež je přítomné v celé její tvorbě je kritika populární kultury a sociálních sítí, jež mají negativní dopad na formování identity dospívajících dívek a vnímání jejich těl. V poslední, nejaktuálnější tvorbě si lze ale také povšimnout obratu k performativitě genderu s využitím žánru autoportrétu.

První fotografie publikovala na Tumblr a feministickém online blogu *Rookie* pro teenagery vedeném spisovatelkou Tavi Gevinson, ale větší pozornosti se jí dostalo až roku 2013, kdy byl

její instagramový účet zablokovan kvůli fotografii v kalhotkách, na níž neměla oholený rozkrok. (Widdicombe, 2016). Aktuálně patří k úspěšným fotografkám, její snímky se objevily v řadě časopisů jako například *Allure*, *Glamour*, *Garage*, *i-D*, *Dazed*, *Rolling Stone*, *Vogue Italia* nebo *Numéro*, a spolupracovala na komerčních projektech se značkami Gucci, Fenty, Nordstrom a dalšími. Vedle fotografie se věnuje také kurátorské práci, modelingu a spolupracuje s dalšími současnými autorkami včetně Arvidy Byström a Harley Weir.

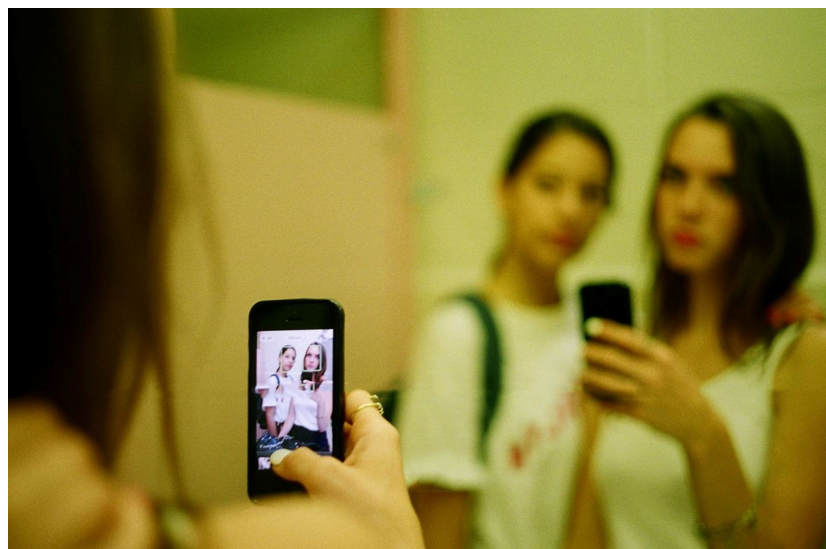


 **petra collins** @petracollins · 11 Oct 2013  
Wow @instagram thanks for making it clear that an unshaven bikini line NEEDS censoring.

← ↻ 118 ❤️ 171 ⋮

obrázek č. 30

### 13.2.1 Analýza první fotografie



obrázek č. 31 a 32

Jako ukázkou rané tvorby Petry Collins jsme použili její úplně první sérii s názvem *Teenage Gaze*, v níž fotografovala dospívání svých kamarádek a známých. Tyto fotografie byly publikovány roku 2013 v digitální verzi časopisu *Dazed*. K tvorbě použila filmy s proslou expirační dobou, jimiž se chtěla přiblížit snapshotové estetice 70. a 80. let minulého století. Do výběru jsme zařadili dva snímky, které podle nás nejlépe ilustrují celou sérii - vliv nových médií na dospívání dívek a také nadčasové téma rebelie, hledání se, včetně experimentů s cigaretami.

Na fotografii vidíme dvě dívky, které stojí před zrcadlem a pořizující si společné selfies. Je mezi nimi blízký vztah, čemuž odpovídá tělesná blízkost i ruka dívky nalevo přehozená přes

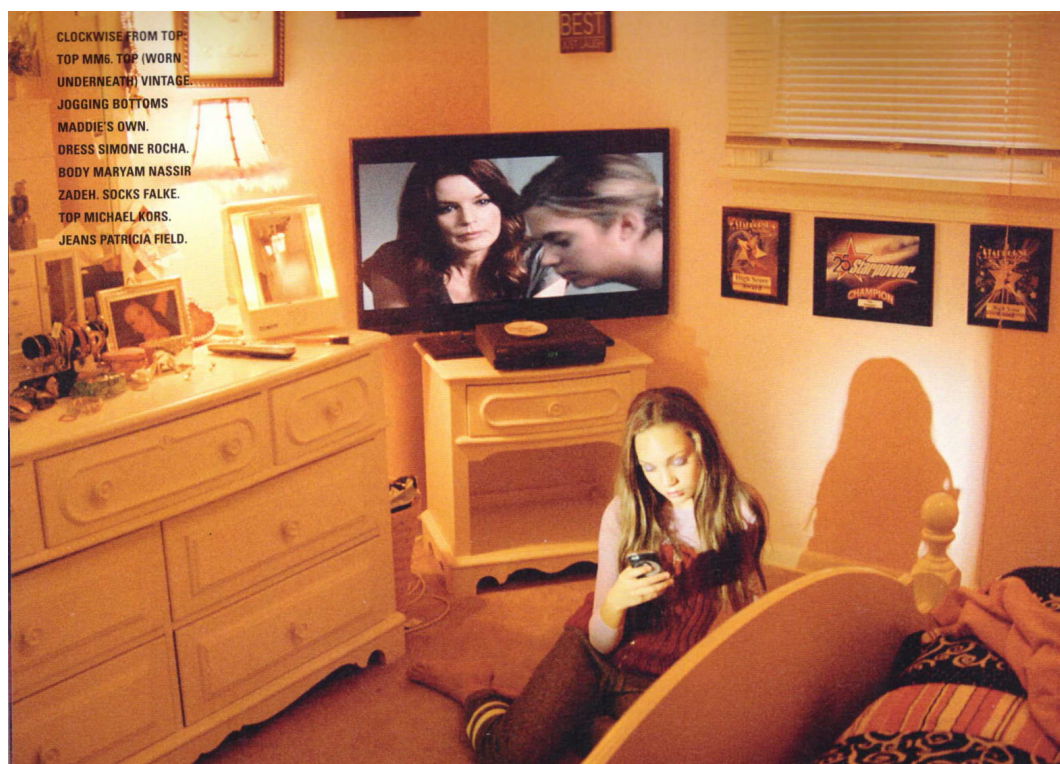
rameno té druhé. U levé aktérky si můžeme povšimnout ucha od batohu, takže se dá předpokládat, že dívky jsou ve věku, kdy chodí do školy. Převažující barevnost snímku je světle zelená a odstín pleti akterek je žlutý, což je efekt způsobený umělým osvětlením. Domníváme se tedy, že se nachází na veřejných toaletách, tento názor podporuje stěna v pozadí připomínající kabiny oddělující jednotlivé toalety. Rty dívek jsou nalíčeny červenou rtěnkou a jejich póza je strnulá a soustředěná.

Fotografie vede k narativnímu čtení. Usuzuje tak podle opakujícího se rytmu odrazu selfies v mobilu a v zrcadle, jež mezi jednotlivými znaky vytváří dialog. Prohlédneme-li si detailněji obraz v mobilu, zjistíme, že dívky přímo hledí do fotoaparátu Collins, čímž navazují kontakt s divákem. Podle Leeuwena je tedy můžeme kategorizovat do poptávky a vzhledem k charakteru žánru selfies se domníváme, že se dožadují hodnocení skrze like či komentář. Fotografka dívky zabírá z polocelku, jejím záměrem je tedy i zdůraznit prostor, ve kterém se nachází. Toaleta je všeobecně asociována s intimitou, kterou umocňuje blízkost záběru kamery za jejich zády, jež nabízí až voyeuristický vhled do jejich soukromé aktivity. Tento dojem však narušuje fakt, že dívky jsou si fotografky vědomy a dobrovolně na ní participují. Z hlediska modality má vysokou hodnotu palec dívky napravo společně se selfies na jejich mobilu, na němž si můžeme všimnout detailu jako rámečku kolem jejich hlav určující fokus mobilního fotoaparátu. Jejich odraz v zrcadle má naopak rozostřený obraz, v němž jsou individuální rysy redukovány na obecné, hrubé znaky, přičemž význačným rysem jsou tady červené rty.

Fotografie nabízí několik možných interpretací, které se nijak nevyvrací. Modalita zdrojů ukazuje na to, že dívky samy sebe vnímají z hlediska toho, jak se jeví na mobilní fotografii nikoliv jak "reálně" vypadají v zrcadle. Selfie může zároveň sloužit jako nadstavba Lacanovy fáze zrcadla, v němž představu o našem dokonalém Já aktivně vytváříme, digitálně vylepšujeme a sdílíme na sociálních sítích. Tím vzniká dokonalý virtuální reprezentant, jenž je nám sice podobný, ale není námi. Tento aspekt má pozitivní rovinu, protože ženy, queer osoby a jiné minoritní skupiny se mohou aktivně podílet na tvorbě vlastní reprezentace, ta je však stále ovlivněna mýty dominantní ideologie, takže se nakonec samy stávají producenty kulturních konstruktů. Naši tezi podporuje soudržnost zdrojů stejné barevné tonality včetně rtěnky, podobného oblečení a vzájemného kontaktu dívek. Jejich vizuální podobnost může naznačovat jejich snahu nevybočovat, vypadat stejně jako jimi přijímaná reprezentace a být akceptované v jejich sociální skupině. Dále znázorňuje přátelství dívek, které ho vzájemně

stvrzují pořízením si selfies. Převažující rozostřenost obrazu, redukce detailu a problematika, kterou fotka rozvíjí, napovídá o abstraktní modalitě zdrojů, které se snaží zprostředkovat obecné téma přijímání identity na sociálních sítích a stávání se ženou.

### 13.2.2 Analýza druhé fotografie





obrázek č. 33 a 34

Stejně jako u Nan Goldin volíme k druhé interpretaci módní editorial. Při srovnání umělecké tvorby s módní a komerční fotografií je zřejmé, že používá stejnou vizuální estetiku a témata, což ilustrují snímky z editoriale pro časopis *i-D* publikovaném v roce 2015. Na fotografii vidíme velmi mladou dívku, která sedí na zemi a kouká do mobilu. Prostředí, ve kterém se nachází, je zřejmě její dětský pokoj, což můžeme odvodit z řady dívčích objektů, které se nachází na komodě vlevo (náramky, náušnice apod.), osobních fotografií v rámečku a polaroidových snímků na zrcadle. Vzhledem k absenci znaků, které by vytvářely

vektor, se domníváme, že snímek nese konceptuální význam. Myslíme si, že aktérka představuje dospívající dívku při procesu utváření identity, čemuž napovídá několik symbolických znaků. Primárně je jím mobilní telefon, který je pro teenagery dominantním nástrojem ke komunikaci a socializaci. Náš názor potvrzuje i televizní obrazovka, v níž právě běží americký seriál *Pretty Little Liars* (2010-2017). Jedná se o seriál žánru *coming of age* pro cílovou skupinu dospívajících dívek, jež byl v době pořízení fotografie populární a jeho děj se zakládá na kyberstalkingu čtyř středoškolaček, které neustále sleduje a fotí záhadný muž.

Dívka s námi nenavazuje kontakt, protože je pohlcena činností na mobilu, přitom ji autorka fotí z celkového záběru, díky čemuž navozuje realistický dojem, že se divák nachází přímo v místnosti, takže se s ní identifikujeme jako s průvodkyní děje. Ze zobrazených znaků navíc dokážeme zjistit, z jakého sociálního prostředí pochází (zřejmě ze střední třídy) a jaké jsou její zájmy. Kompozičně umísťuje autorka do horní poloviny různé předměty, které dívku formují a se kterými se identifikuje: jsou jimi fotografie přátel, rodiny, motivační citát (*When dreams scare you, do your best, just laugh*), televize a vítězné diplomy. Autorka tak vytváří komplexní pohled na dívku, se všemi artefakty utvářející její osobnost, a nesnaží se ji redukovat na zjednodušený stereotyp (např. úspěšné atletky či roztleskávačky) stejně jako to dělá populární kultura ve filmech pro teenagery.

Snímek má vysokou modalitu díky vysoké ostrosti a bohatému zastoupení detailů, zobrazuje tedy naturalistický význam, jež se nám snaží zprostředkovat reálný okamžik ze života dívky. Dominantní umístění televize a motiv mobilu ale také může odkazovat k tomu, že autorka vnímá současnou, mladou generaci jako skupinu lidí uvězněnou ve spektaklu daleko více, než tomu bylo u generace jejich rodičů, díky novým, interaktivním technologiím. Reálný a autentický život je stále více vytlačován tím, že sami o sobě smýšlíme z perspektivy potenciální ekonomické využitelnosti ve virtuálním světě. Tento koncept může značit nasvícení tváře aktérky, které znázorňuje světlo z mobilu (jako například u Byström) a tedy dívčinu internalizaci s virtuální reprezentací, jež si přenáší do reálného života.

### 13.2.3 Analýza třetí fotografie







obrázek č. 35 a 36

Jako ukázkou pozdní práce od Petry Collins jsme vybrali její foto sérii z rok 2019, která vyšla knižně s maďarským titulem *Miért vagy te, ha lehetsz én is?* (Proč být sám sebou, když můžeš být mnou?). Podílela se na ní společně se sochařkou Sarah Sitkin, jež jí pomohla vytvořit realistické masky a části ženského těla a jedná se o první počín Petry Collins, v němž nefotí jiné osoby a obrací se na žánr autoportrétu. Využití masky je příznačné i pro její další činnost, v témže roce například fotografuje editorial pro italský Vogue s využitím téhož motivu (viz. obrázek č. 37).

Na vybraném snímku vidíme komodu, na které je umístěno kulaté zrcadlo a řada předmětů od vázy s květinami, CD přehrávače, hudebních alb, knih, drobného občerstvení a odličovacích ubrousků. Kromě těchto standardních věcí nás upoutá fragment ženských nohou a dekoltu. V odrazu zrcadla spatříme ženu sedící na posteli a pořizující si selfies naproti přirozenému světlu vycházejícímu z okna vpravo. Na ženě nás zarazí její zvláštní obličej a ze znalostí jiných snímků z téže série víme, že na sobě má masku ze stejného materiálu jako

jsou fragmenty ženského těla v popředí obrazu. Autorka ženu zobrazuje z dlouhého záběru, takže spíše než navození intimity akcentuje sociální prostředí ženy. Barevnost scény je laděna do bílé, světle růžové a modré, takže v divákovi vyvolává pocit, že se nachází v dívčím pokoji. Umocňují to i retro technologie jako cédéčka a přehrávač, jež se používaly kolem roku 2000, takže autorka diváka částečně přenáší do éry svého dospívání, které ještě nebylo natolik ovlivněno sociálními sítěmi a stále dominovala tradiční média jako módní magazíny či seriály.

