BARBORA
PRÁŠILOVÁ

VLIVY UMĚNÍ VE SVĚTOVÉ MÓDNÍ FOTOGRAFII

Slezská Univerzita
Filozoficko-Přírodovědecká Fakulta
Institut tvůrčí fotografie

Opava, 2008

Děkuji za odborné vedení práce panu MgA. Pavlu Márovi, za čas a trpělivost, jež mi věnoval a všem dalším lidem, kteří se na přípravě této práce také podíleli.

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně, za použití zdrojů uvedených v seznamu literatury.

Souhlasím, aby tato práce byla zveřejněna formou zařazení do knihovny FPF SU v Opavě, Umělecko průmyslového muzea v Praze a na internetové stránky ITF a tím zpřístupněna pro badatelské účely.

Barbora Prášilová
V Opavě, dne 15. září 2008

OBSAH

Úvod.....5

Vliv dokumentu.....6

Cindy sherman.....11

Vliv punku.....18

Nezávislé magazíny.....20

Grunge a antiestetika.....21

Inscenovaná momentka.....23

Filmová estetika.....28

Závěr.....31

Použitá literatura.....32

BARBORA
PRÁŠILOVÁ

VLIVY UMĚNÍ VE SVĚTOVÉ MÓDNÍ FOTOGRAFII

Bakalářská Diplomová práce

Obor: Tvůrčí fotografie
Vedoucí: Odb.as. MgA. Pavel Mára
Oponent: Mgr. Jan Pohribný



Slezská Univerzita
Filozoficko-Přírodovědecká Fakulta
Institut tvůrčí fotografie

Opava, 2008

ÚVOD

Pro svou bakalářskou práci jsem se rozhodla zvolit téma Vlivy umění ve světové módní fotografii z toho důvodu, že se sama zabývám tvorbou, jež balancuje na pomezí umění a módní fotografie. Z počátku mě nejednoznačnost vlastní tvorby velmi zneklidňovala a snažila jsem se fotografie roztřídit tak, abych měla nejen já jasno v tom, za jakým účelem byly fotografie pořízeny. Postupem času jsem ale zjišťovala, že smazávání hranic mezi dvěma různými žánry už fascinovalo několik generací fotografů přede mnou. Sama ve svých fotografiích odrážím vliv současných ilustrátorů, a zajímalo mě, jak silný vliv umělců pocházející ze světa umělecké fotografie, hudby nebo filmu může být na vývoj žánru jako je módní fotografie.

VLIV DOKUMENTU

Už v první polovině 20.století se na poli módní fotografie objevilo pár autorů, kteří jakožto první přinesli pohyb tam, kde se doposud uplatňovalo jen statické pózování. Dynamické prvky převzaté z fotožurnalismu se zdali být velmi osvěžující v kontrasu studiové tvorby fotografů jako byli Edward Steichen, Cecil Beaten, Baron Adolf de Meyer, Horst P. Horst, Irving Penn a další.

První takovou postavou, která přenesla reportážního ducha do módy byl **Martin Munkacsi**, původním povoláním fotožurnalista a zaměstnanec známého německého vydavatelství Ullstein Verlag. Toho si tehdy všimla velmi intuitivní editorka módního časopisu Harpers Bazaar Carmel Snow. Ta ho najala, aby Munkacsi nafotil plavky a vytvořil tak módní editorial.



1.


2.

To bylo ve 30.letech a pro fotografii to tenkrát byly fantastické časy, kdy se tomuto médiu přikládal velký význam a časopisy vydávaly celostránkové fotografické reportáže, které svou vypovídací hodnotou nebyli už jen pouhou ilustrací k textu. Fotografové amatéři i profesionálové, vybaveni lehkou 35.mm kamerou, začali vášnivě zachytávat život na ulicích a tato svoboda a snadnost práce velmi ovlivnila právě žánr módní fotografie.

1. Martin Munkacsi Berliner Illustrierte Zeitung, 1929 / 2. Martin Munkacsi

Vždyť i Richard Avedon, v módě téměř zatvrzele studiový fotograf a bezesporu jedna z nejzajímavějších postav v této oblasti a udržující si respekt po mnoho desetiletí, své první módní fotografie pořizoval na ulicích. A modelky na nich působily spíše jako z fotografií už tehdy uznávaného fotografa Brassaie.


1.


2.


3.

Takový styl práce dával fotografům na jednu stranu neuvěřitelnu svobodu. Při pohledu na titulní stánky komerčního módního časopisu Vogue, které byly pořízeny v průběhu let dvacátých až šedesátých, mě fascinuje tvůrčí svoboda, s jakou byly pořízeny. Logo magazínu bylo do obrazu zakomponováno tak, že se s fotografií citlivě doplňovalo a výsledkem bylo téměř umělecké dílo. A že s uměním magazíny úzce korespondovaly, jasně dokládá inspirace tehdejší umělecku avantgardou.



4.



5.



6.



7.



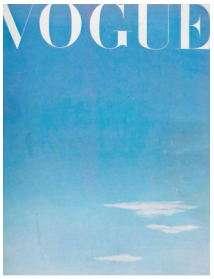
8.



9.



10.



11.

1. Brassai, Madame Bijou, Paris 1932 / 2. Richard Avedon 1949, 3 / Richard Avedon, Verushka, 1967 / 4. Irving Penn 1950 / 5. Edward Steichen 1932 / 6. Horst P. Horst 1940 / 7. Benito 1939 / 8. Honeyman 1952 / 9. Pierre Mourgue 1932 / 10. Bruehl-Bourges 1334 / 11. James de Holden-Stone

Takový přístup byl možný v době, kdy ještě nebyl tak ohromný vliv kultu značek a inzerenti neměli své podíly zájmu na obsah časopisů. Ale rozhodně se nedá říct, že by v tomto žánru bylo vše dovoleno. Naopak, každá doba má svá tabu, a v módní fotografii, která má oslovit velký okruh konzumentů, to byla tabu dvojitá.

Příkladem módního fotografa, který často sváděl boj se svými zaměstnavateli, byl původně dokumentární fotograf **William Klein**. Ten se v 50. letech na poli módní fotografie poměrně významně prosadil. Klen sám přiznává, že jeho móda samotná nikdy nezajímala. A podle fotografií, které pořídil v rámci své vlastní tvorby to není informace nijak překvapivá. Jediná estetická pravidla, která uplatňuje na svých fotografiích jsou velmi působivé kompozice.
Klein si zasloužil respekt především knihou „Life is Good for You in New York", která se stala jedním z klíčových protikulturních fotografických dokumentů 50.let. Pojetím se velmi blížila knize Roberta Franka „The Americans" Oba dva dokázali rozeznat moment, kdy se v Americe začal téměř jako epidemie šířit konzumní styl života. Klein si tuto společenskou změnu, jež začala v důsledku optimismu let poválečných uvědomoval ještě silněji, když žil nějakou dobu ve Francii. Pak se ale rozhodl na čas vrátit do USA a svůj rodný New York zdokumentovat. Kontrakt na spolupráci s Vogue ale nedostal na základě získaného věhlasu této velmi diskutované a politicky nežádoucí knihy vydané v období Studené války, ale v podstatě už před ní.

