

I. kapitola

Světová reklamní fotografie

Podmíněna technickými možnostmi i ekonomickými zájmy začíná se reklamní fotografie rozvíjet na začátku devatenáctého století. Jejími prvními zadavateli byli tvůrci a prodejci oděvů a obuvi navazující na tradici reklamních grafických a malířských inzertních zpodobnění svých produktů.

Prosté popisné zobrazování bylo velmi brzy doplněno stylizací a snahou o výtvarnou nadstavbu komerčního snímku. V té době vznikl tzv. glamour, styl vyznačující se vysokou estetizovaností fotografovaného objektu, používáním teatrálních gest a póz, prací s rekvizitami i promyšleným pozadím. V tomto stylu vznikají i fotografie, i v jiných oblastech fotografie velmi úspěšného amerického fotografa lucemburského původu, **Edwarda J. Steichena** (1879 - 1973). Jeho první, ještě secesně laděné fotografie módy vyšly již v roce 1911 v časopise *Art et Decoration*. Pro *Vogue*, kde byl Steichen od roku 1923



Edward Steichen, Gloria Swanson, 1924



Horst P. Horst, fotografie na obálce Vogue, 1941

hlavním fotografem vytvářel nejen módu a reklamní fotografie, ale i oblíbené portréty celebrit a významných osobností.

Velký význam v celé historii reklamy a módní fotografie mají módní a společenské časopisy jako zmíněný *Vogue*, *Harper's Bazaar* anebo *Vanity Fair*. Tyto časopisy se již tehdy těšily hlavně v Americe, Velké Británii a Francii velké oblibě a z komerčního hlediska měly pro inzerenty strategický význam. Pro fotografy byla, a dodnes je, publikace v těchto časopisech nejen zakázkovou,

ale i prestižní záležitostí. Jedněmi z prvních byli **George Hoyningen-Huene** (1900 - 1968) a **Horst Paul Horst** (1906 - 1999). Hoyningen-Huene byl Američanem ruského původu, od roku 1928 hlavním fotografem *Vogue*. Horst se přistěhoval do spojených států z Německa a původní profesí byl architekt (v Paříži spolupracoval s Le Corbusierem). Oba originálním způsobem (Horst začínal jako Hoyningen-Hueneův asistent) pracovali s kontrastním osvětlením, rekvizitními aranžemi a projekcí diapozitivních pozadí. Oba byli skvělými autory mužských i ženských aktů a portrétů. Horst fotografoval módu pro *Vogue* až do roku 1951, věnoval se i fotografování interiérů pro časopis *House and Garden*. Fotograficky činný byl až do osmdesátých let.

Americký avantgardní tvůrce **Man Ray** (1890 - 1976) prožil většinu života ve Francii. Ovlivněn dadaistickým hnutím, obohatil oblast komerční fotografie svými zvláštními technikami, ve kterých využíval především fotogramy, Sabatierův



Man Ray, portrét Dory Maarové, 1936



Erwin Blumenfeld, módní fotografie pro Harper's Bazaar, 1942

efekt a fotomontáže. Tyto techniky vtiskly specifický charakter i jeho portrétům osobností z uměleckého prostředí (Picasso, Cocteau a další).

Nápadité využívání speciálních technik je charakteristické i pro práce v Paříži a později v New Yorku žijícího Američana německého původu **Erwina Blumenfelda** (1897 - 1969), který navazoval na dílo Man Raye a Lászla Moholy-Nagye. I on se často věnoval technikám Sabatierova efektu, kombinaci reálného prostředí s diaprojekcí či efektům s odrazy v zrcadlech.

Téměř dvacet let určovaly tvář *Vogue* fotografie Angličana **Cecila Beatona** (1904 - 1980), který byl vyhledávaným fotografem elity anglického společenského života (v roce 1937 se stal oficiálním fotografem britského královského dvora). Na stránkách anglického vydání *Vogue* prosazoval barevnou fotografii. Fotografii módy a reklamy se věnoval také člen fotokupiny Magnum **Elliott Erwitt** (1928).

Nový způsob fotografování módy začal používat v polovině 30. let maďarský fotograf žijící ve Spojených státech **Martin Munkácsi** (1896 - 1963), který se přestal omezovat prostorem ateliéru a začal své modely fotografovat v reálných prostředích, reportážním způsobem kinofilmovou Leikou.