Vzhledem k viditelné absenci znaků vytvářející vektorovou linku a názvu fotografické série si myslíme, že obraz vede ke konceptuálnímu čtení, kdy žena spolu s předměty symbolizuje určitý kulturní konstrukt, a to mladou dívku při procesu budování vlastní identity. Tento názor je podpořen četnou přítomností reflexních ploch - zrcadlem a selfies technologií, kterou si asociujeme s lacanovským přijímáním vlastní identity a rozdělením našeho Já na to, jak jsme viděni společností a jak vidíme sami sebe. Dívčina identita je na fotografii budována skrze internalizaci konstruktů ženství, kdy svou hodnotu odvozuje od toho, zda se pro své okolí jeví dostatečně jako žena. Tím dochází k sexualizaci jejího těla, které je redukováno pouze na tělesné orgány (obličej, prsa, chodidla), jež dominantní ideologie fetišizuje jako objekty touhy.

Vysokou modalitu zde mají předměty na komodě, což je podpořeno vysokou ostrostí a detailem, nízkou má naopak dívka v odraze jejíž obraz je rozostřený a neúplný. Dívka tedy představuje jakousi esenci ženství a předměty jsou konkrétní prostředky, jež se podílí na ideologické konstrukci. Je zajímavé, že kusy těl mají stejnou hodnotu jako jiné spotřební produkty. S ohledem na zobrazené médium telefonu můžeme kusy těl vnímat z perspektivy komodifikace našich těl na sociálních sítích. Z hlediska modality mají předměty v popředí vysokou hodnotu, takže se domníváme, že znázorňují naturalistický význam. Odraz dívky je naopak rozostřený, redukováno na detail, zdroje tak mají nízkou hodnotu a dívka je abstraktní zprostředkovatelkou kulturního konstruktů ženství.

Fotografie s její novou knihou byly publikovány v digitální verzi časopisu *Dazed* (2019) společně s krátkým rozhovorem, kde Petra Collins vysvětluje hlavní motivaci ke vzniku tohoto projektu. Říká v něm, že po 12 letech dokumentární a módní tvorby, při které fotila ostatní, si začala připadat, že se začíná fyzicky vytrácet. Podle ní se život mladých lidí přesouvá na internet, kde jsou vystaveni obrazům, které přijímají jako součást reality. Collins v tom spatřuje nebezpečí, protože tyto obrazy jsou většinou digitálně upravené a mají od reálné předlohy daleko. Podle ní nejde v podstatě o nic nového, protože také ona prožívala pubertu obklopená magazíny s obrázky retušovaných celebrit jako byla Paris Hilton nebo The Pussycat Dolls.

S příchodem Instagramu je však těžší rozpoznat hranici. „Retuše byly velmi populární v magazínech. Když se posuneme do současnosti, můžeme vidět, že to stejné děláme sami sobě.“ (Collins in Hernanz, 2019, online) <sup>58</sup> Na fotografii každopádně existuje ještě druhá interpretační rovina související přímo s jejím životem. Collins se původně chtěla stát tanečnicí, ale kvůli zranění v 15 letech musela tuto kariéru opustit, uřezané nohy na snímku proto zároveň znázorňují i její osobní zkušenost.



obrázek č. 37

## 14. Analýza fotografií: Corinne Day a Harley Weir

### 14.1 Corinne Day

Corinne Day (1962 - 2010) byla významnou módní fotografkou, jejíž práce ovlivnila řadu dalších umělců a proměnila estetiku módních magazínů. Její činnost je převratná z toho důvodu, protože jako první začala cíleně používat techniky dokumentární fotografie na módní editoria a podle Robina Muira (1997), bývalého obrazového editora britského

---

<sup>58</sup> „Air-brush was really popular in magazines. And fast-forward to now and you’re seeing the same thing but it’s done to oneself.” (Collins in Hernanz, 2019, online)

Vogue, otevřela dveře do světa módy dalším fotografům jako Juergenu Tellerovi nebo Davidu Simsonovi. Jak Corinne Day uvádí v rozhovoru roku 2008, inspirací pro ni byla hlavně Nan Goldin, jelikož jí její tvorba otevřela oči v tom „kam až daleko může zajít“. (Day in Smith, 2008, online) Styl Corinne Day vzniká na počátku 90. let, jež charakterizuje několik kulturních změn, které jsou vyústěním společenské situace v 80. letech. Jsou jím příchod třetí vlny feminismu a důraz na svobodné přijetí ženství a sexuality. (McCauley, 2018)

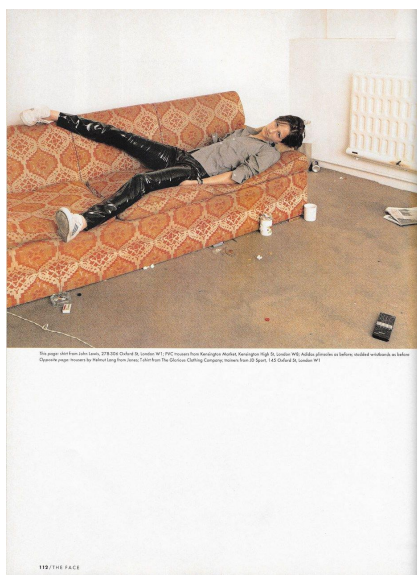
Konzervatismus tehdejšího módního průmyslu, který klade důraz na úspěch a dokonalý vzhled supermodelek, se proto neshoduje s vizí nové, mladé generace v čele s Day. Ta jako alternativu nabízí „reálný pohled“<sup>59</sup>, subjekty fotí v domácím prostředí, kterými jsou většinou vybydlené interiéry bytů na předměstí Londýna, čímž dostává do svých snímků atmosféru dělnické třídy. Namísto supermodelek s ženskými křivkami fotí své kamarádky nebo vyhledává začínající modelky s androgynním, hubeným vzhledem, jež se neshoduje s tehdejším pojetím krásy.<sup>60</sup> Díky tomu také objevuje modelku Kate Moss, se kterou uskuteční své první focení publikované v časopise *The Face* (1990), jež zahájí kariéru obou a z Corinne Day se stane ústřední postava britských nezávislých časopisů. Fotografie Day se v médiích často spojují s pojmem *heroin chic*, což je estetika ovlivněná tehdy populárním hudebním stylem grunge, která zobrazuje mladé lidi, jež svou vizáží připomínají drogově závislé. Tento styl se stane v 90. letech natolik populární, že Corinne Day osloví ke spolupráci i vydavatelství Condé Nast a její jméno se později spojuje výhradně s časopisem *Vogue*.

V námi zvolených zdrojích byly fotografie Day publikovány ve více než 72 číslech. Tvorbu bychom mohli rozdělit do dvou částí: první je módní činnost, která dominuje výběrovému vzorku, a dále soukromá tvorba zaměřující se na dokumentární záznam přátel, rodiny či lidí na okraji společnosti. Později také dokumentuje svůj boj s nevyhlášeným onemocněním mozku, který je jí diagnostikován roku 1996. Tyto snímky se však v našich zdrojích neobjevují.

---

<sup>59</sup> „Reálný“ dáváme do uvozovek z toho důvodu, protože vycházíme z premisy, že fotografie nemá indexikální charakter.

<sup>60</sup> Corinne Day pro Vogue roku 1994: „This type of imagery came along when everybody was drowning in supermodels and perfection and makeup and trying to be something that they aren't. I mainly photograph teenagers (...) and if they look slightly tired, and there is spilled ashtrays on the floor, and old cups of coffee lying around, well, normally in the context of fashion magazines people don't see those types of images, because they're so real. They're so real that they're disturbing.“ (Gandee, 1994, str. 436)



Obrázek č. 38, 39, 40

<sup>61</sup> Obrázek č. 38- Film Trainspotting se uvádí jako příklad heroin chic estetiky v kinematografii 90. let (Givhan, 1996)

<sup>62</sup> Obrázek č. 39 a 40 - Raná práce Corinne Day publikovaná v magazínu The Face (1993)

### 14.1.1 Analýza první fotografie



obrázek č. 41 a 42

První analyzovanou fotografií je snímek s Kate Moss, který byl součástí editorialeu spodního prádla pod názvem *Under Exposure* v červnovém *Vogue UK* roku 1993 a jedná se o jejich druhou spolupráci pro tento magazín. Kate Moss focená Corinne Day se předtím objevila na obálce britského *Vogue* ještě téhož roku v březnu a jedná se o portrét, v němž se dívá do hledáčku fotoaparátu. Její pohled je sebevědomý a nijak sexuálně vyzývavý (viz. obrázek č. 43). Velký ohlas vzbudil ale až červnový editorial, kdy dětský vzhled Kate Moss ve spodním prádle vzbudil v médiích nesouhlasné reakce a Day obviňují ze skryté propagace dětské pornografie: „Obrazy ukazují ženy jako dětské, křehké a sexuálně dostupné objekty.” (Toon in Tredre, Independent, 1993, str. 4).<sup>63</sup> Jobling (1999) naopak *Under Exposure* považuje na základě Irigaray (1984) za akt mimesis, který odhaluje nepříjemné otázky týkající se sociálního konstruktů ženství a některé skupiny společnosti mohou toto sdělení dekódovat mylně.

Na námi vybrané fotografii vidíme ženu umístěnou do středové kompozice, která klečí na posteli. Na sobě má bílé tričko, růžové krajkové kalhotky a silonky, je bez podprsenky. Pokoj dívky je úsporně zařízený, na bílých zdech chybí dekorace, dominantu tvoří retro televize umístěná na nočním stolku vedle postele s eklektickým povlečením a polštáři s různými vzory. Fotografie je laděna do světlých, pastelových barev a ženskost obrazu umocňují květinové vzory povlečení, barevnost spodního prádla a červené boty na podpatku na pravé straně v pozadí. Vzhledem k absenci vektoru a umístění aktérky znaky představují konceptuální význam a slouží zde ke konfrontaci s divákem.

Přestože se jedná o módní editorial a foceným subjektem je modelka, která je srozuměna o celém procesu, na fotografiích své tělo netransformuje do pózy a snímek působí, že byl použit ze soukromého alba. Působí tudíž velmi intimně. Potvrzuje to i nepřímý oční kontakt dívky vytvářející dojem, že si není fotografky vědoma a nevdá jí, že je focená. Použití celkového záběru ukazuje autorčin záměr zachytit ženu v jejím sociálním prostředí, které napovídá o její chudobě, čímž Corinne Day dekonstruuje význam módní fotografie, jímž je fantazie o luxusu. Její pohnutky ilustruje i práce s vizuální špínou jako jsou visící kabely ze zdi, neustlaná postel, poházené věci a neupravené oblečení (např. silonky nejsou správně natažené).

---

<sup>63</sup> „The pictures projected women as a child-like, frail and sexually vulnerable objects.” (Tredre, 1993, s.4).

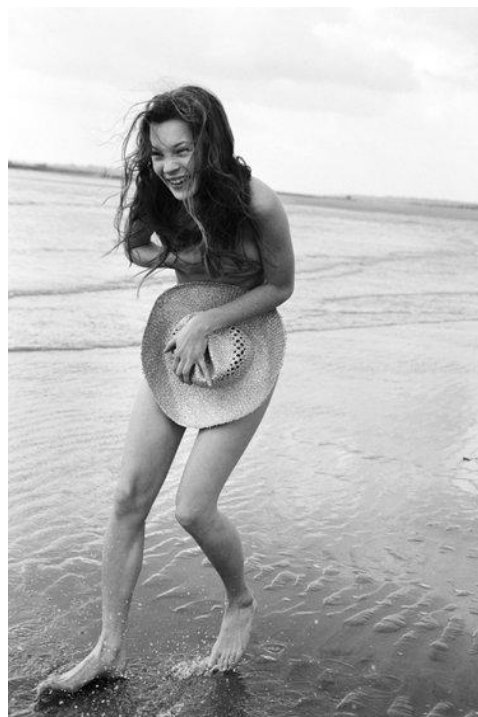
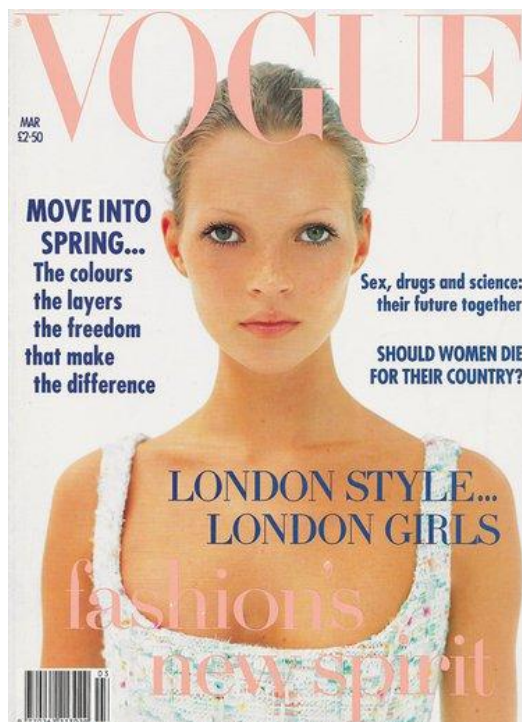
Pokud se přesuneme k interpretaci kompozičního významu, z vyobrazených zdrojů usoudíme, že se dívka bude nacházet ve velmi mladém věku, což kromě vzhledu ukazují dívčí předměty (polštář do tvaru hvězdy, fialová deka se vzorem srdce, růžové spodní prádlo). Aktérka se nicméně cítí být ženou, usuzujeme tak z červené obuvi s vysokými podpatky. Barevná tonalita zdrojů je soudržná a harmonická, přičemž význačnými rysy jsou zde samotná dívka a televize, jež mohou kontrastovat s autorčiným záměrem, jak jsou ženy reprezentované v populární kultuře a jak vypadají v reálném světě. Juxtapozici zde tvoří dále sexualizované oblečení (krajkové kalhoty, silonky) s prezentací ženy, jež s divákem neflirtuje a působí přirozeně. Důležitým zdrojem může být také absence podprsenky, díky níž je podpořen androgynní vzhled modelky.

Modalita zdrojů v popředí a pozadí je vysoká a má naturalistickou hodnotu. Day se snaží všemi dostupnými vizuálními prostředky ilustrovat bezstarostný a finančně nejistý život mladé ženy a činí tak bez příkras. Tvorba Day však není dokumentární, nýbrž módní a svým způsobem inscenovaná pro magazín, jehož cílovou skupinou jsou čtenářky s vyšším příjmem (viz kapitola 8). Snaží se tak konfrontovat jejich pohled s pohledem jedince pocházejícího z jiného sociálního zázemí. Její dílo můžeme také vnímat jako romantizaci chudoby. Podobně jako popisuje Sontag (2002) v díle *O fotografii* na příkladu Strandových portrétů chudých a starých či snímků newyorských slumů od Jacoba Riise: „Nejtrvalejším triumfem fotografie je vlastně její schopnost nacházet krásu v nízkém, pošetilém a sešlém. Skutečnost v sobě přinejmenším nese patos. A tím patosem je právě krása - například krása chudoby.” (2002, str.95)

Pokud se vrátíme k negativním reakcím tehdejších médií, pornografické konotace vzbuzují pouze jednotlivé kusy oblečení (krajkové kalhotky v růžové, silonky a červené podpatky), které inzeruje magazín v rámci editoriale a obsahově se neliší od jiných výstupů v módních časopisech. Corinne Day se v tomto případě podařilo to, že odlišnou prezentací odkryla ideologický význam zakódovaný do ženské módy, která fetišizuje těla žen a tvaruje do erotizující podoby. Tento jev fetišizace popisuje také Beauvoir (1966) (viz kap. 4.1 teoretické části) K tomu dochází v dospívajícím věku dívky při stávání se ženou a přijímání ženské identity. Beauvoir proces vysvětluje z pohledu psychoanalýzy, kdy dívka zažívá vnitřní rozpor mezi bytím svobodným subjektem, které jí nabídlo dětství, a „erotickými sklony a společenskými požadavky, které po ní chtějí, aby na sebe vzala úlohu pasivního předmětu.” (1966, str. 151) Intrapersonální konflikt dívky vyústí ve dvojité život, v němž své pravé Já



skrývá ze strachu se naplno projevit a uniká k němu ve svých fantaziích, které jsou na rozdíl od reálného života naplněny dobrodružstvím a seberealizací. Podle Beauvoir tak dívka nakonec přijme roli ženy jako nepodstatného objektu a svou skrytou touhu po svobodě a podstatnosti se rozhodne zpět vymoci tím, že se stane „záračným fetišem” (1966, str. 167) pro muže. Tuto transformaci ukazují fotografie Day, na kterých se často setkáváme s mladými dívkami, jež se nachází mezi těmito dvěma údobími. Na jedné straně vykazují dětskou bezstarostnost a uvolněnost, na straně druhé jsou již formovány kulturním diskurzem a stávají se ženami.