Na začátku Kleinovy kariéry se totiž objevil na scéně art director Vogue Alexander Liberman. Muž, jenž sám studoval umění a velmi se zajímal o fotografii, psal eseje a hlavně vydával knihy. Po shlédnutí výstavy abstraktních fotografií, jež Klein vystavoval v Paříži mu řekl, že by ho rád zaměstnal ve Vouge. A to i přesto, že předtím od Kleina žádnou módní fotografii neviděl. Ještě předtím mu ale nabídl finanční obnos, který měl Kleinovi pomoci splnit si sen se vrátit do své vlasti, zdokumentovat a posléze i vydat knihu o newyorčanech. Ta svým obsahem nemilosrdně kritizovala americkou kulturu jež byla podle Kleina zkažená komercializací.



1.


2.

1. William Klein, 1962 / 2. William Klein 1962



1.



2.

Je zajímavé, že model kdy mainstreamový časopis prosadí nový fotografický styl je vlastně předmodelem vzniku pozdějších v 80. a 90.letech tak rozšířených britských a amerických nezávislých magazínů. Ty významně ovlivnily vývoj módní fotografie tím, že objevovaly nové hvězdy mezi módními fotografy, kterým ve svých časopisech poskytovali prostor, o kterém by se jim ve středoproudém časopise stylu Vogue ani nesnilo. Lidé jako Liberman, a to ať už okupovali pozici v komerčním nebo nekomerčním časopise, dokázali svou osobností vždy fatálně ovlivnit tehdejší vzhled módních editoriálů a měli neobyčejný vliv na obsah. Lieberman sám stál za prosazováním dokumentárních fotografů v módě a netajil se svým radikálním názorem, že už je nejvyšší čas zbavit se studiových fotografů.

Tehdejší filmy ovlivněné francouzskou novou vlnou mohli poskytovat dostatek inspirace vyplývající z nové teorie, že snímky by měly obsahovat více autenticity a hlavně reflektovat osobní tvůrčí vklad režisérů spíše než odrážet principy neosobní studiové velkovýroby. Tento přístup věštil i vznik polodokumentárních filmů v USA jenž právě předznamenával nástup francouzské nové vlny. Nezapomínejme, že tehdejší kulturní vlny vždy zasáhly v širokém měřítku a stali se pojmem v umělecké historii. Na rozdíl od dnešní stylově roztříštěné doby, která se nedá svou charakteristikou nikam specificky zařadit. V takovém kontrastu nových estetických názorů mohla tehdejší elegantní a aristokratická módní fotografie vyhlížet jako přežitek. Progresivně a odvážně uvažujících fotografů, kteří si ale zároveň chtěli udržet své zaměstnání byla jen hrstka oproti těm, jež žádné revoluční ambice neměli, ale přitom byli úspěšní.

Nás ale stále zajímá ta hrstka odvážných idealistů, mezi které patřil třeba právě William Klein. Ten nikdy nepopíral, že vlastně nikdy netvořil módu, ale spíš parodie na módu. Na rozdíl od Avedona, který jí miloval, se Klein o módu vůbec nezajímal. Považoval se za outsidera, který se nenechal ovlivnovat žádnými výstřelky, ale pouze si pohrával s modelkami, jenž měly naplňovat jeho obrazové představy. Ženy na jeho fotografiích rozhodně nejsou jen šťastnými a usměvavými statistkami, ale naopak někdy působí až nespokojeně. Některé fotografie dokonce působí jako kdyby si děj vypůjčil z Hitchockových filmů. Kleinovy fotky ale pro diváka neměly být na pohled filmovými scénami. Naopak, měly působit jako skutečné momentky z ulice.

---

1. William Klein, 1954 / 2. William Klein, 1983

A jeho fotografie módy vždy tak trochu momentkami byly, často pořízené před pozadím, kde se odehrával skutečný život. Výsledek tak byl improvizací a částečně dokumentárním záběrem za účelem pořízení módní fotografie. Klein ale později začal vytvářet i krátké artové filmy, ke kterým vedl jen krůček od fotografování, jež samotné po čase začal považovat jako přípravu na film. Jeho posledním filmem satirujícím svět módy a modelek „Qui êtes-vous, Polly Maggoo?" si ale navždy zavřel dveře do Vogue a to po několika excesech, kdy byla například vyhozena i editorka tohoto časopisu, která v době, kdy zrovna v USA vrcholila problematika rasové segregace dovolila Kleinovi pořídit první obálku Vogue s čenou dívkou.
Ale byla to jen otázka času, kdy se to, co se nepodařilo Kleinovi, podaří jinému fotografovi.

Na přelomu 70. a 80. let se módní fotografie stylově vydala několika různými směry a nabízí tak poměrně pestrý přehled o tom, jak se tento žánr vyvíjel a jaký vliv na něj měly různé umělecké disciplíny.

CINDY SHERMAN

50.léta, která byla vždy vykreslovaná jako plná přetvářek a navenek projevovanou iluzí dokonalého života, tak krásně islustrovaná obzvláště ve filmech a reklamách, byla později v 80.letech bohatou inspirací pro tvorbu **Cindy Sherman.** Ta přehrávala před fotoaparátem scény z těchto filmů, které ovlivnili už její prvotní tvorbu a vytvořila cyklus autoportrétů, ve kterých ironizovala sexuální stereotypy a zobrazování žen jako sexuálních objektů.

Přesto, že na těchto fotografiích také rebelovala vůči módním fotografiím krásných glamour žen, byla oslovena magazínem Vogue, který vlastně propagoval to, co ona sama ironizovala. Nejspíš nebude překvapením, že vedení časopisu se snažilo co nejvíce ovlivnit výběr modelů, které si na sebe měla, pro svět krásy ne dost atraktivní Sherman obléknotu. I přes tyto zásahy ale vznikly fotografie přesně ve stylu Cindy Sherman. Obevila se na nich opět ona sama, a jak se později přiznala, snažila se tenkrát vytvořit opravdu ošklivé obrázky, schválně vytvořené proti představě toh co od ní bylo ze strany Vogue očekáváno. A Sherman na nich opravdu nevypadala dobře. Nezdravou pleť na její tváři často ještě hyzdily jizvy, nebo zvrásněná pleťová maska a vlasy byly zšedivělé. Sherman, která na fotografiích vždy figuruje sama



1.



2.

1. Cindy Sherman – „The New Cindy Sherman Colection" Harperś Bazaar, květen 1993 / 2.Cindy Sherman – Comme des Garqons, reklamní kampaň, jaro/léto 1994



1.



2.

