

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

Fakulta sociálních věd

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

2008

Adéla TOMÍČKOVÁ

**Univerzita Karlova v Praze**

**Fakulta sociálních věd**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Žurnalistiky

**Adéla Tomíčková**

**Současný fotožurnalismus, módní a reklamní  
fotografie**

*Bakalářská práce*

**Plavy 2008**

Autor práce: **Adéla Tomíčková** (VI. semestr)

Vedoucí práce: **PhDr. Alena Lábová**



## **Bibliografický záznam**

TOMÍČKOVÁ, Adéla. *Současný fotožurnalismus, módní a reklamní fotografie*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra Žurnalistiky, 2008. 62 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Alena Lábová.

## **Anotace**

Bakalářská práce „*Současný fotožurnalismus, módní a reklamní fotografie*“ pojednává o současné módní a reklamní fotografii ve vztahu s fotožurnalismem. Hlavním cílem práce je zmapování současné módní a reklamní fotografie na příkladech deseti z nejvýznamnějších současných módních a reklamních fotografů: Patricka Demarcheliera, Petera Lindbergha, Denise Piel, Paola Roversi, Maria Testina, Nicka Knighta, Maxe Vadukula, Davida LaChapelle, Terryho Richardsona a Seana Ellise. Vybraní fotografové představují starší i mladší generaci tvůrců. Bakalářská práce obsahuje kromě stručného historického úvodu do módní a reklamní fotografie a jejího uplatnění deset biografií deseti výše zmíněných módních a reklamních fotografů. Na základě jejich tvorby jsou pak vyvozeny trendy současné módní a reklamní fotografie. Biografie jsou doplněny vybranými fotografiemi v tištěné příloze a příloze na vloženém CD.

## **Annotation**

Bachelor thesis “*Contemporary photojournalism, fashion and advertising photography*” deals with contemporary fashion and advertising photography in relation to photojournalism. The main objective of the thesis is to investigate the situation in the field of contemporary fashion and advertising photography represented by ten prominent contemporary photographers: Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Denis Piel, Paolo Roversi, Mario Testino, Nick Knight, Max Vadukul, David LaChapelle, Terry Richardson and Sean Ellis. These photographers represent the older and young generation of the artists. Besides short introduction to the history of the fashion and advertising photography and its use, the thesis comprises ten biographies of the fashion and advertising photographers mentioned above. Conclusions about the trends of the fashion and advertising photography are drawn on the basis of their works. The biographies are supplemented by a collection of sample photographs in the appendix of both printed and digital versions of the thesis.

## **Klíčová slova**

Fotografie, móda, reklama, módní fotografie, reklamní fotografie, Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Denis Piel, Paolo Roversi, Mario Testino, Nick Knight, Max Vadukul, David LaChapell, Terry Richardson, Sean Ellis, trendy.

## **Keywords**

Photography, fashion, advertising, fashion photography, advertising photography, Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Denis Piel, Paolo Roversi, Mario Testino, Nick Knight, Max Vadukul, David LaChapell, Terry Richardson, Sean Ellis, trends.

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Vlastní text práce bez anotací a příloh má celkem 69 050 znaků s mezerami, tj. 38 normostran.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

**V Plavech dne 18. května 2008**

**Adéla Tomíčková**

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala paní PhDr. Aleně Lábové za její rady, připomínky a čas, který strávila nad mojí bakalářskou prací, a zejména za její trpělivost a obětavost v době, kdy ji zradilo vlastní zdraví.

**Adéla Tomíčková**

# Obsah

<b>1. ÚVOD</b>	<b>1-2</b>
<b>2. MÓDNÍ FOTOGRAFIE</b>	<b>3-7</b>
2.1 DEFINICE MÓDNÍ FOTOGRAFIE	3
2.2 HISTORIE MÓDNÍ FOTOGRAFIE	3-7
<b>3. REKLAMNÍ FOTOGRAFIE</b>	<b>8-10</b>
3.1 DEFINICE REKLAMNÍ FOTOGRAFIE	8
3.2 HISTORIE REKLAMNÍ FOTOGRAFIE	8-10
<b>4. UPLATNĚNÍ REKLAMNÍ A MÓDNÍ FOTOGRAFIE</b>	<b>11-14</b>
4.1 MAGAZÍNY	11-12
4.2 KALENDÁŘ PIRELLI	12-14
<b>5. DESET Z NEJVÝZNAMNĚJŠÍCH REKLAMNÍCH A MÓDNÍCH FOTOGRAFŮ SOUČASNOSTI</b>	<b>15-43</b>
5.1 PATRICK DEMARCHELIER	17-19
5.2 PETER LINDBERGH	20-22
5.3 DENIS PIEL	23-25
5.4 PAOLO ROVERSI	26-28
5.5 MARIO TESTINO	29-31
5.6 NICK KNIGHT	32-34
5.7 MAX VADUKUL	35-36
5.8 DAVID LACHAPELLE	37-38
5.9 TERRY RICHARDSON	39-40
5.10 SEAN ELLIS	41-43
<b>6. TRENDY SOUČASNÉ SVĚTOVÉ REKLAMNÍ A MÓDNÍ FOTOGRAFIE</b>	<b>44</b>
<b>7. ZÁVĚR</b>	<b>45</b>
<b>8. SUMMARY</b>	<b>46</b>
<b>9. ZDROJE</b>	<b>47-49</b>
<b>10. PŘÍLOHY</b>	<b>50-62</b>



# 1. Úvod

Fotografie představuje hlavní obrazový prostředek tištěných médií, čtenář se s ní setkává v novinách, časopisech a v magazínech, aniž by je nějak rozlišoval nebo znal jejich autory. Módní a reklamní fotografie jsou nedílnou součástí zejména časopisů a magazínů pro ženy i pro muže. Nejedná se sice o fotografii ryze žurnalistickou, ale o fotografii, která je využívána v žurnalistických útvarech.<sup>1</sup>

Podle Hartleyho a Rennie módní fotografie v magazínech jako Vogue může být pokládána za pokračování tradice dokumentárního fotožurnalismu. Historie médií dokazuje, že módní fotografie má s fotožurnalismem společnou minulost. V období zakládání prvních obrazových magazínů v 30. letech 20. století docházelo ke kombinování dokumentární žurnalistické fotografie s módou, uměním a národní identitou. Kvůli společenským a módním magazínům jako je například Vogue zůstala módní fotografie na akademické půdě téměř bez povšimnutí.<sup>2</sup>

Módní a reklamní fotografie prošla za svoji existenci řadou změn, přinesla nejen notoricky známé často kontroverzní fotografie, ale také jména jejich autorů, modelek, oděvních a kosmetických značek, módních návrhářů či nové módní trendy. Módní fotografie má také veliký dopad na čtenářky i čtenáře, jelikož má schopnost ovlivnit jejich styl oblékání, líčení a vnímání krásy. S ní související reklamní fotografie je pak dokáže „přinutit“ ke koupi daného výrobku.

Současnou módní a reklamní fotografii představuje celá řada jmen. Jelikož se reklama v posledních letech nezadržitelně rozvíjí, dá se říci, že se s ní setkáváme úplně všude. Může mít různé formy, včetně toho, že může být skrytá. Pro zkoumání současné módní a reklamní fotografie je důležitá i její historie a uplatnění.

---

<sup>1</sup> LÁBOVÁ, Alena (1990): **Základy fotožurnalistiky**. [D.] II, Úvod do teorie žurnalistické fotografie, Praha : Státní pedagogické nakladatelství (str. 12-13)

<sup>2</sup> HARTLEY, John; RENNIE, Ellie. „About a Girl“: *Fashion photography as photojournalism* [online via databáze Ebsco host]

Dostupný z: <<http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=16&hid=3&sid=f5f5879f-8b84-43da-aaf6-0f0a8398eccf%40sessionmgr109>> [cit. 2008-04-29] (str. 458, 459)

Cílem této bakalářské práce bude vytvoření stručného přehledu o současné módní a reklamní fotografii na základě deseti jejích představitelů. Klíčem výběru byla nejen originalita prací jednotlivých tvůrců, ale také jejich pozoruhodná kariéra, kontroverznost či pole působnosti. Každý z nich představuje v oblasti módní a reklamní fotografie jedinečný styl tvorby. Nelze je však rozdělit na fotografy pouze módní či pouze reklamní, jelikož spolu tyto dvě oblasti velice úzce souvisí. Téměř všichni kombinují oba žánry.

Základním postupem práce byly rešerše dostupných zdrojů. Obecná poučení o fotožurnalistice a reklamní fotografické tvorbě byla čerpána ze sekundární literatury. Vzhledem k aktuálnosti práce byla fakta o vybraných fotografech a jejich práci vybírána především z oficiálních elektronických zdrojů a jejich webových stránek. Styl tvorby jednotlivých fotografů byl popsán na základě dostupných materiálů a fotografií.

Toto téma bakalářské práce jsem si vybrala, protože se o fotografii několik let zajímám a sama se snažím fotografovat. Současná módní a reklamní fotografie, která se vyskytuje v žurnalistických útvarech a je tedy jejich neodmyslitelnou součástí, je v odborné literatuře poněkud opomíjena, a proto je mým záměrem vytvoření stručného přehledu o její současné podobě.

## 2. Módní fotografie

### 2.1 Definice módní fotografie

Módní fotografie představuje druh produktové fotografie<sup>3</sup>, která jednoduše zachycuje, jak vypadá oblečení a další součásti módního průmyslu. Módní záběry předvádějí nové trendy v oblékání. Téměř všechny fotografie v módních magazínech jsou výsledkem práce fotografa s modelkou, která vyústuje v idealizovanou fotografii nového módního trendu. Také prostředí bývá často upravováno, kromě fotografa na výsledném obraze pracují stylisté, kteří záběr předem připravují a používají různé rekvizity, módní fotografie proto není reálná. Úlohou módního fotografa tedy není postihnout či imitovat realitu, módní fotografie má danou situaci (ať se jedná o modelku v plavkách nebo cibuli na talíři) vykreslit lépe a atraktivněji, než ve skutečnosti vypadá. Nesnaží se však oklamat čtenáře, že se jedná o realitu a přirozený záběr.<sup>4</sup> Podle Cliva Scotta absence faktoru opravdovosti v módní fotografii může být vysvětlována tak, že fotografie neprezentuje skutečný obraz, ale představuje možnosti, jak by mohl vypadat v budoucnosti.<sup>5</sup>

### 2.2 Historie módní fotografie

#### Předchůdci módní fotografie

Předchůdci módní fotografie pocházejí z 18. století. Ručně malované obrázky žen, jejichž oblečení představovalo tehdejší módní trendy, byly tištěny v různých magazínech. Centrem těchto magazínů byla Paříž, odkud byly dováženy například do Anglie. Počátky módní fotografie se datují nedlouho po období vzniku fotografie jako takové (30. léta 19. století). „Motivy módy, pravda, jsou neoddělitelnou součástí fotografie od chvíle, kdy její technika umožnila zobrazit člověka.“ [Hlaváč, 1987, s.196] Navázala na zobrazování slavných divadelních a operních představitelů, která byla v 19. století velice populární. První čistě módní fotografie se začaly objevovat v časopisech v první

---

<sup>3</sup> Produktová fotografie = fotografie určená pro propagační či dokumentační účely daného výrobku  
PIHAN, Roman: *Ateliér - 4. Strategie produktové fotografie* [online].

URL: <[http://www.fotografovani.cz/art/fozak\\_df/rom\\_5\\_04\\_produk.html](http://www.fotografovani.cz/art/fozak_df/rom_5_04_produk.html)> [cit. 2008-05-02]

<sup>4</sup> KOBŘE, Kenneth (2004): **Photojournalism : the professionals' approach**, Amsterdam : Focal Press (str. 174-175)

<sup>5</sup> SCOTT, Clive (1999): **The spoken image : photography and language**, London : Reaktion (str. 145)

dekádě 20. století.<sup>6</sup> Prvním časopisem, který začal zveřejňovat módní fotografie byl pařížský *Le Mode Pratique*, se kterým spolupracoval Charles Ruetlinger, první fotograf zaměřený na módu.<sup>7</sup>

### **Počátek 20. století – II. světová válka**

Prvním fotografem, který se začal zabývat módní fotografií byl Baron de Meyer, přezdívaný „Debussym fotoaparátu“. Jeho hlavní charakteristikou bylo využití světla, měkkého ostření a vertikálních prvků. Dalším významným představitelem ranné módní fotografie byl Edward Jean Steichen. Jeho první módní snímky zveřejnil v roce 1911 magazín *Art and Decoration*. Ve 20. letech pracoval pro vydavatelství *Conde Nast*, které se dosud specializuje na společenské, módní a odborné časopisy. Na Steichenově kompozici je charakteristický vliv konstruktivismu. Módní fotografií se na počátku 20. století zabýval i George Hoyningen-Huene, jehož tvorba je známá především z období poloviny 20. let do konce II. světové války. Narodil se v Rusku, první módní fotografie vytvořil v Paříži, ale nakonec se usadil v New Yorku, kde pracoval především pro magazín *Harper's Bazaar*. Proslavil se zejména fotografiemi modelek v plavkách, u kterých využíval efektů světla a stínů. Jeho přítel Horst P Horst se také zabýval módní fotografií. Byl ovlivněn klasickým řeckým uměním, což výrazně proniklo do jeho tvorby.<sup>8</sup>

První výraznější postavou v oboru módní fotografie byl Cecil Beaton, anglický fotograf portrétů a módy, který je považován za průkopníka moderní barevné fotografie.<sup>9</sup> Charakteristickými znaky jeho tvorby byly studiové fotografie a experimentování se surrealistickými prvky. Modelky na jeho snímcích působí vůči celku velice skromně, jsou pouze součástí soustavy dekorací. Ve 30. letech Beaton změnil svůj postoj směrem k romantismu. V roce 1937 se stal oficiálním fotografem královské rodiny. Jeho tvorbu však později poznamenala II. světová válka, kdy se začal zabývat válečnou fotografií. Dalším výraznějším módním fotografem tohoto období byl Norman Parkinson, jehož tvorba se od

---

<sup>6</sup> O'ROURKE, Aidan. *History of Fashion Photography Essay by Aidan O'Rourke* [online]. URL: <[http://www.aidan.co.uk/article\\_fashion1.htm](http://www.aidan.co.uk/article_fashion1.htm)> [cit. 2008-05-01]

<sup>7</sup> HLAVÁČ, Ludovít (1987): **Dejiny fotografie**, Martin : Osveta (str. 196)

<sup>8</sup> O'ROURKE, Aidan. *History of Fashion Photography Essay by Aidan O'Rourke* [online]. URL: <[http://www.aidan.co.uk/article\\_fashion1.htm](http://www.aidan.co.uk/article_fashion1.htm)> [cit. 2008-05-01]

<sup>9</sup> HLAVÁČ, Ludovít (1987): **Dejiny fotografie**, Martin : Osveta (str. 269)

předešlých tvůrců lišila. Fotografoval převážně v exteriérech, využíval přirozeného prostředí, deště, větru, dynamiky pohybu a dalších prvků, naopak se vyhýbal přehnané stylizaci modelek.<sup>10</sup>

Během a několik let po II. světové válce prožívala módní fotografie útlum. Až v roce 1948, kdy se lidé opět začali zajímat o módu a eleganci, se začala znovu objevovat na stránkách časopisů.<sup>11</sup>

### **Polovina 40. let – 60. léta**

Poválečné období bylo charakteristické nástupem nových moderních stylů, což bylo příznačné nejen pro obor módní fotografie, ale například i pro architekturu a design. Módním trendem se stalo extravagantní oblečení, což mělo vliv na podobu tehdejší módní fotografie. Fotografové využívali netradičních exteriérů, používali dosud neobvyklou fotografickou techniku. V 60. letech se do módní fotografie dostávaly erotické prvky.<sup>12</sup> Nové výtvarné možnosti barevné fotografie vnesl do poválečné fotografie zejména fotograf Irving Penn.<sup>13</sup>

Romantickými a impresionistickými módními fotografiemi se v 50. letech proslavila Lillian Bassman, která pracovala pro Harper's Bazaar. Její fotografie jsou oceňovány především pro její schopnost vcítit se do práce modelek, které předváděly oblečení. Stejně jako Bassman fotografoval pro Harper's Bazaar i Louise Dahl-Wolfe, jehož specializací byly fotografie modelek v plavkách. Stal se jedním z prvních představitelů barevné módní fotografie. Experimenty s barvou a světlem vnesl do poválečné módní fotografie Erwin Blumenfeld.<sup>14</sup>

Hlavním představitelem nového moderního poválečného směru módní fotografie, který ovlivnil řadu následujících generací módních fotografů, byl

---

<sup>10</sup> O'ROURKE, Aidan. *History of Fashion Photography Essay by Aidan O'Rourke* [online]. URL: <[http://www.aidan.co.uk/article\\_fashion1.htm](http://www.aidan.co.uk/article_fashion1.htm)> [cit. 2008-05-01]

<sup>11</sup> O'ROURKE, Aidan. *History of Fashion Photography Essay by Aidan O'Rourke* [online]. URL: <[http://www.aidan.co.uk/article\\_fashion1.htm](http://www.aidan.co.uk/article_fashion1.htm)> [cit. 2008-05-01]

