

SLEZSKÁ UNIVERZITA V OPAVĚ  
Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě  
Institut tvůrčí fotografie



**TEORETICKÁ BAKALÁŘSKÁ PRÁCE  
KRIMINALISTICKÁ FOTOGRAFIE  
JAKO INSPIRACE OD ROKU 1945  
V MÓDĚ A REKLAMĚ**



Greta Blumajerová  
Opava 2013

SLEZSKÁ UNIVERZITA V OPAVĚ  
Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě  
Institut tvůrčí fotografie



**TEORETICKÁ BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**KRIMINALISTICKÁ FOTOGRAFIE**

**JAKO INSPIRACE OD ROKU 1945**

**V MÓDĚ A REKLAMĚ**

Greta Blumajerová  
Opava 2013

**SLEZSKÁ UNIVERZITA V OPAVĚ**  
Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě  
Institut tvůrčí fotografie

**Greta Blumajerová**

Obor: Tvůrčí fotografie

**Kriminalistická fotografie jako inspirace od roku 1945 v módě a reklamě**  
**Forensic photography as an inspiration in fashion and advertisement since 1945**

Teoretická bakalářská práce

## ABSTRAKT/ABSTRACT

### **Kriminalistická fotografie jako inspirace od roku 1945 v módě a reklamě**

Smrt je společníkem fotografie již od samého jejího počátku. V dobových dokumentech si všímáme pokusů zaznamenat posmrtné portréty, byli jsme také svědky první snahy úmyslné manipulace s fotografiemi, které toto životní téma zachycovaly. Smrt je nedílnou součástí reportážní fotografie z válek, ale často je i obsahem dokumentárních fotografií zachycujících stinné stránky života velkoměst. Téma smrti všeobecně je pro většinu znás tak fascinující, že ho jako marketingový zdroj s velkým potenciálem nemohl nechat bez vytěžení ani všudypřítomný svět obchodu. Zobrazení smrti, často explicitně popisné, a tím drsně útočící na nepřipraveného diváka, se začalo využívat jako inspirační zdroj v mnoha oblastech reklamního průmyslu a velmi často v módní fotografii. K pochopení inspirace tímto tématem je nutné zmínit aspoň ve stručnosti historii kriminalistické fotografie, její důležitost a začátky bulvarizace smrti. V mé práci se soustředím také na kreativní fotografické koncepce od roku 1945, počínaje dokumentačním cyklem Arthura Felliga alias Weegeeho přes Guy Bourdina, Stevena Kleina až po světoznámého a dnes velmi populárního Davida LaChapella. V závěru práce se věnuji vybraným celosvětovým módním kampaním, které zazářily perfektně zpracovaným fotografickým doprovodem s tématem smrti, možná stále inspirované fotografiemi z kriminalistického prostředí.

### **Klíčová slova**

Kriminalistická fotografie, smrt, násilí ve fotografii, komerční fotografie, reklamní fotografie, světové módní kampaně

## **Forensic photographs as inspiration in fashion and advertising since 1945**

Death has been a companion of photographs from its very start. In historical documents we notice attempts to capture posthumous portraits, we also witness first efforts to intentionally manipulate photographs that portray this particular theme. Death is an integral part of photo-reports from wars, but is frequently the content of documentary photographs of the downsides of city life as well. The theme of death is generally so interesting to most of us that its value as a marketing resource with great potential could not have been left unnoticed by the ever-present business world. The portrayal of death, often explicitly descriptive and thus harshly attacking the unprepared viewer, has been used as a source of inspiration in many areas of the advertising industry and very often in fashion photography. To understand the fascination by this theme, it is imperative to briefly mention the history of forensic photography and its importance as well as the beginnings of commercialization of death. In my work, I also focus on the creative photographic concepts since 1945, starting with the documentation cycle of Weegee, through Guy Bourdin and Steven Klein, up to the famous and today very popular David LaChapell. In the conclusion part of this work, I have shortlisted some of the global fashion campaigns that present a great example of perfectly processed photographic accompaniment with the theme of death, perhaps still inspired by photographs from the forensic environment.

### **Key words**

Forensic photography, death, violence in photography, commercial photography, advertisement in photography, world fashion campaign

**Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta**

<b>PŘEDKLÁDÁ:</b>	<b>ADRESA</b>	<b>OSOBNÍ ČÍSLO</b>
BLUMAJEROVÁ Greta	Přílepy 316, Přílepy	F090978

**TÉMA ČESKY:**

Kriminalistická fotografie jako inspirace od roku 1945

**NÁZEV ANGLICKY:**

Forensic photography as inspiration since 1945

**VEDOUcí PRÁCE:**

MgA. Mgr. Tomáš POSPĚCH - ITF

**ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:**

V mé teoretické bakalářské práci se budu věnovat tématu kriminalistické fotografie a samotné smrti jako inspirace v kreativní fotografii zvláště v módě a reklamně. Budu se zamýšlet nad sociologickým vlivem na diváka a zmíním jednotlivé tendence způsobu zobrazování tohoto tématu. Na konci uvedu příklady módních kampaní využívajících téma smrti ve své propagaci.

**SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:**

Vizuální sociologie ? Fotografie jako výzkumná metod, Piotr Sztompka, Sociologické nakladatelství (SLON), Praha 2007  
S bolestí druhých před očima, Susan Sontagová, Ladislav Horáček ? Paseka v Praze a Litomyšli roku 2011  
O fotografii, Susan Sontagová  
Sociální deviace, Gabriela Munková, Univerzita Karlova v Praze, Karolinum Praha 2001  
Dějiny československé kriminalistiky slovem i obrazem II., Jiří Straus, František Vavera, Police History, Praha 2005  
Helmut Newton, Helmut Newton, Nakladatelství Slovart, s.r.o. V Praze r 2003  
Guy Bourdin, Alison M. Gingeras, Phaidon Press Limited 2006  
Společnost spektaklu, Guy Debord  
O pohledu, John Berger

**Podpis studenta:** .....

**Datum:** .....

**Podpis vedoucího práce:** .....

**Datum:** .....

**Podpis vedoucího katedry:** .....

**Datum:** .....

## **PODĚKOVÁNÍ**

Ráda bych poděkovala odb. as. Mgr. MgA. Tomáši Pospěchovi za vedení mé bakalářské práce. Zejména za jeho cenné rady, které mi otevřely rozhled v dané tématice a za jeho důležité poznámky během odborných konzultací.

## **PROHLÁŠENÍ**

Prohlašuji, že jsem práci vykonala samostatně a použila pouze citované zdroje.

Souhlasím se zveřejněním práce formou zařazení do Univerzitní knihovny Slezské univerzity v Opavě a knihovny Uměleckoprůmyslového muzea v Praze a na internetových stránkách Institutu tvůrčí fotografie.

Greta Blumajerová

V Opavě 7. května 2013

Greta Blumajerová, Institut Tvůrčí fotografie FPF Slezské univerzity v Opavě



Slezská univerzita v Opavě



INSTITUT  
TVŮRČÍ FOTOGRAFIE

## OBSAH

<b>1. Úvod</b>	<b>8</b>
<b>2. Historie kriminalistické fotografie</b>	<b>10</b>
2.1. První zmanipulovaná fotografie	13
<b>3. Sociální patologie, změny v reklamě</b>	<b>16</b>
<b>4. Komerzializace smrti a Arthur Fellig</b>	<b>19</b>
<b>5. Fotografie inspirovaná zločinem</b>	<b>24</b>
<b>6. Fotodokumentace zločinu</b>	<b>31</b>
<b>7. Kreativní směry</b>	<b>34</b>
7.1. Fascinace kriminalistickou fotografií	35
7.1.1. Guy Bourdin	35
7.1.2. Melanie Pullen	39
7.2. Zločin a jeho reklamní potenciál	44
7.2.1. Steven Meisel	44
7.2.2. Steven Klein	47
7.3. V hlavní roli estetika	50
7.3.1. Mert Alas & Marcus Piggott	50
7.4. Život po životě	56
7.4.1. David LaChapelle	56
7.5. Muž v područí ženy	60
7.5.1. Tyler Shields	60
7.6. Poetika smrti	63
7.6.1. Juergen Teller	63
7.6.2. Lara Jade	65
7.7. Světové módní kampaně	68
7.7.1. Dolce Gabanna	71
7.7.2. Superrette	75
7.7.3. Prada	77
7.7.4. United Colors of Benetton	79
<b>8. Závěr</b>	<b>83</b>



V bakalářské práci se věnuji tématu kriminalistické fotografie a jejímu působení na fotografický svět. Přesněji v období po roce 1945 do současnosti a v souvislosti s ním, také na změny ve vnímání fotografického obrazu, které šly ruku v ruce s dobou a vývojem fotografické techniky. Zaměřuji se převážně na americkou a evropskou fotografii, kde byla smrt zobrazována zřejmě nejrazantnějším způsobem. V první části se věnuji otázce možného sociologického dopadu tohoto tématu na společnost, s přihlédnutím k narůstajícím tendencím smrt zobrazovat. Sleduji různé podoby a cesty, kterými se vizualizace smrti ubírá a pokouším se o interpretaci a pochopení zobrazovaného díla, které často velmi silně působí na diváka. Práce obsahuje rozdělení na hlavní kreativní směry ve fotografické tvorbě a ukázky autorů, kteří se tímto společným tématem zabírají.

Pochmurná a depresivní atmosféra smrti, která bývá často důsledkem kriminálního činu, může v případě dobrého kreativního zpracování, velmi intenzivním až šokujícím způsobem upoutat diváka. Plnohodnotným uměleckým dílem se tak fotografie s tímto tématem stávají i v případech, kdy snímky nenesou pozitivní atmosféru. V práci chci ukázat, že atmosféru „něčeho temného“ v obraze dokáže fotograf vizualizovat i bez naturalistického zobrazení násilí. V závěru na to poukazuji konkrétními případy módních kampaní a reklamy ve světě.

Na téma smrti v souvislosti s popkulturou, která tvoří módu, už byl napsán nespočet sociologických prací. Během svého výzkumu jsem ale nenašla

žádnou práci, která by se ve svém obsahu kompletně zaobírala tématem inspirace v kreativní reklamní tvorbě. V mnoha dostupných pracích je často zmiňován Oliviero Toscani jako kontroverzní fotograf sociálních témat využitých v reklamní fotografii. Já jsem si však jako cíl své práce vytýčila seznámení čtenáře se širším seznamem autorů, jejichž práce reprezentují stejný nebo velmi podobný přístup, a sice ty autory, kteří se více či méně inspirojí kriminalistickou fotografií nebo tématem násilí v různých jeho formách.

Rozdělení práce jsem zvolila tématické. Vzhledem k tomu, že většina fotografií byla vytvořena za komerčním účelem, technika fotografie se nijak zvlášť nevymyká standardu ostatních autorů v tomto odvětví komerce. Nezbytným předpokladem při práci na reklamní zakázce je vždy perfektní zpracování, už vzhledem k tomu, že fotografické výstupy se následně využívají pro různé mediální nosiče jako jsou magazíny, plakáty, billboardy, digitální projekce a další. Výše uvedené předpokládá, že postprodukce mnou zmiňovaných fotografií je na vysoké úrovni, avšak způsobem uchopení tématu smrti se fotografie jednotlivých autorů liší. Někdo dává přednost samotné estetice obrazu, jiný vkládá do svých snímků sociální odkazy pro společnost, další z fotografů chce jen šokovat a upozornit co nejdůrazněji na fotografovanou módní značku. Z těchto důvodů považuji za nejdůležitější část své práce vysledování jednotlivých kreativních směrů, které se projevují ve zpracování reklamní a módní fotografie spojené s tematikou smrti, a působení těchto děl na diváka, jako na potenciálního kupce.

## 2 HISTORIE KRIMINALISTICKÉ FOTOGRAFIE

Vynález fotografie se stal pro kriminalistiku důležitým mezníkem, přičemž převrat znamenal zvláště v identifikačních a poznávacích metodách. Do té doby byly totiž obrazy stíhaných osob ryty a jako rytiny rozšiřovány dále. Jako první byli pachatelé fotografováni roku 1854 ve Švýcarsku. V roce 1890 byla ve Velké Británii použita kombinace profilu a ánfasu pomocí zrcadla. A už v roce 1888 navrhl **A. Bertillon** pro tento způsob fotografování speciální otáčivou židli, která se ve svém principu užívá dodnes. Jeho způsob dokumentace se osvědčil a byl zaveden do každodenní policejní praxe. Tento první zaznamenaný případ využití fotografie pro policejní účely se stal později impulsem k zakládání rozsáhlejších fotoalb jako databázi zločinců.

Později se začalo dokumentovat také prostředí zločinu. V roce 1859 vznikaly první fotografie napomáhající k důkladnějšímu a přesnějšímu ohledání místa činu. Fotografovala se nejen samotná lokace, ale i dispozice místa činu. Dokumentovaly se nejrůznější důkazy, mezi nimi otisky, stopy krve, vražedné předměty, nástroje, stopy po výstřelech a jiné důležité objekty. Každá sebemenší drobnost byla zaznamenána se stejnou důkladností jako hlavní důkazy v případě.

---

1 Kriminalistika [online]. 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.sosoom-zlin.cz/media/skripta/kriminalistika.pdf>

Takto zpracované fotografie zachycují důležité informace o místě činu a jeho dispozici a věrně dokumentují kriminalistické důkazy, které byly nalezeny na místě činu. Díky jim bylo možné i s odstupem času získat nezkreslenou představu o situaci. Předností forenzní fotografie je nepoškozující způsob zaznamenávání fotografovaného objektu.

Forenzní fotografie musí splňovat tyto požadavky:

1. zmapovat prostor;<sup>2</sup>
2. jasně a přehledně zachytit místo činu v exteriéru i interiéru;
3. vyfotografovat stopy s měřítkem.