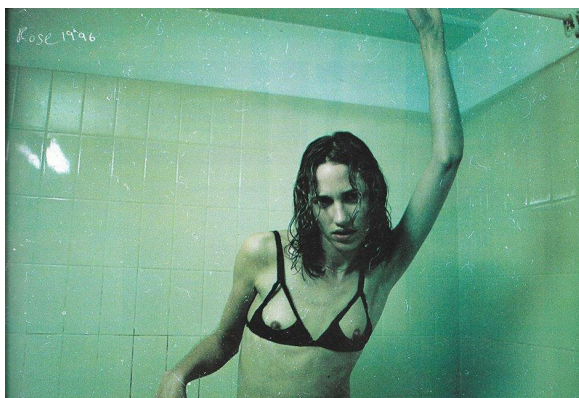


obrázek č. 43 a 44

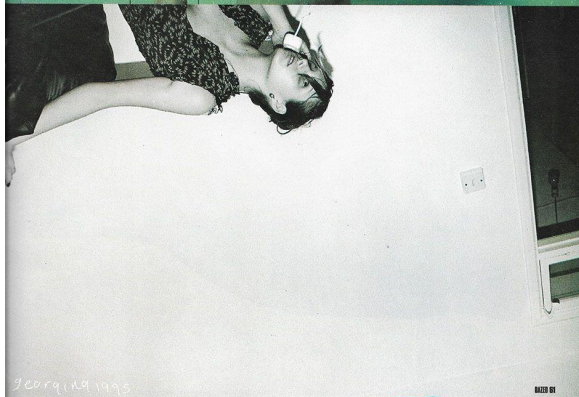
## 14.1.2. Analýza druhé fotografie



georgina 1995



Rose 1996



georgina 1995

obrázek č. 45 a 46

Ukázky její volné tvorby jsme objevili v zářijovém čísle *Dazed and Confused* z roku 1997. V té době je Day již známou fotografkou a jejím stylem se inspirují autoři ve Velké Británii a Spojených státech. Na vysokou popularitu reaguje téhož roku v květnu americký prezident Clinton, který kritizuje módní časopisy za publikaci těchto snímků, protože ukazují heroinovou závislost jako „okouzující, sexy a cool“. (Pryer, 1997, s.1) Je nutné dodat, že Day na svých fotografiích explicitně nezobrazuje modelky či modely při užívání heroinu, vizuální inspirace Goldin je však zjevná. Jejím cílem však není propagace drog, ale snaha o naturalistické vyobrazení mladých lidí, kteří se pohybovali kolem ní a potýkali se s problémy, jež nebyly v tehdejší společnosti dostatečně medializované. Proto jako ukázkou vybíráme snímky vyjadřující se k ženskému tabu menstruace a dekonstrující binárnost genderu. Ke konkrétní interpretaci přitom používáme polaroidovou fotografii s názvem *Georgina 1995*. Jedná se o modelku a kamarádku Georginu Cooper, která se zhruba v 15 letech nastěhovala do sdíleného bytu s Day. Ze společného soužití vznikla řada fotografií publikovaných v módních časopisech (zejména *The Face* a *Raygun*).

Z Georginou se můžeme setkat dvakrát - na barevné a protějšší černobílé fotografii. Na prvním snímku ji fotografka zabírá ze středové kompozice a stejně jako u předchozí analýzy i zde se domníváme, že se jedná o obraz s konceptuálním významem. Dívka má neupravené vlasy, které z části zakrývají její obličej, na něm si dále všímáme silných kruhů pod očima. Přestože odvrací zrak od diváka, neznačí stud nebo flirt, ale spíš nezájem. Day z dívky nedělá pasivní objekt, což potvrzuje zvolení vysokého úhlu a dominantní postoj. Překřížení rukou má celou řadu vysvětlení, ale v tomto případě si myslíme, že ukazuje její fyzický diskomfort. Když se podíváme níže, všimneme si, že zpod svetru jí čouhá provázek od tamponu, takže její nemocný vzhled nutně nesouvisí s drogovou závislostí.

Fotografka zobrazuje aktérku realisticky. Liší se od tradiční reprezentace žen v módních magazínech a divákovi je zde zprostředkován odlišný pohled na ženu, který bývá většinou ideologicky skryt. Díky tomu vzniká kontrast s tradiční estetikou ženy zosobňující krásu a sloužící k vizuální slasti. Přestože nemá kalhotky, není objektem touhy a mužského diváka spíše děsí. Modalita snímku je vysoká, přičemž zdroje mají znázorňovat co největší naturalismus, čemuž napomáhá i snapshotová estetika. Pokud snímek porovnáme s červnovým editorialem z roku 1993, Geoginy fotografie působí autentičtěji a drsněji, což je dáno dokumentárním žánrem, umělým osvětlením a redukcí barev. Společným zdrojem je naopak pocit neútlunosti a vybydlého prostředí vytvářející atmosféru nižší třídy. V této sérii

více než v předchozí můžeme vidět vliv třetí vlny feminizmu. Důkazem je četná práce s vizuální špínou, které z hlediska Butler (2003) můžeme rozumět doslovně například neutěšeným vzhledem ženy, ale také metaforicky explicitním zobrazením menstruace nebo nebinárních osob, jež narušují konstrukt povinné homosexuality. Za přelomové proto považujeme, že se tyto fotografie objevují v populárním magazínu jako *Dazed and Confused*, otázkou však zůstává, jakým způsobem tento obsah diváci čtou a do jaké míry byla její prezentace přetvořena na popkulturní produkt využívající styl subkultur.

### 14.1.3 Analýza třetí fotografie



obrázek č. 47 a 48



obrázek č. 49 a 50

Pozdější práce Corinne Day nezbuzuje kontroverze a od konce 90. let je již považována za významnou autorku, kterou média zmiňují v souvislosti s její ranou prací a zdůrazňují její realistický přínos pro módní fotografii. V roce 1997 je dokonce snímek ze série *Under Exposure*, ve které Kate Moss stojí u zdi pod barevnými žárovkami, použita pro výstavní kolekci v londýnském Victoria & Albert Museu. Corinne Day je od té doby často vyhledávanou tvůrkyní a pro vydavatelství Condé Naste vytvoří přes 60 módních editorialů. Na pozdější tvorbě lze vnímat vytrácení se charakteristické práce s vizuální špínou a přibližování se estetickému standardu časopisu *Vogue*. Tento efekt je nejspíš způsoben i změnou fotografické techniky, protože přechází z Pentaxu na digitální fotoaparát Hasselblad, čímž z jejích snímků mizí snapshotová atmosféra a jsou náchylnější k postprodukcí. (Smith, 2008) Pro své editoriały volí netradiční lokace (exotické krajiny, festival Glastonbury, umělecké galerie apod.) nebo fotografuje ve studiu u bílého plátna, takže její práce již neobsahuje výpovědní, dokumentární charakter.

Pro třetí analýzu jsme použili fotografie z jejího posledního editorialu pro italský *Vogue* (2006), který vytvořila čtyři roky před svou smrtí. Zaujal nás na nich četný editorský zásah, kdy se ve více případech liší originální verze od snímků otištěných na stránkách *Vogue*. Na fotografii s modelkou v černých šatech (viz. obrázek č. 49 a 50) si můžeme všimnout retuše modřin na

nohou, u jiných fotografií jako například na obrázku č. 49 má modelka zakrytý klín, takže nevidíme švy silonek. Tvorba Corinne Day, jež byla založena na syrovosti a absenci retuše, tak podléhá postprodukčním úpravám a je přetvořena na verzi, která je zřejmě bezpečnější pro čtenáře magazínu. Ke změně došlo také v názvu série. Původně se měla jmenovat *Blue in the face*, což je ustálené rčení vyjadřující rezignaci, vyčerpání po hádce, při níž se nám nedaří přesvědčit druhou stranu o naší pravdě. *Vogue* ji nakonec přejmenovat na poněkud vágní *Short, small, tiny*, jež se z charakteristiky vnitřních pocitů přesouvá na popis vnějších vlastností oblečení nebo modelky. Corinne Day tentokrát fotí Iekeline Stange, která mají podobně jako Kate Moss či Georgina Cooper hubený, androgynní vzhled typický pro heroin chic styl.

Ke konkrétní interpretaci vybíráme jednu fotografii, jež byla před publikací digitálně upravena, a je jím žena kouřící cigaretu ve zlatém topu, silonkách a v baletní obuvi (obrázek č. 48). Obraz vede ke konceptuálnímu čtení, kdy žena primárně slouží k identifikaci s diváčkou a představuje koncept *femme fatale*, ženy žijící na hraně, přičemž cílem je inzerce zlatého topu od italské značky. Oproti klasické *femme fatale* Helmuta Newtona se modelka liší v tom, že její pohled ani póza diváka nesvádí a nepředstavuje objekt touhy. Řeč jejího těla není kontrolována, na fotografiích se hrbí, mračí a deformuje části, jež by měly být vystaveny divákovi. Přímý výraz a postava focená z vysokého úhlu navíc značí dominanci a celkový záběr konfrontuje diváka s jejím vzhledem. Vedle jejího gesta tvoří další informační zdroje oblečení, které vytváří juxtapozici mezi spodní a horní částí těla. Baletními piškoty si asociujeme s bolestí, formováním těla do vyšší kulturní hodnoty, a společně s punčochami zobrazují tradici. Látky punčoch navíc zakrývá modřiny a jiné nedokonalosti, jež by rušily v podívané. Horní část těla s maskulinním gestem tento koncept parodizuje. Symbolický význam pro zeleně obarvenou ruku jsme nenalezli, takže se nabízí pouze to vysvětlení, že představuje senzoričnou hodnotu a dotváří estetiku snímku.

Budeme-li hodnotit modalitu snímku, jedná se o fotografii s vysokou modalitou díky vysoké ostrosti všech zdrojů a důrazu na detail. Hodnota zdrojů je naturalistická a chce divákovi zprostředkovat co nejlepší prezentaci luxusního oděvu. Vzhledem k tomu, že fotografie vznikly v roce 2006 je pozoruhodné sledovat stále poněkud konzervativní vztah módního průmyslu vůči ženským pohlavním orgánům. Modelka má na více než dvou fotografiích odhalená prsa (např. obrázek č. 51), které magazín publikuje bez úprav, problém ale nastává při zobrazení vulvy, jež je navíc skryta punčochami, takže nedochází k přímému zobrazení inkriminované oblasti. Tato část těla je digitálně upravená na všech snímcích, takže nemůžeme mluvit

o výjimce související s konkrétní fotografií. U jiné fotografie jsou význačnými zdroji také vyretušované modřiny dodávající modelce kýžený naturalistický vzhled typický pro Day. Tento editorial tedy slouží jako ukázka potřeby populární kultury ženské tělo neustále upravovat do bezpečnější podoby, jež může být svůdná, ale nesmí vzbuzovat otázky. Navzdory tomu, že Corinne Day byla tedy už v 21. století uznávanou autorkou, přístup médií k její práci byl stále problematický kvůli snaze zobrazovat ženy, takové, jaké jsou.



obrázek č. 51

## 14.2 Harley Weir

Harley Weir (1988, Velká Británie) vystudovala výtvarné umění na londýnské Central St. Martin College, ale záhy poté se začala věnovat fotografii a od roku 2014 ji hojně vyhledávají módní značky a magazíny. Spolupracovala například s Balenciagou, Céline, Stellou McCartney a s časopisy jako *AnOther Magazine*, *Dazed and Confused*, *i-D* a americkým, britským a italským *Voguem*. Její tvorbu můžeme označit jako postfeministickou, což dokazuje její široký záběr, kdy vedle problému ženské reprezentace v populární kultuře řeší také otázky týkající se reprezentace etnických minorit či ekologických problémů. Dle zhodnocení

nasbíraných materiálů rozdělujeme její práci do tří částí. První je objevování ženské sexuality z pohledu female gaze s poukazováním na objektivizaci ženského těla v populární kultuře. Zaměřuje se převážně na zobrazování fetišistických předmětů, podle Weir se podílí na budování identity ženy, která sama sebe vnímá mužským pohledem. (Allwood, 2016) Podobně jako u Day i její činnost vyvolala kontroverze a debaty o skryté propagaci dětské pornografie a to hlavně kampaň pro Calvina Kleina s herečkou Klarou Kristinou z roku 2016 (obrázek č.52). Podle Weir, která se k této kauze vyjádřila v rozhovoru pro časopis i-D, ale negativní reakce ukázaly „pokřivené vnímání (společnosti) na to, co je pervezní a co je nevinně intimní“ a co se stane, když ženu vyfotíme z jiného úhlu, než jak je zvykem v mainstreamu. (Weir in Nylander, 2016, str. 143) <sup>64</sup>

Druhou částí její tvorby je propojení dokumentárního žánru s módním focením. Vedle problematiky související s ženskou reprezentací tímto způsobem zprostředkovává život ve třetím světě nebo pracuje s queer osobami. Weir patří ke kritikům nízké diverzity v módním průmyslu, svým aktivním přístupem se snaží tuto situaci změnit a konfrontovat čtenáře módních časopisů. Za třetí část označujeme její volnou tvorbu, v níž se zabývá problematikou konzumerismu a nadprodukcí odpadu. Dále fotografuje stany a příbytky v uprchlickém táboře v Calais. Vzhledem k odlišné tématice snímky této tvorby do diplomové práce nezahrnujeme.



obrázek č. 52

---

<sup>64</sup> „We are inundated with images of oil-sodden women clutching their naked breasts, and if it's shot straight on, then she's in control. We need to give people something that's real. (...) We are all too used to seeing furious objectifying images as standard these days. It highlights the warped perception of what is pervert and what is innocently intimate.” (Weir in Nylander, 2016, str. 143)



## 14.2.1 Analýza první fotografie





obrázek č. 53 a 54

Jako první ukázkou k interpretaci ukazujeme práci Harley Weir, v níž reaguje na nedostatečnou diverzitu v populární kultuře, propojuje dokumentární žánr s módní fotografií a zabývá se zobrazením mužské reprezentace. Tato témata jsou pro ni klíčová a často v nich zpracovává otázky související a afroamerickou či africkou kulturou. V roce 2015 připravila pro podzimní a zimní vydání magazínu *i-D* dvě série ze Senegalu, v nichž se divákovi snaží zprostředkovat intimní pohled na osoby žijící v této oblasti a dekonstruovat stereotypní představy společnosti. Této problematice se ale věnuje i v další tvorbě, a to například v podzimním čísle časopisu *Dazed* (2018), v němž zachycuje spiritualitu a religiózní odívání v Lagosu. Z podzimního čísla *i-D* (2015) uvádíme snímek tří žen, kterou používáme k analýze. Podle nás dobře ukazuje záměr autorky zprostředkovat mládí a dospívání v zemi vzdálené západní kultuře.