Rozhodnutí oslovit umělkyni nezakládající si na estetickém zobrazování rozhodně nemohlo mít v úmyslu zvednout prodej modelů jež si oblékla, ani reflektovat sebekritiku ze strany časopisu jež normálně zobrazovala nedosažitelný ideál ženy, který Sherman publikovaným editoriálem kritizovala. Toto rozhodnutí mohl ovlivnit fakt, že v v 80.letech si i umělci začali získávat pozornost médií a jejich díla, především ta fotografická získávala stále více na ceně.
Pro Sherman ale byla tato módní epizoda velmi nepříjemnou zkušeností a zapřísáhla se už nikdy více podobných nabídek nevyužít. Jenže v roce 1993 opět kývla na nabídku módního magazínu, tentokrát Harpers Bazaaru. Nejspíš povzbuzena tvůrčí osobností tehdejší editorky Barbary Heizer, jež jí dala naprosto volnou ruku se rozhodla nafotit opět módu a to opět ve svém osobitém stylu. Sherman se tedy v ničem nemírnila. A byla znovu oslovena další návrhářkou. Tentokrát Rei Kawakubo, zakladatelkou značkou Comme des Garqons.

Tak jako tvorba Sherman, Kawakubo na začátku své kariéry také vzbuzovala hotové pozdvižení. Ta svými kolekcemi velmi narušovala konvenční chápání toho, co se obecně nazývá móda. Po její první veřejné prezentaci modelů se jí v módní branži dokonce začalo přezdívat „Hiroshima chic". To pro její oblibu temných, obzvláště černých barev, které v té době nebyly vůbec populární.
Lze velmi dobře chápat, žeSherman byla pro tuto návrhářku ta správná volba. Ta si k této kampani vypůjčila pouze šaty a styl si opět ponechala čistě vlastní.
V pozitivním slova smyslu, nevytvořila nic nového, jakoby pokračovala v tom, co již dávno začala, jen za jiným a to komerčním účelem. Tento přístup dokládá i to, že v případě publikací nebo výstav, zařazuje zakázkové fotografie mezi své volné umění, jež opravdu ve výsledku splývá v jeden celek. Jakoby tím potvrzovala vlastní slova, že tento druh práce není vytržením z její běžné tvorby, ale vlastně přirozeným pokračováním, jež ji posouvá v její tvorbě dál.

1. Cindy Sherman – „The New Cindy Sherman Colection", Harperś Bazaar, květen / 2. Cindy Sherman – Dotorhé Bis reklamní kampaň, 1984

Nevím, do jaké míry je to náhoda a do jaké záměr, ale přijde mi velmi příznačné, že Sherman jakožto žena byla vždy ke spolupráci oslovena ženami.

Je tu další tendence, díky které se v módní branži začali objevovat umělci. Byla to právě 90.léta, kdy se módní svět inspiroval vlnou antiestetiky, jíž mimo jiné zvedli i avantgardní návrháři. Ti vyhledávali spolupráci se stejně nekonvenčními lidmi, kteří se často objevovali právě mezi umělci.
Zároveň tu také byla nová generace mladých lidí, jejichž zájem se nesoustředil jen na to, co je běžně dosupné. Představitelé takové generace si zakládali vlastní magazíny, ve kterých poskytovali prostor tomu, o co měli sami zájem a co jim mainstreamové magazíny nemohly nabídnout. Takové magazíny dávaly prostor i progresivním módním designerům, jejichž tvorba vyhlížela spíše jako umění než jako běžně nositelné kousky oblečení.

Mezi takové návrháře patří další osobnosti módy jako Issey Miyake nebo Yohji Yamamoto. Oblečení se stalo v jejich podání intelektuální záležitostí, často spíše skulpturou. Dá se říct, že většina těchto návrhářů přicházející z Asie, měla jiné představy o tom, co je estetické. Vyvíjeli nové materiály a po kreativní stránce byli doslova přetlakovaní. Jako kdyby najednou dávali průchod tomu, co se v jejich kultuře odívání po staletí udržovalo neměnné.
Dá se říct, že i díky těmto osobnostem, kteří si ke spolupráci vybírali nekonvenční fotografy, vznikaly pozoruhodné módní série Ty často zajistily pozornost i dosud komerčně neetablovaným fotografům.

Na přelomu 80. a 90.. let se módní fotografie stylově vydala několika směry a nabízí tak poměrně pestrý přehled o tom jak se tento obor vyvíjel.

DENÍKOVÝ STYL

To, jak je svět módy nasáván i světem umění dokládá příklad dalšího dokumentárně pojatého fashion editoriálu z 80.let na téma High/Low, kterého se pro View magazine zhostila uznávaná umělkyně **Nan Goldin**.
Ta na sebe v té době upoutala pozornost tématem homosexuálů, drog a hlavně AIDS, jehož začínající epidemii v komunitě těchto problémových lidí, se americká vláda snažila zamést pod koberec. Goldin sama do této sociálně okrajové komunity patřila a na svých autobiografických fotografiích se často objevovala společně se svými přáteli, jejichž ne vždy šťastně osudy včetně svého nám svými fotografiemi odhalovala. Přirozeně tedy vyplynulo rozhodnutí použít do editoriálu ženy, jež si vybrala z řad svých přátel. Soubor pojmenovala Masculine/Feminine – podle filmu Jean Luc Godarda, jenž tento snímek natočil už 60.letech. Jeho tvůrčí přístup dovoloval to, aby se lidé před kamerou chovali tak, jak by se opravdu v reálném životě chovali. To byl přesně přístup i Nan Goldin, která své modelky nijak nerežírovala, ale naopak pouze zachytávala jejich přirozené pohyby a vztahy v prostředí lázní, které vycházely z čisté improvizace.

Název, který zvolila měl ale nejspíš i další význam. Podle fotografií bylo jasné, že Goldin vůbec neměla v úmyslu zobrazovat idealizovaný obraz těchto žen, ale naopak poukázat na vztahy mezi nimi. A to v prostředí lázní, jež spíše patřívaly do vyloženě mužského světa.Ve vytahaném značkovém spodním prádle, jež mělo hrát také důležitou roli v tomto editoriálu, se ženy pohybovaly jakoby s vědomím naprosté intimity, jakoby si mohly dovolit být tak nepřitažlivé, protože jsou spolu sami, velmi důvěrně se znají a hlavně nikdo je nepozoruje.



1.



2.

1. Nan Goldin – Simon and Jessica in the shower, View, 1995 / 2. Nan Goldin – Nan and Brian in bed, NYC 1983



1.



2.

Na jedné z fotografií je těhotná žena ve zlaté podprsence a kalhotkách, které jsou téměř zakryté obrovským břichem. Vůbec se nesnaží svůdně pózovat, naopak si pohrává s podprsenkou a kouká se mimo záběr. Tento snímek ukazuje přístup naprosto protikladný k tradičním módním fotografiím pózujících dívek, na nichž byl úzkostlivě eliminován jakýkoliv náznak neesteticky působících záhybů kůže i látky.