Fotografie by se měly pořizovat s určitou rychlostí kvůli nestálosti stop, které se mohou měnit v čase, a to barvou, strukturou nebo mohou zcela vymizet.

Kriminalistická fotografie je od svých počátků až dodneška základním prostředkem pro dokumentaci trestné činnosti a výsledků expertizního zkoumání. Nezastupitelné místo má i v oblasti kriminalistických evidencí, které obsahují fotoalba zločinců, evidenci předmětů kulturního dědictví a pod.

---

2 Kriminalistika [online]. 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.sosoom-zlin.cz/media/skripta/kriminalistika.pdf>

V Policejním muzeu České republiky<sup>2</sup> se můžeme podrobně seznámit se zločiny zaznamenanými pomocí forenzní fotografie. Mnohdy to není pohled zrovna příjemný, ale takové snímky jsou základním důkazem ve složce každé případu.

Možná právě forenzní fotografie a její šíření zaseló první stopy změn v přístupu autorů k neobvyklým kompozicím komerční fotografie. Noviny začaly otiskovat fotografie obětí nejen za účelem pomoci nalézt pachatele, ale také pro jejich bulvární nádech.

Co se může stát, když budeme v médiích bez přestávky konfrontováni s informacemi obsahující násilí v jeho nekonečných formách? Můžeme si na něj zvyknout. Možná ho začneme vnímat jako pouhou podprahovou a obtěžující informaci, která nestojí za pozastavení a tak i poměrně brutální výjevy na nás přestanou působit šokujícím dojmem. Tento stav nakonec může vyústit do situace, kdy budeme nuceni používat stále agresivnější metody zobrazování, abychom vyvolali alespoň nějakou odezvu u diváka.

---

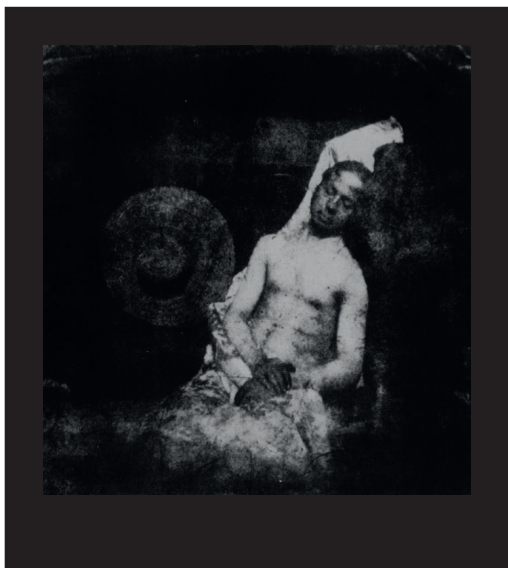
3 Muzeum Policie ČR. [online]. [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://www.muzeumpolicie.cz/>

## 2.1.

### PRVNÍ ZMANIPULOVANÁ FOTOGRAFIE

Historicky první zmanipulovanou fotografií se stal autoportrét francouzského fotografa **Hippolyta Bayarda**<sup>4</sup>. Fotografie z první poloviny 19. století s názvem *Sbohem, krutý světe* byla reakcí na výsledek vyhlášení objevu fotografické techniky kopírování přímých negativů. Fotografie je také interpretována jako autoportrét utonulého muže.

Druhou stranu fotografie opatřil autor sebevražedným prohlášením:



*„Toto tělo patří H. Bayardovi, vynálezci procesu, který právě vidíte. Pokud vím, tento neúnavný experimentátor byl tři roky zaměstnán svým vynálezem. Vláda, která tolik dala panu Daguerrovi, řekla, že nemůže nic udělat pro pana Bayarda, a ten nešťastník se utopil...*

*Ach ta rozmanitost lidského života! Byl v márnici několik dní, nikdo jej nepoznal, ani si na něho neuplatňoval nárok. Dámy a pánové, měli byste raději poodstoupit, aby nebyl raněn váš čich, jelikož – jak můžete vidět – tvář i ruce džentlmena již začínají zahnívat.”*

**Hippolyte Bayard, 18. října 1840**

---

4 Hippolyte Bayard. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Hippolyte\\_Bayard](http://cs.wikipedia.org/wiki/Hippolyte_Bayard)

Kriminalistická fotografie začala sloužit stále více veřejným účelům. Za pomoci médií se fotografie dostávaly na veřejnost a lidé tak mohli pomoci s případy, které by policie řešila jinak mnohem déle. Pro tisk lákavá a poutavá témata kriminálních případů zvyšovala čtenost a jejich oblibu u čtenářů.

Jedním z prvních zdokumentovaných kriminalistických případů u nás je podle Muzea Police ČR případ Otýlie Vranské.<sup>5</sup>

*“Dne 2. září 1933 byl na bratislavském nádraží nalezen kufr z osobního vlaku číslo 302 z Prahy–Masarykova nádraží, jehož obsahem byly odřezané ženské nohy a hlava zabalená do prostěradla a útržků časopisů. Ve stejném dni byl v Košicích v rychlíku číslo 2 z Prahy–Wilsonova nádraží nalezen druhý kufr, kde byl lidský trup bez hlavy a dolních končetin. Policejní aparát se rozběhl na plné obrátky. Bylo zjištěno, že se jedná o Otýlii Vranskou, narozenou 9. března 1911 v Brezne nad Hronom. Všechny stopy a poznatky vedly do Prahy, kde byl zjištěn její poslední pobyt. Šetření bylo přeneseno na policejní ředitelství v Praze, kde pátrání řídil vládní rada Vaňásek. Z ohromného množství poznatků, daných velkou publicitou, se podařilo provést rekonstrukci pohybu oběti až do doby asi dvou hodin před vraždou. Byl vytvořen i popis domnělého vraha. Případ, jehož vyřešení bylo původně stanoveno na hodiny, protáhl se na dny, měsíce, roky. V průběhu vyšetřování vypovídaly desítky svědků a podezřelých, byla provedena řada odborných expertíz a bezpečnostním orgánům byly doručeny stovky podepsaných dopisů a anonymů od pisatelů, kteří rea-*

---

5 Případ Otýlie Vranská: Sbírka muzea. In: Muzeum Policie ČR [online]. 2009 [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://www.muzeumpolicie.cz/sbirky/pripad-otylie-vranske-1933>

*govali na zkraslené zprávy tisku se snahou pomoci ve vyřešení případu, lidí duševně nemocných i těch, kteří si chtěli touto cestou vyrovnat účty se svými nepřáteli. Přes všechnu snahu zůstal však jak motiv činu, tak jeho pachatel neobjasněn.“*





### 3 SOCIÁLNÍ PATOLOGIE, ZMĚNY V REKLAMĚ

Fotografie velmi silně působí na naše podvědomí. Je zdrojem velkého množství informací, poznatků, estetických hodnot a emocí. Někdy se fotografie stává silnějším prvkem, než skutečná realita. Může se stát, že divák pak v konfrontaci s všedním obrazem reality prožije zklamání, protože ve skutečnosti tolik vzrušení, kolik ho bylo zachyceno na fotografiích, nezažije. Svět fotografie je svět úplně jiný. Je to nadobraz, kde hra s vizualizací vytlačuje skutečné požitky. Přibarvuje, zjemňuje, dráždí, burcuje, podněcuje, zklidňuje. Je manipulátorem.<sup>6</sup>

V historii se smrt ve výtvarném umění zobrazovala různými způsoby, ale ne vždy negativně. Ve starých kulturách byla smrt vnímána jako přechod do dalšího života. Příkladně piety nebo různé náboženské výjevy byly a stále jsou považovány za krásný námět obrazů.

Neštěstí, pohromy, válečné konflikty, smrt a hrůza jsou bohatým tématem fotografie. Ostatně jako všechny dramatické situace, ke kterým se divák jen tak nedostane, a které jím fotografové svými díly zprostředkují. Fotografie je oknem do světa mezilidské komunikace. Díky fotografii jsme svědky, ale přitom nemusíme být účastníky.<sup>7</sup>

---

6 MUNKOVÁ, Gabriela. Sociální deviace: přehled sociologických teorií. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. ISBN 978-80-7380-398-8.

7 SZTOMPKA, Piotr. Vizuální sociologie: fotografie jako výzkumná metoda. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství, 2007, 168 s., [32] s. barev. obr. příl. ISBN 978-80-86429-77-9.

Smrt spojená s násilím je poměrně běžným tématem. Tisk a média se jím plní, úmyslně jej staví na přední místa a v pravidelných intervalech nás tímto tématem zahlcují. Bulvární zpravodajství smrt popularizuje, láká čtenáře na šokující obrazy.

Nestáváme se tak kvůli tomuto nekončícímu každodennímu zahlcení obrazy plnými násilí a terorismu morálně znečitlivělými? Účel zobrazování násilí a smrti může být dvojitý, tedy estetický nebo expresivní (dokumentační). Otázkou je, jestli se dá v těchto tématech vysledovat umělecká hodnota, která může být inspirací v tvorbě fotografií. Jak se píše v knize **Susan Sontagové** *S bolestí druhých před očima*:<sup>8</sup>

*„Obraz jako šok a obraz jako klišé jsou jen dvě strany téže přítomné skutečnosti.“*

Jsme přehlčeni množstvím neustálých informačně vizuálních obrazů (internet, video, televize, film), ale přesto považuji fotografii za nejsilnější médium pro zachycení okamžiku v paměti. Můj pocit podporuje reklamní slogan časopisu *Paris Match* z roku 1949:

*„Váha slov, šok fotografií“.*

---

8

SONTAG, Susan. *S bolestí druhých před očima*. Vyd. 1. Praha: Paseka, 2011, 113 s. ISBN 978-80-7432-092-7.

Násilí a sexualita jako častý námět zobrazovaný všude kolem nás se velmi dobře prodává a obchod s ním je atraktivním pro reklamní a zábavní průmysl.

V celosvětové soutěži *World Press Photo*, kde oceňují „nejkrásnější“ snímky, pravidelně vyhrávají fotografie z třetího světa, které ukazují hladomor či dokonce smrt v té nejdrastičtější podobě. Jsou to všechno velmi silná témata. Nelze se divit, že tyto fotografie plní stěny výstavních prostor. Na jednu stranu informují o krásách míst, která nemáme možnost navštívit, na druhou stranu nám plní oči slzami nad drastickými výjevy z válek nebo následky přírodních živelných pohrom.

Jsou ovšem i taková odvětví fotografie, pro která se smrt může stát inspirací. Nová éra v zobrazování reality módní fotografie začala nastupovat kolem roku 1970.<sup>9</sup> V té době začíná být sexualita ústředním bodem reklamní a módní fotografie. Tento trend byl podpořen zvyšující se dostupností a poptávkou po pornografii, podpořen šířením drog, změnou politické situace i nástupem nových sociálních hnutí. Prezentace sexuality byla dobrým artiklem cílícím na zákazníky. Šokovala je. Lidé se zastavili a podívali. Slavný fotograf **Helmut Newton**<sup>10</sup> nezobrazoval ženy téměř jinak, než v provokativně erotických scénách s prvky brutality. Sex a násilí nekompromisně ovládlo estetiku obrazu fotografie

---

9 Historie módní fotografie 60.-70.léta. In: Light garden magazine [online]. 2009 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.lightgarden.cz/magazine/clanky/zajimavosti/historie-modni-fotografie--60-a-70-leta>

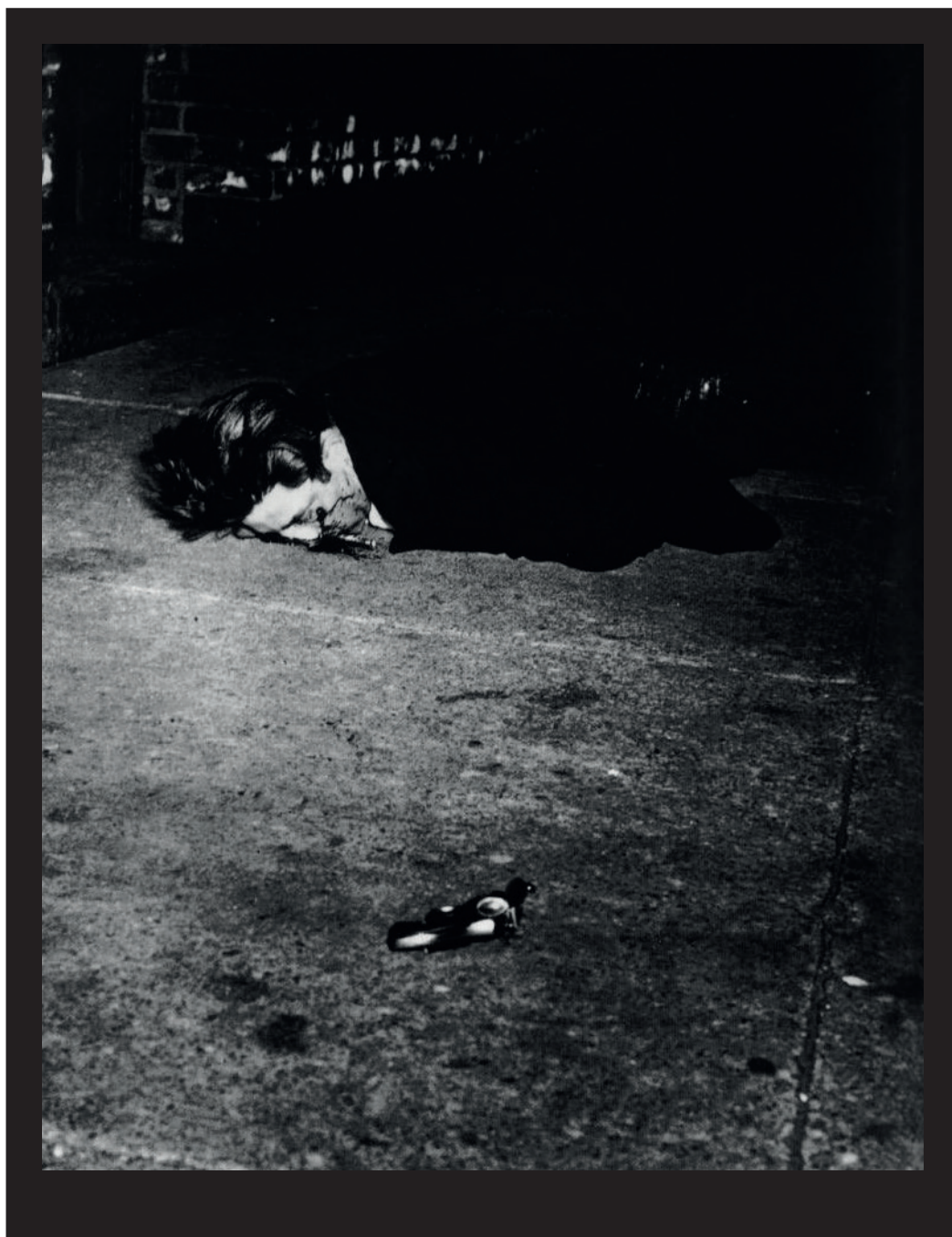
10 NEWTON, Helmut. Helmut Newton. Nakladatelství Slovart, s.r.o, 2003.

té doby a nastal výrazný posun v zobrazování ženy jako modelky. Tělo bylo nyní bráno jako předmět, ženy jako autorky se staly agresivnějšími. Rok 1970 byl začátkem experimentování s provokujícími náměty.