Přestože se jedná o módní editorial, autorka oslovuje k focení osoby, které skutečně žijí v dané oblasti, čímž navozuje pocit určité dokumentárnosti. Další je fotografie Senegalce ležícího v moři, jež byl nejprve publikován v rámci editoriale v zimním *i-D* (2015), ale o rok později ho vystavuje také galerie Foam v rámci první výstavy Harley Weir s názvem *Boundaries*, jež ukazuje její dosavadní tvorbu. Na fotografiích Weir, které fotí v afrických zemích, lze pozorovat práci se stereotypy spojenými s africkými ženami a muži. Na první fotografii jsou tomu konkrétně předsudky postkoloniálního feminismu, který uvažuje o ženách z třetího světa

pouze z perspektivy utlačované skupiny, v níž stále přetrvává patriarchální role ženy a reprodukuje se na další generace. (Suleri,1992) Na uvedeném snímku s mužem můžeme zase vidět snahu o dekonstrukci stereotypu africké maskulinity a fyzické síly. (Mirzoeff 2012)<sup>65</sup> Činí tak skrze zobrazení Senegalce jako křehkého subjektu sestávajícího ve feminní póze.

Na fotografii vidíme tři ženské aktérky rozmístěné v pořadí napříč generacemi od nejmladší po nejstarší. Na levé straně se nachází dívka v dětském věku, ve středu kompozice stojí dospívající dívka a za jejími zády je starší žena, která by mohla být jejich matkou a vzhledem k prstenu se domníváme, že se jedná o provdanou ženu. Významnou informační hodnotu pro nás má text v levém horním rohu, z něhož se dozvídáme, že oblečení patří aktérkám a jediným neautentickým předmětem jsou sluneční brýle od drahé londýnské značky General Eyewear, takže jejich odívání také náleží ke klíčovým zdrojům pro interpretaci. Fotografie slouží ke konceptuálnímu čtení, jelikož subjekty mezi sebou nenavazují oční kontakt ani jinou nonverbální komunikaci, čímž fungují jako určité typy pro publikum a umístěním vedle sebe autorka vybízí k jejich komparaci. Tento názor podporuje i přímý oční kontakt s divákem, čímž vybízí ke konverzaci a interakci. Weir fotí ženy z polocelku, ale rámuje je natolik, že se nám ze zorného úhlu vytrácí sociální prostředí a jediné co vidíme jsou obličej a tělo, čímž akcentuje jejich vzhled. Autorka se zde nejspíše snaží osoby co nejvíce přiblížit publiku a vytvořit intimní atmosféru, která je signifikantní i pro jiná díla její tvorby.

Za význačný rys považujeme odlišné oblečení mezi subjektem dívky a staré ženy, přičemž dospívající dívka má vyšší modalitu než zbylé dvě aktérky. Ta je vytvořena lepším nasvícením, které konturuje siluetu její postavy a tváře (ostatní aktérky mají tváře ve stínu) a odlišnou pózou. Mimika holčičky je zvědavá a možná i lehce stydlivá, což dokazuje gestikulace těla (ruka přes břicho vytvářející fyzickou bariéru mezi jí a divákem). Stará žena oproti tomu znázorňuje konvenční obraz africké ženy v tradičním oděvu, se kterým se setkáme na cestovatelských fotografiích a která nabízí fotografovi (turistovi) rýži ke koupě nebo tím ukazuje svůj společenský status. Navzdory ekonomickému růstu v posledních letech patří Senegal stále k zemím s vysokým počtem obyvatel trpícím chronickou podvýživou, takže jsou potraviny stále nedostatkovou komoditou. Dívka uprostřed se k ní obrací zády a společně s moderními, odhalenými šaty se ženou vytváří juxtapozici. Jako jediná z aktérek transformuje

---

<sup>65</sup> Mirzoeff (2012) tento stereotyp ukazuje na příkladu autoportrétu *White Feet* (1987) nigerijského fotografa Rotimi Fani-Kayode.

samu sebe do pózy, již napodobuje modelky z magazínů a tento znak současné, západní kultury umocňují i luxusní brýle z Velké Británie. Máme za to, že dívka představuje jakýsi vzdor či rebelii vůči tradici a snahu přiblížit se životu ve vyspělých zemích<sup>66</sup> a také osobní rovinu, kdy se chce líbit a být přitažlivá. Vzhledem k dokumentárnímu charakteru a přítomnosti detailů se jedná o obraz s naturalistickou modalitou.

Fotografie Harley Weir pořízené v Africe mohou být pro část publika problematické, a to zejména pro africké či afroamerické diváky, jelikož autorka nesdílí stejnou etnicitu, a tudíž nemusí plně rozumět jejich historické zkušenosti. Pozitivum spatřujeme v tom, že ukazují prostředí, s nímž se běžně v módním editoriale nešetkáme, luxusní doplňky fotí na lidech z chudých oblastí, čím publikum konfrontuje s nerovností současného světa, kdy na jedné straně existuje konzumní společnost nakupující módní produkty za stovky či tisíce liber a na druhé straně osoby, pro něž jsou známkou bohatství běžné potraviny. Tento názor podporuje i název série, z níž vybíráme analyzovaný obrázek, *If you're looking for a sign, this is it* (Pokud hledáš znamení, je zde). U fotografií z postkoloniálních destinací ale stále hrozí, že se umělci nevyhnou, třeba i nevědomě, záznamu místních osob ze západního pohledu polarizací na nás a exotické *druhé*. Potíž nastává převážně u fotografování módy, kdy odlišná kultura dodává značně punc luxusu cestování do dalekých zemí. Weir nicméně nepřetváří africký kontinent na exotickou fantazii a jejím záměrem je co nejrealističtější záznam.

---

<sup>66</sup> Podle lednového článku na stránkách zpravodajství Independent v Senegalu narůstají organizace a sdružení na podporu ženských práv a možnosti podnikatelských aktivit pro ženy. (Dowling, 2020)

## 14.2.2 Analýza druhé fotografie





obrázek č. 55 a 56

K další interpretaci používáme fotografie publikované ve speciálním vydání magazínu *i-D* věnujícímu se Female Gaze tématice. Obsahem tohoto čísla jsou fotografie od řady současných ženských fotografek a rozhovory s feministickými autorkami nebo módními designérkami. K interpretaci používáme právě tuto sérii, protože podle nás dobře odráží fotografický styl Harley Weir a ukazuje její práci s dekonstrukcí ženské reprezentace v umění a populární kultuře. Na fotografii vidíme dvě ženy ležící na slámě či suché trávě. První aktérka má oholené vlasy a oblek, takže bychom podle tradičního dělení mohli říci, že vykazuje “maskulinní” rysy. Druhá žena spíše zobrazuje “ženskou” polaritu, kromě pásku je zcela nahá a má dlouhé vlasy. Mezi oběma aktérkami je přímé spojení, což znázorňují dotýkajícími se prsty a natočením tváří směrem k sobě.

Na fotografii je přítomná ještě třetí postava, a to v pravém spodním rohu v podobě stínu. Vzhledem k vektoru, jež vytváří ruce mezi dvěma ženami, se domníváme, že obraz vede k narativnímu čtení, v němž autorka zaznamenává intimní chvíli mezi dvěma ženami. Intimitu umocňuje i zdroj stínu, který do obrazu vnáší atmosféru narušení soukromého okamžiku a voyeuristické pozorování.

Zpřítomnění autorky fotografie lze vnímat také prostřednictvím zobrazené reprezentace na obraze *Las Meninas* (1656) od Velázquezze, na kterém se autor malby vyobrazil vedle příslušníků královského dvora. Těmi jsou princezna Margareta v popředí a odraz královského páru v zrcadle na zadní straně. Přestože obraz nabízí řadu možných interpretací, vypovídá zejména o reprezentaci moci a hierarchie v absolutistické monarchii. Velázquezův autoportrét vedle příslušníků monarchie svědčí o snaze povýšit umělce na roveň šlechtické moci. (Mirzoeff, 2018) Zájem Velázquezze o postavení malíře vyplývá zejména ze schopností umělec vytvářet reprezentaci a tuto moc ilustruje například odrazem krále a královny v zrcadle, jež je pravděpodobně odrazem toho, co Velázquez právě maluje na plátno. Ukazuje nám tím nepostradatelnou funkci umělce, protože on vytváří to, co vidí publikum a jak o dané věci dále přemýšlí. (Schmitter, 1996) Přestože se podle Mirzoeffa (2018) *Las Meninas* váže na historický kontext, kdy postavení umělce nebylo vnímáno elitně jako v současnosti, a jednalo se spíše o řemeslnou profesi, Velázquezův koncept se dá vztáhnout i na aktuální umělecký diskurz včetně fotografie Weir. Její přítomnost v podobě stínu zdůrazňuje ideologický význam tvůrce, který se výrazně podílí na tvorbě kulturní reprezentace žen. Weir nám tím tudíž chce naznačit, že fotograf ženy pouze mechanicky nefotí, ale zároveň oplývá schopností formovat divákům pohled na ženskou roli.

Harley Weir aktérky zabírá z celkového záběru, fotí je z vysokého úhlu, čímž redukuje afektivnost obrazu a nutí diváka zamyslet se nad sdělením. Ženy s publikem nenavazují kontakt a vzbuzují dojem, že si neuvědomují fakt, že jsou foceny. Fotografie je zajímavá také v tom, že tvůrkyní vektoru je žena, která i přes zavřené oči určuje pohled a naráci celého obrazu. V celé sérii, včetně této fotografie, vnímáme vliv feministického esencialismu spojením ženského těla s přírodou a zemí, a to například inspirací *Siluetta Series* (1974) od Any Mendiety, kterým Weir vizualizuje svůj záměr fotografovat ženy tak jak jsou, ve své “přirozené podobě”. Jak už uvádíme v teoretické části, ženy jsou dominantní ideologií historicky spojované s přírodou a s tělesností, umělci jsou však zobrazováni již v kulturalizované podobě, a to například bez pubického ochlupení. Weir používá subverzivních prvků k narušení této

konstrukce. Tím prvním je nahá žena, která už díky své póze připomíná renesanční či barokní grácie, jedná se však o mimesis, čemuž napovídá ochlupení, jež na těchto obrazech tradičně chybí. Druhým je ženino tělo nesloužící k mužskému pohledu nýbrž tomu ženskému - ten je zde vytvořen umístěním zdroje druhé aktérky, jež vytváří počátek vektoru. Juxtapozici zároveň tvoří nahá žena s ženou v obleku. Tento výjev evokuje Manetův obraz *Snídaně v trávě* (1862–1863), na němž umělec ztvárňuje dva muže v obleku, kteří jsou plně pohrouženi do debaty a dvě nahé či spoře oděné ženy, přičemž jedna slouží ke skopofilii a druhá symbolizuje pomocný charakter. Manetovo dílo bývá z tohoto důvodu často kritizováno, protože zobrazuje moderní realitu reprodukcí tradičních stereotypů.

Weir tímto zpodobněním kritizuje populární kulturu včetně módního průmyslu, protože se stále dopouští objektivizace ženského těla a repetice konstruktů ženskosti navzdory všem debatám o feminismu a postmodernitě. Fotografie Weir nám nabízí širší spektrum ženské reprezentace, přičemž nevytváří soudy, jaká podoba ženskosti je ta “správná”. Modalita zdrojů obou žen je vysoká vzhledem k ostrosti obrazu, zobrazení jejich individuálních rysů, detailů oblečení či těla. Z toho důvodu usuzujeme, že znázorňují naturalistickou hodnotu a primárním cílem je prezentace oblečení a reálné podoby těchto žen. Nahá aktérka však zároveň slouží jako zprostředkovatel abstraktního významu a může představovat esenci předdeskurzivního ženskosti. Stín v popředí má nízkou modalitu a abstraktní hodnotu.



### 14.2.3 Analýza třetí fotografie



obrázek č. 57 a 58

K třetí analýze vybíráme fotografie z červnového editoriale pro italský *Vogue* publikovaný roku 2017 z toho důvodu, protože odráží další téma, jež Weir často zpracovává ve své osobní či komerční práci. Tím je dekodování fetišistických předmětů související s konstruktem ženství. Za další příklad této tvorby uvádíme její sérii publikovanou v magazínu *Baroness: The Erotic Paperback* nebo kampaň pro značku Balenciaga z roku 2017. Na jejich snímcích můžeme spatřovat odkazy na tvorbu Guye Bourdina, pro kterou je příznačná fragmentalizace ženského těla a v současnosti slouží jako příklad ženské objektivizace. Záměrem Harley Weir ale není pouhá reprodukce tohoto principu, nýbrž subverze. Jak uvádí v rozhovoru pro *i-D* (2016), při procesu stávání se ženou byla její identita formovaná četnými sexualizovanými obrazy žen, takže toto téma “prosakuje” i do její tvorby. Práci s fetišem u ní můžeme vnímat jako dekonstrukci internalizovaného male gaze pohledu žen a hledání vlastního přístupu.

Na fotografii vidíme dva subjekty ve vzájemném, intimním kontaktu. Stojí na louce, je podvečer či brzké ráno a na pozadí si povšimneme auta. Obraz tak vede k narativnímu čtení, kdy si scénu můžeme interpretovat jako milenecký výjev, který se neshoduje s představami společnosti, z toho důvodu se pár či skupina (budeme-li brát sérii jako celek) skrývá na periferii mimo civilizaci, kde se mohou svobodně projevit. Toto tvrzení podporuje i název editoriale *Out of control*. Fotografie jsou podobné analyzované sérii z roku 2016, protože subjekty mají opět zavřené oči, odvrací svůj zrak od diváka a je zde znovu přítomný nebinární vztah, přestože u fotografií z roku 2016 se vyloženě nemusí jednat o milenecký pár. Autorka používá celkový záběr, díky němuž subjekty přetváří na dějové průvodce a zároveň dává divákovi možnost prohlédnout si celý výjev. Je zřejmé, že se nesnaží o zprostředkování či nápodobu reality, ale o ztvárnění grotesky.

Význačným zdrojem obrazu je bohatě barevné oblečení, které se skládá z kusů tradičně spojovaných s ženstvím. Jsou jimi boty na vysokém podpatku propojené až s hypersexuálně hladkými punčocháči, dále krajkové rukavice či květinové vzory. Tento efekt ženství je však narušen androgynním vzhledem osob a parodickými gesty, kdy žena nalevo jakožto iniciátorka polibku “hraje” muže a subjekt napravo připomíná svou pantomimou “cudnou ženu”. Teatrálnost subjektů tak nakonec odkazuje k performativitě genderu i zmiňovanému voguingu, kdy subjekt předstírá ženu jako součást hry a maškarády s vnějšími znaky a tím znejistuje konstrukt povinné homosexuality. Podíváme-li se na sérii jako celek, tak zobrazené osoby vypadají bezpohlavně (viz obrázek č. 59) a nevykazují tradičně feminní či maskulinní rysy.