Dá se říct, že fotografky jako Nan Goldin a Cindy Sherman, přicházející ze svého čistě vlastního světa umění neměly žádné ambice být módními fotografkami a po této žánrové epizodě dále pokračovaly ve vlastní tvorbě. Stylově se ale významně podílely na předznamenání vývoje módní fotografie a nasměrovaly tak cestu fotografům, kteří hledali nový výrazový prostředek, jež by vystihoval atmosféru doby, ve které se dostávala ke slovu generace mladých ovlivněných hlavně hudebními vzory.

Byla 80.léta a novému progresu modní fotografie nahrávalo velké množství vlivů, jež na sebe vzájemně působily.
Deníkový styl s prvky autobiografie byl velmi oblíben právě v těchto letech, kdy například v Americe a Evropě rostla i popularita psychoterapií. Jako formu sebeterapie skrze fotografování si zvolil například i americký fotograf a filmový režisér **Larry Clark**, jehož životním námětem bylo jeho vlastní pubertální období, které si jakoby znovu prožíval projekcí do dokumentárních fotografií dětí teenagerovského věku, které zaznamenával jako následující generaci mladých, kteří se oddávají sexu, drogám a násilí. Clark se tomuto tématu věnoval celoživotně a natočil i několik úspěšných filmů. Jeho nejznámější film „Kids" vypráví osudy dětí teenagerovského věku, jejichž dospívání se odehrává v komunitě lidí vyznávající jako životní styl skateboarding. V rámci tohoto nikdy nic neřešícího stylu života si užívají nechráněného sexu s lidmi ze stejné komunity a vzájemně si mezi sebou, ale nejen mezi sebou roznášejí virus HIV.

1. Nan Goldin – „Masculine/Feminine", View, 1995 / 2. Nan Goldin – „Masculine/Feminine" View 1995



1.



2.



3.

Téma dospívajících je pro jejich velmi citlivé a zásadní období velmi častou látkou, se kterou pracuje hodně fotografů. Jako kdyby cítili, že puberta je moment, kdy se dájí zachytit poslední záblesky jejich nevinnosti, která se již brzo ztratí a která už zároveň začíná načrtávat první známky dospělosti, v níž je vše čisté a průzračné ztraceno. Nejkrásnějším příkladem autora, který kdy nádherně takové období přerodu z dítěte do dospělého zdokumentoval, je fotografka **Sally Mann**. Ta ale k fotografování svých dětí pojala velmi romantický postoj, který byl ale tak intimní, že dokázal pobouřit část konzervativně vnímajících většinou amerických jedinců. Ti neunesli představu, že fotografie nahých dětí mající většinou až dospěle přímý pohled, můžou být uměním stejně tak, jako objektem sexuálního zájmu určitého procenta lidí.

1. Larry Clark – ze souboru „Teenage Lust", 1979 / 2. Corinne Day – ze souboru „Fifteen", The Face, 1990 / 3. Sally Mann, Emmet, Jessie and Virginia, 1989

Ale jsme v době, kdy se s kontroverzností počítá a na scéně je další fotografka. Jmenuje se **Corrine Day**. Ta velmi brzo vycítila potenciál takového autobiograficky vyprávějícího stylu a pro zachování dojmu intimity se zdržela veškerého svícení a nucení modelek do pózování, díky čemuž její fotografie působí velmi autenticky. Takto deníkové pojetí přenesla do módní fotografie, kterou ze začátku publikovala v nezávislých magazínech typu The Face. Později si jí však všiml i britský Vogue a Day vytvořila svůj první komerční editoriál. Vogue jí zadal vytvořit sérii, na kterých se měla znovu objevit modelka, kterou Day fotografovala velmi často a se kterou jí díky častému fotografování pojil tak blízký vztah, že dovolil vytvoření velmi nenucených fotografií. Na zmíněných fotografiích se tedy znovu objevila Kate Moss - vycházející hvězda mezi modelkami, kterou Day fotografovala už jako patnáctiletou a soubor fotografií pojmenovaných jednoduše „Fifteen" předtím vyšel i v magazínu The Face. Tyto fotografie také odstartovaly kariéru mladinké Kate, která byla tehdy zosobněním stylu zvaný „heroin chic". Tolik kritizovaného pro zobrazování příliš mladých lidí, vypadajících navíc jako drogově závislých.

VLIV PUNKU

S tímo hudebním stylem byl počátkem 80.let zájem přesunut do Británie, kde se utvářel revoluční hudební styl punkrock, jenž byl odezvou na květinovu mládež a její módu dlouhých vlasů a zvonových kalhot, kteří dospěli do věku rodičů, proti kterým samozřejmě jejich děti museli svádět generační boj. Tento boj se odrazil v celém životním vyznání těchto „dětí", vyjadřované stylem oblékání, hudebním vkusem a vůbec pózou, kterou odkoukali od svých idolů. Ty tenkrát ztělesňovala především kultovní hudební skupina Sex Pistols. A pozadí této kapely bylo neuvěřitelně provázáno s tím, jak generace punkerů vyjadřovala svůj postoj skrze oblečení.

První obchod s punkovou módou později pojmenovaný „Seditionaries" (Buřiči) si v Londýně otevřela návrhářka Viviene Westwood jež ho vlastnila společně s Malcomem McLarenem, který byl tehdy manažerem Sex Pistols. Byl to naprosto geniálně promyšlený marketingový tah, jelikož v jejich podniku se tenkrát scházela celá punková scéna. Ta zahrnovala celou tehdejší umělecku avantgardu, která ovlivňovala nejenom hudebně celou punkovou komunitu. Viviene Westwood ale kromě toho, že měla silného obchodního ducha, tak byla především nadčasovu návrhářkou, které navíc rozhodně nechyběla odvaha. Neměla v plánu sdílet konzervativní názor na to, co by se mělo nosit, ale spíše na to co by se nosit nemělo. To také začínal být trend, v jakém Westwood vycítila svou příležitost. V jejím obchodě jste mohli najít věci jako roztrhaná trička s provokativními nápisy, sešpendlené kalhoty, kožené křiváky a různé erotické pomůcky ve stylu sado-maso. Komerční magazíny si ale vytvořili svojí verzi pohledu na punk a vzali si z něj jen určité propriety související s drzostí, sexem a fetišismem. Ústředním motivem byla žena, zotročující si muže nebo dobrovolně hrající hry, jejíž pravidla si určuje sama. To vše ale v luxusním podání pro nově se objevující skupinu vyšší střední třídy zvané yuppies.