Ruský avantgardní umělec a pedagog umělecké školy VCHUTEMAS a výrazný představitel ruské i světové meziválečné fotografie **Alexandr Rodčenko** (1891 - 1956) vytvářel reklamní koláže, ale hlavně pro-



Alexandr Rodčenko, fotokoláž Smena vech, 1924



Richard Avedon, módní fotografie večerních šatů pro Dior, 1955

pagandistické plakáty v konstruktivistickém duchu.

Po stagnaci způsobené válečnými událostmi a s postupným ožíváním průmyslu vzniká nová potřeba pobídky trhu reklamou. Americký fotograf **Irving Penn** (1917) se v té době podstatnou měrou zasloužil o rozvoj nových fotografických stylů a jejich zavedení do komerční praxe. Původně grafik a výtvarník titulních stránek *Vogue* se pracoval začátkem čtyřicátých let k módní fotografii repor-

tážního stylu. Zásadní byl jeho podíl na objevování nových výtvarných možností fotografie - využívání hrubozrnosti filmového materiálu či pohybové neostrosti. Známá a vysoce ceněná je jeho kolekce portrétů významných osobností.

Fotografickým fenoménem je pak další americký fotograf **Richard Avedon** (1923). Fotografování se věnoval už od deseti let, určující odbornou průpravu získal v ateliéru Alexandra Brodowitche (nejvýznamnějšího art directora a organizátora své doby). Mezi léty 1945 a 1965 pracoval Avedon pro *Harper's Bazaar*, od roku 1966 pro *Vogue*. Jeho styl je založený na technické preciznosti, režijním vedení modelů, jejich chladné eleganci a na uplatňování erotizujících prvků. Dokonale komponované scény snímá velkoformátovou



Richard Avedon, večerní šaty pro Versace, 1994



William Klein, Smoke, 1958

kamerou, pracuje ve studiu i s denním světlem v exteriéru. Přes svůj věk je stále aktivním fotografem a spolu-tvůrcem kampaní nejprestižnějších klientů.

Výrazným způsobem se do dějin módní fotografie zapsal Američan **William Klein** (1928), který v padesátých letech zavedl do fotografie módy expresivní výraz subjektivního dokumentu s prvky absurdna a groteska (styl, který do módy přenesl ze své subjektivně dokumentární tvorby - je autorem jedné z nejvýznamnějších fotografických publikací *New York* z roku 1956). Formálně k tomuto vyznění přispěla i technika hrubého zrna, redukce tonální škály na vysoký kontrast černé a bílé a používání širokoúhlých objektivů. William Klein několik let spolupracoval s pařížským *Vogue*.

Erotizujících prvků využíval ve svých černobílých fotografiích francouzský tvůrce **Jeanloup Sieff** (1933 - 2000). Jeho technika směřovaného světla a přirozeně nápadité kompozice módních aktů jsou stále inspirativní. Starší Sieffovy práce se vyznačovaly využíváním deformačních možností širokoúhlých objektivů. Významnou roli hraje erotika i ve snímcích módy a portrétech celebrit Angličana **David Baileyho** (1938), který ji často kombinoval se stylizací prostředí a gest. Bailey byl předobrazem Antonioniho fotografa ve filmu *Blow-up* (Zvětšenina) z roku 1966. Četná je jeho publikační činnost.

Jedním z nejvýznamnějších komerčních fotografů v New Yorku šedesátých let byl **Bert Stern** (1929). Začínal v podatelně časopisu *Look*, fotografické renomé získal zvláště po mimořádně dobře zvládnuté reklamní kampani na vodku Smirnoff. Ve funkci art



Helmut Newton, They're coming!, pro francouzský Vogue, 1981

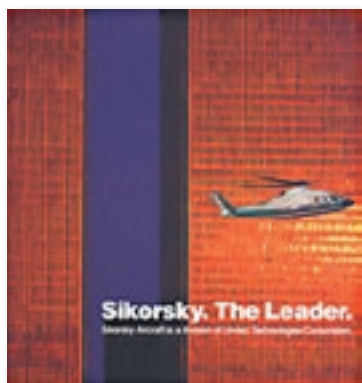
directora prošel několik redakcí módních časopisů. Známe je jako autor poslední kolekce fotografií Marilyn Monroe.