Jediné, co nám pomáhá určit jejich gender jsou předměty jako např. boty na podpatku. Fotografie tak můžeme zařadit do vizuálního konceptu gagafeminismu, jelikož publikum konfrontují se světem, kde přestává platit konstrukt dominantní ideologie a vytváří zcela novou realitu s vlastními pravidly.

Modalita osob je vysoká díky ostrosti a silnému umělému nasvícení, přičemž primárním cílem je inzerce produktů. Pozadí má naopak nízkou modalitu a slouží k vytvoření zakázané či uvolněné atmosféry. Zdroje obrazu zprostředkovávají sensorickou modalitu a záměrem autorky je navození vizuální slasti skrze hru barev a vzorů, aniž by se dopouštěla exploatace ženského těla jako Guy Bourdin. Při srovnání fotografií nohou (viz obrázek 58 a 60) by se mohlo zdát, že ukazují stejnou věc. Bourdinův snímek je však vizuálně čistý, ženino tělo je nastavené v pasivní, nehybné poloze a divákovi nic nebrání v pohledu. Weir je naopak fotí v pohybu, výhled na ně ruší úhel slunečního světla a rámování kapoty, takže v divákovi navozuje pocit, že focený objekt je aktivní a není pod kontrolou.



obrázek č. 59 a 60: fotografie Harley Weir a Guye Bourdina

## 15. Výsledky analýzy

V praktické části jsme analyzovali celkem 18 fotografií od 6 autorek pomocí sociálně sémiotické metody. Fotografky jsme rozdělili do dvojic na základě témat či žánru, který je společný pro jejich práci. K lepšímu pochopení jejich díla jsou snímky zároveň zařazeny do širšího kontextu. V této kapitole se budeme snažit shrnout výsledky, ke kterým jsme dospěli,

a zároveň se pokusit o komparaci fotografií autorek starší a mladší generace. U fotografií Sherman a Byström převažuje konceptuální význam, který je dán žánrem autoportrétu, jež obě autorky používají a pracují zejména s dlouhým záběrem či polo celkem. Ten ruší afektivnost snímků a zvyšuje ideovou podstatu jejich zobrazení vedoucí diváka k racionálnímu uvažování nad sdělením obrazu. Nejčastěji se na jejich fotografiích setkáme s abstraktní modalitou, jež má podle Leeuwena (2005) za cíl odhalovat podstatu a zkoumat určitý fenomén. Tím je konkrétně rozkrývání ideologického významu genderové reprezentace žen ve výtvarném umění, populární kultuře a sociálních médiích.

V pozdějších pracích lze ale také vyzorovat příklon k sensorické modalitě, jež má u autorek zpravidla simulovat prostředí virtuálního světa. Vzhledem k délce kariéry si lze u Sherman všimnout širšího rozpětí témat a její vývoj může sloužit jako příměr k rozvoji feministických konceptů. V prvních desetiletích její tvorby se zabývá převážně dekonstrukcí “tradičních” stereotypů, jimiž rozumíme roli ženy ve společnosti, historii a populární kultuře. V pozdějších sériích je ale už zřejmý vliv třetí vlny feminismu a myšlenek Judith Butler. Aktuální činnost ukazuje zájem o problematiku proměny identity digitálními technologiemi a podobně jako Byström či Collins zkoumá také možnosti žánru selfies. Tématika Byström se oproti tomu přesouvá výhradně na internet a fenomény souvisejícími se sociálními sítěmi, kterými jsou například úzkost či samota dospívajících. V její tvorbě jsme objevili také boj vůči Instagramu jako novému ideologickému systému, jež v kontextu díla chápeme jako pokračování reprodukce tradičního kulturního konstruktů pomocí nových forem. Snahou Byström je proto vznik subverzivní virtuální reprezentace, čímž se přibližuje ke konceptům xenofeminismu. Byström se zároveň od Sherman liší svou estetikou, jež je výrazně ovlivněna barevností instagramových profilů dospívajících uživatelů a přizpůsobena zrychlenému vnímání lidí na internetu. Pozadí proto zpravidla volí neutrální a hlavní sdělení je vyjádřeno explicitnější formou.

Stejně jako u předchozích autorek, také u snímků Goldin a Collins se vyskytují více fotografie vedoucí ke konceptuálnímu čtení. Zdroje na jejich obrazech mají zpravidla naturalistickou modalitu v kombinaci s abstraktní. Toto zjištění vypovídá o dokumentárním charakterem jejich snímků skrze které zároveň předávají obecnější sdělení související s genderovou politikou. Vizualita obou autorek je podobná díky používání analogové techniky dodávajícím snímkům snapshotovou atmosféru, přesto si lze všimnout patrných rozdílů. Collins je podobně jako Byström ovlivněna dívčí barevností, na jejich fotografiích převažují světlé, pastelové barvy

vytvářející dojem popkulturní estetiky a nostalgie. Vizualita Collins je proto do značné míry více podobná Corinne Day. Barevnost Goldin je temnější, surovější, což je dáno také vážnějšími tématy jako drogovou závislostí, domácím násilím nebo AIDS. Obsahová stránka se u nich výrazně liší. Pro Goldin je velmi častým tématem vytvoření juxtapozice mezi mýty zakořeněnými v naší kulturní historii a odlišnou realitou. Opakujícími motivy jsou křesťanská kultura a kulturní konstrukt ženy ve starých dílech výtvarného umění. Collins se naopak zabývá vlivem populární kultury a životem dospívajících dívek, jež je výrazně formován mobilními technologiemi a sociálními sítěmi podobně jako u Byström. Častým motivem je přítomnost zrcadla nebo jiných reflexních ploch. Přestože se tedy tvorba těchto autorek spojuje, řekli bychom, že je podobná zejména po formální stránce a nikoliv obsahové. Práce Goldin analyzované v této práci je tedy značně ovlivněna teoriemi první a druhé vlny feminismu. Těmi jsou konkrétně psychoanalýza, Freudův koncept skopofilie, male gaze ve výtvarném umění (viz Berger, kap. 5.3 teoretické části) a mýty ženství obsažené v díle Beauvoir. Na fotografie Collins lze aplikovat motiv dospívání a přijímání ženské identity (viz Beauvoir, kap 4.1) a Teorii mladé Dívky v komodifikaci mládí a ženství skrze nové digitální platformy jako jsou Instagram či Tumblr. Pozdní činnost ukazuje také příklon k performativitě genderu.

Fotografie Corinne Day vedou také ke konceptuálnímu čtení. Harley Weir oproti tomu využívá zpravidla naraci, která je ovlivněna faktem, že na většině fotografií zobrazuje více osob ve vzájemné interakci. Modalita snímků je opět naturalistická v kombinaci s abstraktním významem stejně jako u Goldin a Collins. Na Day a Weir se dá dobře ilustrovat, jak se vyvíjí módní fotografie a co je v dané době vnímáno jako kontroverzní. U Day tomu je realističtější pohled na ženu lišící se od popkulturní reprezentace v 80. letech. Začíná pracovat s tématy ženských tabu (např. menstruace, ochlupení), jež v současnosti využívá například Arvida Byström nebo Harley Weir a do módní fotografie vnáší prvky subverzivního humoru skrze parodii. Její přínos je patrný převážně pro 90. léta, jelikož pozdní tvorba nepřináší mnoho nového. Na příkladu Day je zajímavé sledovat rychlost popkultury, která začlenila během několika málo let její estetiku do svého kánonu a vytvořila z ní další ideál krásy. Zpočátku však měla tato estetika vystupovat vůči mainstreamu a dokonce byla připodobňována k dětské pornografii, což jsme ilustrovali na raných fotografiích Moss pro časopis Vogue. Tvorba Weir je po obsahové stránce širší. Jako jediná námi vybraná zástupkyně mladé generace nabízí témata, která nesouvisí se sociálními sítěmi, přesto nepozbývají stejné důležitosti pro současnou společnost. Jsou jimi stále nedostatečná diverzita v módním průmyslu, konzervativní pohled na ženskou sexualitu a také nízká reprezentace afrických či

afroamerických osob bez tradiční stereotypizace západním pohledem. Společným prvkem s Day jsou kontroverze, které u veřejnosti vzbuzují její fotografie a nařčení z propagace dětské pornografie.

## Závěr

Teoretická část se primárně zabývala konstrukcí ženské reprezentace v západní kultuře ovlivněné patriarchálním diskurzem. Tento problém vzniká historicky již v křesťanství, formuje se vědou, Freudovou psychoanalýzou, výtvarným uměním a ve 20. století se přelévá do reklamy a fotografie. V poslední kapitole jsme ukázali, jak se tyto konstrukty reprodukuje také na sociální síti. Tyto myšlenky jsme rozvedli na základě několika konceptů zásadních pro feministické hnutí a vizuální kulturu. Prvním byla Beauvoir, která poprvé mluví o konstrukci ženství a kulturních mýtech. Dále jsme použili *Ženskou mystiku* Friedan, jež považuje módní magazíny za nástroj dominantní ideologie a řadu konceptů druhé vlny, které zahájily debatu o subverzivních technikách, male gaze v umění, reklamě a ve filmu. Ke třetí vlně jsme uvedli performativitu genderu od Butler, jejíž svobodná hra s genderem a ženstvím inspirovala řadu feministických a queer umělců.

Aktuálnější přístup k problematice pak nabízí teorie *Dívky*, gaga feminismus a xenofeminismus, jež se zaměřuje na nové technologie, v nichž spatřuje na jedné straně potenciál k osvobození genderu, ale na straně druhé nebezpečí zneužitelnosti patriarchálním systémem, a to například přetvoření pojmu feminismu nebo queer politiky pouze na komerční, ekonomickou hodnotu. V teoretickém oddílu jsme zároveň zjistili, že média tvoří dominantní zdroj, který určuje představu veřejnosti o feministickém hnutí, přičemž toto téma má ve zpravodajství spíše negativní konotace nebo je rutinně přehlíženo. Vznikající zájem módních magazínů o female gaze tematiku, který je v naší práci zahájen převážně v 90. letech, můžeme vnímat ambivalentně. Na jednu stranu dostává tato feministická problematika větší prostor v médiích a možnost se dostat k širší veřejnosti. Na druhou stranu můžeme tento zájem vnímat jako komercializaci a komodifikaci feminismu popsanou v *Podkladech pro teorii Dívky* (2019).

S využitím těchto konceptů a za pomoci sociálně sémiotické metody jsme v praktické části analyzovali fotografie tří female gaze autorek starší generace (Cindy Sherman, Nan Goldin, Corinne Day) a tří z nové vlny female gaze (Arvidy Byström, Petra Collins, Harley Weir).

Jejich tvorbu jsme vždy rozdělili do tří částí a na základě sebraných materiálů jsme se snažili o stručný průřez jejich tvorby od rané činnosti po tu nejaktuálnější. Zkoumaný vzorek jsme omezili zdroji, ze kterých jsme fotografie vybírali. Jednalo se o časopis *Vogue* (americká, britská a italská verze), *Harper's Bazaar* (americká verze), *i-D*, *Dazed*, *Vice* a jejich online mutace. Z nalezených materiálů jsme analyzovali uměleckou a editořiální tvorbu. Chtěli jsme nabídnout pohled na oba tyto žánry s výjimkou Harley Weir, jejíž volná tvorba se netýkala tématu female gaze.

Z analýzy vyplývá, že u všech fotografek převládají snímky foceně z celku či polocelku. Buďto slouží k narušení naturalismu nebo naopak zobrazují ženu jako aktivní průvodkyni dějem, a to v případě dokumentárního žánru. Občas se také vyskytuje detailní záběr, jež má konfrontační charakter a chce diváka emocionálně vtáhnout do problematiky, která je mainstreamem přehlížena. Jsou jimi témata menstruační krve, ženského ochlupení či aktivní, subverzivní role ženy. Převažujícím aspektem je dále konceptuální význam fotografií, na kterých aktérka znázorňuje obecný typ. Subverzivními znaky jsou zpravidla performativita, parodie, groteska, hra s mimesis nebo metoda komparace s kulturními konstrukty a vlastními fotografiemi.

Přestože po formální stránce jsme u mladších a starších autorek neobjevili větší rozdíly, odlišnosti jsme našli v použitých tématech. Starší autorky se zejména zabývaly ženskou reprezentací v populární kultuře 20. století nebo ve výtvarném umění renesance a baroka, což jsme viděli zejména u Nan Golgin. Na tvorbě mladších fotografek lze naopak vidět značný vliv Internetu a sociálních sítí. Často zobrazují deprese či úzkosti související s touto novou formou komunikace a řeší vznik nových virtuálních reprezentací, jež mají dopad na formování ženské identity a přijímání vlastního, reálného vzhledu, těla a sexuality. Jedinou výjimku tvoří Cindy Sherman, která se ve své pozdní tvorbě stejně jako nové hnutí female gaze zaměřuje na žánr selfies a instagramovou vizualitu. Internetové médium navíc skýtá nebezpečí v tom, že na rozdíl od tradičního diváka populární kultury se účastník interaktivně podílí na produkci, takže se zároveň může stát nevědomým aktivním tvůrcem objektivizovaného obsahu a využívat k tomu vlastní tělo. Právě toto téma sebekomodifikace ve virtuálním prostoru je prosyceno tvorbou Byström, Collins, ale také Sherman. Na příkladu fotografky Harley Weir jsme ukázali snahy současné generace o zlepšení etnické diverzity v módním průmyslu a zobrazení žen a mužů v postkoloniálních zemích.

Možným úskalím výzkumu je fakt, že se na práci podílela pouze jedna osoba a to žena, ze střední Evropy, generace Y, jež mohla vnést do analýzy vlastní, subjektivní pohled

ovlivněný jejím sociálním prostředím a přístupem ke zdrojům. Zahrnutí dalších osob do výzkumu by mohlo obohatit problematiku o nová hlediska, takže se zde musí počítat s určitou mírou reflexivity. Dalším překážkou je analýza omezená pouze na činnost šesti fotografek, přičemž náš výběr byl určován především významností autorek ve vybraných médiích. Bylo by jistě přínosné rozšířit tento vzorek také o mediálně méně známé tvůrkyně, jejichž činnost by mohla rozšířit debatu a přinést nové poznatky. Jelikož na tuto tematiku nevzniklo zatím mnoho prací, považujeme diplomovou práci za otevření konverzace o této problematice a za možnou inspiraci pro další texty. Podobné téma se objevilo v bakalářské práci *Taneční: mládí v pohybu* od Anety Zámečnickové (2019), která v teoretické části mapovala vývoj zobrazení mládí v americké fotografii na souborech Bruce Davidsona, Nan Goldin, Ryana McGinleyho a Petry Collins. V praktické části poté následovala vlastní tvorba autorky dokumentující taneční kurzy pro středoškolské studenty.

Jako korpus vizuálního materiálu bylo vybráno médium módních časopisů, aby měla práce přínos také pro žurnalistický obor. Z poznatků uvedených v teoretické části navíc vyplynulo, že módní magazíny měly významný vliv na kulturní konstrukci ženství v 19. a 20. století, a tudíž úzce souvisí se zkoumaným tématem. Autorka diplomové práce fotografie hledala analyzované snímky v digitálních online verzích časopisů, archivu módních magazínů přístupných přes ProQuest, online archivu Vogue Italy, tištěných číslech dostupných v knihovnách UMPRUM, FAMU a individuálně získaných periodících.