V takovému duchu se v magazínech uplatnili například němečtí fotografové jako **Helmut Newton** a **Ellen von Unwerth**. Pověst chladné a zdrženlivé německé povahy vzala za své, když obsahem jejich fotografií byly ty nejdráždivější sexuální fantazie. Na rozdíl od Unwerth zaměřené více na jednoznačnost sexuálních obrazů, působily Newtonovy fotografie více ponořené do hloubky jeho sexuálních snů. Žena na nich se sice stávala objektem sexuálních představ, což jí ale nedávalo charakter sexuální oběti. Naopak sama se stávala režisérkou těchto hrátek. Pro Newtona asi typický rukopis. Portrétované ženy se na jeho fotografiích projevovaly jako velmi sebevědomé a dominantní, navíc velmi luxusní, z čehož vznikal pocit, že jsou nejspíš i velmi soběstačné a sex provozují jen pro svou vlastní potřebu.

Unwerth zase používala modelky s trochu jinou charakteristikou. Ty většinou hrály laškovné a nevinné hry a rozhodně nepůsobily tak rafinovaně jako Newtonovy modelky. Zajímavým příkladem, že sama Unwerth tuto jejich polohu brala s humorem dokládá i série vytvořená v 90.letech se známou neměckou supermodelkou Claudií Shiffer. Ta je na fotografiích vyobrazená jako panenka Barbie a celý duch této story je velmi ironický. Unwerth se nejspíš podařilo reflektovat období, kdy se tato nevinná panenka dostávala pod palbu kritiky, že už nadále nemůže diktovat ideál krásy.



1.


2.


3.


4.


5.


6.

1.plakát skupiny Sex Pistols, 70.léta / 2. první modely Vivienne Westwood, 70.léta / 3. Helmut Newton / 4. Helmut Newton, 1980 / 5. Ellen von Unwerth, Nudes at the Royalton, New York, 1992 / 6. Ellen von Unwerth, Revenge, 2003

NEZÁVISLÉ MAGAZÍNY

V oficiálních módních magazínech typu Vogue a Harpers Bazaar stálel sílit tlak a převažující názor inzerentů, kteří se snažili oslovit co nejširší masu lidí a to v době, kdy móda byla masovu záležitostí a obchodní řetězce s módou se stávali nadnárodními giganty.

Čím dál tím více cílenou skupinou se stávali mladí lidé, kteří se chtěli oblékat originálně. To nahrávalo vzestupu už zmiňovaných nových módních návrhářů kteří se nebáli být progresivní.
Umění a móda mezi sebou také začala stále více smazávat hranice, což už v roce 1982 dokázalo uvedení speciálního čísla uměleckého magazínu Artforum, které na obálce uvedlo fotografii modelu avantgardního japonského návrháře Issey Miyake. Pointou obrázku totiž nebyla fotografie samotná, ale nápadná móda. Od té doby se móda začala na stránkách Artfora objevovat čím dál častěji.

V Londyne 1980 založil Tery Jones - art director Vogue respektovaný časopis i-D a to za účelem oslovit subkulurně orientované mladé lidi. Ve stejné době byl založen i The Face a oba časopisy se staly takovým vizuálním deníkem nové generace. Fotograf a editor i-D Nick Knight a art-director Phil Bicker z The Face se projevili jako výrazné osobnosti prosazující a povzbuzující fotografy jako David Sims, Glen Luchford, Graig McDean, Juergen Teller,Corinne Day a další,kteří se později prosadili i šířeji mimo rámec nekomerce. Časopisy ale nebyly zaměřené pouze na módu, stejný podíl prostoru se věnoval hudbě, designu a vůbec umění, jež oslovovalo jen určitou skupinu lidí.

GRUNGE A ANTIESTETIKA

Módní fotografie se začala nejvíce přeměňovat začátkem 90. let, v době kdy se v módě prosadil už jednou zmiňovaný „heroin chic".
Jako reakce na popovou společnost jež ráda okatě demonstrovala sílu peněz se začal přetransformovávat punk ve styl grunge. Ten nejvíce ovlivnil tvář módní fotografie v celé své historii, protože poprvé široce zpochybnil to, co se dosud považovalo za krásné. Takové vnímání se pak na pár let proměnilo v kult antikrásy a unisexově vyhlížející modelky a modely.. Vliv to byl tak silný, že se projevil i na některých fotografiích jinak novoromanticky založeného **Nicka Knighta**, jež si sice vždy uchovával naprosto sobě vlastní, nikým neovlivněný styl, ale tehdejší vyznávání antikrásy inspirovalo například jeho pojetí módy pro návrhře Alexandra McQeena. Pro tuto sérii byla jako modelka vybrána známá paralympijská atletka Aimee Mullins. Žena krásná a úspěšná, jíž ale chyběly obě nohy. Z focení pro tohoto návrháře vznikla také obálka pro časopis Dazed&Confused. Časopis Independent v roce 2007 publikoval anketu, v níž zpovídal největší světové fotografy s dotazem jaká a proč je jejich nejoblíbenější obálka magazínu, kterou kdy vyfotili. Knihgt sám v této anketě vybírá zmiňovanou obálku s Mullins a připojuje k ní komentář, že tato obálka prý pro něj představuje významný okamžik, kdy se rozšiřují měřítka toho, co je ještě akceptovatelné jako krása.



1.


2.

1. obálka časopisu Dazed & Confused, autor Nick Knight, 1998 / 2. Nick Knight, 1998

Měřítka krásy se opravdu měnila s celou grunge scénou jež se původně zrodila v americkém Seattlu.. Populární skupina Nirvana, známá svými heroinovými dýchánky a záměrně jakoby ušmudlaným a neupraveným stylem oblékání začala určovat i to, co se příští kolekci objeví na světových předváděcích molech. Filmy jako Trainspotting se stali kultovními snímky, které zobrazují své hrdiny jako závislé na heroinu.
V 90.letech umírá na předávkování mladý módní fotograf Davide Sorrenti, jenž se sám podílel na prosazení kultu zvaného „heroin chic" Veřejnost rozpoutává kampaně proti tomuto škodlivému a životu nebezpečnému stylu, do kterých se zapojuje i sám americký prezident Clinton To vše provázelo trend, který se odrážel v kultuře mladých a kterým se jakožto cílové skupině chtěli zavděčit i obchodní řetězce. Jenže postoje k oblékání se začali postupně měnit a módní diktát komerčních značek už přestával mít takový vliv. Mezi mladými se začala nosit individualita a názor. Jenomže i s tím si manažeři světových značek dokázali poradit a prosákli i tam, kde by je nikdo nečekal.

Předzvěst toho, že 80 a 90.léta jsou zlomová pro vývoj žánru módní fotografie dávali už první kampaně italské značky Benetton. Ta si byla vědoma toho, že k získání zájmu už nestačí jen vyrábět skvělé oblečení, ale i vyjadřovat určitý názor reagující na horká společenská a politická témata. V roce 1986 Benetton zahajuje spolupráci s art-directorem a fotografem Olivierem Toscanim. Vznikají nezapomenutelné kampaně otevírající témata jako rasismus, aids, ekologie, chudoba zemí 3.světa apod. Kontroverzní se stal fakt, ze oděvní firma spojuje své logo se sporným problémem,a to šokovalo snad ještě více než samotná kontroverzita témat.