<sup>12</sup> O'ROURKE, Aidan. *History of Fashion Photography Essay by Aidan O'Rourke* [online]. URL: <[http://www.aidan.co.uk/article\\_fashion1.htm](http://www.aidan.co.uk/article_fashion1.htm)> [cit. 2008-05-01]

<sup>13</sup> HLAVÁČ, Ludovít (1987): **Dejiny fotografie**, Martin : Osveta (str. 410)

<sup>14</sup> O'ROURKE, Aidan. *History of Fashion Photography Essay by Aidan O'Rourke* [online]. URL: <[http://www.aidan.co.uk/article\\_fashion1.htm](http://www.aidan.co.uk/article_fashion1.htm)> [cit. 2008-05-01]

Richard Avedon. Začínal s prací reklamního fotografa pro obchodní dům, zanedlouho ho však objevil tehdejší umělecký ředitel časopisu Harper's Bazaar Alexey Brodovitch. Jeho fotografie se objevovaly také na stránkách magazínů Vogue a Life. Hlavním přínosem Richarda Avedona do oblasti módní fotografie bylo zobrazování modelek, které představují určité emoce a určitý děj. Jeho nejslavnější fotografie se nazývá *Dovima with elephants*. Proslavil se také dvěma portréty skupiny Beatles. Avedon se stal prvním stálým fotografem časopisu *The New Yorker* a získal za svoji práci řadu ocenění.<sup>15</sup>

Významným fotografem, který pronikl do oboru módní fotografie v 60. letech, byl David Bailey. Je tvůrcem takzvané A-linie, pózy modelek, která je charakteristická pro módní fotografii 60. let. Proslavil se také snímky herců, hudebních hvězd a členů britské královské rodiny. Později byly jeho fotografie byly charakteristické stylizací prostředí, pózami a gesty modelek v uhlazené podobě s prvky erotiky. Dalšími významnými představiteli módní fotografie v 60. letech jsou například Hiro, Helmut Newton či Jean Loup Sieff.<sup>16</sup>

### **70. léta – 90. léta**

V 70. letech došlo k jistému zklidnění v módním průmyslu i fotografii. Módní fotografie se opět vrátila k jednoduché kompozici bez přehnaných efektů, snímky byly přirozenější než v předešlých letech. Do módní fotografie začaly více promlouvat ženy-fotografky jako například Sarah Moon.<sup>17</sup> V 70. letech se také začal v módní fotografii projevovat vliv pop-artu. Lehce erotické fotografie 60. let se proměnily v ryze sexuální a získávaly větší prostor.<sup>18</sup>

V 80. letech se začala projevovat určitá míra uvolnění, která vyvrcholila v 90. letech, kdy došlo k revoluci módní fotografie. Autoři začali převážně využívat

---

<sup>15</sup> O'ROURKE, Aidan. *History of Fashion Photography Essay by Aidan O'Rourke* [online]. URL: <[http://www.aidan.co.uk/article\\_fashion1.htm](http://www.aidan.co.uk/article_fashion1.htm)> [cit. 2008-05-01]

<sup>16</sup> O'ROURKE, Aidan. *History of Fashion Photography Essay by Aidan O'Rourke* [online]. URL: <[http://www.aidan.co.uk/article\\_fashion1.htm](http://www.aidan.co.uk/article_fashion1.htm)> [cit. 2008-05-01]

<sup>17</sup> O'ROURKE, Aidan. *History of Fashion Photography Essay by Aidan O'Rourke* [online]. URL: <[http://www.aidan.co.uk/article\\_fashion1.htm](http://www.aidan.co.uk/article_fashion1.htm)> [cit. 2008-05-01]

<sup>18</sup> HLAVÁČ, Ludovít (1987): **Dejiny fotografie**, Martin : Osveta (str. 411)

digitální techniku a pro úpravu svých fotografií počítačový program Photoshop.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> KEANEY, Magdalene (2007): **Móda a reklama: učíme se od světových fotografů**, Praha : Slovart (str. 6)

## 3. Reklamní fotografie

### 3.1 Definice reklamní fotografie

Reklamní fotografie představuje fotografie, jejichž hlavním úkolem je propagovat daný výrobek či událost. Může mít více podob, může se jednat o fotografii průmyslovou, tedy záběr daného výrobku, novinářskou, portrétní či uměleckou. Reklamní fotografie je výhradně určena k propagaci výrobku a musí splňovat daná kritéria: originalitu a věrnost dané věci. „Výzkum znovu a znovu ukazuje, že fotografie prodají více než kresby. Přilákají více čtenářů, vzbuzují větší zvědavost, lépe se pamatují, zvyšují návratnost objednacích kupónů i prodej zboží.“ [Ogilvy, 1995, str. 101 ]<sup>20</sup>

Uplatnění nachází v katalogích, na billboardech a jako inzerce v tištěných médiích.<sup>21</sup> Reklamní fotografie má ovšem velkou konkurenci v podobě televizní reklamy, která je v poslední době upřednostňována. Reklamní agentury považují televizní reklamu za modernější a účinnější, než je reklama v tištěných médiích, a pro inzerenty je atraktivnější prezentovat své výrobky prostřednictvím televizní reklamy než v periodikách.<sup>22</sup>

### 3.2 Historie reklamní fotografie

#### Předchůdci reklamní fotografie

Předchůdci reklamní fotografie pocházejí z 2. poloviny 19. století, kdy se prostřednictvím fotografie propagovali jednotlivci, obchodní činnosti a vládní politika. Podobnou práci vykonávali portrétní fotografové, kteří vytvářeli ilustrované cestopisy a snímky z exotických zemí, na kterých pózovali významní veřejní činitelé, „neobyčejní“ lidé jako cirkusoví umělci a podobně. V 50. letech 19. století již byla fotografie využívána k prodávání výrobků, zejména k prodeji drahého oblečení a luxusního zboží. Do 80. let však v závislosti na vývoji fotografické techniky a technologií byly tyto fotografie nedokonalé a proces jejich výroby velice zdlouhavý. Na přelomu století tedy bylo v magazínech stále

---

<sup>20</sup> OGILVY, David (1995): **Vyznání muže reklamy**, Praha : Management Press (str. 101)

<sup>21</sup> HORŇÁK, Pavel (1997): **Abeceda reklamy**, Bratislava : Grafosit

<sup>22</sup> SCHUEMAN, R. Smith, HICKS, Wilson (1972): **Photographic communication : principles, problems and challenges of photojournalism**, New York : Hastings House (str. 245)



využíváno ručně malovaných obrázků namísto fotografií. Fotografií se ale užívalo v případech, kdy chtěl inzerent poukázat na důsledky nepoužívání jeho výrobku. Realita zprostředkovaná fotografií měla donutit zákazníka ke koupi výrobku.<sup>23</sup>

### **Počátek 20. století – 30. léta 20. století**

Neustálé modernizování fotografické techniky a technologií ve 20. letech 20. století, nové výrazové a stylotvorné prvky, jako nové způsoby vidění v podhledu i nadhledu, detailu a makrodetailu, obrazová neostrost, obraz v negativu, koláže, montáže či dvojitý osvit filmu přispěly k vyčlenění reklamní fotografie. Reklamní a technické fotografie začaly v té době využívat velké průmyslové podniky a postupně byly zakládány ateliéry pro technickou a reklamní fotografii. Největší uplatnění nacházel tento nový typ fotografie v módních časopisech.<sup>24</sup> V roce 1932 fotografie představovala více než 50 procent reklamní produkce v časopisech určených především ženám. Významnou osobou tohoto období v oblasti reklamní fotografie byl fotograf Edward Jean Steichen, který vymezil rozdíly mezi estetickou uměleckou fotografií a fotografií reklamní, která má spíše praktické účely, a stal se tak průkopníkem americké reklamní fotografie ve 20. a 30. letech. Společně s Man Rayem a Francisem Bruguiérem vytvořil pravidla pro využití uměleckého stylu v reklamní fotografii.<sup>25</sup>

### **II. světová válka – 50. léta 20. století**

V období II. světové války došlo k útlumu obrazových časopisů, tedy i reklamní fotografie. V poválečném období však došlo k nárůstu počtu specializovaných časopisů, které poskytovaly prostor pro velké množství fotografií, čímž vznikla větší závislost těchto časopisů na inzerci, která měla také fotografickou podobu. Reklamní fotografie prožívala v této době veliký rozvoj, avšak bylo nutné hledat její stále nové, nápadité, originální propagačně účinné podoby.

---

<sup>23</sup> ROCHE, Bruce: *Advertising in the Twentieth Century* [online via databáze Ebsco Host]  
Dostupný z: <<http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=11&hid=106&sid=f5f5879f-8b84-43da-aaf6-0f0a8398eccf%40sessionmgr109>> [cit. 2008-04-29] (str. 22)

<sup>24</sup> HLAVÁČ, Ludovít (1987): **Dejiny fotografie**, Martin : Osveta (str. 260)

<sup>25</sup> ROCHE, Bruce: *Advertising in the Twentieth Century* [online via databáze Ebsco Host]  
Dostupný z: <<http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=11&hid=106&sid=f5f5879f-8b84-43da-aaf6-0f0a8398eccf%40sessionmgr109>> [cit. 2008-04-29] (str. 23)

Hlavním poválečným představitelem reklamní fotografie byl Pařížan Jean-Pierre Sudre. Využíval ve své tvorbě pro průmyslové podniky mikrofotografii a makrofotografii, přes které se dostal k fotografickému abstraktnímu obrazu. Průkopníkem barevné fotografie v reklamě pak byl Anton Bruehl. Dalšími významnými poválečnými představiteli reklamní fotografie byli Švýcar René Groebli a Američan Bert Stern, který pracoval i v oblasti módy.<sup>26</sup>

Během 50. let fotografie začala dominovat reklamě v časopisech, novinách a katalogích. Realismus a abstraktní umělecké postupy byly využívány jako součásti mnoha reklamních strategií. Umělečtí, reklamní, komerční, módní a portrétní fotografové v tomto období používali podobné vybavení, osvětlovací metody a kompozici. Tyto obory se začaly velice prolínat.<sup>27</sup>

### **60. léta 20. století – 90. léta 20. století**

Technologický rozvoj, který přinesla 70. a 80. léta, značně ovlivnil oblast reklamní fotografie. Zejména rozvoj digitální techniky umožnil fotografům vytvářet fotografie bez tradičního vybavení, retušovacích metod, chemických procesů v laboratoři a papíru. Stejně jako u ostatních oblastí fotografie vnesla digitální technika do reklamní fotografie nové možnosti ale i častý odklon od reality.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> HLAVÁČ, Ludovít (1987): **Dejiny fotografie**, Martin : Osveta (str. 406)

<sup>27</sup> ROCHE, Bruce: *Advertising in the Twentieth Century* [online via databáze Ebsco Host]  
Dostupný z: <<http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=11&hid=106&sid=f5f5879f-8b84-43da-aaf6-0f0a8398eccf%40sessionmgr109>> [cit. 2008-04-29] (str. 23)

<sup>28</sup> ROCHE, Bruce: *Advertising in the Twentieth Century* [online via databáze Ebsco Host]  
Dostupný z: <<http://web.ebscohost.com/ehost/detail?vid=11&hid=106&sid=f5f5879f-8b84-43da-aaf6-0f0a8398eccf%40sessionmgr109>> [cit. 2008-04-29] (str. 23)

## 4. Uplatnění módní a reklamní fotografie

Módní a reklamní fotografie nacházely již od svých prvopočátků uplatnění zejména v magazínech. S módní fotografií se pak setkáváme i v jiných tištěných produktech, kromě módních katalogů to mohou být například kalendáře.

### 4.1 Magazíny

Magazín neboli ilustrovaný časopis je typ časopisu s různorodým obsahem nebo určitou náplní a je zaměřen na určitou skupinu čtenářů.<sup>29</sup> Módní magazíny jsou zaměřeny na módu a životní styl a jsou převážně pro ženy. Skrze tyto magazíny propagují své výrobky oděvní značky, kosmetické, farmaceutické a jiné firmy, jejichž zboží je využíváno v módním průmyslu. Fotografie tak působí dvakrát, jako fotografie módní i reklamní. Významnou součástí magazínů jsou z fotografického hlediska jejich obálky, které přitahují zvláštní pozornost editorů a grafiků, jejich pořízení je často velice náročné a nákladné a jsou vytvářeny předními fotografy.<sup>30</sup>

Pro níže uvedené magazíny tvořili nejvýznamnější módní fotografové historie i současnosti.

Jedním z nejznámějších ilustrovaných módních časopisů je magazín **Vogue**, který vychází dodnes v osmnácti zemích světa. Byl založen v roce 1892 Arthurem Baldwinem Turnurem a začal vycházet jako společenský týdeník. V roce 1909 koupil tento týdeník Condé Nast, který ho přetransformoval v magazín, který byl určen pro ženy. V současné době ho stále vydává vydavatelství Condé Nast Publications, vychází jako měsíčník a jeho náplní jsou móda, životní styl a design. Vogue má od roku 2005 také verzi pro muže.<sup>31</sup> „150 let je Vogue americkým kulturním barometrem, který dává módu do kontextu s velkým světem, ve kterém žijeme – jak se oblékáme, co jíme,

---

<sup>29</sup> OSVALDOVÁ, B.; HALADA, J. a kolektiv (2002): **Praktická encyklopedie žurnalistiky**, Praha: Libri (str. 102)

<sup>30</sup> TAUSK, Peter (1988): **A short history of press photography**, Prague : International Organization of Journalists (str. 200)

<sup>31</sup> URL: <<http://www.bookrags.com/history/vogue-sjpc-05/>> [cit. 2008-05-01]

posloucháme, vidíme; který nás vede a inspiruje.“ (Condé Nast Publications, 2008)<sup>32</sup>

Dalším významným časopisem, ve kterém nachází módní fotografie uplatnění, je **Harper's Bazaar**. Jedná se o první americký módní časopis, který byl založen již v roce 1867.<sup>33</sup> „Měsíc co měsíc, Bazaar ukazuje nejlepší stylisty světa, nejvýznamnější fotografie a nejtalentovanější designéry, aby sdělil čtenářům vizuálně ohromující zobrazení světové módy a krásy.“ [Hearst Corporation, 2008]<sup>34</sup> Měsíčník Harper's Bazaar vydává Hearst Corporation ve 22 zemích světa včetně České republiky.<sup>35</sup>

Třetím významným představitelem časopisů pro oblast módní a reklamní fotografie je americký měsíčník **Vanity Fair**, který vydává Condé Nast Publications. Nejedná se však výhradně o módní magazín, zabývá se také kulturou a politikou. Jeho obsahu ovšem vévodí obrazové ilustrace. Časopis Vanity Fair byl založen v roce 1913 pod názvem Dress and Vanity Fair, od roku 1914 vychází pod současným názvem. Tento americký magazín se proslavil zejména řadou kontroverzních fotografií a článků o známých osobnostech a událostech.<sup>36</sup> „Od světových afér k zábavě, obchodu, módě, zločinu a společnosti, Vanity Fair je kulturním katalyzátorem, který vede globální dialog.“ [Vanity Fair, 2008]<sup>37</sup>

#### ***4.2 Kalendář Pirelli***

Symbolem komunikační strategie pneumatikového koncernu je jeho světoznámý kalendář, který začal vycházet v roce 1964. Hlavním tématem tohoto kalendáře jsou od jeho prvopočátků ženy a jejich krása. Na kalendáři se dodnes podílí ti nejlepší fotografové a výtvarníci. Fotografie jsou vytvářeny na nejrůznějších místech světa, některé v přírodě, jiné ve světlech velkých měst. Každý kalendář má určitý námět. V minulosti na kalendáři pracovali například

---

<sup>32</sup> URL: <<http://www.condenastmediakit.com/vog/index.cfm> > [cit. 2008-05-01]

<sup>33</sup> URL: <[http://www.hearst.com/magazines/property/mag\\_prop\\_hb\\_2000.html](http://www.hearst.com/magazines/property/mag_prop_hb_2000.html)> [cit. 2008-05-01]

<sup>34</sup> URL: <[http://www.hearst.com/magazines/property/mag\\_prop\\_hb\\_2000.html](http://www.hearst.com/magazines/property/mag_prop_hb_2000.html)> [cit. 2008-05-01]

<sup>35</sup> URL: <[http://www.hearst.com/magazines/property/mag\\_prop\\_hb\\_2000.html](http://www.hearst.com/magazines/property/mag_prop_hb_2000.html)> [cit. 2008-05-01]

<sup>36</sup> URL: <<http://www.vanityfair.com/magazine/vintage/oneclickhistory>> [cit. 2008-05-01]

<sup>37</sup> URL: <<http://www.vanityfair.com/magazine>> [cit. 2008-05-01]

Harri Peccinotti (1968), Sarah Moon (1972), Norman Parkinson (1985), Arthur Elgort (1990) nebo Richard Avedon (1995).<sup>38</sup> „Každý z nich nabízí svůj ideál krásy, směs přírody a ženskosti.“ [Pirelli.com, 2007]<sup>39</sup>