## Summary

This diploma thesis examined female gaze photography in fashion magazines and the comparison between the new wave of female gaze photographers and the feminist pioneers. For these reasons, we selected photographers with high media coverage and pictures from fashion magazines *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *i-D*, *Dazed*, and *Vice*. From the new wave of feminism, we chose Arvida Byström, Petra Collins, Harley Weir, and Cindy Sherman, Nan Goldin, Corinne Day as a representative of pioneers. This work consists of the theoretical, methodological, and practical part.



The theoretical part should work as a comprehensive study of the feminist movement including key theoretical concepts. They deal with the construction of gender, the formation of female identity, and how dominant ideology creates female representation in fine arts, film, and photography. It demonstrates that the issue of the female gaze is not an isolated element and is deeply connected with the history of feminism and the history of art. The methodological part contains the detailed characteristic of the used method which was social semiotic analysis. The practical part gives information about the used sources, selected photographs, and research questions. It also includes qualitative analysis of photographs and the final chapter with the research results.

We found out that all photographers used similar visual methods. It prevails wide or semi-wide shot and the conceptual meaning of the picture which highlights the function of the subject as the medium of the interpretative, abstract value. Subversive aspects are usually: gender performativity, parody, grotesque, playing with mimesis, or using a method of comparison between cultural constructs and photograph's pictures. They differ in themes. The older generation worked more with the traditional culture representation in fine arts and pop culture produced by television or print magazines. The younger generation focuses more on virtual representation on the Internet, how social media changes the perception of real bodies, and how women actively participate in reproducing old stereotypes on new digital platforms. The exception is the latest work of Cindy Sherman who deals with selfies and other new digital forms. Besides, using the example of photographer Harley Weir, we have shown the efforts of the current generation to improve ethnic diversity in the fashion industry and the portrayal of women and men in postcolonial countries.

## Použitá literatura a zdroje

- Augustyn, A. [online], Vogue Magazine. *Encyklopedia Britannica*. Available at: <https://www.britannica.com/topic/Vogue-American-magazine#ref1250112> [12.05.2020]
- Allwood, E. H. (2016) Harley Weir on art, porn and controversy. *Dazed*. Available at: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/31396/1/harley-weir-on-art-porn-and-controversy> [12.05.2020]
- Baconsky, I. (2018). Arvida Byström on why she implanted 30 NFC chips under her skin. *Dazed*. Available at: <https://www.dazeddigital.com/art-photography/article/42591/1/arvida-bystrom-implanted-30-nfc-chips-under-her-skin-inflated-fiction-exhibition> [12.05.2020]
- Bauck, W. (2018) Fashion Photography has the Real Gender Equality Problem. *Fashionista*. Available at: <https://fashionista.com/2018/04/female-fashion-photographers-2018> [12.05.2020]
- Barnett, Hadland (2018) The State of News Photography. The World Press Photo. Stirling: University of Stirling, available in: [https://www.worldpressphoto.org/getmedia/4f811d9d-ebc7-4b0b-a417-f119f6c49a15/the\\_state\\_of\\_news\\_photography\\_2018.pdf](https://www.worldpressphoto.org/getmedia/4f811d9d-ebc7-4b0b-a417-f119f6c49a15/the_state_of_news_photography_2018.pdf) [12.05.2020]
- Bezemer, J., Jewitt, C. (2009) Social Semiotics. In *Handbook of Pragmatics: 2009 Installment*. Jan-Ola Östman, Jef Verschueren and Eline Versluys (eds). Amsterdam: John Benjamins, Available at: [https://www.researchgate.net/publication/286459229\\_Social\\_Semiotics](https://www.researchgate.net/publication/286459229_Social_Semiotics) [12.05.2020]
- Berger, J. (2016). *Způsoby vidění*. Praha: Labyrint. ISBN: 9788087260784
- Bossert, J. (2016) *Voguing Gender: How American Vogue Represented and Constructed Women's Roles from 1965-1974*. Thesis. Rochester Institute of Technology. Available in <https://scholarworks.rit.edu/theses/9237> [12.05.2020]
- Butler, J. (2003). *Trampoty s rodou: feminizmus a podrývanie identity*, Bratislava:Aspekt. ISBN: 8085549417
- Butler, J. (1993). *Bodies that matter: on the discursive limits of sex*, New York: Routledge. ISBN: 0-415-90366-1
- Burgum, B. (2017). The photos Instagram doesn't want you to see. *Dazed*. Available at: <https://www.dazeddigital.com/photography/article/34975/1/arvida-bystrom-molly-soda-the-photos-instagram-doesnt-want-you-to-see> [12.05.2020]
- Barrett, P. (2004) Emap closes down the Face. *The Guardian*. Available at: <https://www.theguardian.com/media/2004/mar/22/emap.pressandpublishing> [12.05.2020]
- Beauvoir, S. (1966). *Druhé pohlaví*. 1.st edition. Praha: Knihovnick
- Brown (2016). Cindy Sherman: Street - Style Star. *Harper's Bazaar*, March Special Edition: New York. Available at: <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a14005/cindy-sherman-0316/> [12.05.2020]

Bertazzo, M. (2018) *Harper's Bazaar's Representation of American Style in the 1950s*. Master Thesis. Venice: Ca'Foscari University

Breward, Ch. (1994) Femininity and Consumption: The Problem of the Late Nineteenth-Century Fashion Journal. *Journal of Design History*, 7 (2) Available in: <http://www.jstor.com/stable/1316078> [12.05.2020]

Bystrom, A. (2019). The Photographer Turns Humans into Real Life Bratz Dolls. *Vice The Photo Issue*. Available at: <https://photoissue.vice.com/p/20> [12.05.2020]

Collins, G. (2009) *When Everything Changed: The Amazing Journey of American Women from 1960 to Present*, New York: Little, Brown, and Company

Crane, D. (1999). Gender and Hegemony in Fashion Magazines: Women's Interpretations of Fashion Photographs. *The Sociological Quarterly*, 40(4), 541-563. Available in: [www.jstor.org/stable/4121253](http://www.jstor.org/stable/4121253) [12.05.2020]

Crossley, A. (2017). *Finding Feminism: Millennial Activists and the Unfinished Gender Revolution*. New York: NYU Press. Available at: [www.jstor.org/stable/j.ctt1ggjjdg](http://www.jstor.org/stable/j.ctt1ggjjdg) [12.05.2020]

Chave, A. (2011). The Guerrilla Girls' Reckoning. *Art Journal*, 70(2), 102-111, Available in: [www.jstor.org/stable/41430728](http://www.jstor.org/stable/41430728) [12.05.2020]

Debord, G. (2007) *Společnost spektaklu*, Praha: Intu. ISBN 978-80-903355-5-4

Dittmar, Halliwell (2006). Does Barbie Make Girls Want to Be Thin? The Effect of Experimental Exposure to Images of Dolls on the Body Image of 5- to 8-Year-Old Girls. *Developmental psychology*. 42, pp. 283-92. Available in: 10.1037/0012-1649.42.2.283. [12.05.2020]

Dubská, I. (1967). Kdo je žena? *Sociologický Časopis / Czech Sociological Review*, 3(3), 307-315 Available in: [www.jstor.org/stable/41127494](http://www.jstor.org/stable/41127494) [12.05.2020]

Duncan, C. (2002). MoMiny maminy. In. M. Pachmanová, *Neviditelná žena*. Praha: One Woman Press, pp. 115-138

Dowling (2020) Senegal: Emerging from conflict, now fighting climate. *Independent*. Available in: <https://www.independent.co.uk/news/world/africa/africa-climate-change-senegal-conflict-empower-women-a9298141.html> [12.05.2020]

Entwistle, J. (2009) *The Aesthetic Economy of Fashion Markets and Value in Clothing and Modelling*, Berg Publishers: Oxford. Available at: <https://books.google.cz/books?id=XnqvAwAAQBAJ&pg=PA17&lpg=PA17&dq=corinne+day+influence&source=bl&ots=ENf10CtVbb&sig=ACfU3U3fh5toLH00Td8wxHJ6btrL-mi4A&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEwixgOLS9->

[zpAhWHa8AKHaLBAyc4ChDoATAAegQICRAB#v=onepage&q=corinne%20day%20influence&f=false](https://www.dazeddigital.com/photography/article/17855/1/sex-and-the-suburbs) [12.05.2020]

Fedorova (2013) Sex and the Suburbs. *Dazed*. Available at:

<https://www.dazeddigital.com/photography/article/17855/1/sex-and-the-suburbs> [12.05.2020]

Feltman, CH. E. (2018) *Instagram use and self-objectification: The roles of internalization, comparison, appearance commentary, and feminism*. PhD diss., University of Tennessee, Available at:

[https://trace.tennessee.edu/utk\\_graddiss/4793](https://trace.tennessee.edu/utk_graddiss/4793) [12.05.2020]

Friedan, Betty. (2013) *The Female mystique*. 1st edition. [Ebook Kindle Edition], New York: Norton Paperback

Foucault, M. (2002) Dohlížet a trestat. Podlesí: Dauphine. ISBN 80-86019-96-9

Gandee, Ch. (1994) Under the Influence. *Vogue*: New York, 3 (184), pp. 380-437

Gamble, S. (2006). *The Routledge Companion to Feminism and Postfeminism*. London: Routledge ISBN: 9780415243100

Goldstein, Leslie F. (1982). Early Feminist Themes in French Utopian Socialism: The St. - Simonians and Fourier. *Journal of the History of Ideas*, [online] 43 (1), 91-108. Available at:

<https://www.jstor.org/stable/2709162> [24.2.2020].

Goldin, N. (2001, October). Nan Goldin. *Vogue*: London. Available at: <https://strip-project.com/archive/7-fashion/kate-moss-photography-nan-goldin-fashion-editor-stella-mccartney-vogue-october-2001/635>

[12.05.2020]

Gilles, D. a Guattari, F. (2010). *Tisíc plošin*, Praha: Herrmann & synové. ISBN 978-80-87054-63-5

Givhan, R. (1996) Wha Dole Frowns On Fashion. *The Los Angeles Times*. Available at:

<https://www.latimes.com/archives/la-xpm-1996-08-08-ls-32243-story.html> [12.05.2020]

Grewe, C. (2009) *Painting the Sacred in the Age of Romanticism*. Taylor & Francis Ltd: Oxfordshire, Available at:

<https://books.google.cz/books?id=uzcrDwAAQBAJ&pg=PA143&lpg=PA143&dq=vanitas+and+patriarchy&source=bl&ots=BLybNQVPkl&sig=ACfU3U3Px3aPz9Hwz2yBqHgXMSVYDjggKw&hl=cs&sa=X&ved=2ahUKEWiKIMqdkTtpAhVGsKQKHZS5CUsQ6AEwD3oECAgQAQ#v=onepage&q=vanitas%20and%20patriarchy&f=false> [12.05.2020]

Hartley, J. and Rennie, E. (2004) 'About a Girl': Fashion photography as photojournalism', *Journalism*, 5(4), pp. 458–479. doi: 10.1177/1464884904044205. [12.05.2020]

Halliday, M. (1978), *Language as Social Semiotic*. London: Edward Arnold. ISBN: 9780713162592

Hodge, R. and Kress, G. (1988), *Social Semiotics*. Cambridge: Polity Press. ISBN: 0801495156

Hester, H. (2018). *Xenofeminism*. 1st edition. [Ebook Kindle Edition] Cambridge: Polity Press

Hernanz, C. (2019) Petra Collins disfigures her body in a new series of self-portraits. *Dazed*. Available at: <https://www.dazeddigital.com/art-photography/article/45480/1/petra-collins-disfigures-her-body-in-a-new-series-of-self-portraits> [12.05.2020]

Haraway, D. (2016). *A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century*. [ebook] Minnesota: University of Minnesota Press. Available in: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/warw/detail.action?docID=4392065> [24.2.2020]

Hodgson-Wright, S. (2006). Early Feminism. In: S. Gamble, 1st ed.. *The Routledge Companion to Feminism and Postfeminism*, London: Routledge, pp. 3-15 ISBN: 9780415243100

Handland, B. (2018) *The State of The News Photography 2018*. University of Stirling. Available at: [https://www.worldpressphoto.org/getmedia/4f811d9d-ebc7-4b0b-a417-f119f6c49a15/the\\_state\\_of\\_news\\_photography\\_2018.pdf](https://www.worldpressphoto.org/getmedia/4f811d9d-ebc7-4b0b-a417-f119f6c49a15/the_state_of_news_photography_2018.pdf) [12.05.2020]

Halberstam, J. J. (2012). *Gaga feminism: sex, gender, and the end of normal*. [Ebook Kindle Edition] Boston: Beacon Press

Irigaray, L. (1985). *This sex which is not one*. New York: Cornell University. Available at: <http://kunsthallezurich.ch/sites/default/files/downloads/irigaray-this-sex-which-is-not-one.pdf> [12.05.2020]

Isaak, J. A. (2002). *Revoluční síla ženského smíchu*. In: M. Pachmanová, *Neviditelná žena*. Praha: One Woman Press, pp. 241-279 ISBN: 80-86356-16-7

*Instagram Community Guidelines* (online) Available at: <https://help.instagram.com/477434105621119> [12.05.2020]

Jansen, Ch. (2019) *Girl on Girl*. Paperback edition. Laurence King Publishing: London and Hong Kong. ISBN: 978-1-78627-555-4

Jewitt C., Oyama R. (2001) *Visual meaning: a social semiotic approach*. In *The Handbook of Visual Analysis*, Theo Van Leeuwen, Carey Jewitt (eds.) Great Britain: Sage Publication. ISBN: 0761964770

Jobling, P. (1999) *Fashion Spreads: Word and Image in Fashion Photography since 1980*, Berg, New York. ISBN: 1859732283

Kamimura, M. (2002). Barbara Kruger: Art of Representation. *Woman's Art Journal* [online] 8 (1) 40-43, Available at: <https://www.jstor.org/stable/1358339> [20.02.2020].