#### 4 KOMERCIALIZACE SMRTI A ARTHUR FELLIG

Kdy se stala smrt obživou fotoreportérů? Kdy novinové deníky zjistily, že pohled do tváře smrti je velkým tahákem pro čtenáře? Jeden z prvních fotoreportérů, který se tímto tématem ve své profesi zabýval, byl americký fotograf **Arthur Fellig** alias **Weegee** narozený v Rakousku. Temné noční ulice New Yorku a násilí, kterého nikdo nechce být účastníkem, bylo každodenní obživou pro Weegeeho. Využíval krátkovlnné vysílačky, kterou mohl odposlouchávat místní policii a sledovat tak všechny nepokoje a zločiny ve městě. Když zaslechl, že v jeho blízkém okolí se stalo neštěstí, ihned sbalil kameru a vyrazil na místo, ještě dříve než policie, aby mohl zachytit co nejdetailnější snímky. Weegee nefotografoval nehody. Vyhledával násilné činy. Úderný, invazivní a neúnavný byl Weegee ve svém pracovním nasazení. Většina jeho snímků byla pořízena běžným novinářským fotoaparátem Graflex Speed Graphic 4x5. Ostřil na vzdálenost 10metrů, takže mohl fotografovat prakticky bez přípravy. Fotografie prodával do deníků, pro které to bylo jedno z hlavních témat dne. Weegeeho výdělky tak byly zajištěny. Obyvatelé města nechtěli procházet nebezpečnými ulicemi, natožpak se stát obětí násilí, ale obrazová zpráva

pro ně byla zajímavou. Nemuseli se ničeho bát, mohli být klidnými diváky, stát „tváří v tvář“ smrti.



Na fotografii je mrtvý muž ležící znetvořenou tvář po výstřelu na betonovém chodníku. Noc osvětlená zábleskem z fotoaparátu. Samota. Jen mrtvola a střelná zbraň. Divák tedy má jasnou představu, jak byl zločin vykonán.



Na dalším snímku Weegee přijel na místo činu později než policie. Ze záběru můžeme vidět, že jeho možnosti dostat se k detailnímu záběru nebyly skoro žádné. Strážníci stojící opodál hlídají místo činu zatímco forenzní fotograf vše zaznamenává do kriminalistického archivu. Weegee, ale přesto využil svého místa a trochu až groteskně spojil zločin s všedním okolím. Velký úderný nápis nad policisty Bar grill odvádí pozornost od závažnosti situace a menší cedule nad hlavou forezního fotografa upozorňuje na udržování čistoty ulice. To se může pro některé zdát černým humorem. Weegee i v této tématice hledal zajímavé kompozice a další významy. Nebyl technickým fotografem. Hledal čistou obrazovou formu, která co nejlépe a nejrychleji zprostředkovala událost.



Fotografie zavražděného muže. Průhled mezi dvěma policisty. Na první pohled vypadající jako dokumentární momentka, ale při podrobnějším pohledu vidíme, že za mrtvolou opodál stojí odstavené dětské kočárky. Nebyly nepoškozené nebo špinavé, pouze zaparkované na nevhodném místě. V ten okamžik, ale můžeme polemizovat nad tím, jestli to nebyl záměr autora dostat tuhle kompozici do hledáčku fotoaparátu. Použil symboliku zrození nového života současně s koncem jiného? I když víme, že dalšími účastníky jsou dva policisté, záměrné nezobrazení jejich tváří nás nijak neruší. Tvoří jen jakýsi obrazový tunel, který navádí na dějovou linku

obrazu. Tyto fotografie plnily stránky novin. Bulváry se kriminálních zločinů velmi rychle chytli. Každodenní přísun takto drsného obrazového materiálu, měl svůj společenský dopad. Bulvarizace smrti druhé poloviny dvacátého století pomalu znecitlivovala společnost. Nejen že, společnost přestávala považovat brutální zločiny za kruté, ale i noviny a dokonce i jiné magazíny začaly prezentovat tento druh obrazu v jiných souvislostech. Když reklamní tvůrci zjistili, jak lákavým obrazovým tématem se násilí stává, napadlo je proč by sami něco tak hrůzného nemohli zakomponovat do reklamního obrazu? Provokující fotografií zaútočit na nejprimitivnější pudy diváka, bez ohledu na estetiku. Nový směr reklamního sdělení byl na světě.

Jenže proč při tvorbě takových snímků nevytvořit také něco plnohodnotného? Desítky fotografů tento nápad měli. Šokující styl reklamní fotografie začal vstupovat na scénu. Velké magazíny a společnosti vytvářely pro fotografy tohoto stylu možnosti uplatnění. Dávali jim volnou ruku v jejich tvorbě, ale pouze za podmínky, že jejich fotografie budou schopny co nejsilněji zasáhnout diváka a následně tak povedou k zapamatování jimi nabízených produktů.

Fotografu Weegeeho jsem tady představovala záměrně. I když nespadá do sledovaného časového rozmezí, kterému se v této práci věnuji, je důležitým milníkem komercializace smrti v té nejzákladnější podobě. Jeho fotografická tvorba způsobila průlom. Od té doby byla média ochotna za fotografie s násilným obsahem platit.



## 5 FOTOGRAFIE INSPIROVANÁ ZLOČINEM

Fotografie má velkou sílu. Umí prodávat, napomáhat k rozhodnutím, ovlivňovat diváky. Sociální téma v reklamě je čím dál více využíváno. AIDS, anorexie, chudoba, hlad, násilí, teroristické útoky.<sup>11</sup>

Diskuze nad reklamními kampaněmi, které více upoutají obrazem, než textovým sdělením jsou v některých případech více než vášnivé. Příkladem budiž výstava *Kontroverze*, která minulý rok v době od 8. září do 13. listopadu 2011 zaplnila galerijní prostory pražského Rudolfinu. Oficiální název byl *Kontroverze, právní a etická historie fotografie*. Ve spolupráci s francouzskou galerií *Musée de l'Élysée* byl vystavován soubor fotografií seřazených chronologicky, které svým obsahem šokovaly nebo zásadně změnily pohled na zobrazovaný objekt té doby.<sup>12</sup> V každém časovém úseku historie fotografie vnímáme jak rozdílný může být pohled na to, co je kontroverzní a co ne. Když Levis Carrol v 19.století vyfotografoval nahou nezletilou dívku, byl tento čin považován za nepřipustný a fotograf byl okamžitě společností odsouzen za pořízení nepřístojné fotografie. Stejně tak už zmíněný Hippolite Bayard byl průkopníkem v manipulované fotografii, když zinscenoval svou smrt. Pražská výstava byla kritiky převážně oceněna. V mnoha případech kritici

---

11 TOSCANI, Oliviero. Reklama je navoněná zdechlina. 1.vyd. Bratislava: Slovart, 1996, 159 s. ISBN 80-858-7182-3.

12 Kontroverze ve fotografii vystavena v Rudolfinu. In: Design magazín [online]. 2011 [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://www.designmagazin.cz/umeni/26834-kontroverze-ve-fotografii-vystavena-v-rudolfinu.html>

komentovali její velký edukativní význam a poukázali na chronologický sled fotografií na základě jejich historického vývoje. Význam obsahu fotografií pak přisuzovali s ohledem na čas a atmosféru v době jejich pořízení.

Setkáváme se ale i s recenzemi, kde kritik negativně hodnotí účinek fotografií na společnost. S časem a pravidelnou dávkou podobných obrazů se naše hranice citlivosti vnímání posouvá. Zobrazovaná smrt nás sice stále ještě ohromuje, ale je otázkou, jak dlouho budeme na tohle téma ještě citliví. Někteří z nás zobrazování smrti obhajují a vyzdvihují, druzí naopak odsuzují a nekompromisně řadí mezi nemorální projev, nehodný obdivu. Co je pravda a co ne, nechávám na čtenáři. Umělecká tvorba jakkoli provokativní je součástí našeho svobodného světa. Bez reklamy využívající fotografii bychom si už těžko představili nákup nebo výběr jakéhokoli zboží. Reklama se stala součástí obchodního vztahu nabídky a poptávky.<sup>13</sup> Proto musí reklamní společnosti vymýšlet nové způsoby, jak zaujmout diváka. Zvýšit prodej artiklů nebo připomenout veřejnosti novou kolekci světoznámých značek. Móda je jeden z hlavních oborů, kde je tento boj neúprosný.<sup>14</sup> Od dob kdy svět ovládlo jen pár módních magazínů jako *Vogue*, *Vanity Fair* nebo *Harper's Bazaar* se už lecos změnilo. Konzum si vyžaduje větší pozornost. V záplavě informací a nových obrazů chce každá společnost zazářit, oslovit co nejzajímavějším produktem, magazínem nebo samotnou fotografií. Protože výběr je nepřeborný.

---

13 GARLÍKOVÁ, Bc. Pavla. *Apel strachu v reklamní kampani*. Zlín, 2011. Bakalářská diplomová práce. Univerzita Tomáše Bati.

14 DIGITÁLNÍ POSTPRODUKCE V MÓDNÍ FOTOGRAFII. Brno, 2012. Dostupné z: [http://is.muni.cz/th/321246/ff\\_b/Bakalarska\\_prace\\_Hana\\_Plachetkova.txt](http://is.muni.cz/th/321246/ff_b/Bakalarska_prace_Hana_Plachetkova.txt). Bakalářská diplomová práce. Masarykova univerzita.

Trendem posledních let ve volném umění je sociální fotografie. Tento styl se projevuje i v komerčním prostředí, které často reaguje stále vyostřenější formou reklamy, cílenou na určitou sociální vrstvu společnosti. Móda je konzumována. Je součástí dnešní společnosti. Za módu nepovažuji jen samotné předměty, ale i způsob chování, názory a pohled na estetiku.

Při sběru informací, které jsem potřebovala k tvorbě této práce, jsem našla internetový odkaz Policie České republiky, kde prosili občany o spolupráci s identifikací mrtvého člověka nalezeného na kolejích.<sup>15</sup> Nebyla k tomu ale přiložená kresba od policejního kreslíře, ale rovnou fotografie odříznuté hlavy muže. Byla jsem hypnotizována fotografií oddělené hlavy zemřelého, která byla položená na stole. Chtěla jsem s odstupem konfrontovat emoce, které ve mně fotografie vyvolala, s reakcí širší veřejnosti. Kladla jsem si otázky, jaký význam má mít naturalistická fotografie samotné lidské hlavy? Odpovědí mi byly reakce na internetu. Během okamžiku plní sociální sítě odkaz na policejní stránku s dekapitovanou hlavou neznámého muže. Pomoc veřejnosti s identifikací muže byla úspěšná.

Pokládám si také otázku, jestli je vůbec vhodná taková forma zobrazení. Autentická fotografie na volně dostupné stránce Policie ČR. Proč jsou uživatelé internetu dopředu varováni před vstupem na webové stránky s erotickým obsahem, ale nejsou nijak varováni před drastickým pohledem na fotografii useknuté hlavy? I přes nepochybně správný

---

15      Neznámá totožnost muže. In: Policie ČR [online]. 2010 [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://www.policie.cz/clanek/neznama-totoznost-muze.aspx>

záměr, který za zveřejněním stál byl pro mě tento způsob seznámení s realitou násilné smrti těžko stravitelný. Pro získání nezaujatého odstupu pozorovatele jsem se obrátila na profesora Zdeňka Marka<sup>16</sup>, lektora na Pražské policejní akademii, který mi postup policie a důvody způsobu zveřejnění fotografie podrobně vysvětlil.