Další příklad, který dokládá to, že v reklamě na oblečení nemusí být oblečení, je editoriál fotografa **Mikaela Janssona**, který vyšel v roce 1998 v časopise Dutch. Editorial se jmenuje Homosapiens a uvádí 40 černobílých fotografií nahých modelů, které jsou jen doplněné jmény návrhařů. Fotografie působí velice přirozeně, ne však eroticky, ačkoliv jsou na nich nazí lidé. Ti většinou „pózují"s naprostou přirozeností v exteriérech venkovských krajin jak se drží za ruce nebo leží v trávě. Výsledkem je, že ve finále takový obraz obsahuje mnohem víc síly, než oblečení samotné. Vliv umělecké fotografie se v takovém podání projevil velmi silně



1.



2.

1. reklamní kapaň Benetton, 1992 / 2. Mikael Jansson, Homosapiens, Dutch magazine, 1998

INSCENOVANÁ MOMENTKA

V té době je vybírán nepříliš známý fotograf hudebních kapel **Juergen Teller**, aby pro časopis Details zdokumentoval celou koncertní šňůru začínající a velice kontroverzní skupiny Nirvana, jež se velice brzy proslavila nejen hudebně, ale také svým kladným přístupem k drogám. Nirvana i Teller na sebe svou originální tvorbou brzy strhávají pozornost a stávají se představiteli nového stylu, který se začíná hromadně napodobovat.



1.

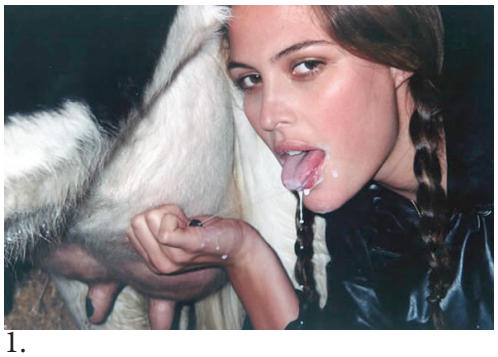

2.


3.

Teller zároveň jako jeden z prvních fotografuje tehdejší vycházející hvězdu mezi modelkami a múzu všech fotografů Kate Moss. Všichni jakoby intuitivně vycítily novou vlnu, která je spojuje dohromady. Teller si vytváří svůj charakteristický styl tím, že namísto špičkových přístrojů, které používají zavedení módní fotografové bere do ruky obyčejný kompaktní fotoaparát se zabudovaným bleskem. Scénou se příliš nezabývá, soustředí se vyloženě na svůj objekt, kterému nedává čas na to, aby se stačil příliš kontrolovat. Spoušť mačká ve chvíli, kdy se to nejméně čeká. Ve finále vybírá takové fotografie, které zachycují ty nejméně hlídané momenty fotografovaných, takzvané snapshoty, vyjadřující neformální, téměř až rodinnou atmosféru.
Teller je také znám svým věčným přebíháním mezi komerčním a uměleckým světem. Vybudoval si ovšem takovou pozici, že nemusí v případě zakázek měnit styl ani techniku. Jeho fotografie jsou také plné humoru a sexuálních nebo jen sexuálně naznačujících motivů, jejichž „náhodnost" zachycení rozhodně není náhodná.

1.Jurgen Teller, 1996 / 2. Juergen Teller, The Clients, W magazine, 1999 / 3. Juergen Teller, Viviene Westwood kampaň, 2007

Stejně tak jako v případě tvorby Tellerova amerického protějšku, **Terryho Richardsona**.Jeho fotografie pro módní magazíny si získávají respekt i uměleckých galerií. Je to dokonalý příklad toho, jak se tyto dva dříve příliš nespolupracující světy vzájemně prolínají.



1.



2.



3.



4.

K šíření snapshotu rozhodně přispělo zakládání dalšího množství už jednou zmiňovaných nezávislých magazínů jako Dutch, Purple, W magazine, Big, Tank, Punk a dalších, orientujících se především na okrajovou hudbu, módu, fotografii a umění. V jejich redakcích seděli lidé, kteří většinou pocházeli z uměleckých škol, a vydávali jen to, co promlouvalo k jejich vlastní generaci.Takovou svobodu samozřejmě podporovalo i to, že většina přispěvovatelů byli zároveň samofinancovateli, pracovali bez nároku na honorář a časopis byl natolik soběstačný, že nemusel být závislý na tlaku inzerentů.

Tento styl spontánních fotografií bych viděla jako další pokračování stylu načatý už Nan Goldin, která deníkovým stylem vlastně vyprávěla intimnosti ze svého soukromí bez jakýchkoliv estetických požadavků na obrazovou stránku fotografie. Fotografové pracující snapshotovým stylem si vytvořili svou vizuální formu, která byla vzdálená estetice etablovaných komerčních fotografů. Zároveň tito nezávislí fotografové tvoří jakoby rozpolceně. Jednou nohou stojí na poli komerčním, kdy se věnují reklamním zakázkám, které ale dostávají šanci realizovat s takovými osobními invencemi, že vlastně druhou nohou balancují i na poli uměleckém.

1. Terry Richardson / Terry Richardson / Terry Richardson / Terry Richardson, Vogue, 1999

Hranice mezi běžnými amatérskými a profesionálními komerčními fotografy se začíná úmyslně smazávat. Fotografové napodobují snapshot, vědomě se vyhýbají studiu a tvoří velmi nenucené jakoby autobiografické fotografie svých přátel nebo rodiny. Taková spontaneita vytváření fotografií se vlastně obrací zpět k fotografům jako byli Martin Munkacsi nebo William Klein.Juergen Teller, Corine Day, Elaine Constantine, Mario Sorenti a Terry Richardson, kteří fotografovali své přátele ve „skutečných" situacích. Všichni takoví fotografové vlastně využívají naší víru v autenticitu snapshotů.

Teller například pro kampaň návrháře Marca Jacobse fotografoval svoji kamarádku a režisérku Sofii Copolu. Část fotografií pořídil úplně náhodou, jsou tedy opravdovými momentkami a část pořídil podle předem připraveného scénáře. Pro kampaň nakonec vytvořil mix těchto náhodných a režírovaných fotografií, které použil jako celek. Pro jiný magazín, konkrétně W magazine zase fotografoval skutečné klientky pařížských haute-cotoure domů. Vyfotografoval je opět v rekordně krátkém čase, aby jim nedal nejmenší šanci se příliš upravit. Výsledkem byly velmi přímé, ne však pro ženy příliš lichotivé snímky, které by jiní fotografové, ne však Teller okamžitě retušovali.