Fotografem prvního kalendáře Pirelli z roku 1964 byl Robert Freeman, mimo jiné fotograf skupiny Beatles. Freeman nafotil modelky na plážích jižní Francie. V roce 1974 se stal kalendář symbolem společenského postavení, avšak z důvodů ropné krize bylo vydávání kalendáře na dvacet let zastaveno. V roce 1984 německý fotograf Uwe Ommer nafotografoval první obnovené vydání. O deset let později se stal kalendář oficiální součástí mezinárodního komunikačního portfolia společnosti Pirelli. Herb Ritts (1994) a Richard Avedon (1995) začali fotografovat do kalendáře tehdejší supermodelky, jako například Cindy Crawford, Kate Moss, Helenu Christensen či Naomi Campbell.<sup>40</sup>

Prezentovat svoji tvorbu skrze světoznámý kalendář Pirelli je cílem mnoha módních fotografů. Práce na tomto kalendáři se stala prestižní záležitostí nejen pro fotografy, ale také pro modelky, herečky či zpěvačky. Pózovaly pro něj například Jennifer Lopez, Hilary Swank, Penelope Cruz či Sophia Loren. Kalendář je prestižní záležitostí, vzhledem ke své ceně, i pro jeho vlastníky.<sup>41</sup>

Z níže uvedeného přehledu deseti nejvýznamnějších módních a reklamních fotografů se na tomto kalendáři v posledních 12 letech podíleli čtyři.<sup>42</sup>

**Peter Lindbergh** svůj první kalendář Pirelli vytvořil pro rok 1996. Série černobílých fotografií převážně nahých modelek vznikla v Kalifornii. Lindberghovi pózovala pro tento kalendář i česká modelka Eva Herzigová. Druhý kalendář, který nafotografoval pro Pirelli, byl ročník 2002. Na černobílých

---

<sup>38</sup> URL: <<http://www.pirelli.com/web/media/communication/calendar/default.page>> [cit. 2008-05-02]

<sup>39</sup> URL: <<http://www.pirelli.com/web/media/communication/calendar/default.page>> [cit. 2008-05-02]

<sup>40</sup> URL: <<http://www.pirelli.com/web/media/communication/calendar/mito-cal/default.page>> [cit. 2008-05-02]

<sup>41</sup> BERTRAM, Colin. *A look at Pirelli's calendar girls* [online]  
URL: <[http://www.nydailynews.com/entertainment/arts/2008/03/23/2008-03-23\\_a\\_look\\_at\\_pirellis\\_calendar\\_girls.html](http://www.nydailynews.com/entertainment/arts/2008/03/23/2008-03-23_a_look_at_pirellis_calendar_girls.html)> [cit. 2008-05-02]

<sup>42</sup> URL: <<http://www.pirellical.com/thecal/calendar.html>> [cit. 2008-05-02]

i barevných fotografiích zachycuje herečky v prostředí filmového studia Paramount studios v Hollywoodu.<sup>43</sup>

**Mario Testino** vytvořil svůj první a zatím poslední kalendář pro pneumatikový koncern Pirelli pro rok 2001. Fotografie tohoto ročníku jsou barevné a zobrazují polonahé modelky v italské Neapoli.<sup>44</sup>

**Nick Knight** vytvořil řadu futuristických barevných fotografií pro kalendář Pirelli, který vyšel pro rok 2004. Nick Knight nafotografoval modelky v londýnském studiu v neobvyklých pózách. Na fotografiích a jejich následných počítačových úpravách pracoval tři měsíce.<sup>45</sup>

**Patrick Demarchelier** je autorem ročníků 2005 a 2008. Pro rok 2005 vytvořil sérii černobílých fotografií modelek v intimních pózách na pláži v Rio de Janeiru. Ročník 2008 byl vytvořen v čínské Shanghai a má ryze orientální ráz. Barevné a černobílé fotografie zachycují modelky, které jsou oblečené a nalíčené v orientálním stylu.<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup> URL: <<http://www.pirellical.com/thecal/calendar.html>> [cit. 2008-05-02] (ročníky 1996, 2002)

<sup>44</sup> URL: <<http://www.pirellical.com/thecal/calendar.html>> [cit. 2008-05-02] (ročník 2001)

<sup>45</sup> URL: <<http://www.pirellical.com/thecal/calendar.html>> [cit. 2008-05-02] (ročník 2004)

<sup>46</sup> URL: <<http://www.pirellical.com/thecal/calendar.html>> [cit. 2008-05-02] (ročníky 2005, 2008)

## **5. Deset z nejvýznamnějších módních a reklamních fotografů současnosti**

Pátá kapitola je věnována stručným životopisům deseti nejvýznamnějších módních a reklamních fotografů současnosti. Každý z nich představuje jedinečný styl tvorby fotografií. Patří mezi ně fotografové i staršího data narození, kteří se dostali na vrchol až v posledních deseti letech. Jsou mezi ně zařazeni i mladší tvůrci, kteří vnesli do oblasti umělecké fotografie nové originální pojetí, a proto se dokázali prosadit již v mládí.

Jedná se o **Patricka Demarcheliera, Petera Lindbergha, Denise Pielu, Paola Roversi, Maria Testina, Nicka Knighta, Maxe Vadukula, Davida LaChapelle, Terryho Richardsona a Seana Ellise.**

První polovina výše zmíněných fotografů patří mezi starší generaci módních a reklamních fotografů, kteří jsou dodnes velice úspěšní a vyhledávání i přestože představují téměř klasickou módní a reklamní fotografii. Druhá polovina jmen patří k mladší generaci. Jsou to tvůrci, kteří experimentují, šokují nebo vnášejí do módní a reklamní fotografie něco netradičního, a proto mají ve světě módního a reklamního průmyslu veliký ohlas. Každý z těchto fotografů se snaží o něco nového, aby se ve světě módního a reklamního průmyslu prosadil.

Jejich přínos je shrnut v podkapitole „Přínos ...“, který je ve většině případů odvozen z dostupných článků periodického tisku a fotografií. Tato kapitola společně s kapitolou „Kariéra ...“ obsahuje i pokus o popsání jejich stylu fotografování.

Jelikož se jedná o skupinu současných tvůrců, kvalita i kvantita informací, které jsou o nich dostupné, se výrazně liší. Většina z nich však nabízí pohled do své tvorby i života prostřednictvím vlastních oficiálních internetových stránek. Dají se o nich vyhledat novinové či časopisové články především v zahraničních periodikách, které mají k dispozici své archivy v elektronické podobě.

Cílem bakalářské práce proto bude vytvoření stručných biografií jednotlivých fotografů především na základě rešerší pečlivě vybraných elektronických

zdrojů, které zaručují pravdivost informací (oficiální internetové stránky, online periodický tisk).<sup>47</sup>

Fotografové jsou řazeni dle roku narození od nejstaršího k nejmladšímu.

---

<sup>47</sup> Vzhledem k aktuálnosti práce bylo u některých tvůrců velmi obtížné shromáždit základní data. Jedná se ve většině případů o umělce v pravém slova smyslu, není pro ně důležité, aby svět znal jejich bydliště či co je inspiruje při práci, ale jde jim především o prezentaci jejich fotografického díla. Všechny jsem se snažila oslovit pomocí e-mailu, ve kterém jsem je požádala o materiály ohledně jejich profesního života. Připojila jsem také šest otázek, které se týkaly oboru fotografie. Až na jednu výjimku mi bohužel odpovědi nepřišly. Proto jsem je zkusila kontaktovat telefonicky. Pokaždé jsem hovořila s asistenty nebo manažery. V únoru 2008 mi šest z nich přislíbilo včasnou odpověď. Do data odevzdání diplomové práce, 20. května 2008, však přišla pouze odpověď od Denise Piela, který reagoval na mé otázky, ale neposkytl mi další informace pro doplnění jeho životopisu. *Rozhovor viz příloha 10.11*



## **5.1 Patrick Demarchelier**

Patrick Demarchelier patří ke starší generaci módních fotografů, kteří se bez fotografického vzdělání dostali až na samotný vrchol současné módní fotografie. Dvakrát byl vybrán pro nafotografování prestižního kalendáře Pirelli, a to pro roky 2005 a 2008. Jeho největší inspirací mu jsou tři fotografové: Richard Avedon, Helmut Newton, Irving Penn.<sup>48</sup>

### **Životopis Patricka Demarcheliera**

Patrick Demarchelier se narodil 21. srpna 1943 ve francouzském Le Havru, kde také prožil své dětství a mládí. Fotografovat začal v sedmnácti letech. Neabsolvoval žádnou fotografickou či uměleckou školu. „Nemám oficiální kvalifikaci, pouze školu života,“<sup>49</sup> uvedl Patrick Demarchelier v rozhovoru pro informační portál firmy Hasselblad. Jeho první prací, která byla spojená s fotografií, bylo tisknutí a retušování pasových fotografií pro minilab v severní Francii. Ve dvaceti letech se odstěhoval do Paříže, kde začal pracovat pro laboratoř, ve které zhotovoval novinové fotografie. Od roku 1975 žije v New Yorku.<sup>50</sup>

### **Kariéra Patricka Demarcheliera**

Po měsících práce ve fotokomoře získal Patrick Demarchelier práci asistenta u fotografa, který fotografoval zejména pro filmové magazíny. Po půl roce se stal výhradním fotografem Paris Planning Model Agency a udělal mnoho testovacích záběrů pro další agentury. O rok později začal asistovat známému fotografovi Hansu Feurerovi. Poprvé publikoval na konci 60. let, a to v časopisech Elle a Marie-Claire. Práce u Feurera mu vynesla spolupráci s tehdy úspěšným anglickým magazínem Nova a první práci pro magazín Vogue v roce 1974, kvůli které o rok později odešel do New Yorku. Po odchodu od Feurera začal pracovat samostatně.<sup>51</sup>

---

<sup>48</sup> FIEDLER, Kerstin. *Patrick Demarchelier* [online] URL: <<http://www.hasselblad.com/masters-2003/january---patrick-demarchelier.aspx>> [cit. 2008-05-04]

<sup>49</sup> FIEDLER, Kerstin. *Patrick Demarchelier* [online] URL: <<http://www.hasselblad.com/masters-2003/january---patrick-demarchelier.aspx>> [cit. 2008-05-04]

<sup>50</sup> FIEDLER, Kerstin. *Patrick Demarchelier* [online] URL: <<http://www.hasselblad.com/masters-2003/january---patrick-demarchelier.aspx>> [cit. 2008-05-04]

<sup>51</sup> FIEDLER, Kerstin. *Patrick Demarchelier* [online] URL: <<http://www.hasselblad.com/masters-2003/january---patrick-demarchelier.aspx>> [cit. 2008-05-04]

Jeho seznam klientů zahrnuje jména jako Calvin Klein, Ralph Lauren, Versace, Chanel, Louis Vuitton, Revlon, Maybelline, Ann Taylor, Armani, Carolina Herrera, Elizabeth Arden, Lancome nebo Tommy Hilfiger. Portrétoval například zpěvačky Madonna a Janet Jackson, herečku Nicole Kidman či kandidátku na amerického prezidenta Hillary Clintonovou. Pro Eltona Johna, Celine Dion, Britney Spears, Janet Jackson, Mariah Carey a další zpěváky a zpěvačky popové či rockové hudby vytvořil obaly na jejich alba. Proslavil se také tvorbou plakátů pro známé hollywoodské filmy jako například pro snímky James Bond: Dnes neumírej, Divoký kočky, Modrá laguna a mnoho dalších. V roce 1989 se stal oficiálním fotografem princezny Diany. Stal se tak prvním nebritským oficiálním fotografem člena britské královské rodiny.<sup>52</sup>

Od roku 2004 je oficiálním fotografem vydavatelství Condé Nast Publications, které vydává časopisy jako například Vogue, Vanity Fair, W, The New Yorker a další i mimo módní a společenskou sféru. Před tím deset let působil ve vydavatelství Hearst Corporation. Jeho fotografie publikovaly nejvýznamnější módní časopisy, americký, francouzský, britský Vogue, Harper's Bazaar, Vanity Fair a další. Jeho první samostatná výstava se konala v roce 1996 v SoHo gallery v New Yorku, další výstavy pak proběhly v Mexiku, Itálii, Belgii, Moskvě, Paříži, Londýně a Brazílii.<sup>53</sup> Vydal tři publikace, Photographs (1995), Exposing Elegance (1997) a Forms (1998).<sup>54</sup>

### **Přínos Patricka Demarcheliera**

Patrick Demarchelier patří mezi ikony současné módní fotografie. Pracuje pro nejprestižnější módní a společenské magazíny a nafotografoval během čtyř let dvakrát kalendář Pirelli. Stal se prvním nebritským fotografem britské královské rodiny. Navazuje na tvorbu klasiků módní fotografie a také na klasické výtvarné umění. Jeho tvorba je charakteristická originálním využíváním světla a linií různých částí lidského těla.<sup>55</sup>

---

<sup>52</sup> URL: <<http://www.pirellical.com/noflash/jsp/Calendario.jsp?Year=2008&Lang=en>> [cit. 2008-05-04]

<sup>53</sup> URL: <<http://www.pirellical.com/noflash/jsp/Calendario.jsp?Year=2008&Lang=en>> [cit. 2008-05-04]

<sup>54</sup> FIEDLER, Kerstin. *Patrick Demarchelier* [online] URL: <<http://www.hasselblad.com/masters-2003/january---patrick-demarchelier.aspx>> [cit. 2008-05-04]

<sup>55</sup> Viz přílohy 10.1 a 10.12

Patrick Demarchelier se stal legendou a učí se od něj řada současných fotografů. Jeho reklamní a módní fotografie jsou lehce rozpoznatelné pro svoji neformálnost, realističnost a hravost. Demarchelier je opravdovým mistrem světla, díky kterému dokáže vyzdvihnout krásu fotografované osoby, což dokonale využívá v portrétní fotografii.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> URL: <<http://www.imaginginfo.com/article/article.jsp?id=1225&siteSection=36>> [cit. 2008-05-04]

## **5.2 Peter Lindbergh**

Petr Lindbergh patří mezi nejvyhledávanější módní fotografy současnosti. Jeho tvorba je k vidění v módních a společenských magazínech, v reklamních kampaních světoznámých značek, na výstavách i ve filmu. „Dílo je narození něčeho, a něco nemůže vzejít z ničeho. Když někdo něco tvoří: obraz, báseň, fotografii, tvořivost přichází z myšlenky, z pocitu, emocí, nebo z kombinace myšlenek, pocitů nebo emocí, které se znovuzrozuji ze všech našich zkušeností a perspektiv.“ [Lindbergh, 1996]<sup>57</sup>

### **Životopis Petera Lindbergha**

Peter Lindbergh se narodil 23. listopadu 1944 jako Peter Brodbeck v Lisse ve východním Německu u hranic s Polskem. Dle dostupných informací ale vyrůstal v Duisburgu na západě Německa, ve městě, kde vzkvétal těžký průmysl. Část svého dětství také prožil u svého strýce v Porýní. Kontrasty mezi přírodou na břehu řeky Rýn a městem plným továrenských komínů výrazně ovlivnily jeho vnímání světa a jeho budoucí práci. Již od dětství rád maloval a později malířství studoval v Krefeldu.<sup>58</sup>

### **Kariéra Petera Lindbergha**

Peter Lindbergh se začal sblížovat s fotografováním až v sedmadvaceti letech. Záhy se stal asistentem fotografa Hanse Luxe. V roce 1973, po dvou letech spolupráce s Luxem, začal pracovat samostatně jako reklamní fotograf. Používal při tom převážně černobílý film. Jeho fotografie byly velice spontánní a jeho způsob zachycování modelek byl velice působivý. Postupem času se Lindbergh začal věnovat převážně módní fotografii. V roce 1978 sklídl veliký úspěch za sérii módních fotografií, které vydal obrazový časopis Stern. Po tomto úspěchu se Lindbergh přestěhoval do Paříže, kde odstartovala jeho kariéra v oblasti módní fotografie.<sup>59</sup>

Fotografie Petera Lindbergha se objevily ve všech významných módních

---

<sup>57</sup> LINDBERGH, Peter. *Essay* [online] URL: <<http://www.peterlindbergh.net/essay.html>> [cit. 2008-05-04]

<sup>58</sup> TROST, Christoph. *Die Kamera ist ein Körperteil*. [online] URL: <<http://www.stern.de/unterhaltung/fotografie/532659.html?nv=heads>> [cit. 2008-05-04]

<sup>59</sup> URL: <<http://www.peterlindbergh.net/biography.html>> [cit. 2008-05-04]

časopisech, v italském, francouzském, britském a americkém vydání časopisu Vogue, v magazínech The New Yorker, Vanity Fair, Rolling Stone a Stern. Do roku 1997 byla většina jeho prací publikována v časopise Harper's Bazaar, protože s ním už v roce 1992 podepsal kontrakt na své fotografie, který v té době neměl obdoby. V posledních deseti letech pracoval na reklamních kampaních nejvýznamnějších amerických i evropských módních návrhářů a značek jako jsou Giorgio Armani, Prada, Donna Karan, Calvin Klein, Jil Sander nebo Hugo Boss. Lindbergh se stal také ústředním fotografem pro světoznámý kalendář Pirelli na rok 1996 a 2002.<sup>60</sup> Lindbergh vytvořil i nespočet portrétů známých osobností ze světa filmu a populární hudby, které pak vyšly na titulních stranách převážně amerických magazínů. Mezi jeho nejslavnější fotografie patří například portrét Micka Jaggera, Brada Pitta, Madonny či Pedra Almodovara. Významně se podílel na reklamní kampani firmy Hanes, pro kterou nafotil sérii snímků s Tinou Turner.<sup>61</sup>