*„V metodice vyšetřování trestných činů – součást kriminalistiky- je vždy uvedena možnost zapojení veřejnosti do vyšetřování...“*

*„vystavení fotografie obličeje zemřelé osoby a dále pak identifikačního znaku má i preventivní účinky, obzvláště v těchto případech – nehody na přejezdech, pohyb osob poblíž traťových koridorů atd.“*

*„...Použití kresby by z etického hlediska v tomto případě bylo možné, ale z kriminalistického hlediska téměř vyloučené. Kresba je subjektivní obraz (mimořádně fotografie také)... Kriminalistika není o subjektivních pocitech, je o faktech a objektivních přístupech k problému, snaží se je vyřešit dle maximálních dostupných prostředků. Další hlediska jsou finance a čas. Pořízení kresby zabere čas i peníze, při takovém nápadu trestných činů v ČR co je páchán, není možné takto postupovat. Uveřejnění dané fotografie je dle mého soudu naprosto v souladu se zásadami zapojení veřejnosti do vyšetřování. Před rokem 1989 bylo nepsané pravidlo zveřejňovat tento typ fotografie v černobílé podobě. Nebylo dáno, že by policie napoužívala barevný proces,*

---

16 Zaměstnanci - Zdeněk Marek. In: Policejní akademie [online]. [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://www.polac.cz/g2/view.php?zamest/marek.html>

*ale právě pro zmírnění drastičnosti fotografie...Dnes ale Policie České republiky jak je popsáno výše nemá čas ani peníze na možnou retuš a menší úpravy, které by první dojem zmírnily.“*

Kam až jsme schopni zajít ve snaze vytěžit téma smrti co nejvíce? Tvoříme umělé mrtvoly, fotografické modely stylizujeme do rolí obětí násilných činů. Pro příklad komerčního využití uvedu jeden starší příklad z USA. Jedna z nejznámějších reality show „*Amerika hledá top modelku*“<sup>17</sup>, využila téma násilného úmrtí pro jeden ze svých dílů. Soutěžící modelky v této show se musí vcítit do fotografických rolí, které jsou jim určeny. Ve sledovaném díle se měly stát obětí zločinu,<sup>18</sup> a to v co nejkrvavější a nejděsivější podobě. V té době to byla show sledovaná několika miliony lidí, její verze byla uvedena i u nás. Ať to byl záměr filmové produkce, která zvolila tohle násilné téma pro zvýšení sledovanosti, nebo to bylo dílem fotografa, inscenované záběry “mrtvých” žen z pořadu následně kolovaly po celém internetovém světě a plnily články blogů a magazínů.

---

17 America's Next Top Model. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/America%27s\\_Next\\_Top\\_Model](http://cs.wikipedia.org/wiki/America%27s_Next_Top_Model)

18 Best America's Next Top Model Photoshoots. In: Listal [online]. 2012 [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://www.listal.com/list/best-americas-next-top-model>



Přímá konfrontace s šokujícím tématem působí na diváka bezpochyby nejvíce a subjektivním pohledem si trůfám konstatovat, že pokud jde o spojení smrti nebo násilí s krásou, je efekt kontroverze nejsilnější. Divák pozorující fotografii s takovým výjevem je podobný voyeurovi. Stává se spoluúčastníkem a sdílí novou zkušenost, kterou porovnává se zkušeností vlastní.

Jedním z prvních autorů, které jsem do mé práce zařadila je **Melanie Pullen**. Jako malá našla Melanie v domě u své babičky knihu kriminalistických fotografií z Los Angeles<sup>19</sup>, které zachycovaly

---

19 Melanie Pullen [online]. Esquire. [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://issuu.com/esquirelat/docs/crimenmodayarte>

nejhrůznější zločiny v okolí. Melanie byla nejdříve vystrašena, ale během chvíle, kdy první šok odezněl, uvědomila si, že je jen divákem, a pozorováním se jí nic stát nemůže. Ve sledování těchto obrazů našla zalíbení a později ji i inspiraci pro svou fotografickou tvorbu. Co za skrytý náboj v sobě skrývá fotografie s burcujícím morbidním nebo nebezpečným obsahem, že dokáže přinutit pozorovatele k jejímu sledování? Může to být anonymita diváka, který nemusí skrývat svoji slabost ke sledování krvavých scén? Nebo je to komfort bezpečí, kdy v klidu svého domova pozorujeme následky krutého jednání s vědomím, že se nás to bezprostředně netýká? Je to fascinace krutostí? Ať tak či onak, zboží si vždycky svého kupce najde.

Melanie Pullen a její tvorbě se budu věnovat i v další části práce, kde dělím vybrané autory do jednotlivých proudů s přihlédnutím k různým formám kreativního zpracování námětu. Prvotní inspiraci v dílech mnou vybraných autorů nacházím v kriminalistické fotografii a naléhavosti jejího obsahu.

Inscenované fotografie s modely v polohách věrně kopírujících nález na místě násilného činu svojí často extrémní absurditou neupozorní na nic důležitějšího, než je kolekce nových šatů nebo bot známého módního domu. Živí lidé se ocitají v nové roli figurín, transformováni na pouhé objekty či obrazové symboly.

Ve snaze podívat se na téma z více úhlů, přečetla jsem skoro sto stránkový časopis *KRIMI*<sup>20</sup>, který je svým obsahem zaměřený pouze na kriminální zločiny. Informuje společnost o všech možných brutálních vraždách a napadeních u nás i ve světě. Za povšimnutí stojí doprovodná ilustrace časopisu. Stejně jako ve Vogue tvoří obrazový obsah fotografie dokonale upravených modelek, tak v tomto časopisu tvoří polovinu jeho obsahu často autentické fotografie mrtvol, někdy dokonce jen zbytky těl v různých děsivých podobách. Obrazový materiál je doplněné často expresivním komentářem obsahu. Časopis je volně dostupný v kterékoliv trafice. Jeho poměrně nízká prodejní cena podporuje dostupnost kupujícím, pro které je toto téma zajímavé.

Sama se ptám, co způsobilo, že společnost akceptuje prodej zboží s takovým obsahem? A v zápětí si odpovídám starým pravidlem trhu: kde není poptávka, neexistuje nabídka. Může být tento příklad projevem jednoho z mnoha způsobů jak si postupně upravujeme normy společenského chování? Je účelem šíření takového druhu fotografie osvěta a informovanost, nebo jde pouze o nízkou úroveň zábavy části čtenářské veřejnosti?

---

20 KRIMI REVUE. Praha: RF HOBBY, s. r. o. Dostupné z:  
[http://krimirevue.rf-hobby.cz/startovacka.php?locales=2&id\\_page=232&id\\_previous\\_page=249&nocache=1367672237.9526&inq=e0d7eb05fff56cb1a2d873d536ecb9a8&ida=0&idart=0&sta=0&cislo=0&sea=0&fid=0&nsrd=0&ky=0&checksum=1d653b0665d4c72cf274f942d7033637](http://krimirevue.rf-hobby.cz/startovacka.php?locales=2&id_page=232&id_previous_page=249&nocache=1367672237.9526&inq=e0d7eb05fff56cb1a2d873d536ecb9a8&ida=0&idart=0&sta=0&cislo=0&sea=0&fid=0&nsrd=0&ky=0&checksum=1d653b0665d4c72cf274f942d7033637)





Pro časopis Krimi jsem veřejně na internetu žádný kodex k nahlédnutí nenašla, ale například jako jeden z prvních prezentoval 5.října 1998 svůj etický soubor pravidel časopis **Týden**<sup>21</sup>. V jeho obsahu poukazuje zejména na snahu o dodržování přesnosti, nestrannosti, nepředpojatosti, respektování práva na ochranu soukromí a otevřenosti. Neopomíjí ani otázku zájmů konfliktu a plagiátorství.

Tištěná média ovšem současně mohou využívat práva svobodného přístupu k informacím, které je součástí *Listiny základních práv a svobod*<sup>22</sup> z níž uvádím:

- 
- 21 Etický kodex časopisu TÝDEN z roku 1998. In: MediaINSIDER.net: O médiích bez cenzury [online]. [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://www.mediainsider.net/view.php?cisloclanku=2009100061>
- 22 Česká republika. LISTINA ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD: Hlava druhá. In: Politická práva, článek 17. 1992. Dostupné z: <http://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>

## **Oddíl druhý: Politická práva**

### **Článek 17**

*(1) Svoboda projevu a právo na informace jsou zaručeny.*

*(2) Každý má právo vyjadřovat své názory slovem, písmem, tiskem, obrazem nebo jiným způsobem, jakož i svobodně vyhledávat, přijímat a rozšiřovat ideje a informace bez ohledu na hranice státu.*

*(3) Cenzura je nepřípustná.*

*(4) Svobodu projevu a právo vyhledávat a šířit informace lze omezit zákonem, jde-li o opatření v demokratické společnosti nezbytná pro ochranu práv a svobod druhých, bezpečnost státu, veřejnou bezpečnost, ochranu veřejného zdraví a mravnosti.*

*(5) Státní orgány a orgány územní samosprávy jsou povinny přiměřeným způsobem poskytovat informace o své činnosti. Podmínky a provedení stanoví zákon.*

V následující části mé práce se věnuji obrazovému a obsahovému rozdělení fotografií se stejným nebo podobným tématem. Vnímám spoustu možností, jak se umělec může ve svém díle interpretovat, individualita osoby umělce je základní esencí jeho tvorby. Někdy si můžeme všimnout preference estetiky nad obsahem nebo naopak kladení většího důrazu na metaforu víc než na samotnou krásu obrazu. Prohlédla jsem si spoustu fotografických ukázek, jejichž společným vodítkem byla smrt. Je zajímavé sledovat tak široký záběr ve tvorbě s využitím tak úzce vymezeného tématu. Kriminální fotografie jako fotografie čistě technická má svá specifika, mezi něž patří absence subjektivního pohledu a nulový obsah kreativity zhotovitele. Fotograf pořizuje fotografii s emocionálním odstupem a pouze dokumentuje všechny podstatné viditelné nebo latentní objekty.

Pokud použije stejnou fotografii umělec ke své inspiraci, můžeme být svědky přerodu dokumentované reality v abstraktní zinscenované vizuální dílo. Inscenovaná fotografie jako vyhledávaný směr komerční reklamní tvorby je silným podpůrným článkem zejména módního průmyslu. Podrobně promyšlené scény ve kterých je zakomponován předmět obchodu nebo jen propagace samotného jména reklamní značky. Reklamní fotografie má sílu a drží si své stálé postavení. Nejen že prodává, ale i předkládá konkrétní sociální nebo politické názory a tím spoludefinuje ideály naší společnosti.

Zajímavému popisu pohledu společnosti na reklamu se věnuje **Guy Debord**<sup>23</sup> ve své knize *Společnost Spektáklů*. Pojem Spektákl znamená v překladu „*pejorativní pojem toho, co se vystavuje na obdiv, co je nápadné, efektní a přitažlivé a přitom předstírané, nepravdivé.*“<sup>24</sup>

## 7.1.

### FASCINACE KRIMINALISTICKOU FOTOGRAFIÍ

#### 7.1.1. GUY BOURDIN

V době, kdy **Guy Bourdin** začal fotografovat bylo samozřejmé a žádoucí prezentovat tehdejší buržoazii v její jemné eleganci, lesku a slávě. Nepodrobil se trendům a požadavkům společnosti a šel proti proudu. Pro běžného spotřebitele nebyl zajímavý. Ve své tvorbě se nezaměřoval pouze na snahu uspokojit klienta. Potřeboval jinou seberealizaci. Chtěl zaujmout, vnést příběh, dynamiku, zájem. Spojil temné vize a nekalé praktiky s komerční prací. Učitelem, který ho současně inspiroval v jeho tvorbě byl surrealistický fotograf a umělec **Man Ray**. Guyova přílišná extravagantnost bila do očí veřejnosti. Provokoval smyslností, morbidností, sexualitou, krutostí, exotičností, zlověstností. Jeho přínos byl obrovský v porovnání s jinými

---

23 DEBORD, Guy. *Společnost spektáklů*. V Praze: Intu, 2007, 3-13; 25-33. ISBN 978-80-903355-5-4.

24 Spektákl. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Spekt%C3%A1kl>

díly módních autorů té doby. Často a rád vkládal do svých obrazů symboly a parafráze.<sup>25</sup>

Od 60.let dvacátého století začíná spolupracovat s módním magazínem Vogue, kdy se jeho hvězdná dráha rozjíždí. V pozdějších letech byl ovlivněn vlnou dekadence. Řídil se „kacířskou“ myšlenkou, že zobrazovaný reklamní produkt jako třeba boty či šaty hrají až vedlejší roli! Pro Guy Bourdina to byl obraz sám, který vyvolával emoce všech druhů a tím pro něj rozhodně nebyl reklamní produkt. Podle jeho slov:

*„nejčistší je obraz umírajícího nebo někoho v bezvědomí“.*<sup>26</sup>

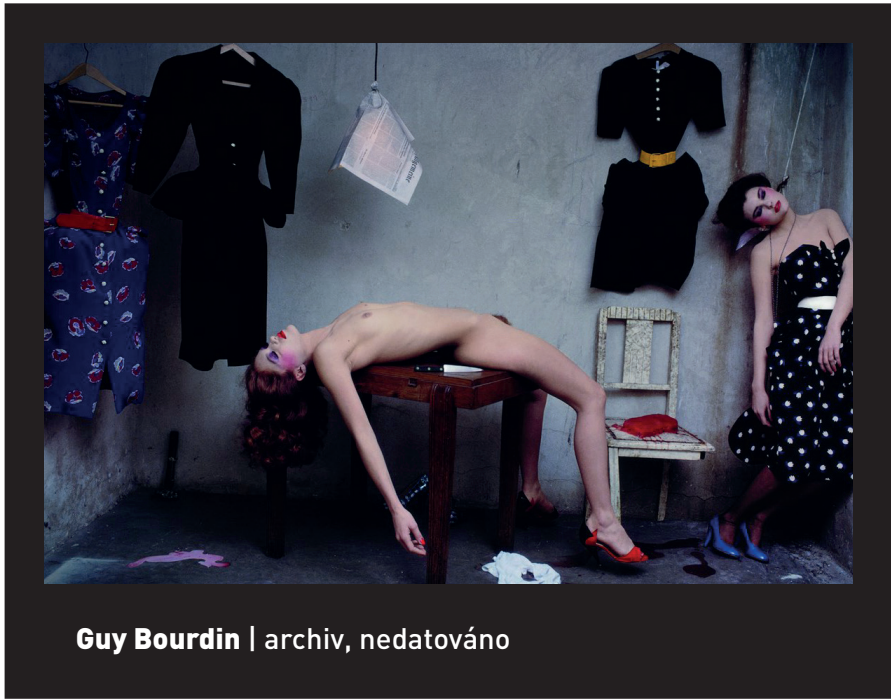
Kampaň pro **Charlese Jourdana**, módního návrháře a obuvního designéra byla jednoznačně jednou z nejdůležitějších v jeho tvorbě. Šokující fotografie dopravní nehody, kdy po mrtvé zůstanou jen boty a kriminalistický obraz jejího těla bezesporu utkví v paměti, každému kdo fotografii viděl.