Kazanjian, D. (2005) *Body Language*. Vogue: New York, 195 (12), pp. 320-331

- Kilbourne, J. (1979) *Killing Us Softly: Advertising's Image of Women*. Available at: <https://www.cctv.org/watch-tv/programs/killing-us-softly-advertisings-image-women> [12.05.2020]
- Laboria Cuboniks (2018). *The Manifesto of xenofeminism*. [online] Available at: <https://www.laboriacuboniks.net/>
- Lacoff, Scherr (1984) *Face, value, the politics of beauty*. Boston: Routledge & Kegan Paul ISBN: 0710097425
- Leeuwen, T. v., Jewitt, C. (2001) Introduction. In *The Handbook of Visual Analysis*, Theo Van Leeuwen, Carey Jewitt (eds.) Great Britain: Sage Publication. ISBN: 0761964770
- Leeuwen, T. v. (2005). *Introducing social semiotics*. New York: Taylor & Francis e-Library . ISBN: 9780415249447
- Let's Toys be Toys (2017) *Who is in the Picture? Gender stereotypes and toy catalogues*. Available in: <http://lettoysbetoys.org.uk/wp-content/uploads/2012/12/LetToysBeToys-Catalogues-report-Dec17.pdf> [12.05.2020]
- Lewis (1993, May). *The New Cindy Sherman Collection*. Harper's Bazaar: New York, pp. 141-145
- Lind, R.A. and Salo, C. (2002), The Framing of Feminists and Feminism in News and Public Affairs Programs in U.S. Electronic Media. *Journal of Communication*, 52, pp. 211-228. doi:10.1111/j.1460-2466.2002.tb02540.x [12.05.2020]
- Lippard, L. (1980). Sweeping Exchanges: The Contribution of Feminism to the Art of the 1970s. *Art Journal*, 40(1/2), 362-365. Available in: doi:10.2307/776601 [12.05.2020]
- Kultermann, U. (2006). The 'Dance of the Seven Veils'. Salome and Erotic Culture around 1900." *Artibus Et Historiae*. 27 (53) pp. 187–215. Available at: [www.jstor.org/stable/20067116](http://www.jstor.org/stable/20067116)[12.05.2020]
- Kramer, M (1986) People Are Talking About: Desperately Sexual Snapshots. *Vogue*: New York, 176 (11), pp. 124
- Manatakis, L. (2018) The mythological references behind Nan Goldin's latest work. *Dazed*. Available at: <https://www.dazeddigital.com/art-photography/article/39753/1/mythology-nan-goldin-new-work> [12.05.2020]
- McCauley, N. (1992). NO SEXUAL PERVERSION IN (JUDY) CHICAGO. *Art Documentation: Journal of the Art Libraries Society of North America*, 11(4), 177-179, Available in [www.jstor.org/stable/27948480](http://www.jstor.org/stable/27948480) [12.05.2020]
- Mirzoeff, N. (2012) *Úvod do vizuální kultury*, Praha: Academia ISBN: 978-80-200-1984-4
- Mirzoeff, N. (2018) *Jak vidět svět*. Praha: Artmap ISBN: 978-80-906599-5-7
- Mulvey, L. (2002). Vizuální slast a narativní film. In: L. Oates-Indruchová, 1st ed., *Dívčí válka s ideologií*, Praha: Sociologické nakladatelství, pp. 115-133 ISBN: 80-85850-67-5

- Mooallem, S. (2016) 150 Years of Harper's Bazaar. *Harper's Bazaar*. [online] Available at: <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a18658/history-of-harpers-bazaar/> [12.05.2020]
- Munro, E. (2016) Feminism: Fourth Wave? [online] *Political Studies Association*, available in: <https://www.psa.ac.uk/psa/news/feminism-fourth-wave>
- McDonald, H. (2001). *Erotic Ambiguities. The Female Nude in Art*. [ebook] London: Routledge, Available at: <http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=2&sid=2141db65-d70c-4ab9-a08b-20f556b41d3a%40sessionmgr4008&bdata=Jmxhbm9Y3Mmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=74075&db=nlebk> [24.2.2020].
- Mitchell, W.J.T., Kruger, B. (1991). An Interview with Barbara Kruger. *Critical Inquiry* [online]. 17(2) 434-448, Available at: <https://www.jstor.org/stable/1343844> [20.02.2020].
- Nochlin, L. (2002). Proč neexistovaly žádné velké umělkyně. In: M. Pachmanová, *Neviditelná žena*. Praha: One Woman Press, pp. 25-65 ISBN: 80-65356-16-7
- Nylander, L. (2016) In Conversation With Harley Weir. *i-D*. Pre-Fall (344). Vice Media: London and New York
- Oates-Indruchová, L. (1998). *Dívčí válka s ideologií*, Praha: Sociologické nakladatelství ISBN: 80-85850-67-2
- Pachmanová, M. (2002). *Neviditelná žena*, Praha: One Woman Press ISBN: 80-65356-16-7
- Pollock, G. (1992). Modernity and the space of femininity. In: Broude, N. and Garrard, M. D., *The Expanding discourse: feminism and art history*. New York: IconEditions, pp. 245-269 ISBN: 0064302075
- Pryer, N. (1997) Heroin Chic: President tells fashion industry: Stop glamorising deadly drugs. *Evening Standard*, 22 May, p. 1
- Remoortel, M. (2017) Women Editors and the Rise of the Illustrated Fashion Press in the Nineteenth Century, *Nineteenth-Century Contexts*, 39(4), pp. 269-295, DOI: [10.1080/08905495.2017.1335157](https://doi.org/10.1080/08905495.2017.1335157) [20.02.2020].
- Ramsey, D. (2006). Feminism and Psychoanalysis. In: S. Gamble, 1st ed.. *The Routledge Companion to Feminism and Postfeminism*, London: Routledge, pp.133-141 ISBN: 9780415243100
- Riquet, J., Heusser, M. (2019) *Imaging Identity: Text, Mediality and Contemporary Visual Culture*, Palgrave Macmillan: London ISBN: 978-3-030-21774-7
- Rosler, M.(2004). *Decoys and Disruptions: Selected Writings, 1975-2001*, Cambridge: MIT Press ISBN: 9780262182317
- Rosler, M. (2004). Lookers, Buyers, Dealers, and Makers: Thoughts on Audience. In *Decoys and Disruptions: Selected Writing, 1975-2001*, Cambridge: MIT Press ISBN: 9780262182317

- Rosler, M. in Weinstock, J. (1981). Interview with Martha Rosler. *The New Talkies*. [online] 17, 77-98, Available at: <https://www.jstor.org/stable/778252> [20.02.2020].
- Rossi, A. (1973) *The Feminist papers: from Adams to de Beauvoir*. New York: Columbia University Press ISBN: 978-0231037952
- Mayer, N. R. (1981). Consumerism in the 70's: The Emergence of New Issues. *The Journal of Consumer Affairs*. 15 (2), Available at: <https://www.jstor.org/stable/23858976> [12.05.2020]
- Mazur, A, Skirgajllo-Krajewska, P. (2003) *If I want to take a picture, I take it no matter what*. Available at: <http://fototapeta.art.pl/2003/ngie.php> [12.05.2020]
- Muir, R. (1997) What Kate Did. *Independent*. Available at <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/what-katy-did-1279938.html> [12.05.2020]
- Sontag, S. (2002) *O fotografii*. Praha, Brno: Barrister & Principal, Paseka ISBN: 9788071854715
- Suleri, S. (1992). Woman Skin Deep: Feminism and the Postcolonial Condition. *Critical Inquiry*, 18(4), 756-769. Available in: [www.jstor.org/stable/1343829](http://www.jstor.org/stable/1343829) [12.05.2020]
- Schjeldahl, P. (1995). Features: The Goldin Age. *Vogue*: New York, 185 (3), pp. 394-458
- Stuart Mill, J. (2015). Podrobení žen (Politická filozofie). In: L. Oates-Indruchová, 1st ed., *Dívčí válka s ideologií*, Praha: Sociologické nakladatelství, pp. 27-38 ISBN: 80-85850-67-2
- Schor, M. (2002) Otcovská žíla dějin. In. M. Pachmanová, *Neviditelná žena*. Praha: One Woman Press, pp. 173-203 ISBN: 80-86356-16-7
- Schmitter, A. (1996). Picturing Power: Representation and Las Meninas. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 54(3), pp. 255-268. doi:10.2307/431627 [12.05.2020]
- Smith, D. (2008) Interview with Corinne Day. *PDN Magazine*. Available at: <https://katiesmithcmp.wordpress.com/2010/10/29/interview-with-corinne-day-in-pdn-magazine/> [12.05.2020]
- Szabó, K. (2016) Digital and Visual Literacy: The Role of Visuality in Contemporary. In *The Beginning was the Image: The Omnipresence of Pictures Book Subtitle: Time, Truth, Tradition*, András Benedek, Ágnes Veszelszsk (eds.) Published by: Peter Lang AG, Available at: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv2t4cns.12> [12.05.2020]
- Trier-Bieniek, A. (2015). *Feminist Theory and Pop Culture*, Rotterdam: Sense Publishers ISBN: 978-94-6300-061-1
- Tredre, R. (1993) Magazine in row over “child porn” fashion photos. *Independent*, 22 May, p. 4
- Tiqun (2019) *Podklady pro teorii Dívky*. Praha: Display. ISBN: 978-80-906381-5-0
- Thomas, D. (2019) Women in the Spotlight, but Few Behind the Lens. *The New York Times*. Available at: <https://www.nytimes.com/2019/07/02/fashion/kering-women-in-motion-photography-award-susan-meiselas.html> [12.05.2020]



Vogue Italy (2016). *The Female Gaze*, Available at: <https://www.vogue.it/en/photo-vogue-festival/exhibition/2016/11/15/the-female-gaze-show/> [12.05.2020]

Walters, Margaret. (2005). *Feminism: A Very Short Introduction*, New York: Oxford University Press Inc. ISBN: 978-0192805102

Widdicombe, L. (2016) The Female Gaze of Petra Collins. *The New Yorker*. Available at: <https://www.collater.al/en/photography-petra-collins/> [12.05.2020]

Wollstonecraft, M. (2015). Obhajoba ženských práv. In: L. Oates-Indruchová, 1st ed., *Dívčí válka s ideologií*, Praha: Sociologické nakladatelství, pp. 22-26 ISBN: 80-85850-67-2

Wolff, J.. (2002). Neviditelná flaneuse: Ženy a literatura moderny. In. M. Pachmanová, *Neviditelná žena*. Praha: One Woman Press, pp. 91-115 ISBN: 80-86356-16-7

## Zdroje obrazové přílohy

### Fotografie z teoretické části:

- č. 1 Waterhouse, W. (1896). *Hylas and the nymphs*, painting, accessed February 2020. Available in: [https://en.wikipedia.org/wiki/Hylas\\_and\\_the\\_Nymphs\\_\(painting\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Hylas_and_the_Nymphs_(painting))
- č. 2 Advertisement: Warner's (1959). *Vogue*: New York, 134 (10)
- č. 3 Advertisement: Grown Jewel (1960) *Vogue*: New York, 136 (10)
- č. 4 Advertisement: Schick Incorporated (1961) *Vogue*: New York, 138 (10)
- č. 5 Advertisement: Seven Wind (Du Barry) (1959) *Vogue*: New York, 134 (10)
- č. 6 Kooning, W. (1950-52), *Woman I*, painting, accessed February 2020. Available in: <https://www.moma.org/collection/works/79810>
- č.7 Ingres (1811). *Jupiter a Thetis*, painting, accessed February 2020, Available in: [https://en.wikipedia.org/wiki/Jupiter\\_and\\_Thetis](https://en.wikipedia.org/wiki/Jupiter_and_Thetis)
- č. 8 *Express Men's Fragrance* (2012), commercial, accessed February 2020, Available in: <https://www.pinterest.ca/pin/536350636841911329/>
- č. 9 Greene, M. (1952) *Marlene Dietrich legs*, photography. accessed February 2020. Available in: <https://www.npr.org/2017/06/19/533090309/gallery-gives-movie-star-marlene-dietrich-the-big-picture-treatment?t=1593250516218>
- č. 10 River of no return (1954) *Marilyn Monroe*, photography. accessed February 2020. Available in : <https://www.fanpop.com/clubs/marilyn-monroe/images/30622398/title/marilyn-monroe-river-no-return-photo>
- č. 11 Doisneau, R. (1948), *An Oblique Look*, photography, accessed February 2020: Available in: <https://www.pinterest.de/pin/550002173215416938/>
- č. 12 Chicago, J. (1974-79) *The Dinner Party*, photography accessed February 2020. . Available in: [https://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/dinner\\_party](https://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/dinner_party)
- č. 13 Chicago, J. (1974-79) *The Dinner Party: Judith*, photography.accessed February 2020. Available in: <https://judith2you.wordpress.com/2011/07/page/3/>
- č. 14 Guerilla Girls (1989) *Do Women Have To Be Naked To Get Into the Met. Museum?*, photography, accessed February 2020. Available in: <https://www.tate.org.uk/art/artists/guerilla-girls-6858>
- č. 15 Guerilla Girls (2015) *Art Gallery Recount*, photography, accessed February 2020. Available in: [https://garage.vice.com/en\\_us/article/kzdjpa/guerilla-girls-new-exhibition](https://garage.vice.com/en_us/article/kzdjpa/guerilla-girls-new-exhibition)
- č. 16 Kruger, B. (1983), *We won't play nature to your culture*, photography, accessed February 2020. Available in: <https://www.pinterest.cl/pin/508062401694514354/>
- č. 17 Rosler, M. (1975). *Semiotics of the kitchen*, screenshot from video, accessed February 2020, Available in: <https://sayitagainsayitagain.wordpress.com/2013/10/11/the-kitchen/>

č. 18 a 19 Lang, C (2019) *Voguing*. photography. Available in: [https://www.youthareawesome.com/voguing-the-art-of-queer-expression-through-dance-and-how-one-man-changed-dance-forever/?doing\\_wp\\_cron=1589122103.4642589092254638671875](https://www.youthareawesome.com/voguing-the-art-of-queer-expression-through-dance-and-how-one-man-changed-dance-forever/?doing_wp_cron=1589122103.4642589092254638671875)

č. 20 Warren, J. (2019) Jaimie Warren. in *Girl on Girl*, ed. Charlotte Jansen, London: Laurence King Publishing Ltd

## Fotografie z metodologické a praktické části:

č.1 Klein, S. (2008) Fashion & Features: Power of One: A Man of Distinction. *Vogue*, **198**(3), pp. 596-596, 597, 598, 599, 600, 601, 654, 655

č. 2 Escape (1995) Advertisement: Calvin Klein. *Vogue* ; New York Sv. 185 (7), pp.98

č.3 Leeuwen, T. (2005). *Introducing social semiotics*. New York: Taylor & Francis e-Library, pp. 166

č.4 Sherman, C. (1975). *Vogue Cover*, photography, accessed June 2020. Available in: [https://www.vice.com/en\\_us/article/qbez7p/cover-girl-vogue-1975-2011-0000365-v21n7](https://www.vice.com/en_us/article/qbez7p/cover-girl-vogue-1975-2011-0000365-v21n7)

č. 5 Sherman, C. (1993, May). *The New Cindy Sherman Collection*, Harper's Bazaar, pp. 143

č. 6 Sherman, C. (1993, May). *The New Cindy Sherman Collection*, Harper's Bazaar, pp. 144

č. 7 Sherman, C. (1989). *Untitled #193*, photography, accessed June 2010. Available in <http://blog.thefineartblog.com/2012/04/cindy-sherman-radically-changed.html#axzz6Q24RjzPA>

č. 8 Sherman, C. (2005). *Untitled #447*. Features: Body Language. *Vogue*: New York, 195 (12), pp. 320 - 331

č. 9 Sherman, C. (2004). *Untitled. #419*, photography, accessed June 2010. Available in:

[https://www.vice.com/en\\_us/article/j5wpgd/revisiting-colorful-images-from-cindy-shermans-clown-archive](https://www.vice.com/en_us/article/j5wpgd/revisiting-colorful-images-from-cindy-shermans-clown-archive)

č. 10 Sherman, C (2016, March special issue). *Cindy Sherman Street Style Star*, photography, accessed June 2020. Available in <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a14005/cindy-sherman-0316/>

č. 11 Sherman, C (2016, March special issue). *Cindy Sherman Street Style Star*, photography, accessed June 2020. Available in <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a14005/cindy-sherman-0316/>

č. 12 Sherman, C (2016, March special issue). *Cindy Sherman Street Style Star*, photography, accessed June 2020. Available in <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a14005/cindy-sherman-0316/>