Zajímavým příkladem, kdy se Tellerovi podařilo snapshot obrátit do přiznaně inscenované polohy je kniha pojmenovaná „Ohne Titel". Ke spolupráci si přizval Cindy Sherman, která se vlastně svým přístupem úplně liší od Tellera. Snímky vznikly jako projekt pod hlavičkou módního návrháře Marca Jacobse. Každá fotografie představuje zvlášť buď Tellera nebo Sherman anebo oba dva jako dvojici. Pokaždé však jinak oblečené a hlavně představující jinou osobu, za kterou se převlékají.
Teller poslední dobou, jako kdyby si uvědomoval nevěrohodnost stylu, který měl vždy působit věrohodně. Začíná si dělat legraci sám ze sebe a svou tvorbu začíná mnohem více a důrazně rozdělovat na komerční a volnou. Respektive na hranou a nehranou.

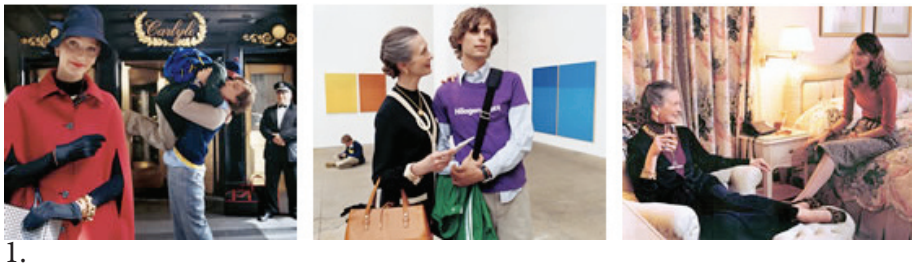


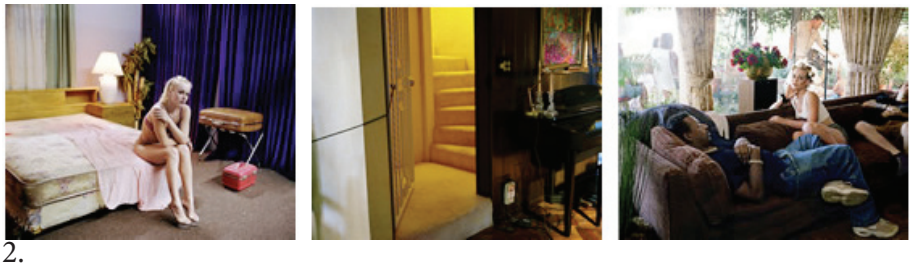
1.

1.Juergen Teller a Cindy Sherman, Ohne Title, 2008

To jak snapshot začal pronikat i do komerčního odvětví se velmi brzo projevilo například i na fotografiích Stevena Meisela. Ten v roce 1995 vyfotografoval kampaň na jeansy Calvin Klein, která vyvolala bouřlivé reakce. Fotografie museli být staženy z distribuce kvůli obvinění, že schvalují dětskou pornografii, protože ukazují příliš odhalené pubertálně vypadající mladé lidi.

Fotografie využívající intimitu rodinných snapshotů hrál roli i v tvorbě známých uměleckých fotografů jako **Tina Barney** nebo **Larry Sultan**. Ti po mnoho let fotografují svou rodinu a to většinu v naprosto běžných situacích nebo při vykonávání běžných domácích rituálů.
Tina Barney je fotografka, která vyrůstala v dobře situované rodině. Larry Sultan je typický představitel střední třídy, vyrůstající na předměstí Los Angeles. Během doby, co pracoval na „The Valley" - sérii o pornografickém průmyslu, jehož produkce se soustředí v prostředí poklidného amerického předměstí, kde Sultan vyrůstal, tak byl v roce 2003 osloven společností Kate Spade k nafotografování módní kampaně, jež měla název Vissiting Tennessee.


1.


2.

Kreativní tým z Kate Spade vytvořil fiktivní příběh s pečlivým roztříděním postav pro každého člena rodiny, jehož scénář pak nechali rozehrát před Sultanovo kamerou. Série pojednávala o rodině dobře postavených a mejetných lidech , kteří jedou navštívit svou dceru Tennessee a společně vytvářejí ideální obraz fungující rodinyl. Kampan byla vlastně reminiscencí na Sultanovo dřívější projekt nazvaný Pictures from Home, akorát ve všech detailech inscenovaná a až parodující dobu optimistických 50.let, ve kterých Sultan vyrůstal.

1. Larry Sultan - reklamní kampan Kate Spade, 2003 / 2. Larry Sultan – z Knihy The Valley

Již v roce 1997 byl osloven italským Vogue fotograf Steven Meisel k nafotografování módní story o šťastné a idilické rodině z 50.let, která žila „The Good Life" – název story.
Oproti Sultanovo fotografickému příběhu byl ale tento editorial plný štiplavé ironie a vyvolával pocit, že pod maskou usměvavých a bezproblémově fungujících členů rodiny vře sopka nespokojenosti s navenek zastíranými problémy.


1.


2.

Tina Barney ačkoliv svými fotografiemi vyvolává důvěru diváka v autenticitu záběrů, vlastně svou volnou tvorbu také aranžuje a používá profesionální techniku k vytvoření fotografií, jež se tváří jako snapshoty. V roce 1999 je oslovena W magazínem k vytvoření série, v níž komponuje rodinné momentky. Editoriál se jmenuje New York Stories a je obsazen některými známými americkými herci., nebo význačnými residenty města New York. Každý záběr, gesto nebo rekvizita je pečlivě aranžovaná, ale stejně tak může být pouze zachycenou momentkou.


3.


4.

1. Steven Meisel – The Good Life, Vogue, 1997 / 2. Tina Barney / 3. Tina Barney – „New York Stories", W magazine, 1999

FILMOVÁ ESTETIKA

S vlivem grunge scény, se ve stejné době módní fotografie vyvíjela ještě dalším směrem. Byl to vliv kinematografie. Oproti snapshotové fotografii používala úplně jiný vizuální jazyk. Ze světa filmu si vypůjčila všechny technické postupy, jako stavění scén, najímání osvětlovačů, rekvizitářů kostymérů nebo hereckého komparsu. Fotografové se vlastně stali spíše režiséry. Oproti snapshotu se tento přístup lišil hlavně obrazově, ale spojovala je jedna společná linka a to ta, že oba dva postupy byly inspirované touhou vyprávět nějaký příběh. První fotografie přivlastňující si estetiku filmů, byla Cindy Sherman se svými Film Stills, kde sama sebe převlékala do filmových postav. Jenže Sherman takové fotografie vytvářela většinou sama, bez zapojování nákladných produkcí.