Za svého života nedovolil, aby byla uspořádána jediná výstava s jeho fotografiemi. Což znamenalo, že po jeho smrti kritici adorovali jeho dílo a galerie se mohly přetrhnout aby mohly získat pár kousků z Guy Bourdina. Všudypřítomná smrt a příběh, měli v jeho fotografiích který obrazově svůj konec má, přesto nás nad ním nutí přemýšlet. Poselství Bourdinových fotografií nás nutí přemýšlet.

---

25 Opomenutý Guy Bourdin. In: Light garden magazine [online]. 2010 [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://www.lightgarden.cz/magazine/clanky/osobnosti/opomenuty-guy-bourdin>

26 GINGERAS, By Alison M. Guy Bourdin. 1. publ., repr. London: Phaidon, 2006. ISBN 07-148-4303-2.



Guy Bourdin | archiv, nedatováno



Guy Bourdin | Charles Jourdan Advert Spring 1997



**Guy Bourdin | Pentax Calendar, 1980**



**Guy Bourdin - Roland Pierre | Summer 1983**

## 7.1.2. MELANIE PULLEN

Melaniina fascinace kriminálními zločiny ve fotografii se patrně naplno projevila v polovině devadesátých let 20.století, kdy narazila v knihkupectví na fotoknihu Evidence, sborník kriminalistických fotografií pořízených v New Yorku během let 1914-1918.<sup>27</sup> Začala přemýšlet nad vyobrazenými činy a sledovat velký kontrast mezi zločiny a technickou krásou fotografie. Možná tehdy pomalu vznikala myšlenka, jak spojit tyto prvky zločinu do „idealizované formy jeho popisu“ a uvést ji jako nový směr v inscenované fotografii. Jako senzaci odproštěnou od osobní povahy tragédie. Melanie byla překvapená, když si při prohlížení kriminálních scén dříve všimla účesu nebo bot oběti, než samotného děsivého svědectví.

Proto vznikl projekt **High fashion crime scenes**. Série obrazů inspirovaných kriminalistickým archivem Los Angeleské policie. Melanie P. vybrala několik nejznámějších zločinů této sbírky a opětovně stavěla modelky do stejné scény jako v roce spáchaného činu. Jen s tím rozdílem, že modelky oblékala do modelů módních domů *Prada, Gucci, Chanel* nebo *Marc Jacobs*. Tyto fotografie měly ale velmi komplikovanou a rozsáhlou produkci. V některých případech dokonce tato produkce podobná filmu čítala obsazení 80 asistenty.

---

27 Melanie Pullen [online]. Esquire. [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://issuu.com/esquirelat/docs/crimenmodayarte>



Modelky byly nasazeny do extrémních podmínek. Melanie pracovala s fakty kriminálních zločinů. Přesně kopírovala scénu, modelky musely působit co nejdůvěryhodněji. Proto se nebála jít do krajností a třeba i tak, že oprátky utahovala a modelky musely v moment vzniku fotografie projít samotným přiškrcením. Vše bylo dopředu nachystáno a nastaveno, proto stačilo jen jedno dobré zmáčknutí spouště závěrky, aby dostala výsledek, který splňoval její očekávání.<sup>28</sup>

Pullen ve své fotografické publikaci High fashion crime scenes uvádí:

*„Nemám ráda násilí, nikdy jsem nebyla člověk s temnou povahou. Vidím jen příběhy a ráda tvořím metaforu. Jsem zvědavá na reakci lidí při shledání takto násilných scén“*

Soubor High fashion crime scenes budí pozornost veřejnosti od roku 2003, kdy byl vystaven v Los Angeles. Od té doby, se ukázal v časopisech jako je *The New York Times Magazine*, *Los Angeles Times*, *Fortune*, *Italský Vogue*, *London Independent* a další. Vystavené fotografie byly monumentální. Melanie své obrazy prezentovala až v dvoumetrových velikostech.<sup>29</sup>

---

28 MOCA Jacksonville's 'High Fashion Crime Scenes' juxtaposes the beautiful with the grotesque. In: Jacksonville [online]. 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://jacksonville.com/entertainment/arts/2011-07-16/story/moca-jacksonvilles-high-fashion-crime-scenes-juxtaposes>

29 MOCA Jacksonville's 'High Fashion Crime Scenes' juxtaposes the beautiful with the grotesque. In: Jacksonville [online]. 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://jacksonville.com/entertainment/arts/2011-07-16/story/moca-jacksonvilles-high-fashion-crime-scenes-juxtaposes>

Výstava měla na veřejnosti rozporuplné ohlasy, ale to se ostatně s ohledem na obsah její práce očekávalo.



**Melanie Pullen** | High Fashion Crime Scenes, Hugo's Camera



**Melanie Pullen** | High Fashion Crime Scenes, Miu Miu



**Melanie Pullen** | High Fashion Crime Scenes, Milla's Welcome

## 7.2.

### ZLOČIN A JEHO REKLAMNÍ POTENCIÁL

#### 7.2.1. STEVEN MEISEL

**Steven Meisel** je slavný autor kontroverzních děl. Především v módní fotografii. Meisel často vytváří spojení módy, politiky a sociálních témat. V souvislosti s událostí z 11. září a útokem na americká dvojčata vytvořil Meisel soubor, který publikoval v Italském Vogue také v září roku 2006.<sup>30</sup> Dokonalé modelky zobrazoval jako teroristy, které se dostaly do konfliktu se zásahovou jednotkou policie. V souboru **State of Emergency** je v hlavní roli zobrazena žena jako nepřítel, možný útočník. Jeden z mála příkladů, kde žena je nebezpečnou postavou a záchranné složky policie zasahují všemi možnými prostředky proti potencionální hrozbě. Stále je ale mezi policisty a útočnicí cítit bezprostřední sexuální náboj.

---

30 Analysis of Steven Meisel's State of Emergency [online]. 2011 [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: [http://issuu.com/teojiaen/docs/teo\\_jia\\_en\\_ccs\\_steven\\_meisel](http://issuu.com/teojiaen/docs/teo_jia_en_ccs_steven_meisel)



**Steven Meisel** | State of Emergency, Vogue, 2006

Ohledávání podezřelé je jedním s nejvíce sexuálně dráždivým záběrem Meiselova souboru. Do široka rozkročené dlouhé ženské nohy a hrubé přitlačení policisty na kapotu auta provokuje divákovo oko.

Násilí je zde vyobrazené v trochu jiné podobě, než ve většině dalších případů. Fotografovaný působí represivně. Žena je podrobována prohlídce aniž bychom z obrazu tušili nějaké provinění. Na jeho fotografiích nevnímáme zápornou osobu, zatýkaná žena, je jen symbolem. Proč Meisel obsadil do role zločince ženu?

Výklady mohou být jsou různé. Můžeme spekulovat nad tím, jestli hlavním záměrem nebylo zdůraznění ženské přitažlivosti a využití své krásy proti mužům ve svůj prospěch, nebo šlo pouze o zobrazení spojení síly policie a křehké krásy ženy? Obraz může být také upozorněním na atmosféru těsně po teroristickém útoku a poukazem na to, že snaha najít pachatele se často ubírá nesprávným směrem.

State of Emergency měl být rozhodně provokativním souborem na upoutání pozornosti ve spojení s událostmi z 11. září 2001 v Americe.



**Steven Meisel | State of Emergency, Vogue, 2006**

Pro mě osobně je nejzajímavější fotografie ženy v červených šatech, ležící hlavou opřená o obrubník, s přitisknutou nohou důstojníka na jejím krku,

která ji kdykoliv může zlomit vaz. Bezmocně ležící tělo v rudých šatech. Odevzdanost těla neschopného pohybu, ale s výrazem hrdosti ve tváři. Rudé šaty dodávají dramatickosti a přidávají na kráse. Policisté si neberou servítky. Hrubost a výraz uspokojení ve tváři muže posiluje jeho převahu v této situaci. V tuhle chvíli ani nemůžeme s určitostí říci, jestli pouze zdržují nebezpečnou osobu nebo se jedná o sexistickou metaforu opojení z pocitu vlastní nadvlády.

### 7.2.2. STEVEN KLEIN

**Steven Klein** kompletně rozvrátil pojetí glamour, slávy a krásy v současné fotografii. V jeho tvorbě módních snímků, silně využívá svůj cit pro kompozici a osvětlování scény, jehož výsledkem jsou zneklidňující snímky se sexuálním podtextem. Do svých inscenovaných fotografií často obsadil celebrity, jejichž identitu zakryl s tím záměrem, aby nenarušovala sílu samotného obrazového sdělení. Klein stírá hranice mezi popkulturou a výtvarným uměním. Jeho práce jsou neustále vystavovány.

Kleinova portfolia, která bývají obsahem mnoha publikací prezentují mnohá z děl, která svým zpracováním uchvátila módní a umělecký svět, stejně jako masové publikum.



Klein je vystudovaný malíř na Rhode Island School of Design,<sup>31</sup> oficiálně zahájil svou kariéru v Paříži fotografováním pro značku *Dior*. Od té doby byl vyhledávaným mnoha návrháři, včetně *Calvina Kleina*, *Alexandera McQueena*, *Toma Forda* i společností *Dolce & Gabbana*.<sup>32</sup>



**Steven Klein | Vogue, All Lara Stone, 2009**

---

31 Steven Klein biography. In: Vered contemporary [online]. [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://www.veredcontemporary.com/artists/steven-klein/?aPageID=41>

32 Voguepedia. Voguepedia [online]. [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.vogue.com/voguepedia/Photographers>



**Steven Klein, Giovanni Bianco | Vogue, 2010**



**Steven Klein | Vogue, All Lara Stone, 2009**

## 7.3.

### V HLAVNÍ ROLI ESTETIKA

#### 7.3.1. MERT ALAS & MARCUS PIGGOTT

Fotografii vládne krásná, dokonale upravená žena, jejíž tělo slouží k propagaci jakéhokoli produktu. Ve většině případů ale stále zůstává stylizována do submisivní pozice, do role oběti, nebo mrtvé ženy.

Představím tři soubory (*Against Nature, Into the woods, Naomi Cambell*) od dvojice autorů **Merta Alase** a **Marcuse Piggotta**. Jejich práce a styl je silně ovlivněn prací Guy Bourdina,<sup>33</sup> ve své práci ale současně využívají prvních forem digitálních manipulací. Alas a Piggott spoludefinovali směr vývoje fotografie v posledním desetiletí a jako duo jsou jedním z nejvíce respektovaných a uznávaných fotografů dneška. Oba dva obdivují práci Guy Bourdina z éry sedmdesátých let. Zejména reklamní kampaň pro *Charles Jourdan* se stala jednou z jejich inspirací.

*“Tajemství silné kampaně je skvělý obraz a velký charakter”*

říká Alas.

---

33 Marcus and Mert [online]. 2012 [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: [http://issuu.com/felipe.s.trindade/docs/m\\_m](http://issuu.com/felipe.s.trindade/docs/m_m)

*„Obraz musí komunikovat beze slov, bez kontaktu, bez zvuku nebo vůně. Je zřejmé, že naše práce je co nejlépe prodat produkt - což nemůžeme ve skutečnosti zastříit, ale trik je v tom, provést to takovým netradičním způsobem, při němž se nestaráme o jeho prodej. Musíte zachovat původní obsah zprávy, ale jsme to my, fotografové, kdo do ni vkládáme své pocity a emoce.“*

### **Against Nature**

Soubor je typickým v této kategorii. Dokonalá postprodukce a přípravy před samotným fotografováním. Modelky jsou do posledního detailu perfektně upravené a nastylizované. Preciznost fotografií podporuje vizuálně celkový obsah. Modelka nijak neodvádí pozornost od výsledné kompozice obrazu. Někdy bezvládně leží, jindy v křechách zapadá do vysoké trávy. Vždy jen jedno ženské tělo. Perspektiva záběru, extrémně jasné barvy v kontrastu s šedou a nevlídnou krajinou diváka ohromují. Jsou to obrazy, které by si doma člověk mohl vystavit, aniž by přemýšlel nad tím, proč jsou ženy na snímku takto zobrazené. Obrazy jsou lehce zapamatovatelné a to je přesně ten účel, pro které byly vytvořeny.

### **Into the Woods**

Druhý soubor fotografií nazvaný *Into The Woods* představuje kolekci kožichů. Opět stejná připravenost ze strany hairstylistů a vizážistů. Obrazově jednoduchá kompozice. Tentokrát ale je neživý výraz modelky zesílen. Polonahé tělo přidává celkovému významu na dramatičnosti. Myšlenka, že žena mohla být obětí násilného činu, nebo navíc i sexuálně zneužita,

je stále v obrazu. Zvýrazněné barvy, namalované pastelové rty a mašle ve vlasech stírají věk ženy a stylizují do role lolity. Proč zvolili zrovna prostředí lesa? Použití metafor je důležitým prvkem v práci dvojice **Alasa** a **Piggotta**. Navazují tímto na už zmíněného **Guy Bourdina** jen s rozdílem, že tady je přednější krása v každém okamžiku.