Peter Lindbergh se také proslavil dvěma knihami. První z nich vyšla v roce 1996 a jmenuje se Ten Women, obsahuje černobílé fotografie deseti topmodelek poloviny 90. let. Druhá Lindberghova publikace, která vyšla v roce 1997, se nazývá Images of Women a zachycuje práci autora od poloviny 80. let do poloviny 90. let.<sup>62</sup> Ian Philips<sup>63</sup> z londýnského Independent Sunday Review magazine na základě této knihy nazval ve svém článku Petera Lindbergha nejlepším módním fotografem světa. Peter Lindbergh začal vystavovat své fotografie až v roce 1996 v několika galeriích po celém světě. Na výstavě s názvem Peter Lindbergh: Photographs si sběratelé mohli poprvé zakoupit originály jeho fotografií. Tuto výstavu následovala další, která představovala dvě stě fotografií z Lindberghovy knihy Images of Women.<sup>64</sup>

Peter Lindbergh se kromě fotografování věnuje také režirování televizních reklam pro světové módní a kosmetické značky. V roce 1991 také natočil

---

<sup>60</sup> URL: <<http://www.peterlindbergh.net/biography.html>> [cit. 2008-05-04]

<sup>61</sup> URL: <<http://www.peterlindbergh.net/biography.html>> [cit. 2008-05-04]

<sup>62</sup> URL: <<http://www.peterlindbergh.net/biography.html>> [cit. 2008-05-04]

<sup>63</sup> PHILIPS, Ian. *The Image Maker*. [online] URL: <<http://www.peterlindbergh.net/imagemaker.html>> [cit. 2008-05-04]

<sup>64</sup> URL: <<http://www.peterlindbergh.net/biography.html>> [cit. 2008-05-04]

dokumentární film o modelkách *Models - The Film*, ve kterém vystupovaly přední modelky té doby, Linda Evangelista, Cindy Crawford nebo Naomi Campbell.<sup>65</sup>

### **Ocenění Petera Lindbergha**

V letech 1995 a 1997 získal Peter Lindbergh mezinárodní ocenění pro nejlepšího módního fotografa. O tomto ocenění rozhodla čtyřsetčlenná porota složená z nejdůležitějších osob z v oblasti módního průmyslu. V roce 1996 mu bylo v Berlíně uděleno ocenění Nadace Raymonda Loewyho za významný umělecký přínos. Uznání se dočkal také v oblasti dokumentárního filmu na filmovém festivalu v Torontu, a to za režii snímku *Inner Voices*.<sup>66</sup>

### **Přínos Petera Lindbergha**

Přínos Petera Lindbergha stojí na osobitém stylu zachycování světových supermodelek.<sup>67</sup> Pro jeho tvorbu jsou charakteristické realistické, zrnité, černobílé fotografie. Často si pro fotografování vybírá ponurá, pustá místa a trvá na tom, že oblečení a make up jsou zbytečné.<sup>68</sup> „Ženy jsou vždy důležitější než oblečení," uvedl Lindbergh v článku Lana Phillipse<sup>69</sup> s tím, že nemá určitý styl a ani se o vytvoření svého stylu nesnaží, protože je těžké se z něj posléze vymanit. Dvakrát nafotografoval kalendář Pirelli. Jeho fotografie ovlivnily další generace mladých módních fotografů.<sup>70</sup> Je neoblíbenějším fotografem zpěvačky Tiny Turner, Donna Karan ho nazvala součástí své rodiny a supermodelka Nadja Auermann o něm prohlásila, že dokáže ve fotografované ženě vždy vyvolat pocit, že je tou nejkrásnější na světě. Od té doby, co začal profesionálně fotografovat, má nesmírný vliv nejen na žánr módní fotografie, ale na módu všeobecně.<sup>71</sup>

---

<sup>65</sup> URL: <<http://www.peterlindbergh.net/biography.html>> [cit. 2008-05-04]

<sup>66</sup> URL: <<http://www.peterlindbergh.net/awards.html>> [cit. 2008-05-04]

<sup>67</sup> Viz přílohy 10.2 a 10.12

<sup>68</sup> PHILIPS, Ian. *The Image Maker*. [online] URL: <<http://www.peterlindbergh.net/imagemaker.html>> [cit. 2008-05-04]

<sup>69</sup> PHILIPS, Ian. *The Image Maker*. [online] URL: <<http://www.peterlindbergh.net/imagemaker.html>> [cit. 2008-05-04]

<sup>70</sup> SIEMENS, Jochen. *Peter Lindbergh - Der Freund* [online] URL: <[http://www.stern.de/unterhaltung/fotografie/584684.html?nv=ma\\_ct](http://www.stern.de/unterhaltung/fotografie/584684.html?nv=ma_ct)> [cit. 2008-05-04]

<sup>71</sup> PHILIPS, Ian. *The Image Maker*. [online] URL: <<http://www.peterlindbergh.net/imagemaker.html>> [cit. 2008-05-04]

### **5.3 Denis Piel**

Denis Piel patří mezi všestranné umělce, řadí se k nejvýznamnějším módním a reklamním fotografům současnosti. Svě kreativity využívá také ve filmu a mimo jiné píše knihy. Jako umělecký konzultant se podílí na mnoha projektech po celém světě. Mezinárodní reputaci si získal zejména módními fotografiemi a portréty známých osobností na obálkách nejprestižnějších módních a společenských magazínů. Proslavil se také jako režisér úspěšných reklamních spotů. Jeho poslední tvůrčí práce mimo komerční fotografii se zabývají detailními záběry, pohledy z blízka na netradiční předměty či objekty. Jeho tvorba je charakteristická zpracovanými detaily.<sup>72</sup>

#### **Životopis Denise Piela**

Denis Piel se narodil 1. března roku 1944 ve Francii, ale vyrůstal v Austrálii. V současné době opět žije ve Francii, je ženatý a má jednoho potomka.<sup>73</sup>

#### **Kariéra Denise Piela**

Svoji kariéru profesionálního fotografa zahájil fotografováním zeleniny. V roce 1979, v období, kdy neměl žádnou práci mu zavolaal Alexander Liberman z Condé Nast Publications a zanedlouho Piel vytvářel módní fotografie pro přední módní a společenské magazíny tohoto vydavatelství.<sup>74</sup>

Denis Piel je autorem více než tisíce fotografií z titulních stran německého, italského, francouzského či britského vydání časopisu Vogue, Vanity Fair, Gentleman's Quarterly a dalších. Mezi jeho nejznámější fotografie patří portréty filmových hereček, jako například Nastasii Kinski, Isabely Rosellini, Andi McDowell, malířů, politiků a filmových producentů. Jeho tvořivosti využily pro své reklamní kampaně i různé módní značky a kosmetické firmy. Denis Piel pracoval jako fotograf pro Anne Klein, L'oréal, Calvin Klein, Donna Karan, Max Factor, Chanel a další.<sup>75</sup>

---

<sup>72</sup> Viz přílohy 10.3 a 10.12

<sup>73</sup> URL: <<http://www.denispiel.com/about.php>> [cit. 2008-05-04]

<sup>74</sup> ELBIES, Jeffrey. *Underrated Photographers: Denis Piel*. [online] URL: <<http://www.popphoto.com/inamericanphotomagazine/3211/underrated-photographers-denis-piel.html>> [cit. 2008-05-04]

<sup>75</sup> URL: <<http://www.denispiel.com/about.php>> [cit. 2008-05-04]

Kromě práce na komerčních zakázkách Denis Piel v posledních letech pracoval na svých vlastních fotografických projektech, které byly vystaveny v roce 2006 ve Way of Arts Gallery v Lisabonu. Jedná se o série fotografií Premier OEIL, Facescapes a Platescapes. Poslední zmiňovaná série obsahuje téma, které se v profesním životě Denise Piela několikrát opakovalo. Je považována za určitou interpretaci zátiší s obyčejným nádobím. Převážně se jedná o talíře a příbory, mnohdy jsou na talířích zbytky jídla. Fotografie dle autora mají zachycovat jedinečné okamžiky a vypovídat o tom, jaké bylo to jídlo, jací lidé ho jedli a při jaké příležitosti ho jedli. Série Premier OEIL představuje první pohledy člověka, který se právě probudil, jeho očekávání od nadcházejícího dne. Nejambicióznějším projektem je však Facescapes, který byl vystavován i v Austrálii. Denis Piel pomocí fotoaparátu zachytil detaily lidské tváře v určitém období na třech různých místech světa, ve Francii, Číně a Austrálii. Soubor fotografií z francouzské vesnice Piel již dokončil, ostatní fotografie by měly být poprvé vystaveny v průběhu roku 2008.<sup>76</sup>

Práce Denise Piela je vystavována v galeriích po celém světě a je součástí soukromých sbírek mnoha sběratelů. Denis Piel přednáší na New School of Social Research a na Parsons School of Design a vede fotografické workshopy v rámci Smithsonian Institution ve Washingtonu.<sup>77</sup>

Jako filmový a reklamní režisér se proslavil zejména dokumentárním filmem Love is Blind, který se zabývá manželstvím, které spěje ke zkáze.<sup>78</sup> Napsal také několik beletristických knih, mezi které například patří psychologické drama lora, dobrodružná kniha Fly on the Wall či romantické dílo Spindrift.<sup>79</sup>

### **Rozhovor s Denisem Pielem<sup>80</sup>**

V rámci krátkého rozhovoru, uskutečněném pomocí emailu, Denis Piel přiznal, že se do jisté míry inspiroje novinářskou fotografií a jeho práce s ní má něco společného, přestože jako fotožurnalista pracovat nechtěl. Svoje fotografie

---

<sup>76</sup> URL: <<http://www.denispiel.com/about.php>> [cit. 2008-05-04]

<sup>77</sup> URL: <<http://www.denispiel.com/about.php>> [cit. 2008-05-04]

<sup>78</sup> URL: <<http://www.denispiel.com/film.php>> [cit. 2008-05-04]

<sup>79</sup> URL: <<http://www.denispiel.com/writing.php>> [cit. 2008-05-04]

<sup>80</sup> Rozhovor viz příloha 10.11



vytváří na základě předem daného scénáře, ale často ho inspirují myšlenky, které žurnalistická fotografie zobrazuje, ty pak převezme a reinterpretuje je do své vlastní tvorby. Módní fotografie je podle něj příliš plastická a dokonalá. Za výhodu žurnalistické fotografie považuje fakt, že její obsah na rozdíl od fotografie v módních magazínech stále odpovídá realitě.

### **Ocenění Denise Piela**

Denis Piel je držitelem prestižního ocenění Leica Award za svůj přínos v oblasti komerční fotografie.<sup>81</sup>

### **Přínos Denise Piela**

Denis Piel patří mezi vyhledávané módní a reklamní fotografy, jeho přínos však tkví také v neobyčejném smyslu pro detail, který prezentuje ve dvou vlastních fotografických souborech Platescapes a Facescapes. Témata těchto fotografických sérií se na první pohled zdají zcela jednoduchá, každodenní, avšak způsob, kterým je zachycuje Denis Piel jim dává určitou nadhodnotu, to, čeho si v běžném životě, kdy se s těmito tématy setkáváme, nevšimneme. Svoji kreativitu navíc dokáže uplatňovat v řadě oborů mimo fotografii.

Jeho návod na to, jak se stát dobrým fotografem zní: „Mít oči otevřené, pořád je používat a vše si pamatovat. Fotografovat, fotografovat, nafotografovat mnoho obrázků, aby našly a pomohly nalézt tvůj úhel pohledu.“ [Piel, 2008]<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> URL: <<http://www.denispiel.com/about.php>> [cit. 2008-05-04]

<sup>82</sup> Viz rozhovor - příloha 10.11

## **5.4 Paolo Roversi**

Paolo Roversi, italský fotograf, bývá kvůli technice, kterou při své tvorbě využívá označován za "krále Polaroidů"<sup>83</sup>. Právě na tom si vybudoval svoji kariéru a stal se vyhledávaným módním fotografem, i když začínal s fotografií novinářskou.

### **Životopis Paola Roversi**

Paolo Roversi se narodil v roce 1947 v italské Ravenně. Fotografií se začal poprvé zabývat ve Španělsku, kam se jeho rodina vydala v roce 1964 na dovolenou. Po návratu domů si vybudoval ve sklepě temnou komoru společně s místním poštovním doručovatelem, který byl také amatérským fotografem. Od té doby si sám začal vyvolávat své černobíle fotografie.<sup>84</sup>

### **Kariéra Paola Roversi**

Záhy po té, co se začal Paolo Roversi fotografii věnovat, se seznámil s italským profesionálním fotografem Neviem Natali, v jehož studiu strávil mnoho hodin, aby se zde přiučil fotografickému řemeslu.<sup>85</sup>

V roce 1970 začal Paolo Roversi spolupracovat s tiskovou agenturou Associated Press. Jeho prvním příspěvkem byla reportáž z pohřbu básníka Ezry Pounda v Benátkách. V 70. letech otevřel Roversi společně s přítelem Giancarlem Gramantieri vlastní studio v Ravenně. Zde fotografoval místní známé osobnosti a jejich rodiny. Důležitým momentem na začátku jeho kariéry bylo setkání s uměleckým ředitelem časopisu Elle Peterem Knappem v roce 1971, na jehož pozvání odjel do Paříže, odkud se již do svého rodného města nevrátil. V Paříži Roversi nejprve pracoval jako reportér pro Huppert Agency, ale občas se skrze svoje přátele dostal k módní fotografii. V roce 1974 začal pracovat jako asistent u britského fotografa Lawrence Sackmana, který podle Roversiho oficiální biografie naučil Paola Roversi vše, co by měl módní fotograf umět. Roversi u Sackmana strávil devět

---

<sup>83</sup> PHILLIPS, Ian. *Paolo Prince of Polaroids*. [online]

URL: <<http://www.paoloroversi.com/images/pdf/sundaytele.pdf>> [cit. 2008-05-04]

<sup>84</sup> URL: <<http://www.paoloroversi.com/images/pdf/biography.pdf>> [cit. 2008-05-04]

<sup>85</sup> URL: <<http://www.paoloroversi.com/images/pdf/biography.pdf>> [cit. 2008-05-04]

měsíců a po té začal s vlastním profesionálním fotografováním. Mezi jeho první drobnější práce patřily snímky pro magazín Elle, fotografie hudební skupiny Depeche Mode či reklamní kampaň pro módní značku Marie Claire. Své jméno více zviditelnil až v roce 1980, kdy pracoval na reklamní kampani pro Christiana Diora. V tomto roce začal experimentovat s fotoaparátem značky Polaroid, který prakticky na místě vytváří fotografie formátu 20 x 25 cm, a který se stal znakem jeho profesionální tvorby. Jelikož polaroidové fotografování nevytváří negativy, každá fotografie se stane ihned unikátním snímkem, do kterého není možný zpětný zásah. Dalším jeho typickým znakem se staly fotografie vytvářené převážně ve studiu. Polaroid a studiová tvorba u něj převažují dodnes.<sup>86</sup>

V 80. letech využil příležitosti a začal fotografovat módní katalogy, ve kterých mohl uplatňovat více vlastní kreativitu. Snímky do katalogů vytvářel v různých částech světa, kde se věnoval také fotografování portrétů tamních obyvatel. V této době se také věnoval režírování televizních reklam. Paolo Roversi je také autorem několika fotografických publikací jako například *Nudi*, *Libreto* a *Studio*.<sup>87</sup>

Paolo Roversi spolupracoval téměř se všemi známými značkami módního a kosmetického průmyslu, včetně Chanel, Valentino, Dolce & Gabbana, Armani a dalšími.<sup>88</sup> Téměř deset let se podílel na kampaních módního návrháře Romea Gigli, díky kterým se dostal na vrchol svého tvůrčího života.<sup>89</sup> Jeho fotografie jsou vystavovány v muzeích po celém světě. Dodnes patří k nejvyhledávanějším jménům i přes svůj ne příliš moderní přístup. Jeho fotografie jsou k vidění převážně v časopisech Elle a Vogue.<sup>90</sup> „Jakákoliv jeho práce je poznamenána ohromnou rafinovaností a citlivostí a jeho fotografie zobrazují téměř nadpřirozenou nadpozemskou krásu.“ [Philips, 1994]<sup>91</sup>

---

<sup>86</sup> URL: <<http://www.paoloroversi.com/images/pdf/biography.pdf>> [cit. 2008-05-04]

<sup>87</sup> URL: <<http://www.paoloroversi.com/images/pdf/biography.pdf>> [cit. 2008-05-04]

<sup>88</sup> URL: <<http://www.vincentsimonet.com/pages/page-paolo.html>> [cit. 2008-05-04]

<sup>89</sup> HARRISON, Martin. *Appearances, Fashion photography since 1945*. [online]

URL: <<http://www.paoloroversi.com/images/pdf/appearances.pdf>> [cit. 2008-05-04]

<sup>90</sup> URL: <<http://www.paoloroversi.com/images/pdf/biography.pdf>> [cit. 2008-05-04]

<sup>91</sup> PHILLIPS, Ian. *Paolo Prince of Polaroids*. [online]

URL: <<http://www.paoloroversi.com/images/pdf/sundaytele.pdf>> [cit. 2008-05-04]

## **Přínos Paola Roversi**

Editorka italské mutace časopisu Vogue Franca Sozzani označila Roversiho přínos pro módní fotografii za „nesmírný“.<sup>92</sup> Styl Paola Roversi se liší od ostatních módních fotografů zejména tím, že nepoužívá nejmodernější digitální techniku a náročné exotické exteriéry, jak bývá v současnosti zvykem. Vystačí si s poměrně zastaralou polaroidovou technikou a vlastním studiem. I přesto patří ke špičce současné módní fotografie.<sup>93</sup>

---

<sup>92</sup> Zahrnuto v článku: PHILLIPS, Ian. PHILLIPS, Ian. *Paolo Prince of Polaroids*. [online] URL: <<http://www.paoloroversi.com/images/pdf/sundaytele.pdf>> [cit. 2008-05-04]

<sup>93</sup> Viz přílohy 10.4 a 10.12

## **5.5 Mario Testino**

Mario Testino patří k nejzvučnějším jménům ve světě módní fotografie. Přestože nepatří k současné mladé generaci módních a reklamních fotografů, lze o něm hovořit jako o současné špičce módní fotografie. Dnes je známý především svými jemnými, pestrými fotografiemi, pro které jsou charakteristické originalita a nenucenost. Předností Maria Testina jsou portréty známých osobností.