Dominantní typy chladně působících žen, často v kombinaci s jejich submisivním postavením - to je výrazný prvek fotografického stylu jednoho z nejproslulejších fotografů - **Helmuta Newtona** (1920). Od roku 1954, kdy začal fotografovat pro australský *Vogue* je stálým spolupracovníkem mnoha módních časopisů. Jeho fotografie vyšly v několika samostatných knihách (poprvé *White Woman* v roce 1976). Bohatá je jeho výstavní činnost. Podobně jako Avedonovo se i Newtonovo jméno stalo pojmem a synonymem stylu.



Sarah Moon, módní fotografie

Stejným časovým obdobím prochází tvorba dvou fotografujících žen - Američanky **Deborah Turbevill** (1938) a Francouzky **Sarah Moon** (1938). První z nich je absolventkou semináře fotografie u Richarda Avedona. Postavy jejích fotografií jsou situovány bez vzájemných vazeb - vyvolávají dojem osamocení, pracuje s prvky násilí a morbidna. Její tvorba byla ovlivněna Antonioniho filmy šedesátých let. Sarah Moon začínala jako modelka. Pro její fotografie je typické snové, impresionistické podání, pracuje s měkkou optikou, využívá speciálních laboratorních



Eric Meola, reklama na vrtulníky Sikorsky

postupů. Dnes se kromě fotografie módy věnuje fotografování zátiší a silně stylizovaným portrétům. V roce 2001 vyšla kniha jejích fotografií s názvem *Coincidences*.

Pro firmu Pentax nafotografoval v osmdesátých letech řadu kalendářů jihoafrický módní fotograf **Sam Haskins** (1926). I jeho fotografie jsou silně eroticky akcentovány.

Ze svých reportérských zkušeností těží v reklamě newyorský fotograf **Pete Turner** (1934), který si získal uznání i jako art director společenských časopisů *Esquire*, *Life* či *Sports Illustrated*. S Petem Turnerem spolupracoval **Eric Meola**, jehož některé práce jsou zastoupeny v newyorském Muzeu moderního umění.



Oliviero Toscani, z reklamní kampaně Benettonu, 1990

Italský fotograf **Oliviero Toscani** (1942) dosáhl světové proslulosti díky svým provokujícím reklamním kampaním pro firmu Benetton. Zatímco Klein „šokoval“ absurdními a groteskními záběry pouličních situací, musel Toscani

využít o tři desetiletí později předsudky, téma rasismu, fotografie umírajících na AIDS či portréty odsouzených na smrt aby, již do jisté míry otupělé publikum zaujal a přinutil zaujmout stanovisko k nafotografovanému výjevu a tím mu zafixoval propagovanou značku. Toscanim začala nová éra reklamních strategií, kdy se již nepracuje pouze s konkrétním produktem či záměrem. Reklama musí v první řadě zaujmout. Pracuje se s principem asociací, reklamní agentury najímají psychology, nastupuje éra sociologických průzkumů a cílených kampaní. Divák (= spotřebitel) je nucen podvědomě se ztotožňovat s obsahem reklamy a stává se prvkem cílové skupiny, předem definované a detrimované. Na konci devadesátých let Benetton spolupráci s Toscanim ukončil.

Němec **Peter Lindbergh** (1944) začal svoji fotografickou kariéru kolekcí módních fotografií pro *Stern Magazine* v roce 1978. Od té doby spolupracoval s většinou významných zadavatelů reklamy a módy. Jeho fotografie jsou obrazovými příběhy, ve kterých pracuje například s industriálními motivy anebo motivy ulice. Modelky na jeho snímcích mají mnohdy výrazy žen fotografovaných stylem „glamour“. Často fotografuje s herečkou Millou Jovovich. V roce 2002 nafotografoval kalendář pro firmu Pirelli (tuto prestižní příležitost dostává každoročně jeden špičkový fotograf). Lindbergh



Peter Lindbergh, móda pro Vogue, 1988

nafotografoval produkci ve stylu natáčení velkorozpočtových hollywoodských filmů módní kolekci s názvem *Invaze*.

Američan **Herb Ritts** (1952 - 2001) se proslavil svými portréty především hollywoodských celebrit, které zpodobňoval precizní černobílou technikou. Velmi nápaditě pracoval s rekvizitami i prostředím bez technické stylizace, jeho fotografický styl je v nejlepším smyslu „klasický“.