**Mert Alas & Marcus Piggott | Against Nature, W Magazine**



**Mert Alas & Marcus Piggott | Against Nature, W Magazine**



**Mert Alas & Marcus Piggott | Into the Woods, W Magazine, 2008**



**Mert Alas & Marcus Piggott | Into the Woods, W Magazine, 2008**



**Mert Alas & Marcus Piggott** | Interview magazine, Naomi Campbell



**Mert Alas & Marcus Piggott** | Interview magazine, Naomi Campbell



## 7.4.

### ŽIVOT PO ŽIVOTĚ

#### 7.4.1. DAVID LACHAPELLE

Jeden z neznámějších amerických autorů dnešní doby. Mluvit a přemýšlet o **Davidu LaChapellovi** vyžaduje využití vlastního kritického pohledu na jeho dílo, spolu se snahou vyhnout se všem zobecňovaným hodnocením jeho díla v současné době.

Sedmdesátá léta v Americe byla průlomová pro mnoho autorů. Rodila se nová generace fotografů, kteří se podíleli na spoluvytváření nových směrů fotografie. New York osmdesátých let byl vřícím kotlem výtvarného umění. Důležitým LaChapellovým milníkem bylo *STUDIO 54*, ve kterém La Chapelle poznal jak vypadá blyštivý svět světové scény popu i se všemi jeho stinnými stránkami.<sup>34</sup>

Dříve se David LaChapelle soustředil jen na výstavní činnost, ale kvůli nedostatku financí se musel rozhodnout, jakým směrem se bude ubírat dál. Nechtěl opustit nic ze svého dřívějšího života. Nejlépe chtěl najít něco, co ho bude obohacovat a zároveň mu vylepší jeho finanční

---

34 LACHAPELLE, David. Thus Spoke LaChapelle: Tak pravil LaChapelle. 1st ed. Prague: Pavleye Art and Culture, c2011, 274 s. ISBN 978-809-0500-617.

situaci pro výstavní činnost. Ateliér **Andyho Warhola**<sup>35</sup> byl jeho nejdůležitějším milníkem v jeho tvorbě a dosavadním životě. Fakt, že mohl spolupracovat s tak významným autorem, který byl ve své době naprosto nedoceněn, byl pro La Chapella velkou inspirací a motorem jeho další tvorby. Během asistence u Andyho Warhola ho také sám fotografoval. David LaChapelle byl také tím, kdo pořídil poslední fotografii Warhola dva týdny před smrtí. Fotografie vznikla v Andyho ateliéru, zrovna když dokončoval své dílo nazvané Poslední večeře. Síla poslední pořízené fotografie Andyho Warhola se prohloubila jeho následnou smrtí.

Kromě mnoha cenných zkušeností předal Andy Warhol Davidovi i pár důležitých rad. V rozhovoru pro Českou televizi David La Chapelle říká:

*„Andy vždy tvrdil, dělej co chceš, ale ať na fotografiích každý vypadá dobře“.*

David LaChapelle také poukazuje na vlastní zkušenost, kterou si prošel během svého života a tím je zjištění, že lidé jsou nestálí a mění své názory podle módy.

Co je vážné a co má být vtípem v tvorbě Davida La Chapella? Neustále si zahrává s interpretací různých forem bytí. Balancuje na hraně. Podle jeho slov ho nebaví být přijímán konzumem v celé své šíři. Poslouchá

---

35 Na plovárně David LaChapelle. In: Česká televize [online]. 2012 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1093836883-na-plovarne/211522160100043/>

svou intuici a prostřednictvím fotografovaných osob si plní své fantazie. Vkládá do nich myšlenku zabalenou do krásné estetiky. Nikdy nic netvoří nahodile, ale své snímky má dopředu promyšlené a vytvořené na míru pro fotografovanou osobu. Náladu na fotografii podporuje hudbou, kterou při fotografování pouští a snaží se tím pomoci fotografovaným osobám pochopit jeho záměr a navodit tak zřetelnější atmosféru obrazu. I když se David La Chapelle věnuje i jiným odvětvím jako je film nebo tvorba videoklipů, fotografii staví na první místo. Preferuje nehybný obraz, ve kterém je zachycen celý příběh. Klade mu největší váhu. I když ve svých dílech zobrazuje smrt, nepokládá ji za hlavní myšlenku. Spíše jako námět pro přemýšlení. Upozornění na obsah života a jeho neodvratný konec. Současně však vkládá do obrazu poselství naděje a touhy.



**David LaChapelle** | What Will You Wear When You're Dead?, 2002



**David LaChapelle** | What Will You Wear When You're Dead?, 2002

## 7.5.

### VÝMĚNA ROLÍ, MUŽ V PODRUČÍ ŽENY

#### 7.5.1. TYLER SHIELDS

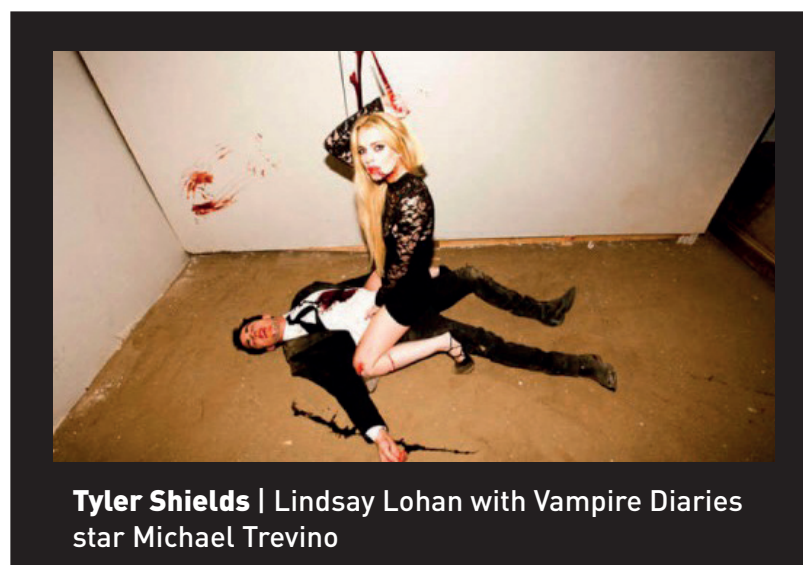
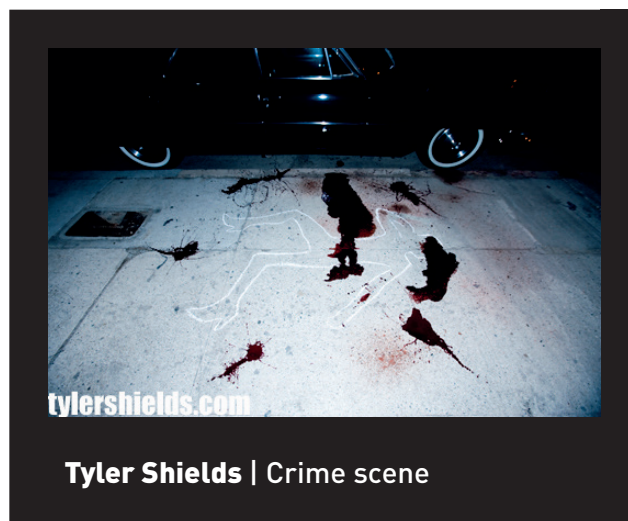
**Tyler Shileds** je americký fotograf z Los Angeles. Svoji kariéru fotografa začal jako režisér videoklipů. Později se prezentoval posíláním snímků na internetový server *My Space*. Jeho kontroverzní fotografické dílo často zahrnuje sex, obrazy násilí a osoby potřísněné krví. Zobrazení dominance ženy nad mužem je jeho častým tématem. Stejně tak krev, která je na všech snímcích ve velkém množství. Rád šokuje a krev tomu velmi napomáhá. Prostředí je ve většině případech jednoduché, neosobní. Bez identifikace místa. Nepoutá pozornost, proto je vizuální dopad příběhu na fotografii o mnoho silnější.

Je zajímavé sledovat stylizování ženy v tvorbě Tylera Shieladse. Žena má veškerý děj pod kontrolou. Je schopna se zachovat úplně stejně jako muž na jiných podobně laděných snímcích, ne-li brutálněji. Obrazy, které Tyler fotí, vyžadují přímou interakci s fotografovaným. Co se odehrává před kamerou je stoprocentně reálné.<sup>36</sup> Autor se nespolehá na do-datečnou postprodukci, nechce nic dokreslovat. Olizování nožů, erotická provokace, několikametrové skoky do vody, fotografování s ohněm a jiné činnosti jsou opravdové a spontánní. Tyler jen sleduje a hledá správný

---

36 Tyler Shields, Los Angeles, CA. Dostupné z: <http://mediatemple.net/madeonmt/tyler-shields/>

okamžik. V převážné většině komponuje ženu jako dominantní postavu, ale najdou se i fotografie souměřitelné s **Guy Bourdinem** a jeho symbolismem v zobrazení kriminálního činu, jakým je třeba snímek *Crime scene* s obrysy mrtvého těla a stopami krve. Nebo naopak trochu poetická fotografie *Christa b. Allen connor paolo dead*, která se podobá způsobu tvorby **Juergena Tellera**, ovšem až na to, že i zde je žena evidentně tou silnější, která přežila.





**Tyler Shields** | Christa b. Allen connor Paolo dead



**Tyler Shields** | , Lindsay Lohan Spencer falls



tylershields.com



tylershields.com

**Tyler Shields** | Taylor Cole Scott Patterson

## 7.6.

### POETIKA SMRTI

#### 7.6.1. JUERGEN TELLER

Módní fotograf německé národnosti žijící v Anglii. Fotografii vystudoval v Mnichově. Spolupracuje s americkými, britskými a italskými módními časopisy mezi které patřil *Vogue*, *Index*, *W Magazine*, *Self Service*, *Details*, *The Face* a další...<sup>37</sup> Přesto, že se z velké části věnuje komerční tvorbě zejména módě, najde se i v jeho tvorbě pár vyjímek, kdy nepodlehne krásné estetice a vytvoří fotografie s myšlenkou smrti. Podobně jak tomu bylo u fotografií **Lily Cole** nafocených pro magazín *The Journal*. Smrt není Tellerem zobrazovaná jako něco špatného nebo drastického, ale má své kouzlo a v jeho obrazech působí poeticky. Všudypřítomnou smrt zde nahrazuje zakalená voda. Evokuje ji špína, která pohltí celé tělo.

Fotografie s tématem smrti, sice tvoří jen malou část Tellerovy tvorby, přesto jsem ho pro jeho způsob estetického ztvárnění do svého přehledu autorů zahrnula.

---

37 About Juergen Teller. Juergenteller [online]. [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://juergenteller.tumblr.com/aboutjt>





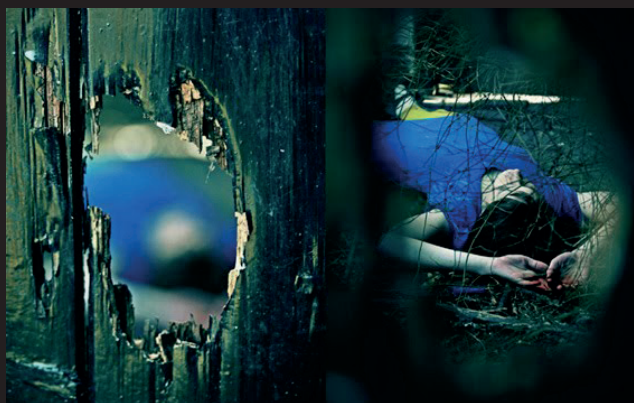
**Juergen Teller** | Lily Cole, The Journal



**Juergen Teller** | Lily Cole, The Journal

## 7.6.2. LARA JADE

Anglická autorka **Lara Jade** fotografuje už ranného dětství. Od 15let se věnuje fotoaparátu a v sedmnácti letech zakládá svou fotografickou firmu.<sup>38</sup> V jejím věku je její rychlost a seberealizace ve fotografické tvorbě úctyhodná. Lara se rozhodla odjet do Londýna, kde věřila, že bude mít šanci uplatnit se v jednom z módních časopisů. Ve své fotografické tvorbě pracuje převážně se ženami. Do snímků vkládá příběhy a metafo-ry. Promítá do nich své fantazie s prvky romantismu a důrazněji pracuje s barvou, která doplňuje celkovou atmosféru. Nenahlíží na obraz jen jako na estetický prvek, ale také jako na způsob sebevyjádření. V své tvorbě se inspiruje fotografem **Stevenem Meiselem** nebo **Eugenio Recuencovem**.<sup>39</sup> Sama také vyučuje fotografii a pořádá fotografické dílny. V současné době žije a tvoří v New Yorku.



Lara Jade | Crime scene

38 Lara Jade. Larajade.co.uk [online]. 2013 [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://www.larajade.co.uk/about-clients/>

39 Lara Jade Cotton. In: Photoslaves [online]. 2010 [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://photoslaves.com/lara-jade-cotton/>



**Lara Jade** | Crime scene



**Lara Jade** | Crime scene

Ve snaze udržet se na špici módního průmyslu, designéři sází na titulní obálky časopisů. Módní magazíny a módní domy koexistují ruku v ruce, jeden bez druhého být nemůže.