### **Životopis Maria Testina**

Mario Testino se narodil v roce 1954 v hlavním městě Peru Limě, v rodině s irskými, italskými a španělskými kořeny. Navštěvoval americkou katolickou školu v Limě, studoval právo, ekonomii a mezinárodní vztahy. Vystřídal pět univerzit v Peru, Spojených státech a Velké Británii.<sup>94</sup> Jeho otec, který pracoval v ropném průmyslu bral často svého syna do New Yorku, aby zde využil jeho jazykového nadání při obchodních jednáních. Nakonec si ale Mario Testino vybral fotografii. Pocit, že jeho životní náplní bude právě módní fotografie, získal v New Yorku, kde se také na chvíli usadil. Kvůli studiu fotografie se v roce 1976 přestěhoval do Londýna. Stále však cestuje mezi Londýnem, Spojenými státy a Peru.<sup>95</sup>

### **Kariéra Maria Testina**

Mario Testino přišel bez jakýkoliv zkušeností do Londýna ve dvaceti letech a získal zde místo asistenta divadelního fotografa Johna Vickerse. Přivydělával si ještě jako číšník. Kolegy v restauraci využíval jako modely pro své fotografie. Na konci 70. let bez větších finančních prostředků požádal banku o půjčku na osvětlení a studiové blesky. Začal se naplno věnovat módní fotografii a jeho osobitý styl brzo získal ohlas. Jeho fotografie byly záhy k vidění v magazínech v New Yorku, Miláně i Paříži.<sup>96</sup>

První významné série fotografií Testino vytvořil pro značky Gucci a Burberry,

---

<sup>94</sup> URL: <<http://www.artnet.com/artist/27609/mario-testino.html>> [cit. 2008-05-09]

<sup>95</sup> URL: <<http://edition.cnn.com/2007/SHOWBIZ/08/03/testino.mk2.bio/>> [cit. 2008-05-09]

<sup>96</sup> URL: <<http://edition.cnn.com/2007/SHOWBIZ/08/03/testino.mk2.bio/>> [cit. 2008-05-09]

kteřé byly publikovány v magazínu Vogue.<sup>97</sup> Mario Testino se proslavil portrétů zpěvačky Madonny, které zhotovil v rámci reklamní kampaně pro oděvní značku Versace.<sup>98</sup> Mezi jeho nejznámější fotografie patří i portrét princezny Diany na obálce časopisu Vanity Fair z roku 1997. Snímky pořídil pouze několik dní před její smrtí. Testinovy fotografie Diany se setkaly s velkým ohlasem veřejnosti, pro jejich neformálnost však sklídl kritiku ze strany královské rodiny. Později také nafotil jednadvacáté narozeniny princů Wiliama a Harryho.<sup>99</sup> Podílel se na řadě reklamních kampaní světových módních značek jako Calvin Klein, Ralph Lauren, Valentino, Tommy Hilfiger a dalších. Jeho fotografie jsou vystavovány po celém světě a také vydal mnoho fotografických publikací.<sup>100</sup> Nejznámější výstava Maria Testina proběhla v roce 2002 v londýnské National Portrait Gallery. Fotografie zesnulé princezny Diany od Maria Testina byly vystaveny v rámci výstavy k desátému výročí její tragické smrti.<sup>101</sup> Stal se hlavním fotografem kalendáře Pirelli pro rok 2001.<sup>102</sup> Zvláštností Maria Testina je, že nerad a málokdy fotografuje muže.<sup>103</sup>

### Ocenění Maria Testina

V roce 2005 získal Mario Testino ocenění Rodeo Drive Walk of Style, která je udělována legendám módního průmyslu.<sup>104</sup>

### Přínos Maria Testina

Mario Testino se proslavil zejména svými portrétů známých osobností. Snaží se o nenucené a ne příliš stylizované fotografie v přirozeném prostředí daných osob. Jsou nenásilné, ale přesto nápadité, mají něco, co jim dokáže vtisknout pouze Mario Testino.<sup>105</sup> „Moje fotografie jsou velice jednoduché. Věřím, že kouzlo fotografie je v zachycení jednoho momentu, že neexistuje žádné před

<sup>97</sup> URL: <<http://www.mariotestino.us/#bio>> [cit. 2008-05-09]

<sup>98</sup> HLIKOVSKÁ, Eva. *Řekni sýr!*. Pátek Magazín Lidových novin. 2005, roč. 18, č.24, s. 30-33, ISSN 0862\_5921

<sup>99</sup> URL: <<http://edition.cnn.com/2007/SHOWBIZ/08/03/testino.mk2.bio/>> [cit. 2008-05-09]

<sup>100</sup> <<http://www.artnet.com/artist/27609/mario-testino.html>> [cit. 2008-05-09]

<sup>101</sup> URL: <<http://edition.cnn.com/2007/SHOWBIZ/08/03/testino.mk2.bio/>> [cit. 2008-05-09]

<sup>102</sup> URL: <<http://www.pirellical.com/thecal/calendar.html>> [cit. 2008-05-09]

<sup>103</sup> WALSH, John. *A rare audience with Mario Testino*. [online]

URL: <<http://www.independent.co.uk/news/people/a-rare-audience-with-mario-testino-792342.html>> [cit. 2008-05-09]

<sup>104</sup> HLIKOVSKÁ, Eva. *Řekni sýr!*. Pátek Magazín Lidových novin. 2005, roč. 18, č.24, s. 30-33, ISSN 0862\_5921

<sup>105</sup> Viz přílohy 10.5 a 10.12

nebo potom,“ charakterizoval svoje pojetí fotografie Mario Testino pro londýnský časopis Independent.<sup>106</sup> Svoje odchýlení od běžné módní fotografie, kdy se fotografují modelky oblečené do šatů nejlepších módních značek, Testino vysvětluje tím, že se začal při focení zajímat především o to, koho fotografuje, nikoliv co fotografuje, a tak se začal zabývat především portrétováním.<sup>107</sup> „Má žurnalistický, dokumentární styl. Právě to na jeho práci oceňuji,“ uvedla o jeho práci Madonna.<sup>108</sup> Mario Testino si všechny své fotografie také sám retušuje a umělé zásahy do svých portrétů na rozdíl od mnoha jiných fotografů přiznává. Testino bývá však kritizován za své fotografie známých osobností, na kterých vypadají lépe než ve skutečnosti. Mezi herečkami, zpěvačkami a dalšími známými ženami právě proto patří k nejoblíbenějším fotografům. Mario Testino také objevil řadu nových tváří módního průmyslu.<sup>109</sup>

---

<sup>106</sup> WALSH, John. *A rare audience with Mario Testino*. [online]  
URL: <<http://www.independent.co.uk/news/people/a-rare-audience-with-mario-testino-792342.html>>  
[cit. 2008-05-09]

<sup>107</sup> WALSH, John. *A rare audience with Mario Testino*. [online]  
URL: <<http://www.independent.co.uk/news/people/a-rare-audience-with-mario-testino-792342.html>>  
[cit. 2008-05-09]

<sup>108</sup> HLIKOVSKÁ, Eva. *Řekni sýr!*. Pátek Magazín Lidových novin. 2005, roč. 18, č.24, s. 30-33,  
ISSN 0862\_5921

<sup>109</sup> HLIKOVSKÁ, Eva. *Řekni sýr!*. Pátek Magazín Lidových novin. 2005, roč. 18, č.24, s. 30-33,  
ISSN 0862\_5921

## 5.6 Nick Knight

Nick Knight je britský fotograf, ředitel multimediálního studia SHOWstudio. Patří mezi fotografy s největším vlivem na současnou podobu módní a reklamní fotografie, přestože svoje povolání definuje zcela jinak. „Komunikace je to, co opravdu dělám. Komunikace skrze obrazy, zvuky, sochy, cokoliv.“ [Knight, 2008 ]<sup>110</sup> Jeho tvorba je hodnocena především pro jeho nové experimentální a především osobní pojetí fotografií a pro jeho smysl pro eleganci. Patří mezi první komerční fotografy, kteří začali používat digitální techniku, včetně následných počítačových úprav fotografií.

### Životopis Nicka Knighta

Nick Knight se narodil v roce 1958 v Londýně.<sup>111</sup> Jeho otec byl psycholog a živil se jako diplomat při Severoatlantické alianci, matka byla psychoterapeutkou. S fotografováním začal v sedmnácti letech. V rozhovoru pro magazín Crash<sup>112</sup> uvedl, že fotografování považoval za cestu, jak si najít dívku. Na univerzitě studoval po vzoru svých rodičů medicínu, záhy však přišel na to, že fotografie má před biologií a chemií přednost.<sup>113</sup> Studium medicíny vyměnil za studium fotografie na Bournemouth and Poole College of Art and Design.<sup>114</sup> Začínal s černobílou fotografií.<sup>115</sup> V současnosti žije v Londýně a má tři děti.<sup>116</sup>

### Kariéra Nicka Knighta

Profesionálně se fotografii začal Nick Knight zabývat v osmnácti letech. V roce 1982 publikoval svoje první významnější snímky, které patří do série s názvem Skinheads, na jejímž základě vznikla i jeho první fotografická publikace.<sup>117</sup> V období studií fotografie byl vybrán editorem magazínu i-D, aby nafotografoval

---

<sup>110</sup> LETURCQ, Armelle. *Meeting Nick Knight*. [online] URL: <<http://www.nickknight.com/main.html>> [cit. 2008-05-09] (Selected articles →Crash Magazine)

<sup>111</sup> URL:<[http://www.vogue.co.uk/whos\\_who/Nick\\_Knight/default.html](http://www.vogue.co.uk/whos_who/Nick_Knight/default.html)> [cit. 2008-05-09]

<sup>112</sup> LETURCQ, Armelle. *Meeting Nick Knight*. [online] URL: <<http://www.nickknight.com/main.html>> [cit. 2008-05-09] (Selected articles →Crash Magazine)

<sup>113</sup> LETURCQ, Armelle. *Meeting Nick Knight*. [online] URL: <<http://www.nickknight.com/main.html>> [cit. 2008-05-09] (Selected articles →Crash Magazine)

<sup>114</sup> URL:<[http://en.wikipedia.org/wiki/Nick\\_Knight\\_%28photographer%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Nick_Knight_%28photographer%29)> [cit. 2008-05-09]

<sup>115</sup> LETURCQ, Armelle. *Meeting Nick Knight*. [online] URL: <<http://www.nickknight.com/main.html>> [cit. 2008-05-09] (Selected articles →Crash Magazine)

<sup>116</sup> URL: <<http://www.nickknight.com/main.html>> [cit. 2008-05-09] (Biography)

<sup>117</sup> LETURCQ, Armelle. *Meeting Nick Knight*. [online] URL: <<http://www.nickknight.com/main.html>> [cit. 2008-05-09] (Selected articles →Crash Magazine)



sérii sta portrétů. Tyto černobílé fotografie zaujaly uměleckého ředitele katalogu japonského designéra Yohji Yamamota Marca Ascoliho, který v roce 1986 vybral Nicka Knighta pro nafotografování katalogu tohoto avantgardního tvůrce.<sup>118</sup> Od té doby se začal zabývat převážně módní a reklamní fotografií. V 90. letech se na nějakou dobu odvrátil od klasické módní fotografie a začal fotografovat obézní a staré ženy nebo lidi s handicapem.<sup>119</sup>

Mezi jeho klienty patřili a nadále patří společnosti a značky jako Audi, Calvin Klein, Christian Dior, Jil Sander, Lancome, Levi Strauss, Mercedes-Benz, Swarovski a další.<sup>120</sup> Nejvíce se zviditelnil prací na reklamní kampani pro módní značku Dior z roku 1997.<sup>121</sup>

Fotografie Nicka Knighta se objevily na titulních stranách významných módních a společenských časopisů jako jsou Vogue, Dazed & Confused, Arena Homme, Harper's Bazaar a dalších. Mezi jeho významné projekty patří nafotografování kalendáře Pirelli pro rok 2004.<sup>122</sup> Jeho fotografie také použila řada zpěváků a skupin na obaly svých alb. Spolupracoval například s Davidem Bowiem, Kylie Minogue, Sealem či skupinou Massive Attack.<sup>123</sup>

Kromě Skinheads vydal další dvě fotografické publikace, retrospektivní Nicknight, která vyšla v roce 1994, a knihu s názvem Flora z roku 1997, která obsahuje sérii fotografií s rostlinnými motivy. Fotografie Nicka Knighta jsou vystaveny především v londýnských galeriích.<sup>124</sup>

V roce 2000 Nick Knight založil SHOWstudio, online módní vysílání a první internetový módní kanál. Tento interaktivní projekt nabízí archiv filmů i živá vysílání z vytváření módní a reklamní fotografie. Na projektu se podílí řada

---

<sup>118</sup> URL:<[http://en.wikipedia.org/wiki/Nick\\_Knight\\_%28photographer%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Nick_Knight_%28photographer%29)> [cit. 2008-05-09]

<sup>119</sup> RAWSTHORN, Alice. *Vision Quest*. [online] URL: <<http://www.nytimes.com/2007/04/15/style/tmagazine/15tquest.html?pagewanted=all>> [cit. 2008-05-09]

<sup>120</sup> URL:<<http://www.showstudio.com/contributors/192>> [cit. 2008-05-09]

<sup>121</sup> LETURCQ, Armelle. *Meeting Nick Knight*. [online] URL: <<http://www.nickknight.com/main.html>> [cit. 2008-05-09] (Selected articles →Crash Magazine)

<sup>122</sup> URL:<<http://www.showstudio.com/contributors/192>> [cit. 2008-05-09]

<sup>123</sup> URL:<[http://en.wikipedia.org/wiki/Nick\\_Knight\\_%28photographer%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Nick_Knight_%28photographer%29)> [cit. 2008-05-09]

<sup>124</sup> URL:<<http://www.showstudio.com/contributors/192>> [cit. 2008-05-09]

dalších fotografů, umělců, designerů, herců a mnoho osob z oblasti umění a kultury. SHOWstudio nabízí návštěvníkům svých internetových stránek pohled na kompletní kreativní proces, od konceptu k dokončení projektu.<sup>125</sup>

### **Ocenění Nicka Knighta**

Nick Knight získal mnoho ocenění z oblasti umění. V roce 1994 mu bylo uděleno ocenění Best studio photographer na mezinárodním festivalu De La Photo De Mode. Za sérii fotografií pro Vogue získal v roce 1997 ocenění The Advertising Women of The New York Award. Mezi jeho další úspěchy například patří cena Best Front Cover of the Year. V roce 2001 byl zvolen magazínem Creative Review nejvíce inspirativním fotografem a nejoblíbenější osobou ve výtvarném průmyslu.<sup>126</sup>

### **Přínos Nicka Knighta**

Nick Knight přinesl do světa módní a reklamní fotografie něco zcela nového, nejen své osobní pojetí módní a reklamní fotografie, ale také pohled do jejího zákulisí. Odkryl skrze svůj projekt SHOWstudio tvůrčí proces od začátku až do konce, čímž vzbudil zájem u odborníků i laické veřejnosti. Cílem tohoto projektu je také propojení několika oblastí, módy, designu, hudby a výtvarného umění, což je charakteristické pro jeho tvorbu.<sup>127</sup> Fotografie Nicka Knighta jsou oceňovány pro jeho elegantní styl, umělecké prvky a práci s barvami. Stal se průkopníkem komerční digitální fotografie a jejího následného upravování pomocí počítače.<sup>128</sup>

---

<sup>125</sup> URL: <<http://www.showstudio.com/studio/about>> [cit. 2008-05-09]

<sup>126</sup> URL: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Nick\\_Knight\\_%28photographer%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Nick_Knight_%28photographer%29)> [cit. 2008-05-09]

<sup>127</sup> Viz přílohy 10.6 a 10.12

<sup>128</sup> RAWSTHORN, Alice. *Vision Quest*. [online]

URL: <<http://www.nytimes.com/2007/04/15/style/tmagazine/15tquest.html?pagewanted=all>> [cit. 2008-05-09]

## 5.7 Max Vadukul

Max Vadukul, fotograf s keňskými kořeny, je oceňován pro výraznou emotivnost postav na jeho fotografiích. Místy až přehnané emoce jsou právě pro jeho fotografie charakteristické. Jeho fotografického umění a specifického stylu v zobrazování modelek, celebrit i jinak známých osob využívají nejprestižnější módní a společenské časopisy i značky k prezentaci svých výrobků.