Devadesátá léta ve fotografii reklamy a módy jsou prezentována množstvím výborných fotografů, z nichž velká většina tvoří ve Spojených státech. **Sante D'Orazio, Steven Klein, Marry Ellen Mark, Steven Meisel, Mario Testino, Christian Witkin** - to jsou jen někteří z autorů utvářející styl své doby. Avšak rukopis pouze některých z nich je výrazný a patrný na první pohled. Jedním z nich je například **David La Chapelle** (1968), který odvážně pracuje s barevností a prostředím. Jeho snímky (hlavně z konce devadesátých let) balancují na hranici přebarveného kýče a stejně jako mnoho dalších fotografů své záběry výrazně eroticky akcentuje. La Chapelle vydal v roce 1999 knihu svých fotografií s názvem *Hotel LaChapelle*.



Herb Ritts, herec Jack Nicholson, 1996)



David La Chapelle, fotografie módy, 2001



Ellen von Unwerth, z kolekce oblečení Prada, 1998

Německá fotografka **Ellen von Unwerth** (1950) začínala v cirkusu jako asistentka vrhače nožů, později se věnovala modelingu, dnes vytváří obrazové kolekce pro takřka všechny významné módní časopisy. Tyto kolekce jsou podobně

jako u Lindberga postaveny na nereálných příbězích, Ellen von Unwerth pracuje s výrazným líčením modelů a i v jejích fotografiích hraje výraznou roli erotická stylizace.

Britský fotograf **Nick Knight** v devadesátých letech úspěšně spolupracoval s britským *Vogue*. Je fotografem ceněným pro svoji schopnost přicházet se stále novými nápady, jeho realizace jsou někdy na hranici abstraktní, jindy provokující až šokující. S koncem milénia se však rozhodl spolupráci s *Vogue* ukončit a začal se věnovat svému vlastnímu módnímu projektu s názvem SHOWstudio. Nick Knight oslovil několik desítek módních tvůrců i modelů a zapojil je do akce, jejímž cílem je posunout vnímání módní fotografie za současnou konvenční hranici. V rámci projektu je fotografování módy ve studiu snímáno webovou kamerou a v reálném čase může být sledováno na internetu, další kamerou je natáčen ruch studia a třetí formou výsledné prezentace jsou samotné fotografie vytvořené Nickem Knightem. Smyslem projektu je prezentovat módní snímky i z pohledu jejich vzniku. Zásadním prvkem je při tom internet jako médium schopné pracovat jak s dynamickým tak i statickým obrazem. Čas jistě ukáže, jestli toto je forma nového způsobu prezentace módy a reklamy, či pouze výstřední počín nekonformního tvůrce. V každém případě Nick Knight je fotografem, ke kterému se hlásí jako ke zdroji své inspirace mnoho módních fotografů nové generace.



Nick Knight, prezentace módy s modelkou Kate Moss, 2002



Jürgen Teller, fotografie módy s topmodelkou Stephanieí Seymourovou, 2003

Jedním z těch, které Knight ovlivnil je Němec **Jürgen Teller** (1964). Poté, co kvůli alergii na dřevo opustil učební obor výroby houslových smyčců zapsal se na mnichovskou Bayerische Staatslehranstalt für Photographie. V Londýně absolvoval vojenskou službu a v roce 1980 se poprvé setkal s Nickem Knightem. Pro časopisy *i-D* a *The Face* fotografoval zpěváky a hudebníky. V devadesátých letech fotografoval módu Calvin Klein, Hugo Boss a další.

Jeho snímky působí nahodilým a nestylizovaným dojmem. Podobně jako Knight hledá nové formy a nachází je v syrovosti amatérsky koncipovaných záběrů, na kterých však pózuji špičkové modelky. Teprve kontext více fotografií je vypovídající. Tento styl je přirozenou reakcí na komerční fotografický perfekcionismus devadesátých let. Dokonale vybavená studia, produkce s takřka neomezenými možnostmi, štáby asistentů a stylistů pracujících na jediném záběru. Zdá se, že v rámci těchto možností již nic výrazně originálního přijít nemůže. „Amatérská“ bezprostřednost je jedním z výrazových prostředků nové generace fotografů, kteří dostávají stále více prostoru už nejen v nekonformních časopisech, ale i při špičkových módních prezentacích.



Jürgen Teller, portrét topmodelky Kate Mossové