Pokud věnujeme pozornost provokativnímu a často agresivnímu reklamnímu stylu, který se stále více stává požadovaným nástrojem k upoutání kupce v naší konzumní společnosti, můžeme si také povšimnout, že mnohé reklamní kampaně v sobě zpracovávají odkazy na násilí vůči mužům nebo ženám.

Dramatickou linku zde tvoří myšlenka fyzického násilí, sexuálního zneužívání nebo i smrti samotné. Co může přidávat této situaci na naléhavost, není čím dál větší kontroverze a posunování hranic přijatelného, jako spíš dopad na naši společnost v budoucnu.

Zkusme se si s patřičným odstupem zamyslet nad tím, co vlastně obrazová reklama reprezentuje. **John Berger**<sup>40</sup> ve své knize *O pohledu* píše:

*„Reklamní obrazy patří okamžiku v tom smyslu, že se musí neustále obnovovat a aktualizovat. Přesto nikdy nehovoří*

---

40 BERGER, John. *O pohledu*. Vyd. 1. Praha: Agite/Fra, 2009, s. 137-140. Edice vizuální teorie. ISBN 978-80-86603-81-0.

*o přítomnosti. Často se vztahují k minulosti a vždy hovoří o budoucnosti.”*

John Berger zmiňuje myšlenku, že se reklama opírá o minulost. A možná oporu v minulosti zmiňuje z toho důvodu, že v historii byly položeny naše základy. Jsme srozuměni s tím, co se už stalo, co si lidstvo prožilo, co bylo určujícím pro naše další směřování. S ohledem na vlastní minulost můžeme spoluutvářet současná hodnotová měřítká.

Reklama ve všech svých formách sdělení je jedním z nástrojů současné komunikace. Informuje spotřebitele o nabídce služeb, zboží a snaží se nabízený produkt prodat. Kromě negativně vnímaných vlastností jako je např. zbytečnost nebo rušivost, pomáhá také zvyšovat kvalitu artiklu a podporuje konkurenční prostředí. Umí ovlivňovat široké vrstvy společnosti. Dnešní konzument je stále náročnější v požadavcích na formy oslovení. Tvůrci reklamních kampaní tak musí vymýšlet nové a neotřelé způsoby přenosu informace mezi konzumentem a zadavatelem. Ve snaze oslovit co nejdůrazněji potenciálního konzumenta mohou některá reklamní díla překročit dosud stále platné hranice akceptace, které se liší podle zemí nebo kultur. Co je možné zobrazit v Evropě, může být omezeno v USA a naprosto nepřípustné bude v arabském světě. Za často sporné považujeme zejména reklamy využívající princip zastrašování, nevhodného využívání dětí nebo kontroverzní reklamy využívající téma automobilových nehod. Pro možnosti regulace nevhodné reklamy pak slouží tzv. etický kodex, který určuje pomyslné hranice etického projevu v reklamní a komerční tvorbě.

V České republice platí *Etický Kodex Reklamy*,<sup>41</sup> v jehož druhé kapitole se uvádí:

## ***Kapitola II***

### ***VŠEOBECNÉ ZÁSADY REKLAMNÍ PRAXE podle etického kodexu pro reklamu ČR***

#### **4. Společenská odpovědnost reklamy**

##### **4.1**

*Reklama nesmí bez oprávněného důvodu využívat motiv strachu.*

##### **4.2**

*Reklama nesmí zneužívat předsudků a pověr.*

##### **4.3**

*Reklama nesmí obsahovat nic, co by mohlo vést k násilným aktům nebo je podporovat.*

##### **4.4**

*Reklama nesmí obsahovat nic, co by hrubým a nepochybným způsobem uráželo národnostní, rasové nebo náboženské cítění spotřebitelů.*

##### **4.5**

*Reklama může užívat také tradice, zvyky a symboly, které nejsou v České republice obvyklé (například Santa Claus). Reklama ale nesmí popírat či znevažovat tradice, zvyky a symboly, které v České republice obvyklé jsou (Ježíšek, mikulášské a velikonoční zvyky apod.).*

---

41 Etický Kodex Reklamy. In: Media Guru [online]. [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/eticky-kodex-reklamy/>

### 7.7.1. DOLCE & GABBANA

**Dolce** a **Stefano Gabbana** si získali reputaci pro své vysoce kontroverzní reklamní kampaně. Dvě hlavní témata v jejich reklamách tvoří zobrazení her mezi oběma pohlavími a stereotypních genderových rolí s dominancí muže nad ženou.

Ve svých dílech se často věnují zobrazování násilí a pasivity. Tito konstruktéři reklamy byli opakovaně obviněni z prezentace sexistického nebo nadměrně násilného tématu. Návrháři nicméně tvrdili, že jejich re-definování genderových stereotypů je daleko od jejich poškození a obhajují skutečnou posilující roli ženy.<sup>42</sup> V odpovědi na pobouřenou reakci, vyvolanou reklamními kampaněmi prezentovanými D&G v letech 2007/2008, které zobrazovaly ženy v dominantním postavení nad muži, nebo v situaci připomínajících sadomasochismus, Gabbana veřejně prohlásil v časopisu *WWD* následující:

*“Vzhledem k tomu, že tyto fotografie mohly někoho pohoršit, chceme zdůraznit, že jsme chtěli pouze představit silnou a dominantní ženu, ženu dnešní doby”*

Zatímco někteří namítali, že tato reklama je urážlivá z důvodu násilného obsahu, jiní protestovali, že jediným důvodem, proč tyto reklamy přitahovaly

---

42 Passivity and Violence. In: Reed college [online]. [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: [http://academic.reed.edu/anthro/adprojects/2011/greaves\\_mercado/PassivityAndViolence.html](http://academic.reed.edu/anthro/adprojects/2011/greaves_mercado/PassivityAndViolence.html)



negativní pozornost byl fakt, že obsah reklamy byl prokazatelně zaměřen spíše na muže, než na ženy. S ohledem na mechanismus fungování světa vysoké módy, který má ambici se považovat za součást světa umění, spíše než za praktickou součást každodenní reality, je hranice očekávání u kampaní reklamních **D&G** mnohem vyšší. Fotografové zobrazují provokativní předměty, takovým způsobem, že diváci jaksi podvědomě za obrazem hledají umělcovo skryté poselství. Reklamy Dolce a Gabbana jsou velmi populární a mnohými jsou považovány za etalon reklamní fotografie.





Dolce & Gabbana | S/S 2007



Dolce & Gabbana | Fall 2006



**Dolce & Gabbana | Fall 2006**

## 7.7.2. SUPERETTE

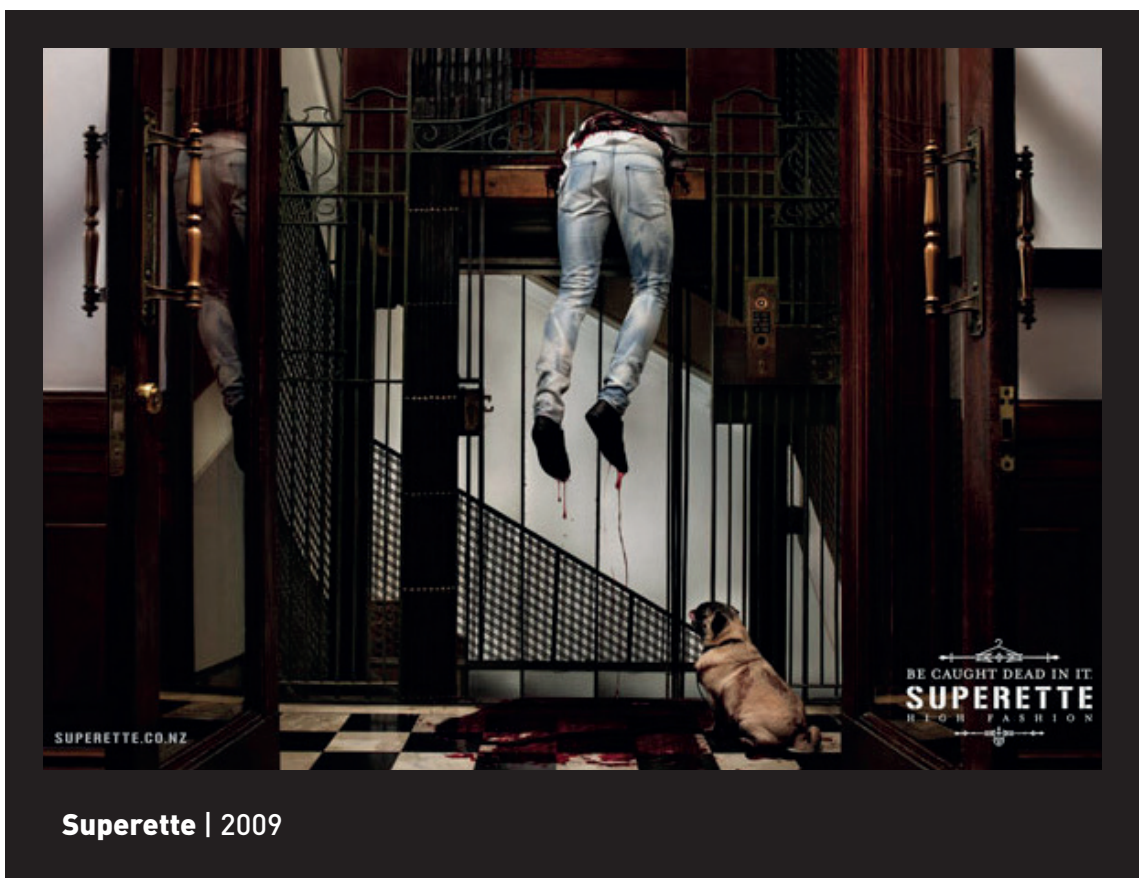
Tato kampaň pro *high fashion* **Superette** z Nového Zélandu uvádí, že pokud byste byli nalezeni mrtví, bylo by mnohem lepší, kdyby vás našli v něčem pěkném. Kampaň byla prezentována na billboardech, v novinách a v módních časopisech.

Kampaň nazvaná “*být v tom chycen mrtvý*”, používá “mrtvé” modely stylové módní značky Superette, kteří zemřeli násilnou smrtí. Některé z reklam jsou velmi krvavé a pro svůj provokující obsah získaly hodně pozornosti od veřejnosti.



Superette | 2009

Mrtvý muž, majitel psa na fotografii visí z výtahové šachty. Krev z něho stéká až na podlahu, ale džíny zůstávají neposkvrněny. Upozornění na módní značku, která je za každých okolností dokonalá, hodna obdivu.



### 7.7.3. PRADA / GLEN LUCHFORD

**Glen Luchford** spolupracuje už od 90. let s uměleckým ředitelem společnosti **Prada**, kde zastává pozici hlavního fotografa značky.

Dramatické fotografie s použitím filmového svícení pro kampaň 1997 *F/W - Fall Winter Prada*, se staly více než symboly vizuálního jazyku módní a umělecké fotografie. Glen Luchford spolupracuje na reklamních kampaních pro prestižní klienty *Prada, Chloé, Sportmax, YSL, Valentino, LEVI'S, Mercedes-Benz, VW, Hugo Boss, Joop, Jaguar, Barney* a *Calvina Kleina*. Kampaně pro tyto exkluzivní značky byly součástí těch nejzásadnějších módních kampaních posledních let. Jeho portréty předních kulturních osobností, mezi které patří *Dennis Hopper, Willem Dafoe, Rooney Mara, Elizabeth Olsen, Madonna, Bjork* a *Tilda Swinton*, se objevily v mnoha mezinárodních publikacích. Jeho osobité fotografie jsou pravidelně publikovány v předních časopisech, jakými jsou *francouzský Vogue, italský Vogue, British Vogue, Harper bazar, Vanity Fair, V Magazine*, a další.



**Glen Luchford** | Prada, 1997



**Glen Luchford** | Prada, 1997

#### 7.7.4. UNITED COLORS OF BENETTON/OLIVIERO TOSCANI

Módní značka ve spolupráci s fotografem **Olivierem Toscanim** se jako první vydala na cestu šokujících kampaní s cílem výrazně podpořit vnímání obchodní značky. Svůj provokující styl prezentace Toscani chytře spojil s upozorňováním na naléhavé a aktuální problémy ve společnostech. Oliviero Toscani byl ve světě komerční fotografie prvním, který v takové míře vkládal do fotografií sociální podtext. Považuje se za fotografa, který prostřednictvím komerční fotografie upozorňuje na problémy, které často nechávala společnost bez povšimnutí. Toscani neprodává značku, jen využívá příležitost tyto sociální odkazy předat široké veřejnosti. Rasová nesnášenlivost, AIDS, anorexie, hladomor, války a v neposlední řadě i tolikrát zmiňovaná smrt jsou tématy jeho fotografické práce. Šokuje i bez nutnosti explicitního zobrazení smrti.

V době, kdy měl Oliviero Toscani začít pracovat na další kampani pro *Benetton* začala válka v Perském zálivu. Toscaniho fotografie začaly být postupem času považovány spíše za zpravodajské. Veřejnost jen čekala, kdy se Oliviero ukáže s dalším provokativním tématem, následně komerčně vytěženým v reklamní kampani Benettonu. Nemuseli dlouho čekat, protože právě vypukla válka v Perském zálivu. Sám Toscani byl s následkem války konfrontován už ve svém dětství, kdy se svým otcem zúčastnil oficiálního obřadu na válečném hřbitově v Corriere della Sera. Uvědomil si, že smrt zapříčiněná válkou je absurdní. Tento zážitek se stal jeho inspirací pro budoucí tvorbu.