### Životopis Maxe Vadukula

Max Vadukul, vlastním jménem Manoj Kumar, se narodil 2. února 1961 indickým rodičům v keňském Nairobi. V dětství se účastnil po boku svého otce mnoha expedicí v Africe, a proto mezi jeho první snímky patří záběry divoké africké přírody. V šestnácti letech musel opustit rodnou zem, aby se tak vyhnul dohodnutému sňatku.<sup>129</sup> Několik let žil v Londýně. V současné době žije v New Yorku se svojí ženou a dvojčaty.<sup>130</sup>

### Kariéra Maxe Vadukula

Max Vadukul zaznamenal první úspěch, když ho politik a filmový producent David Puttnam požádal, aby vyfotografoval jeho asistenta.<sup>131</sup> V roce 1984 se v Londýně setkal s módním designérem Yohji Yamamotem, který mu výrazně pomohl a ovlivnil jeho tvorbu.<sup>132</sup> V roce 1985 se Max Vadukul přestěhoval do New Yorku, kde začal fotografovat pro časopisy jako Rolling Stone, Harper's Bazaar, Vogue, Vanity Fair či The New Yorker Magazine. V magazínech The New Yorker a Interview působí Max Vadukul jako stálý fotograf.<sup>133</sup> Pro hudební magazín Rolling Stone nafotil mnoho známých postav ze světa rockové a popové hudby. Spolupracoval s módními a kosmetickými značkami jako Max Mara, Chloé, Armani, H&M, Nike nebo Clinique. Mezi jeho známé fotografie

---

<sup>129</sup> BELLAFANTE, Ginia. *Front Row*. [online]

URL: <<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9B07E4D71339F934A35752C1A9669C8B63>> [cit. 2008-05-09]

<sup>130</sup> MUKHERJEE, Roshni: *I have no problems with nudity*. [online]

URL: <<http://timesofindia.indiatimes.com/articleshow/1657116.cms>> [cit. 2008-05-09]

<sup>131</sup> BELLAFANTE, Ginia. *Front Row*. [online]

URL: <<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9B07E4D71339F934A35752C1A9669C8B63>> [cit. 2008-05-09]

<sup>132</sup> Galleries.nl: *Yohji Yamamoto: May I help you?*. [online]

URL: <<http://www.nga.nu/mnexpo.asp?exponr=7324>> [cit. 2008-05-09]

<sup>133</sup> URL: <<http://www.maxvadukul.com/main2.html>> [cit. 2008-05-09] (bio)

patří portréty Matky Terezy, spisovatele Salmana Rushdieho, zpěváka Micka Jaggera či bývalého starosty New Yorku Rudolpha Giulianiho.<sup>134</sup>

Vydal dvě fotografické publikace *Max* a *Crazy horse*, které jsou téměř nedostupné, a proto velmi cenné pro sběratele.<sup>135</sup>

### **Přínos Maxe Vadukula**

Hlavním přínosem Maxe Vadukula je zobrazování emocí, které vyzařují z jeho na první pohled jednoduchých fotografií. Většinou se obejde bez rekvizit, nechává prostor fotografované osobě a jejímu výrazu.<sup>136</sup> Agentura *Contour photos*, která Maxe Vadukula zastupuje, označila jeho styl za provokativní a avantgardní.<sup>137</sup>

---

<sup>134</sup> URL: <<http://www.art-dept.com/artists/vadukul/>> [cit. 2008-05-09]

<sup>135</sup> URL: <http://www.maxvadukul.com/main2.html> [cit. 2008-05-09] (bio)

<sup>136</sup> Viz přílohy 10.7 a 10.12

<sup>137</sup> *Contour photos. Max Vadukul to leverage Contour's unique.* [online]  
URL: <[http://www.infopost.com/content/Vadukul\\_pr.pdf](http://www.infopost.com/content/Vadukul_pr.pdf)> [cit. 2008-05-09]

## 5.8 David LaChapelle

Fotograf a režisér David LaChapelle je uznáván pro svůj nezaměnitelný, velice surrealistický styl fotografování. Jeho práce je k vidění v oblastech reklamy a módy, ale také v umělecké fotografii. Hlavními charakteristickými rysy fotografií Davida LaChapelle jsou pestré barvy, kontrasty a absurdní výjevy, jejichž hlavními aktéry jsou výlučně mediálně známé osoby. „Pokračuje v používání svých barev v nových extrémech a zároveň znovuobjevuje širokou paletu, která je unikátní.“ [PDNGallery, 2008]<sup>138</sup>

### Životopis Davida LaChapelle

David LaChapelle se narodil 21. března 1963 ve Fairfieldu v americkém státě Connecticut. Studoval na uměleckých školách v Severní Karolíně a New Yorku. První fotografii vytvořil na rodinné dovolené v Puerto Ricu. Zachytil svoji matku na balkoně se sklenicí Martini v ruce. Od té doby se začal fotografii intenzivně věnovat.<sup>139</sup>

### Kariéra Davida LaChapelle

První práci profesionálního fotografa získal David LaChapelle od Andyho Warhola pro Interview Magazine. Po několikaleté práci pro tento magazín začal působit samostatně.<sup>140</sup> Stal se hlavním fotografem reklamních kampaní kosmetických, módních ale i automobilových značek jako například Estee Lauder, Volvo, Levis, Diesel, MacCosmetics, Armani a Luis Vuitton.<sup>141</sup>

David LaChapelle vydal čtyři fotografické publikace, LaChapelle Land a Hotel LaChapelle obsahují bizarní portréty známých osob jako jsou zpěvák Marilyn Manson, herečky Drew Barrymore nebo Uma Thurman. V roce 2006 vyšly jeho další knihy Artist and Prostitutes a Heaven to Hell.<sup>142</sup>

---

<sup>138</sup> URL: <[http://www.pdngallery.com/legends/archive/lachappelle/profile\\_lachappelle.html](http://www.pdngallery.com/legends/archive/lachappelle/profile_lachappelle.html)> [cit. 2008-05-09]

<sup>139</sup> URL: <[http://en.wikipedia.org/wiki/David\\_LaChapelle](http://en.wikipedia.org/wiki/David_LaChapelle)> [cit. 2008-05-09]

<sup>140</sup> SIEMENS, Jochen. *David LaChapelle-Der Bildhauer des Pop*. [online] URL: <<http://www.stern.de/unterhaltung/fotografie/:David-LaChapelle--Der-Bildhauer-Pop/613908.html?nv=rss>> [cit. 2008-05-09]

<sup>141</sup> URL: <[http://www.pdngallery.com/legends/archive/lachappelle/profile\\_lachappelle.html](http://www.pdngallery.com/legends/archive/lachappelle/profile_lachappelle.html)> [cit. 2008-05-09]

<sup>142</sup> URL: <[http://en.wikipedia.org/wiki/David\\_LaChapelle](http://en.wikipedia.org/wiki/David_LaChapelle)> [cit. 2008-05-09]

Jeho fotografická tvorba byla a je k vidění v galeriích v Londýně, Los Angeles, Dallasu, Miláně či v belgickém Kanokke a dalších městech po celém světě.<sup>143</sup>

Kromě fotografování se David LaChapelle věnuje také režirování. Režiroval dokumentární film Rize o novém tanečním stylu americké mládeže „krumping“, který měl premiéru na Sundance festivalu v roce 2005. Je autorem hudební show Eltona Johna The Red Piano, na které byly promítány jeho krátké filmy. Spolupracoval například s Madonnou, Jenifer Lopez, Robbiem Williamsem, Amy Winehouse, Britney Spears, Avril Lavigne, a s dalšími zpěváky a skupinami z oblasti popmusic na jejich hudebních videoklipech a obalech na CD.<sup>144</sup> Stal se také režisérem televizních reklam, například pro oděvní značku H&M, a upoutávek na televizní seriály, například na seriál Lost.<sup>145</sup>

### **Ocenění Davida LaChapelle**

David LaChapelle získal za svoji tvorbu řadu významných ocenění. V roce 1995 ho odborné magazíny French Photo a American Photo vyhlásily nejlepším začínajícím fotografem roku. V roce 2006 mu byly uděleny ceny Cover of the Year a VH1 Fashion Award for Photographer of the Year.<sup>146</sup>

### **Přínos Davida LaChapelle**

David LaChapelle do oboru reklamní a módní fotografie přinesl svůj originální styl, a to používání sytých barev a bizarních námětů.<sup>147</sup> Reprodukce jeho pestrobarevných, kontrastních, surrealistických fotografií, do kterých je zasahováno pomocí Photoshopu, patří k nejdražším fotografiím. Jeho fotografie jsou také oceňovány pro jejich humor a ironii. „Americký fotograf David LaChapelle dnes platí za absolutní jedničku. Rozhodně pokud jde o reklamní, výbušně agresivní, surrealistickou, všechna tabu bořící, ale i ironizující fotografii, kterou tento mladý fotograf tvoří pro svět, kolem něhož se točí celý show-business.“ [Ernest, 2005]<sup>148</sup>

---

<sup>143</sup> URL: <<http://www.lachapellestudio.com/about.php>> [cit. 2008-05-09]

<sup>144</sup> URL: <<http://www.lachapellestudio.com/portraits.php>> [cit. 2008-05-09]

<sup>145</sup> URL: <[http://en.wikipedia.org/wiki/David\\_LaChapelle](http://en.wikipedia.org/wiki/David_LaChapelle)> [cit. 2008-05-09]

<sup>146</sup> URL: <<http://www.lachapellestudio.com/about.php>> [cit. 2008-05-09]

<sup>147</sup> Viz přílohy 10.8 a 10.12

<sup>148</sup> ERNEST, Richard: *David LaChapelle-Fotograf barvy a šoku*. [online via Newton IT] URL: <<http://fm.newtonit.cz/default.asp?cache=232021>> [cit. 2008-05-09]

## 5.9 Terry Richardson

Terry Richardson je kontroverzní fotograf, jehož práce je obdivována a zároveň zatracována. Dokáže vytvořit fotografii humornou i tragickou, ale do povědomí módního reklamního světa se dostal zejména svými provokativními snímky s nádechem erotiky. Některé jeho erotické snímky však balancují na hraně morální přípustnosti a jsou velice diskutované. I přesto je však vyhledávaným fotografem reklamních kampaní různých firem a portrétů známých osob.

### Životopis Terryho Richardsons

Terry Richardson se narodil v roce 1965<sup>149</sup> New Yorku, ale své dětství prožil v Hollywoodu. Jeho otec Bob Richardson<sup>150</sup> se živil jako módní fotograf. Fotografování svého okolí se začal věnovat v době nástupu na Hollywood High School. Na střední škole se stal členem punk rockové kapely.<sup>151</sup> Pro jeho umělecký život je charakteristický nespoutaný životní styl, alkohol a drogy.<sup>152</sup>

### Kariéra Terryho Richardsons

Mezi nejvýznamnější klienty Terryho Richardsons patří módní značky jako Gucci, Sisley, Miu Miu, Levi's, Chloé, Nike a další. Jeho fotografie se objevily na titulních stránkách významných módních a společenských časopisů jako jsou francouzská, japonská a britská mutace časopisu Vogue, Dazed and Confused, Harper's Bazaar či Purple. Terry Richardson se také stal oblíbeným fotografem známých herců a hudebníků. Fotografoval například herce Leonarda DiCapria, Sharon Stone či Nicolase Cage, zpěváky Jaye Z, 50 Centa či Kanye

---

<sup>149</sup> SIEMENS, Jochen. *Terry Richardson*. [online]

URL: <[http://www.stern.de/unterhaltung/fotografie/index.html?id=517004&p=2&nv=ct\\_cb](http://www.stern.de/unterhaltung/fotografie/index.html?id=517004&p=2&nv=ct_cb)> [cit. 2008-05-10]

<sup>150</sup> **Bob Richardson** (1928- 2005) – módní fotograf, který se proslavil zejména v 60. a 70. letech. V 60. letech byl jedním z prvních fotografů, kteří začali na svých fotografiích zobrazovat reálné lidské emoce. Francouzský Vogue v roce 1967 publikoval na svých stránkách šestnáct fotografií, na kterých byla například zobrazena plačící modelka, vášně mezi dvěma milenci a podobně. Trpěl závislostí na drogách a alkoholu, což se projevovalo i na jeho fotografiích, které byly na svou dobu velice šokující.

HORYN, Cathy: *Bob Richardson; fashion photographer emphasized emotion*. [online]

URL: <[http://www.signonsandiego.com/uniontrib/20051218/news\\_lz1j18richard.html](http://www.signonsandiego.com/uniontrib/20051218/news_lz1j18richard.html)> [cit. 2008-05-10]

<sup>151</sup> URL: <<http://www.terryrichardson.com/Start.html>> [cit. 2008-05-10] (Biography)

<sup>152</sup> O'HAGAN, Sean: *Good clean fun?* [online]

URL: <<http://arts.guardian.co.uk/features/story/0,,1329207,00.html>> [cit. 2008-05-10]

Westa, mezi jeho známé portréty patří například i fotografie módního návrháře Karla Lagerfelda.<sup>153</sup>

Fotografie Terryho Richardsons byly a jsou k vidění v mnoha galeriích po celém světě. Vydal také množství fotografických publikací. Jeho první kniha s názvem *Hysteric Glamour* byla vydána v roce 1998, o rok později ji následovala publikace *Son of Bob*. Po roce 2000 vydal knihy *Feared by Men, Desired by Women* a *Too Much*. V roce 2004 pak vyšla publikace Terryho Richardsons s názvem *Terryworld*.<sup>154</sup>

Terry Richardson se nevěnuje pouze fotografii, ale také režírování hudebních videoklipů a televizních reklam. Jeho filmovým debutem je autobiografický snímek *Son of Bitch*.<sup>155</sup>

### **Přínos Terryho Richardsons**

Terry Richardson neustále balancuje na hraně mezi nemravnými a decentními erotickými fotografiemi. Právě pro jeho schopnost použít erotický námět ve svých fotografiích, tak, aby šokoval, ale zároveň příliš nepohoršoval, si ho vybírají významné módní značky pro svoje reklamní kampaně.<sup>156</sup> Nahota a erotické náměty jsou hlavními tématy jeho fotografií. Často vytváří svoje autoportréty.<sup>157</sup> Jeho fotografie jsou vyzývavé, drzé, mnohdy až příliš kontroverzní. Proto je jeho tvorba ve světě módní a reklamní fotografie oceňována i diskutována.<sup>158</sup>

---

<sup>153</sup> URL: <<http://www.terryrichardson.com/Start.html>> [cit. 2008-05-10] (Biography)

<sup>154</sup> URL: <<http://www.terryrichardson.com/Start.html>> [cit. 2008-05-10] (Biography)

<sup>155</sup> URL: <<http://www.terryrichardson.com/Start.html>> [cit. 2008-05-10] (Biography)

<sup>156</sup> Viz přílohy 10.9 a 10.12

<sup>157</sup> URL: <<http://www.terryrichardson.com/Start.html>> [cit. 2008-05-10] (Images)

<sup>158</sup> O'HAGAN, Sean: *Good clean fun?* [online]

URL: <<http://arts.guardian.co.uk/features/story/0,,1329207,00.html>> [cit. 2008-05-10]



## 5.10 Sean Ellis

Sean Ellis je britský fotograf a režisér, jehož fotografie se vyznačují originálními světelnými efekty. Patří k fotografům mladší generace. Začínal s fotografováním zátiší, které ho přivedlo k reklamní tvorbě. Posléze začal své zkušenosti používat i v módní fotografii.<sup>159</sup> Jeho netradiční přístup se setkal s velkým ohlasem. Úspěchy sbírá i v oblasti filmové produkce.