č. 13 Sherman, C (2017) *Facetime with Cindy Sherman*, photography, accessed June 2020. Available in <https://www.wmagazine.com/story/cindy-sherman-instagram-selfie/>

č. 14 Bystrom, A. (2017) *Adidas Campaign*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/37689/1/model-gets-rape-threats-after-advert-shows-her-unshaved-legs>

č. 15 Sallanto, M. (2018) *Arvida Bystrom*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.dazeddigital.com/art-photography/gallery/25993/0/arvida-bystrom>

č. 16 Bystrom, A. (2014). *i-D*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://i-d.vice.com/es/article/pagyam/el-feminismo-al-desnudo>

č. 17 Bystrom, A. (2013). *Dazed*, photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.dazeddigital.com/photography/article/18118/1/sugar-coated-arvida-bystrom>

č. 18 Bystrom, A. (2013). *Dazed*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.dazeddigital.com/photography/article/18118/1/sugar-coated-arvida-bystrom>

č.19 Bystrom, A. (2016). *Vogue Italy*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.vogue.it/en/photo-vogue-festival/exhibition/2016/11/15/the-female-gaze-show/>

č. 20 Bystrom, A. (2016) *Self Portrait*. photography, accessed June 2020. Available in: [https://www.vice.com/en\\_uk/article/pgq5ny/4-female-artists-urls-urls-urls-show](https://www.vice.com/en_uk/article/pgq5ny/4-female-artists-urls-urls-urls-show)

č. 21 Bystrom, A. (2019). Bratz Dolls. *Vice The Photo Issue*, photography, accessed June 2020. Available in: [https://www.vice.com/en\\_uk/article/8xzqdp/this-photographer-turns-humans-into-real-life-bratz-dolls-v26n2](https://www.vice.com/en_uk/article/8xzqdp/this-photographer-turns-humans-into-real-life-bratz-dolls-v26n2)

č. 22 Bystrom, A. (2019). Bratz Dolls. *Vice The Photo Issue*, photography, accessed June 2020. Available in: [https://www.vice.com/en\\_uk/article/8xzqdp/this-photographer-turns-humans-into-real-life-bratz-dolls-v26n2](https://www.vice.com/en_uk/article/8xzqdp/this-photographer-turns-humans-into-real-life-bratz-dolls-v26n2)

č. 23 Bystrom, A. (2012). There will be blood. *Vice The Photo Issue*, photography, accessed June 2020. Available in: [https://www.vice.com/en\\_us/article/kwn34w/there-will-be-blood](https://www.vice.com/en_us/article/kwn34w/there-will-be-blood)

č. 24 Goldin (1991). Gina at Bruce's Dinner Party NYC. Features: The Golding Age, *Vogue* (1995), 185 (3), pp. 394, 395, 396, 397, 458.


č. 25 Goldin (1994). Geno in the lake, Bavaria. Features: The Golding Age, *Vogue* (1995), 185 (3), pp. 394, 395, 396, 397, 458.

č. 26 Goldin (2001). *Vogue UK*, October 2001, photography accessed June 2020. Available in: <https://strip-project.com/archive/7-fashion/kate-moss-photography-nan-goldin-fashion-editor-stella-mccartney-vogue-october-2001/635>

č. 27 Goldin (2001). *Vogue UK*, October 2001, photography, accessed June 2020. Available in: <https://strip-project.com/archive/7-fashion/kate-moss-photography-nan-goldin-fashion-editor-stella-mccartney-vogue-october-2001/635>

- č.28 Goldin (2016). Veils. *Dazed*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.dazeddigital.com/art-photography/article/39753/1/mythology-nan-goldin-new-work>
- č.29 Goldin (2016). Veils. *Dazed*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.dazeddigital.com/art-photography/article/39753/1/mythology-nan-goldin-new-work>
- č. 30 Collins (2013). *Banned Instagram Photography*, photography, accessed June 2020.. Available in: <https://www.collater.al/en/photography-petra-collins/>
- č. 31 Collins (2013). Teenage Gaze. *Dazed*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.dazeddigital.com/photography/article/17855/1/sex-and-the-suburbs>
- č. 32 Collins (2013). Teenage Gaze. *Dazed*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.dazeddigital.com/photography/article/17855/1/sex-and-the-suburbs>
- č. 33 Collins (2015) The Coming of Age Issue. *i-D Pre-Fall* (338), pp. 170-176
- č. 34 Collins (2015) The Coming of Age Issue. *i-D Pre-Fall* (338), pp. 170-176
- č. 35 Collins (2019). Miért vagy te, ha lehetsz én is?. *Dazed*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.dazeddigital.com/art-photography/article/45480/1/petra-collins-disfigures-her-body-in-a-new-series-of-self-portraits>
- č. 36 Collins (2019). Miért vagy te, ha lehetsz én is?. *Dazed*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.dazeddigital.com/art-photography/article/45480/1/petra-collins-disfigures-her-body-in-a-new-series-of-self-portraits>
- č. 37 Collins (2019, August). Anna e Petra. *Vogue Italy*: Milan, N. 828, pp. 118 - 129
- č. 38 Trainspotting (1996). *Cover photo*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://rmbblank.wordpress.com/2011/02/18/trainspotting/>
- č. 39 Day (1993, August). England's Dreaming. *The Face*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.corinneday.co.uk/sets/133/>
- č. 40 Day (1993, August). England's Dreaming. *The Face*, photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.corinneday.co.uk/sets/133/>
- č. 41 Day (1993, June). Underexposed. *The British Vogue*, photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.corinneday.co.uk/sets/126/>
- č. 42 Day (1993, June). Underexposed. *The British Vogue*, photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.corinneday.co.uk/sets/126/>
- č. 43 Day (1993, March). Cover photo. *The British Vogue*, photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.corinneday.co.uk/sets/193/>
- č. 44 Day (1990) 3rd summer of love. *The British Vogue*. photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.corinneday.co.uk/sets/96/>
- č. 45 Day (1997, September) *Dazed and Confused*, photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.corinneday.co.uk/sets/172/>
- č. 46 Day (1997, September) *Dazed and Confused*, photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.corinneday.co.uk/sets/172/>
- č. 47 Day (2006, August) Blue in the face. *Vogue Italy*, photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.corinneday.co.uk/sets/5/>
- č. 48 Day (2006, August) Short, small, tiny. *Vogue Italy*: Milan N. 672, pp. 224-231
- č. 49 Day (2006, August) Blue in the face. *Vogue Italy*, photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.corinneday.co.uk/sets/5/>
- č.50 Day (2006, August) Short, small, tiny. *Vogue Italy*: Milan N. 672, pp. 224-231
- č. 51 Day (2006, August) Blue in the face. *Vogue Italy*, photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.corinneday.co.uk/sets/5/>
- č. 52 Weir (2016) Calvin Klein Campaign. *Dazed*, photography, accessed June 2020. Available in: <https://www.dazeddigital.com/fashion/gallery/21958/0/calvin-klein-ss16-campaign>
- č. 53 Weir (2015) The Here and Know. *i-D Winter* (340), pp. 132-141
- č. 54 Weir (2015) The LGBTQ Issue. *i-D Fall* (339), pp. 178-189
- č. 55 Weir (2016) The Female Gaze Issue. *i-D Pre-fall* (344), pp.130-142
- č. 56 Weir (2016) The Female Gaze Issue. *i-D Pre-fall* (344), pp.130-142
- č. 57 Weir (2017, June) Out of control. *Vogue Italy*: Milan. N. 802, pp.148-161
- č. 58 Weir (2017, June) Out of control. *Vogue Italy*: Milan. N. 802, pp.148-161
- č. 59 Weir (2017, June) Out of control. *Vogue Italy*: Milan. N. 802, pp.148-161
- č. 60 Bourdin (1978) *Guy Bourdin Archives*, photography, accessed June 2020 Available in: <https://www.widewalls.ch/magazine/guy-bourdin-lumiere-brothers-center-photography-moscow>

## Teze diplomové práce

<b>Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK</b> <b>Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce</b>	
<b>TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:</b>	
<b>Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta:</b> Magdaléna Rosůlková	<b>Razítko podatelny:</b> 
<b>Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta:</b> 2017	
<b>E-mail diplomantky/diplomanta:</b> 11586265@fsv.cuni.cz	
<b>Studijní obor/forma studia:</b> Žurnalistika/ prezenční forma	
<b>Předpokládaný název práce v češtině:</b> Reprerentace genderu na fotografiích nové vlny female gaze	
<b>Předpokládaný název práce v angličtině:</b> Gender representation in photography of new wave of a female gaze	
<b>Předpokládaný termín dokončení</b> (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2018/2019	
<b>Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování</b> (max. 1800 znaků): Tématem bude tvorba vybraných fotografií z tzv. nové vlny female gaze. Souhrnně se tak označují módní a dokumentární autorky, které se snaží o vizuální redefinici genderové identity a boj proti objektivizaci ženského těla. V souvislosti s kampaní #MeToo se považují za kontrapozici klasických módních fotografií. Jejich práci publikovaly převážně módní a popkulturní magazíny (Vogue, Pop Magazine, i-D, Dazed & Confused), také o nich psala zpravodajská média. Ve své práci se chci věnovat fotografiím významných female gaze autorek (Arvida Bystrom, Petra Collins, Mayan Toledano) a porovnat je s prací současných světově uznávaných tvůrkyň (Annie Leibovitz, Roxanne Lowit, Ellen von Unwerth). Téma nebylo doposud zpracováno na Karlově univerzitě ani oborově blízké instituci.	
<b>Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy</b> (max. 1800 znaků): Analýzu nejprve ukotvím teorií performativity od Judith Butler. Gender je podle ní tzv. regulačním ideálem, který je konstruován diskurzivními a kulturními praktikami (včetně módy a stylu). Navazuje tak na Foucaultovo pojetí diskurzu. Teorii doplním konceptem od Westové a Zimmermana, kteří zavedli pojem "dělat gender", což znamená sociální praktiku vytvářející rozdíly mezi muži a ženami. Objasním také feministický koncept male gaze od filmové teoretičky Laury Mulvey a jeho znaky ve vizuální komunikaci. Cílem práce poté bude zmapovat reprezentaci genderu vybraných female gaze fotografií (Bystrom, Collins, Toledano) a porovnat je s fotografiemi uznávaných tvůrkyň starší generace. Komparaci provádím se záměrem sledování odlišností či společných aspektů v zobrazování žen. Důležitou součástí bude kvalitativní rozbor fotografií vybraných z magazínů a zpravodajských novin.	
<b>Předpokládaná struktura práce</b> (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): 1. Úvod 2. Teoretická část - vysvětlí konceptů genderové identity - vymezení znaků a charakteristik male gaze a female gaze ve vizuální kultuře - vývoj female gaze ve výtvarném umění a filmu - vznik nové vlny female gaze v kontextu soudobého společenského dění 3. Metodologie	

<p>- popsání psychoanalytické metody a výzkumného vzorku</p> <p>4. Analytická část</p> <p>- psychoanalýza vybraných fotografií female gaze autorek (Bystrom, Collins, Toledano)</p> <p>- psychoanalýza klasických fotografek (Leibovitz, Lowit, Unwearth)</p> <p>- porování reprezentace genderu v jejich práci</p> <p>5. Závěr</p> <p>6. Použitá literatura a zdroje</p> <p>7. Obrazová příloha</p>
<p>Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):</p> <p>Fotografická práce autorek (Bystrom, Collins, Toledano, Leibovitz, Lowit, Unwerth) z periodik Dazed &amp; Confused, i-D, Vogue, New York Times od roku 2015 do 2017.</p> <p>Toretickou část doplním texty z vybraných periodik.</p>
<p>Metody (techniky) zpracování materiálu:</p> <p>Fotografie budu zkoumat kvalitativní psychoanalytickou metodou, která se jeví jako nejvhodnější pro zkoumání vizuálního obsahu z feministického hlediska. Vycházet budu z knihy Visual Methodologies (2016) od Gillian Rose. Podle ní je metoda příbuzná se sémiotickou analýzou s tím rozdílem, že klade větší důraz na emotivnost obrazu a popis diváka (výzkumníka), který do interpretace vnáší subjektivní pohled. Při výzkumu budu především hodnotit kompoziční modalitu obrazu a analýzu fotografie z pohledu sítí.</p>
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):</p> <p>Berger, J., 2016. Způsoby vidění, Praha: Labyrint</p> <p>Jedná se o teoretickou knihu z oblasti vizuální komunikace, která se skládá z několika autorových esejí. Věnuje se v ní mimo jiné vizuální stereotypizaci žen v umění a reklamě.</p> <p>Butler, J., Gender Trouble, 1990. Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity (Routledge Classics), Londýn: Routledge</p> <p>Přelomová kniha postfeminismu, která nabízí kritickou revizi tradičního feministického hnutí. Autorka J. Butlerová v ní představuje termín performativity, který vnímá gender jako výsledek diskurzivních a kulturních kategorií.</p> <p>Jansen, Ch., 2017. Girl on Girl: Art and Photography in the Age of the Female Gaze, London: Laurence King Publishing</p> <p>Publikace se věnuje nové generaci female gaze fotografek, které se zabývají pohledem na genderovou identitu žen. Představuje biografické údaje 40 nejvýznamnějších autorek společně s jejich nejvýraznější tvorbou.</p> <p>Oates-Indruchová, L., 1998. Dívčí válka s ideologií: klasické texty angloamerického feministického myšlení. Praha: Sociologické nakladatelství</p> <p>Knihla obsahuje čtrnáct textů z feministické teorie, filosofie, kulturní a filmové teorie, psychoanalýzy. Pro moji práci je nejdůležitější text Vizuální slast a narativní film od Laury Mulvay, ve které poprvé zavádí pojem male gaze.</p> <p>Pachmanová, M., 2002. Neviditelná žena. Praha: One Woman Press</p> <p>Antologie textů týkající se problematického postavení ženy v umění z pohledu feminismu a genderu. Autorkami 11 textů jsou americké umělkyně, historičky a teoretičky umění, které popisují proměnu diskurzu vizuálního umění ve Spojených státech a západní Evropě.</p> <p>Rose, G., 2016. Visual Methodologies: an introduction to researching with materials, 4th edition, Los Angeles: SAGE</p> <p>Knihla popisuje jednotlivé metody používané pro analýzu vizuálních médií. Neposkytuje pouze návody, jak jednotlivé metody použít, ale také kriticky hodnotí jejich klady a zápory.</p>

Trampota, T. & Vojtěchovská, M., 2010. Metody výzkumu médií, Praha: Portál  
Publikace se zaměřuje na metody, které jsou nejčastěji používané při výzkumu médií. Nabízí jak teoretická poznatky, tak praktické ukázky k aplikaci jednotlivých metod.

West, C., Zimmerman, Don H., 2008. Dělat gender. Sociální studia. Roč. 5, čísl. 1, s. 99-120  
Vlivný text od autorské dvojice, ve kterém vysvětlují gender jako produkt interpretativního paradigmatu. Rozdíl mezi ženami a muži vnímají tudíž jako rutinní sociální činnost, čímž vyvrací představu, že je gender znakem jednotlivců.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

Datum / Podpis studenta/ky

24. 5. 2018

*Per/Ma*

**TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:**

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

*MGR. ANDEA PEVČHOVÁ, PH.D.*

*24.5.2018 Per/Ma*

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

**TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU/OBORU.**