Navštívil Chemind des Dames, kde vyfotografoval jednu z mnoha částí rozlehlých hřbitovů. Zvolil si pláň, která byla poseta pouze bílými kříži na zelené trávě. Později si všiml že do snímku aniž by to tušil, zakomponoval mezi všechny katolické kříže jednu davidovu hvězdu. Mnozí se domnívali, že ji tam vložil záměrně, ale nebylo tomu tak. Fotografie zvedla obrovskou vlnu negativních reakcí. Mnoho titulů, mezi které patřily francouzské noviny Liberation nebo německé Stern, nechtělo tuto reklamu zveřejnit. Svůj postoj následně přehodnotil Stern a reklamu zveřejnil. Fotografie byla veřejností odsouzena jako nemorální, využívající téma smrti jako nástroj prodeje. Je jedním z dalších příkladů vizuálního zážitku v provedení Oliviera Toscaniho nefigurativní fotografie.



**Oliviero Toscani** | Jaro/léto 1991

Vznik dalších světově proslavené fotografie s tematikou smrti měl kořeny v reakce na válku v bývalé Jugoslávii v roce 1993. Toscani byl znechucen naprostou neinformovaností zbytku světa o probíhající válce v Evropě. Poslední kapkou pro rozhodnutí vytvořit na tohle téma další fotografii byla reakce ženy z Jugoslávie, která Toscanimu poslala dopis s prosbou, aby upozornil svět svou tvorbou na politickou a válečnou situaci v její zemi. V návaznosti na tento dopis, došel Toscanimu balík s oblečením padlého mladého vojáka. Oblečení bylo špinavé a zakrvácené se vzkazem otce padlého, aby tento balík bral jako symbol a odkaz míru. Tak vznikla další fotografie upozorňující na jeden z největších problémů světa a tím jsou války. Zcela samozřejmě a podle všech očekávání nebyla fotografie uznána ve všech státech. Lidé ve Spojených státech amerických se proti ní bouřili, své reakce zveřejňovali v Los Angeles Times. Americká veřejnost fotografii považovala za násilnou a tím překračující obecně platné normy.

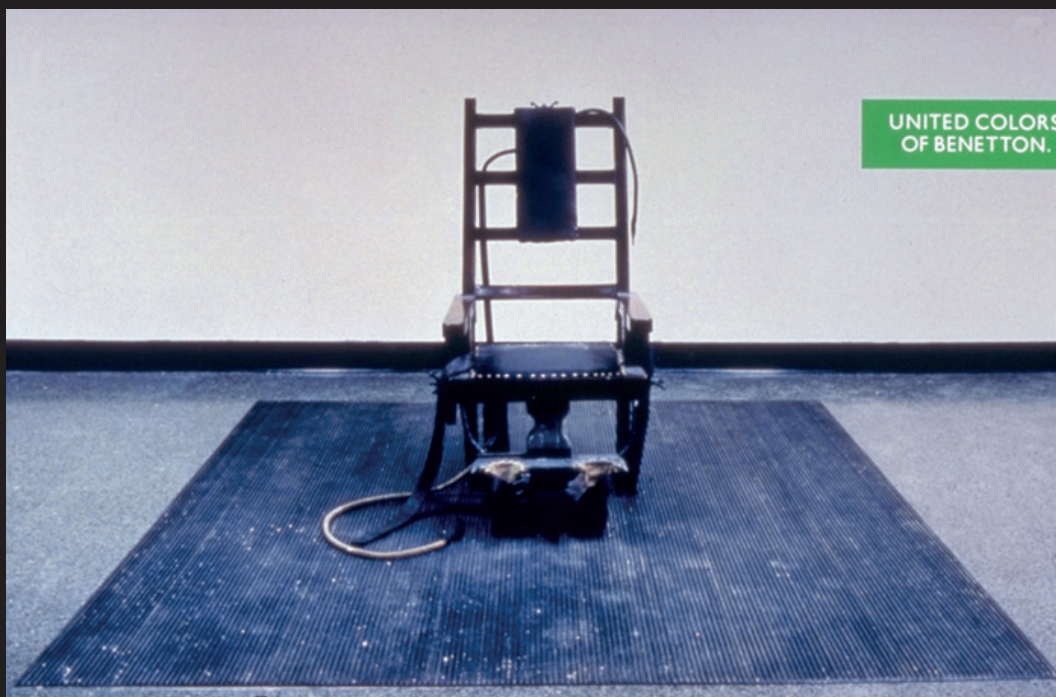
Oliviero Toscani bezesporu ovládl komerční svět fotografie se svými náměty inspirovanými dnešní dobou a jejími problémy. Neodvažují se tvrdit, že jednoznačně patří do výše uvedených skupin autorů v mé bakalářské práci, ale musím jej zmínit jako významného iniciátora změn v myšlení dalších autorů, kteří s tématem smrti, nebo jiným provokujícím vizuálem tvořili a pracovali.

TEKST: ŽE PENC, DUKNO SAKRO, FODERILAS MATEMA GAIKE TUL, LPAI, MO: I BIAWELI SPYTA DZELIN, PIZALAN DAI DA DE VENO PIZALIS MUA VIK, MAFIJA I DUKNO PLAKATA SA MIA I BIRAI FROSTY NAPA.



UNITED COLORS  
OF BENETTON.

Oliviero Toscani | Jaro/léto 1994



UNITED COLORS  
OF BENETTON.

Oliviero Toscani | Jaro/léto 1994

Smrt je neoddělitelnou součástí našeho života. Každý se s myšlenkou vlastního „konce“ vypořádává jinak. Jako je v některých kulturách smrt optimisticky považována za bránu do života věčného, v jiných společnostech smrt chápou jako neodvratný konec, který nemá pokračování. S přihlédnutím k tomu, v jaké kultuře žijeme, pak můžeme rozdílně chápat obrazové poselství s tímto námětem.

V mé práci jsem chtěla poukázat na etiku a různé formy ztvárnění smrti a podrobit je mému subjektivnímu rozboru. Průzkumu jsem se věnovala v několika rovinách.

Základní pohled se věnoval počátku dokumentace smrti v kriminalistické fotografii, historii fotografie a vybraným ukázkám této specifické technické fotografické disciplíny. Se získanými poznatky jsem se pak zaměřila na komerční stránku fotografie, kde jsem chtěla ukázat jak velkým tématem může být smrt a násilí nejen pro uměleckou tvorbu fotografů, ale i pro komerční společnosti, které služeb fotografů využívají.

S komerční tvorbou úzce souvisí tvorba umělecká, protože finanční nezávislost nám přináší svobodu ve vlastní umělecké tvorbě.

Došla jsem k závěru, že využití tak silných témat jakými smrt, násilí, nemoc, války nebo živelné katastrofy bezesporu jsou, nemusí nutně kolidovat s našimi vnitřně nastavenými hranicemi morálních nebo etických hodnot.

Vždy se však musíme v naší tvorbě snažit o dodržování jakési nepsané neviditelné hranice, která odděluje člověka slušného od toho, kdo jakýkoli cit ve vztahu k druhým postrádá.

Tvorba autorů, jejichž práce jsem zkoumala mne oslovila v mnoha směrech. Ačkoli jsem dříve byla k některým formám zobrazování násilí ve fotografii skeptická, nyní si to už nemyslím. Každý umělec je ve své tvorbě jedinečný a pokud máme preferovat svobodnou společnost, je jí ta, která respektuje i svobodu umělecké tvorby, stejně tak jako ji musím respektovat já sama. I přes můj často silně kritický pohled musím říct, že dílo ani jednoho z autorů nemohu nyní objektivně považovat za dílo nepatřičné nebo nevkusné.

Někdo používá styl chladně dokumentární, jiný svým sdělením jitrí imaginaci diváka, další bez varování šokuje. Všichni však svým dílem přispívají k tomu, abychom se před fotografií aspoň na chvíli zastavili.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY / INTERNETOVÉ ODKAZY

Steven Klein biography. In: **Vered contemporary** [online]. [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://www.veredcontemporary.com/artists/steven-klein/?aPageID=41>

**Journal of advertising research: Shocking advertisements** [online]. 2003 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://data.adic.co.kr/lit/publication/tmp/A9001219/A9001219.pdf>

Passivity and Violence. In: **Reed college** [online]. [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: [http://academic.reed.edu/anthro/adprojects/2011/greaves\\_mercado/PassivityAndViolence.html](http://academic.reed.edu/anthro/adprojects/2011/greaves_mercado/PassivityAndViolence.html)

**Dějiny československé kriminalistiky slovem i obrazem II**. Praha: Police History, 2005. ISBN 80-86477-28-2.

DEBORD, Guy. **Společnost spektaklu**. V Praze: Intu, 2007, 3-13; 25-33. ISBN 978-80-903355-5-4.

BERGER, John. **O pohledu**. Vyd. 1. Praha: Agite/Fra, 2009, s. 137-140. Edice vizuální teorie. ISBN 978-80-86603-81-0.

**DIGITÁLNÍ POSTPRODUKCE V MÓDNÍ FOTOGRAFII**. Brno, 2012. Dostupné z: [http://is.muni.cz/th/321246/ff\\_b/Bakalarska\\_prace\\_Hana\\_Plachetkova.txt](http://is.muni.cz/th/321246/ff_b/Bakalarska_prace_Hana_Plachetkova.txt). Bakalářská diplomová práce. Masarykova univerzita.

MUNKOVÁ, Gabriela. **Sociální deviace: přehled sociologických teorií**. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2013. ISBN 978-80-7380-398-8.

Spektákl. In: **Wikipedia: the free encyclopedia** [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2013-04-30]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Spekt%C3%A1kl>

**Tyler Shields, Los Angeles, CA**. Dostupné z: <http://mediatemple.net/madeonmt/tyler-shields/>

Lara Jade Coton. In: **Photoslaves** [online]. 2010 [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://photoslaves.com/lara-jade-coton/>

Lara Jade. **Larajade.co.uk** [online]. 2013 [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://www.larajade.co.uk/about-clients/>

Prada. In: **Creative Review** [online]. 2010 [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://creativereview.co.uk/back-issues/creative-review/2010/april-2010/david-james-in-and-out-of-print>

Glen Luchford. In: **Art partner** [online]. 2013 [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://www.artpartner.com/artists/image/glen-luchford/bio/>

Opomenutý Guy Bourdin. In: **Light garden magazine** [online]. 2010 [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://www.lightgarden.cz/magazine/clanky/osobnosti/opomenuty-guy-bourdin>

Drop dead gorgeous campaign gives American viewers the creeps. In: **The New Zeland Herald** [online]. 2009 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: [http://www.nzherald.co.nz/lifestyle/news/article.cfm?c\\_id=6&objectid=10607999](http://www.nzherald.co.nz/lifestyle/news/article.cfm?c_id=6&objectid=10607999)

Voguepedia. **Voguepedia** [online]. [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.vogue.com/voguepedia/Photographers>

Na plovárně David LaChapelle. In: **Česká televize** [online]. 2012 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1093836883-na-plovarne/211522160100043/>

What's Lindsay Lohan Doing With That Knife?: A Q&A With Tyler Shields, Young Hollywood's Hottest and Most Twisted Photographer. In: **Blou in art info** [online]. 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.blouinartinfo.com/news/story/38260/whats-lindsay-lohan-doing-with-that-knife-a-qa-withtyler-shields-young-hollywoods-hottest-and-most-twisted-photographer>

About Juergen Teller. **Juergenteller** [online]. [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://juergenteller.tumblr.com/aboutjt>

MOCA Jacksonville's 'High Fashion Crime Scenes' juxtaposes the beautiful with the grotesque. In: **Jacksonville** [online]. 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://jacksonville.com/entertainment/arts/2011-07-16/story/moca-jacksonvilles-high-fashion-crime-scenes-juxtaposes>

Paging: Glen Luchford Comes Full Circle. In: **Interview magazine** [online]. [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: [http://www.interviewmagazine.com/fashion/glen-luchford-monograph#\\_](http://www.interviewmagazine.com/fashion/glen-luchford-monograph#_)

Judged By Its Cover: Luchford. In: **Cherwell** [online]. 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.cherwell.org/culture/art-and-books/2011/01/30/judged-by-its-cover-luchford>

Historie módní fotografie - Konec století. In: **Light garden magazine** [online]. 2009 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.lightgarden.cz/magazine/clanky/zajimavosti/historie-modni-fotografie-konec-stoleti>

Historie módní fotografie 60.-70.léta. In: **Light garden magazine** [online]. 2009 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.lightgarden.cz/magazine/clanky/zajimavosti/historie-modni-fotografie--60-a-70-leta>

Historie Módní fotografie - Úsvit. In: **Light garden magazine** [online]. 2009 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.lightgarden.cz/magazine/clanky/zajimavosti/historie-modni-fotografie--usvit>

**S bolestí druhých před očima.** Praha: Ladislav Horáček – Paseka v Praze a Litomyšli roku 2011, 2011. ISBN 978-80-7432-092-7.

Naomi Campbell. In: **Interview magazine** [online]. [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: [http://www.interviewmagazine.com/fashion/naomi-campbell/#\\_](http://www.interviewmagazine.com/fashion/naomi-campbell/#_)

**Kriminalistika** [online]. 2011 [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://www.sosoom-zlin.cz/media/skripta/kriminalistika.pdf>

Fototeka. **Fototeka** [online]. [cit. 2013-04-28]. Dostupné z: <http://fototeka.com/lapd/index.html>

NS: Za zveřejnění drastických snímků mrtvých hrozí médiím postih. In: **IDNES** [online]. 2008 [cit.2013-04-28]. Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/ns-za-zverejneni-drastickychn-snimku-mrtvych-hrozi-mediim-postih-phy-/domaci>.

## **TITULNÍ STRANA**

**Melanie Pullen** | High fashion Crime Scenes, Phones

## **GRAFICKÁ ÚPRAVA**

Greta Blumajerová

BcA. Kristýna Chludilová