### Životopis Seana Ellise

Sean Ellis se narodil v roce 1970 v Brightonu ve Velké Británii. Začal fotografovat v jedenácti letech. Na vysoké škole, kde studoval umění, měl veliké potíže, jelikož trpěl dyslexií. V rozhovoru pro Rangefinder Magazine<sup>160</sup> v listopadu 2005 uvedl, že byl frustrován tím, že byl tvořivý, ale neuměl malovat. Východiskem se pro něj stala fotografie. Začal vytvářet černobílé fotografie. Jeho neoblíbenějším fotografickým žánrem bylo již od dětství zátiší.<sup>161</sup> „Nezajímaly mě clony, rychlost závěrky a správná expozice. Fotoaparát pro mě znamenal nástroj, kterým mohu udělat obraz.“ [Ellis, 2005 ]<sup>162</sup>

### Kariéra Seana Ellise

Po studiích začal pracovat jako asistent fotografa zátiší. Tuto práci však shledal poněkud nudnou a tak se vydal na cestu po USA, na které strávil dva roky. Po svém návratu začal pracovat jako fotograf pro designérskou společnost v Brightonu. Zde se podle svých slov naučil, jak nasvítit i obyčejné předměty, aby vypadaly neobyčejně. Po dvou letech se rozhodl z této firmy odejít.<sup>163</sup>

V roce 1994 se přestěhoval z Brightonu do Londýna a začal aplikovat své zkušenosti z fotografování zátiší do módní fotografie. Ovlivněn tvorbou módního fotografa Nicka Knighta se rozhodl, že mu zašle svůj životopis. Knight ho přijal jako svého asistenta. Od té doby se Sean Ellis začal věnovat módní fotografii

---

<sup>159</sup> URL: <<http://www.sean-ellis.com/bio.html>> [cit. 2008-05-10]

<sup>160</sup> BELL, Judith: *The New Face of European Fashion*. [online]

URL: <<http://www.rangefindermag.com/magazine/Nov05/ellis.tml>> [cit. 2008-05-10]

<sup>161</sup> BELL, Judith: *The New Face of European Fashion*. [online]

URL: <<http://www.rangefindermag.com/magazine/Nov05/ellis.tml>> [cit. 2008-05-10]

<sup>162</sup> BELL, Judith: *The New Face of European Fashion*. [online]

URL: <<http://www.rangefindermag.com/magazine/Nov05/ellis.tml>> [cit. 2008-05-10]

<sup>163</sup> BELL, Judith: *The New Face of European Fashion*. [online]

URL: <<http://www.rangefindermag.com/magazine/Nov05/ellis.tml>> [cit. 2008-05-10]

více než zátiší a reklamní fotografii, se kterými začínal svoji profesionální kariéru. Po Knightovi spolupracoval s dalším významným módním fotografem té doby Stevenem Meiselem.<sup>164</sup>

První magazín, ve kterém Sean Ellis publikoval své módní fotografie, byl Dazed and Confused. Série fotografií byla zaměřená na spodní prádlo. Sean Ellis nabídl čtenářům magazínu pohled „pod dívčí sukně“. <sup>165</sup> Jeho zvláštní přístup měl ve světě veliký ohlas, a tak se stal zástupcem nové generace módních fotografů konce devadesátých let, kteří se záhy stali velmi vyhledávanými tvůrci. Magazín The Independent on Sunday ho zařadil mezi deset nejlepších fotografů Velké Británie.<sup>166</sup>

Jeho tvorba se objevila na titulních stranách předních společenských a módních magazínů jako francouzský, americký, japonský a britský Vogue, Harper's Bazaar, The Face, Arena, Numero a dalších. V posledních osmi letech se hodně věnoval fotografování známých osob. Vytvořil portréty Eltona Johna, Kylie Minogue nebo Richarda Ascrofta. Společně s filmovým režisérem Davidem Lynchem vytvořil sérii módních fotografií pro časopis Harper's Bazaar.<sup>167</sup>

Sean Ellis začal podílet na televizních reklamách a videoklipech, které mu přinesly také značný úspěch. Pracoval na reklamních kampaních módních značek Nike, Hugo Boss či Jean Paul Gaultier. Spolupracoval však i na reklamách pro společnosti O2 či Land Rover. Napsal a zrežiroval také dva krátké filmy Left Turn a Cashback, černé komedie, které jsou bohaté na vizuální zážitky. Druhý ze jmenovaných filmů vynesl Seanu Ellisovi v roce 2006 dokonce nominaci na Oscara. V současné době pracuje na dalším filmu s názvem The Broken.<sup>168</sup>

---

<sup>164</sup> BELL, Judith: *The New Face of European Fashion*. [online]

URL: <<http://www.rangefindermag.com/magazine/Nov05/ellis.tml>> [cit. 2008-05-10]

<sup>165</sup> BELL, Judith: *The New Face of European Fashion*. [online]

URL: <<http://www.rangefindermag.com/magazine/Nov05/ellis.tml>> [cit. 2008-05-10]

<sup>166</sup> URL: <<http://www.sean-ellis.com/bio.html>> [cit. 2008-05-10]

<sup>167</sup> URL: <<http://www.sean-ellis.com/bio.html>> [cit. 2008-05-10]

<sup>168</sup> URL: <<http://www.sean-ellis.com/bio.html>> [cit. 2008-05-10]

„Fotografem každý den v roce“, tak zní podtitul jeho nejvýznamnější fotografické publikace 365, která obsahuje komerční i osobní fotografie Seana Ellise. Vytvořil ji v průběhu roku 1999. Publikace nabízí neformální pohled do jeho života a pracovního prostředí v průběhu 365 dní daného roku. Zachycuje modelky a hvězdy ze světa showbusinessu, které se kolem něj v roce 1999 pohybovaly, jako například Kate Moss, Elton John, Milla Jovovich či Tim Burton. Tyto fotografie pak doplňují například obrázky skotačení jeho psa Kubricka. Fotografie pocházejí z Paříže, New Yorku, Thajska a New Orleansu. Předmluvu k publikaci napsal známý módní návrhář John Galiano.<sup>169</sup>

### **Přínos Seana Ellise**

Přínos Seana Ellise je založen na jeho osobité práci se světlem a na aplikaci zkušeností z fotografování zátiší do módní fotografie. Práce s osvětlením je specialitou Seana Ellise.<sup>170</sup> Při své tvorbě používá klasických blesků, nikoliv velkých studiových, nepoužívá expozimetr, řídí se pouze myšlenkou, jak má celkový výjev vypadat. Zkouší různé varianty a na konci dne se rozhodne, která fotografie je lepší, jestli ta světlejší či tmavší, barevná či černobílá.<sup>171</sup> „Představím si světla v mé hlavě před tím, než je aplikuji na předmět focení,“ vysvětlil Ellis svůj fotografický přístup pro Rangefinder Magazine<sup>172</sup>.

---

<sup>169</sup> URL: <<http://www.sean-ellis.com/bio.html>> [cit. 2008-05-10]

<sup>170</sup> Viz přílohy 10.10 a 10.12

<sup>171</sup> BELL, Judith: *The New Face of European Fashion*. [online]

URL: <<http://www.rangefindermag.com/magazine/Nov05/ellis.tml>> [cit. 2008-05-10]

<sup>172</sup> BELL, Judith: *The New Face of European Fashion*. [online]

URL: <<http://www.rangefindermag.com/magazine/Nov05/ellis.tml>> [cit. 2008-05-10]

## **6. Trendy současné světové reklamní a módní fotografie**

Na základě výše uvedeného přehledu deseti nejvýznamnějších módních a reklamních fotografů současnosti a výběru pro ně typických fotografií lze odvodit několik závěrů o trendech, které v současné módní a reklamní fotografii panují.

Na jedné straně současná módní a reklamní fotografie inklinuje k tradici, kterou představují fotografové jako Patrick Demarchelier, Peter Lindbergh, Denis Piel, Paolo Roversi a Mario Testino, jejichž tvorba prošla značným vývojem, ale stále se drží spíše klasického pojetí módní a reklamní fotografie. Tito fotografové jsou ve svém oboru velice vážení. Přestože patří ke starším ročníkům narození, jsou současnou špičkou módní a reklamní fotografie a určují její ráz. Navazují na tvorbu klasiků jako byli Richard Avedon či Helmut Newton. Jejich fotografie jsou často černobílé, používají klasickou techniku a na záběrech bývá minimum dekorací a rekvizit. Objekty na fotografiích jsou většinou přirozené, bez přehnaných emocí a nucených póz. O jejich významu ve třech případech hovoří i práce na kalendáři Pirelli.

Druhou skupinu fotografů tvoří mladší generace, ke které patří Nick Knight, Max Vadukul, David LaChapelle, Terry Richardson a Sean Ellis. Nicka Knighta sice od Maria Testina nedělí příliš velký věkový rozdíl, ale svojí tvorbou spadá spíše do kategorie fotografů, kteří experimentují s kompozicí, světlem a barvou, používají kontroverzní a šokující náměty pro své fotografie a využívají moderní digitální techniky pro vytváření a následnou úpravu svých fotografií. Nick Knight a David LaChapelle představují barevné až futuristické fotografie s významných zásahem počítačové úpravy. Max Vadukul a Terry Richardson zase využívají ve svých záběrech erotiku, intimní a vyzývavé pózy. Nejmladší představitel této skupiny Sean Ellis se ovšem opět vrací ke kořenům, ke klasické technice a klasickému pojetí módní a reklamní fotografie a využívá hlavně světelných efektů.

Současná módní a reklamní fotografie nemá vyhraněný styl. Své místo v této oblasti nachází klasická fotografie i inovace, černobílá fotografie i experimenty s barevnou fotografií.

## 7. Závěr

Současnou módní a reklamní fotografii představuje celá řada fotografií s vyhraněným stylem a technikou práce. Do podvědomí módního a reklamního světa se dostávají skrze módní a společenské časopisy, tištěné i televizní reklamy, billboardy, ale také vlastní projekty a publikace. Tak jako prochází vývojem móda a reklama, vyvíjí se i svět fotografie, ve které lze nalézt odkazy na předchůdce deseti výše vybraných fotografií. Jejich tvorba se ale v některých případech zásadně liší, někteří tvoří snímky inklinující k umělecké fotografii, jiní zase experimentují a snaží se o provokaci.

Současná reklamní a módní fotografie je nezbytnou součástí žurnalistických útvarů jako jsou časopisy a magazíny, v neposlední řadě začínají pronikat do denních periodik například skrze portréty či inzerci.

Informace o těchto fotografech se zásadně liší, dalo by se ale říci, že zde logicky funguje přímá úměrnost čím starší a významnější fotograf, tím více dostupných informací. Bakalářské práci předcházela rešerše především elektronických zdrojů. Většina materiálů byla v anglickém jazyce, několik textů i v jazyce německém, mohlo tedy dojít k významovým nepřesnostem v důsledku překladu. Encyklopedie Wikipedia není považována jako oficiální zdroj, avšak v několika případech posloužila jako jediný pramen. Několik zdrojů u vybraných fotografií také nemá oficiální charakter, avšak fotografie na těchto stránkách šly okopírovat a měly požadovanou kvalitu. Jejich příslušnost k danému fotografovi byla ověřena. Oficiální zdroje mnohdy využívají flashové prezentace, ze kterých nelze kopírovat fotografie a ani na ně nelze přímo odkazovat.

Bakalářskou práci bych v budoucnosti chtěla použít jako teoretický základ pro práci diplomovou. Vzhledem k jejímu rozsahu jsem vynechala v teziích avizovanou část vizuální analýzy vybraných fotografií, kterou bych chtěla podrobně zpracovat právě v diplomové práci. Místo vizuální analýzy jsem se pokusila popsat styl, jakým vybraní fotografové tvoří.

## **8. Summary**

Contemporary fashion and advertising photography is represented by a number of photographers with individual style and technique. They become known through fashion and lifestyle magazines, printed advertisements and TV commercials, but also through their individual projects and publications. Like fashion and advertising, the world of photography has been developing as well. Here we can find references to the predecessors of the ten chosen photographers. But in some cases they differ a lot from each other, some make more art-like photos, others experiment and try to provoke.

Contemporary fashion and advertising photography is a necessary part of the journalistic categories like periodicals and magazines and starts to appear in the newspapers in the form of portraits or advertisements for instance.

Different sources offer different information about these photographers. It could be said, that the older and more prominent photographer, the more information about him can be found. The writing of the thesis was preceded by search of the possible sources of information, mainly electronic. Most information available was in English or German. Therefore translation inaccuracies may occur as a result of translation. Encyclopaedia Wikipedia is not considered an official source, but in some cases it was used as the only source. A few sources do not meet the official standards, but it was possible to download the photos of the required quality. Their relation to the photographers was verified. Official sources often use flash presentations which cannot be downloaded and it is not possible to give a direct link to them, either.

I would like to use this bachelor thesis as a theoretical basis for a master thesis. With respect to its size I left out the part based on visual analysis of the chosen photographs, which was originally a part of the thesis outline. The visual analysis should be a part of the forementioned master thesis. Instead of the visual analysis I tried to describe the style of individual photographers.

## 9. Zdroje

### Literatura

HLAVÁČ, Ludovít (1987): **Dejiny fotografie**, Martin : Osveta

HORŇÁK, Pavel (1997): **Abeceda reklamy**, Bratislava : Grafosít

KEANEY, Magdalene (2007): **Móda a reklama: učíme se od světových fotografů**, Praha : Slovart

KOBRÉ, Kenneth (2004): **Photojournalism : the professionals' approach**, Amsterdam : Focal Press

LÁBOVÁ, Alena (1990): **Základy fotožurnalistiky. [D.] II, Úvod do teorie žurnalistické fotografie**, Praha : Státní pedagogické nakladatelství

OGILVY, David (1995): **Vyznání muže reklamy**, Praha : Management Press

OSVALDOVÁ, B.; HALADA, J. a kolektiv (2002): **Praktická encyklopedie žurnalistiky**, Praha: Libri

SCOTT, Clive (1999): **The spoken image : photography and language**, London: Reaktion

SCHUEMAN, R. Smith, HICKS, Wilson (1972): **Photographic communication : principles, problems and challenges of photojournalism**, New York : Hastings House

TAUSK, Peter (1988): **A short history of press photography**, Prague : International Organization of Journalists

### Tištěná periodika

Lidové noviny: HLIKOVSKÁ, Eva. *Řekni sýr!*. Pátek Magazín Lidových novin. 2005, roč. 18, č.24, s. 30-33, ISSN 0862\_5921

## Online zdroje

### Články z online periodik

**AMERICAN PHOTO:** ELBIES, Jeffrey. *Underrated Photographers: Denis Piel.*  
www.pophoto.com

**CRASH MAGAZINE:** LETURCQ, Armelle. *Meeting Nick Knight.*  
www.crash.fr via www.nickknight.com

**FOTOGRAFIE MAGAZÍN:** ERNEST, Richard: *David LaChapelle-Fotograf barvy a šoku.*  
www.fotografiemagazin.cz, celý článek via <http://fm.newtonit.cz>

**GUARDIAN:** O'HAGAN, Sean: *Good clean fun?*  
www.guardian.co.uk

**NEW YORK DAILY NEWS:** BERTRAM, Colin. *A look at Pirelli's calendar viros.*  
www.nydailynews.com

**RANGEFINDER MAGAZINE:** BELL, Judith: *The New Face of European Fashion.*  
www.rangefindermag.com

**STERN:** SIEMENS, Jochen. *David LaChapelle-Der Bildhauer des Pop.*  
www.stern.de

**STERN:** SIEMENS, Jochen. *Peter Lindbergh -Der Freund.*  
www.stern.de

**STERN:** SIEMENS, Jochen. *Terry Richardson.*  
www.stern.de

**STERN:** TROST, Christoph. *Die Kamera ist ein Körperteil.*  
www.stern.de

**THE DAILY REVIEW:** PHILIPS, Ian. *The Image Maker.*  
www.thedailyreview.com via www.peterlindbergh.net

**THE INDEPENDENT:** WALSH, John. *A rare audience with Mario Testino.*  
www.independent.co.uk

**THE NEW YORK TIMES:** BELLAFANTE, Ginia. *Front Row.*  
www.nytimes.com

**THE NEW YORK TIMES:** RAWSTHORN, Alice. *Vision Quest.*  
www.nytimes.com

**THE SAN DIEGO UNION-TRIBUNE:** HORYN, Cathy: *Bob Richardson; fashion photographer emphasized emotion.*  
www.signonsandiego.com

**THE SUNDAY TELEGRAPH:** PHILLIPS, Ian. *Paolo Prince of Polaroids.*  
www.telegraph.co.uk via www.paoloroversi.com

**THE TIMES OF INDIA:** MUKHERJEE, Roshni: *I have no problems with nudity.*  
www.timesofindia.indiatimes.com



### *Studie online*

HARRISON, Martin. *Appearances, Fashion photography since 1945*.  
[www.paoloroversi.com](http://www.paoloroversi.com)

HARTLEY, John; RENNIE, Ellie. „*About a Girl*“: *Fashion photography as photojournalism*.  
<http://web.ebscohost.com/>

O'ROURKE, Aidan. *History of Fashion Photography Essay by Aidan O'Rourke*.  
[www.aidan.co.uk](http://www.aidan.co.uk)

ROCHE, Bruce: *Advertising in the Twentieth Century*  
<http://web.ebscohost.com/>

### *Další online zdroje*

[www.alevosia.com](http://www.alevosia.com)

[www.art-dept.com](http://www.art-dept.com)

[www.artnet.com](http://www.artnet.com)

[www.bookrags.com](http://www.bookrags.com)

[www.cnn.com](http://www.cnn.com)

[www.condenast.com](http://www.condenast.com)

[www.demarchelier.net](http://www.demarchelier.net)