Zcela opačný přístup pro fotografie s filmovou atmosférou volí například fotograf **Gregory Crewdson**. Ten si najímá celý filmový štáb, jež mu umožňuje realizovat jeho nápady. Ze začátku, ale veškeré dekorace stavěl sám, ačkoliv jeho vize zprvu nebyly tak megalomanské, jako jeho pozdější projekty. V jedné z jeho prvních sérií zvané „Natural Wonders", je znát silný vliv filmu Modrý samet, který natočil jeho oblíbenec David Lynch. Divák se pomalu jakoby dostává pod povrch toho, co se tváří spořádaně a klidně a najednou objevuje i temné podsvětí takového idilického světa odehrávající se v případě jeho fotografií převážně na americkém předměstí. To přesně popisují i jeho momenty z dětství. Crewdson se zmiňuje, že jakožto dítě v jejich domě tajně poslouchal to, co se odehrává v ordinaci jeho otce psychoanalytika, který svá sezení provozoval ve sklepě, těsně pod jeho dětským pokojíkem. Ten si často přikládal ucho k podlaze, pod níž právě probíhala terapie. Takový jeho zážitek, krásně ilustruje jedna fotografie ze série „Twilights", která umožňuje vidět průřez domem, ve kterém vidíme malého chlapce, jak skrze výlevku ve sprše protáhne svou ruku, která se dotýká tmavého a spletitého špinavého podzemí, nejspíš zobrazující temnou a utajovanou stránku světa dospělých, který si takhle v dětství vizualizoval malý Crewdson.



1.



2.

1. Gregory Crewdson – ze série „Twilight" 1998 – 2002 / 2. Gregory Crewdson – ze série „Twilight" 1998 - 2002

Jeho fotografie se většinou odehrávají v noci a připomínají tak sny, kterým úplně nerozumíme, ale z nichž nám často zůstává silný, občas nepříjemný pocit.
To je přesně i vlastnost filmů, které nám, ačkoli ani nemusíme rozumět ději, kolikrát způsobují neuvěřitelný pocitový zážitek.

Další umělec, který fotografoval stylem na pomezí dokumentu a důkladně promyšlených záběrů s využitím techniky vlastní většinou módním fotografům nebo filmařům byl fotograf **Philip Lorca di-Corcia**. V 90.letech vytvořil kromě jiných i dvě série Streetwork a Two Hours, v nichž používá bleskových světel rozestavěných na ulicích. Fotografuje tak anonymní účastníky běžných situací, které bez jakéhokoliv režizérského zásahu volně nechává odehrávat před jeho objektivem.
V roce 2000 byl di-Corcia najat magazínem W , pro který vytvořil soubor módních fotografiích pojmenovaných názvem „Cuba Libre". Scény se odehrávají v politicky stísněném prostředí havanských ulic, podniků, kanceláří nebo bytů. Soubor obsahuje mix dokumentárních záběrů a záběrů pořízených s profesionální modelkou evropského vzhledu,jejíž původ a důvod, proč se účastní nepochopitelných a někdy bizarních situací nám zůstává utajen. Na jedné z fotografií, kde vidíme pohled do nočního podniku a v něm osamělou modelku opírající se o barový pult odkazuje k americkému malíři Edwardu Hopperovi, který zachytával atmosféru izolovanosti a osamění v městském prostředí. Di-Corcia na těchto fotografiích nepoužíval už tak důmyslné práce se světly nebo blesky, naopak využíval osvětlení kombinované s přirozeným světlem.
Inscenované záběry se tak vizuálně slévají s dokumentárními a otázka kde jsou hranice fikce a skutečnosti nás tak ještě více znervózňuje.



1.


2.

1. Philip Lorca di-Corcia / 2. Philip lorca di-Corcia – „Cuba Libre", W magazine, 2000



1.



2.

Takový styl se velmi brzo začal ujímat i v mainstreamových módních magazínech a první fotograf, který přenesl filmovou estetiku do komerčního módního magazínu byl **Peter Lindbergh**. Ten v roce 2000 vytvořil pro italský Vogue sérii se známou herečkou Millou Jojovich. Fotografie vypadají jako záběry z nákladného holywoodského filmu. V příběhu této série vidíme jak Jojovich a s ní i početný kompars herců z hrůzou sledují „něco" zahalené v oslepujícím světle co dopadá do ulic New Yorku. Lindberg v této sérii dokazuje jasnou inspiraci filmem a fotografy, kteří postupy filmového průmyslu přenesli do fotografického umění.



3.



4.

1. Edward Hopper, „ Nighthawks" / 2. Philip lorca di-Corcia – „Cuba Libre", W magazine, 2000 / Peter Lindberg, Vogue Italia, 2000

ZÁVĚR

Ve své bakalářské práci jsem se snažila dopátrat toho, jak moc svět umění ovlivňoval svět módy. Jak módní průmysl vždy se zájmem vyčkával toho, co mohlo přinést něco nového. A nové pohledy nebo přístupy mohli většinou přinést jen umělci, citlivě vnímající všechny změny ve společnosti, jež se odrážely i v jejich tvorbě. Jak moc upřímý přístup to v případě komerční tvorby byl ze strany těchto osobností, můžeme jenom hádat. Jisté ale je, že se tak prostřednictvím něčeho tak spotřebního jako je móda podařilo umění přiblížit lidem, kteří ho jinak nevyhledávají. Ve své práci jsem se také pokusila zdůraznit fakt, že v žánru módní fotografie vždy figurovalo několik osobností, kteří se přímo umělecké činnosti nevěnovali, ale měli takový vliv a odvážné idee, že pomáhali posouvat tento obor dále.

POUŽITÁ LITERATURA

Fashioning fiction in photography since 1990, Kismaric and Respini, The Museum of Modern Art in New York, 2004
Mario de Beaupré, Archeology of elegance: 1980 – 2000, 20 jahre modefotografie, Schirmer/Mosel, 2002
Gregory Crewdson 1985 – 2005, Hatje Cantz
Posedlí módou, Jana Máchalová, Moraviapress, 2002
Photography A Cultural History, Mary Warner Marien, Laurence King, 2002
Móda a umění – Labyrint revue, číslo 13-14, Labyrint, 2003
Art Now, Uta Grosenick & Burkhard Riemschneider, Taschen, 2005
Umění 20.století, Ruhrberg, Schneckenburger, Frickeová, Honnef, Taschen, 2004
Fashion Now, Terry Jones, Avril Mair, Taschen, 2005

INTERNET

Noriko Fuku, rozhovor se Cindy Sherman, název: A woman of parts – artist Cindy Cherman
http://findarticles.com/p/articles/mi_m1248/is_n6_v85/ai_19488678/pg_1?tag=art-Body;col1

Brian Wallis, článek o Larry Clarkovi, název: Larry Clark
http://museum.icp.org/museum/exhibitions/larry_clark/

Oficiální webové stránky Corinne Day
http://www.corinneday.co.uk/

Bob Bishop – rozhovor s Williamem Kleinem
http://www.parisvoice.com/index.php?option=com_content&task=view&id=397&Itemid=56

oficialní webové stránky magazínu Vogue http://www.vogue.co.uk/magazine/issue.aspx/Anniversary/

Cory Reynolds – rozhovor s Juergenem Tellerem, název: Juergen Teller, 2000
http://www.indexmagazine.com/interviews/juergen_teller.shtml

REJSTŘÍK NÁZVŮ A JMEN