[www.denispiel.com](http://www.denispiel.com)

[www.fotografovani.cz](http://www.fotografovani.cz)

[www.hasselblad.com](http://www.hasselblad.com)

[www.hearst.com](http://www.hearst.com)

[www.imaginginfo.com](http://www.imaginginfo.com)

[www.infopost.com](http://www.infopost.com)

[www.lachapellestudio.com](http://www.lachapellestudio.com)

[www.life.com](http://www.life.com)

[www.mariotestino.us](http://www.mariotestino.us)

[www.maxvadukul.com](http://www.maxvadukul.com)

[www.myspace.cn](http://www.myspace.cn)

[www.nga.nu](http://www.nga.nu)

[www.nickknight.com](http://www.nickknight.com)

[www.paoloroversi.com](http://www.paoloroversi.com)

[www.pdngallery.com](http://www.pdngallery.com)

[www.peterlindbergh.net](http://www.peterlindbergh.net)

[www.pirelli.com](http://www.pirelli.com)

[www.sean-ellis.com](http://www.sean-ellis.com)

[www.showstudio.com](http://www.showstudio.com)

[www.terryrichardson.com](http://www.terryrichardson.com)

[www.theage.com.au](http://www.theage.com.au)

[www.vanityfair.com](http://www.vanityfair.com)

[www.vincentsimonet.com](http://www.vincentsimonet.com)

[www.vogue.co.uk](http://www.vogue.co.uk)

[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

## **10. Přílohy**

**10.1 Fotografie Patricka Demarcheliera**

**10.2 Fotografie Petera Lindbergha**

**10.3 Fotografie Denise Piela**

**10.4 Fotografie Paola Roversi**

**10.5 Fotografie Maria Testina**

**10.6 Fotografie Nicka Knighta**

**10.7 Fotografie Maxe Vadukula**

**10.8 Fotografie Davida LaChapelle**

**10.9 Fotografie Terryho Richardsona**

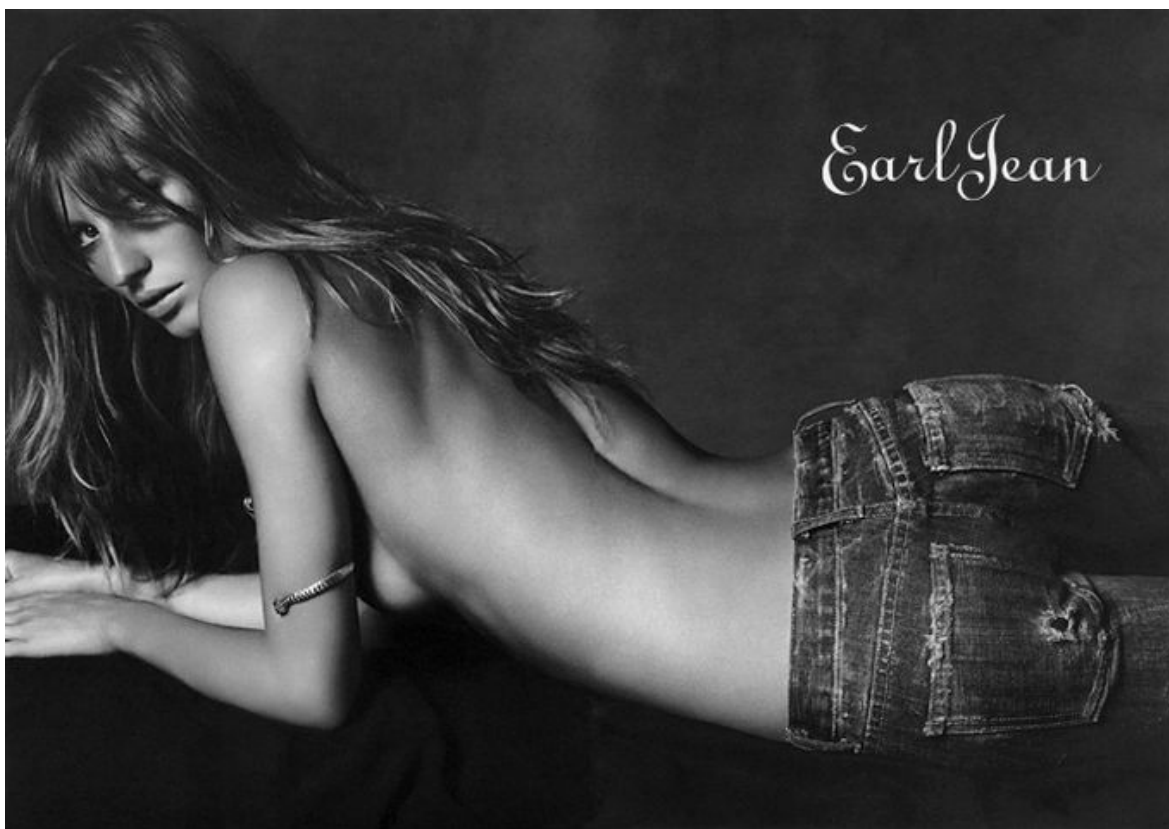
**10.10 Fotografie Seana Ellise**

Pozn.: Fotografie byly převzaty z různých i neoficiálních zdrojů, avšak vždy bylo ověřeno, zda fotografie k danému fotografovi patří. Fotografie na oficiálních stránkách autorů byly většinou v podobě flashových prezentací, které nelze kopírovat, nebo byly k dispozici pouze v nízké kvalitě, která byla pro bakalářskou práci nedostačující.

**10.11 Emailový rozhovor s Denisem Píelem**

**10.12 CD s fotografiemi, elektronickou verzí bakalářské práce pro snadnější přístup k elektronickým zdrojům, online články a studiiemi ve formátu pdf**

**10.1 Reklamní kampaň Earl Jean<sup>173</sup> (Patrick Demarchelier)**



---

<sup>173</sup> URL: <<http://www.demarchelier.net/advertising.html>> [převzato 2008-04-20]

## 10.2 Kate Moss<sup>174</sup> (Peter Lindbergh)



---

<sup>174</sup> URL: <<http://us.profile.myspace.cn/index.cfm?fuseaction=user.viewprofile&friendid=260242877>>  
[převzato 2008-04-20]

### 10.3 Módní fotografie <sup>175</sup> (Denis Piel)



---

<sup>175</sup> URL:

<[http://www.denispiel.com/index\\_items.php?main\\_category\\_id=3&category\\_id=48&main\\_category\\_name=Fashion](http://www.denispiel.com/index_items.php?main_category_id=3&category_id=48&main_category_name=Fashion)> [převzato 2008-04-20]

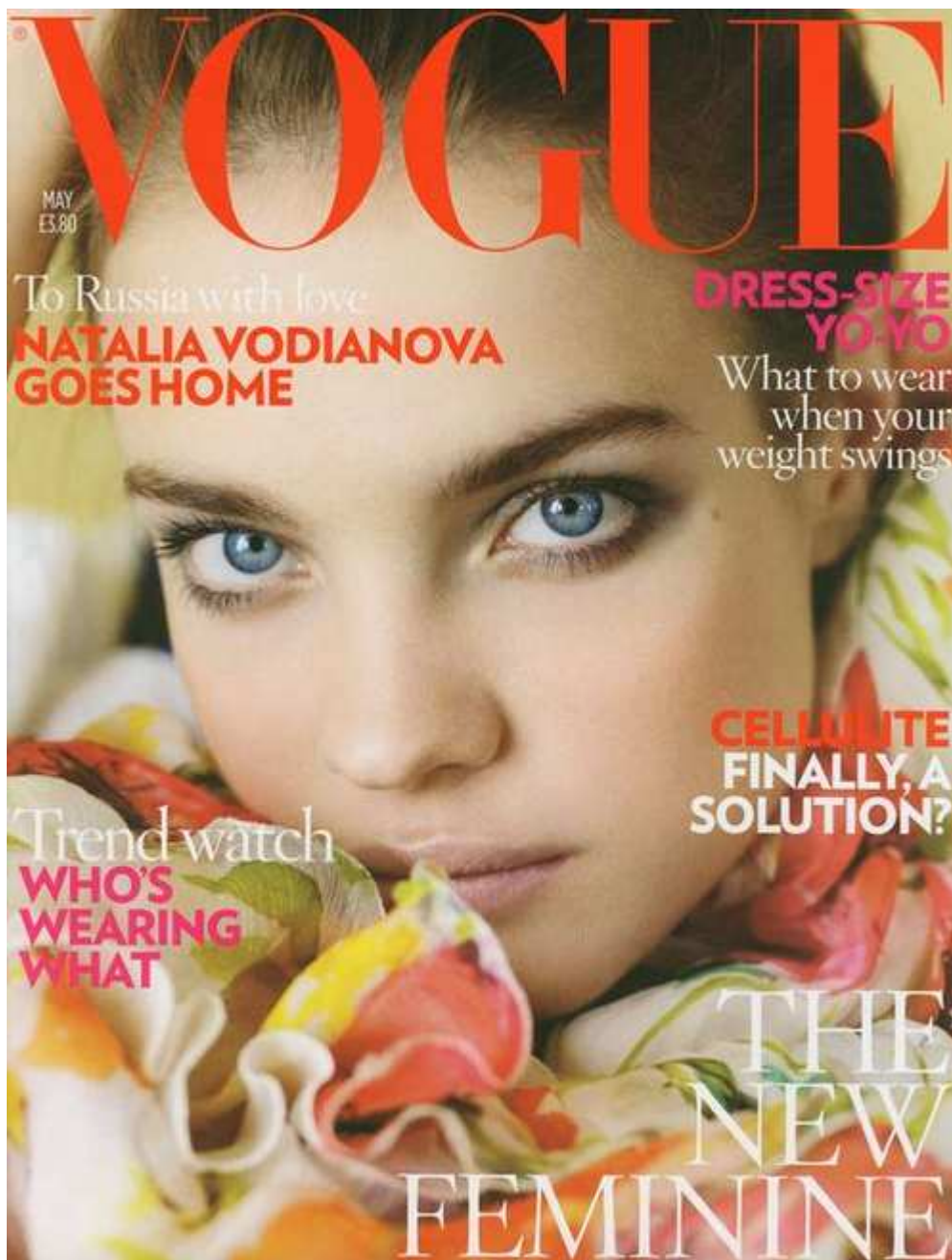
#### 10.4 V-magazine<sup>176</sup> (Paolo Roversi)



---

<sup>176</sup> URL: <<http://www.vincentssimonet.com/pages/page-paolo.html>> [převzato 2008-04-20]

10.5 Titulní strana časopisu Vogue<sup>177</sup> (Mario Testino)



<sup>177</sup> URL:

<<http://www.vogue.co.uk/CoverArchive/Inside.aspx?Year=&Model=&Photographer=Mario+Testino&Issue=2008%20May>> [převzato 2008-04-20]

**10.6 Pirelli kalendář 2004<sup>178</sup> (Nick Knight)**



---

<sup>178</sup> URL: <<http://www.theage.com.au/articles/2003/11/29/1069826026033.html>> [převzato 2008-04-20]



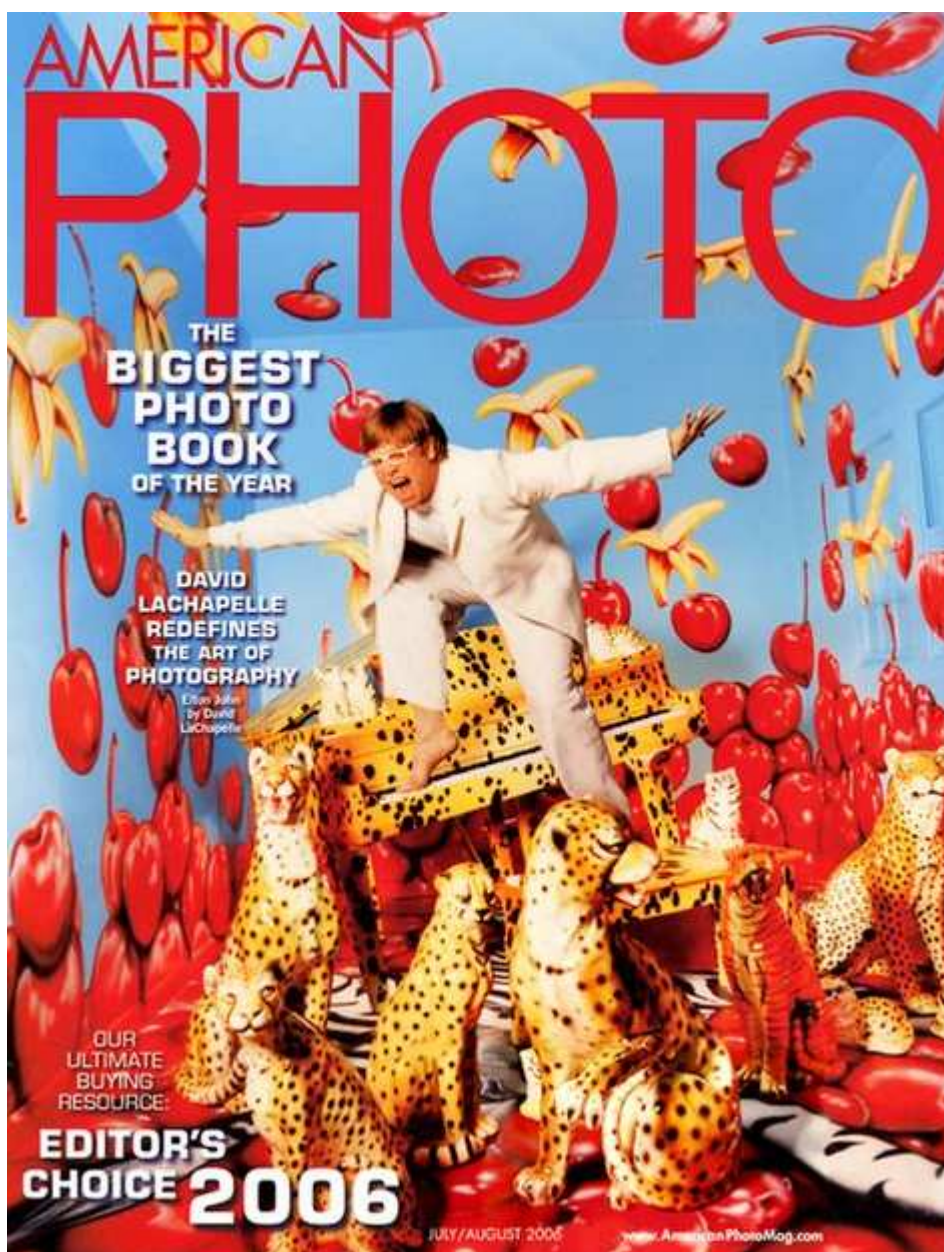
**10.7 Josh Harnett pro Vogue Homme<sup>179</sup> (Max Vadukul)**



---

<sup>179</sup> URL: <<http://www.art-dept.com/artists/vadukul/>> [převzato 2008-04-20]

10.8 American Photo<sup>180</sup> (David LaChapelle)



<sup>180</sup> URL:

<[http://www.lachapellestudio.com/covers.php?type=AmericanPhoto\\_Elton&publication=americanphoto](http://www.lachapellestudio.com/covers.php?type=AmericanPhoto_Elton&publication=americanphoto)>  
[převzato 2008-05-10]

## 10.9 Reklamní kampaň Sisley<sup>181</sup> (Terry Richardson)



<sup>181</sup> URL: <<http://www.alevosia.com/magazine/fotografa>> [převzato 2008-04-20]

**10.10 Ze souboru 365<sup>182</sup> (Sean Ellis)**



---

<sup>182</sup> URL: <<http://www.sean-ellis.com/images.html>> [převzato 2008-04-20]

## **10.11 Emailový rozhovor s Denisem Píelem**

A.T. = Adéla Tomíčková

D.P. = Denis Píel

*A.T.: Have you ever worked as a photographer for newspapers? If not: Have you ever wanted to try to work as a photojournalist and why?*

D.P.: No. my work is more about concept and creation.. Although I often set up my pictures within a scenario I am not interested in capturing images of events that already exist.

*A.T.: Have you ever got inspired by journalistic photography? What techniques do you think are the same?*

D.P.: Yes. Absolutely. What is interesting is the moments that they capture. What interests me often is the ideas that are portrayed. I then take these ideas and reinterpret them to create my own scenario.

*A.T.: Have you got a favourite photojournalist?*

D.P.: So many of them that are now so famous. No I don't have a favourite.

*A.T.: What kind of photography do you prefer? (no matter what your job is)*

D.P.: Concept work, where I come up with a concept and pursue and execute that concept. It is almost always about people and their relationship either with themselves or the outside world.

*A.T.: What differences do you see in contemporary journalistic and fashion portraits?*

D.P.: The images we see today in fashion magazines have become more and more perfect thanks to the modern technologies of digital image making and correcting images with photoshop or some other application. These images are

now so perfect that personally I find them tooo plastic and perfect. The advantage still with journalistic work is it can only be manipulated to a certain extend and the content has to stay real.

A.T.: *What I have to do to be a good photographer in general?*

D.P. Open your eyes. Use them always and remember. And shoot shoot shoot lots of pics to find and help find your point of view.