



Italská módní fotografie od 50. let do současnosti

Bakalářská práce

VESNA KRANJEC

Italská módní fotografie od 50. let do současnosti

Bakalářská teoretická práce

VESNA KRANJEC

Slezská univerzita v Opavě

Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě

Institut tvůrčí fotografie

Opava 2011



Italská módní fotografie od 50. let do současnosti

Italian Fashion Photography since '50s to the present

Bakalářská teoretická práce

VESNA KRANJEC

Obor: Tvůrčí fotografie

Vedoucí práce: Doc. MgA. Pavel Mára

Oponent: MgA. Dita Pepe

Slezská univerzita v Opavě

Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě

Institut tvůrčí fotografie

Opava 2011



Abstrakt

Tento text podává základní přehled hlavních trendů a nejvýraznějších individualit italské módní fotografie od padesátých let do současnosti. Jde o krátký souhrn vývoje italské módní fotografie skrze rysy doby, hlavní charakteristiky italské fotografie a jejich nejvýznamnější představitele.

Klíčová slova:

Móda, fotografie, Itálie, historie.

Abstract

This bachelor thesis gives a short introduction to the main streams of Italian fashion photography since fifties to the present. The purpose of this text is to cover the main features of the period involved, with the main characteristics of Italian fashion photography and its most important representatives.

Keywords:

Fashion, photography, Italian, history.

Slezská univerzita v Opavě
Filozoficko-přírodovědecká fakulta v Opavě
Akademický rok: 2010/2011

Studijní program: Filmové, televizní a fotografické umění a nová média
Forma: Kombinovaná
Obor-komb.: Tvůrčí fotografie (TF)

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
KRANJEC Vesna	Strada per Longera 314, 34 149 Trieste	F505148

TÉMA ČESKY:

Italská módní fotografie od 50. let do současnosti

NÁZEV ANGLICKY:

Italian Fashion Photography since '50s to the present

VEDOUcí PRÁCE:

Doc. MgA. Pavel MÁRA - ITF

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Hlavní směry, osobnosti, historický kontext.

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

Podpis studenta:

Datum:

Podpis vedoucího práce:

Datum:

Podpis vedoucího katedry:

Datum:

Děkuji

Odb. as. MgA. Pavlu Márovi za nesčetné cenné rady a za usměrňování této práce tak, aby „zasáhla“ svůj cíl.

Za trpělivost, kterou se mnou měli, děkují své rodině Martinovi a Ivovi a kamarádce Katce. Podporovali mě od samého začátku, bez nich bych se dostala až sem jen velmi obtížně.

Prohlašuji,

že jsem práci vykonala samostatně a použila pouze citované zdroje.

Souhlasím,

aby tato práce byla zveřejněna zařazením do Ústřední knihovny FPF SU v Opavě a knihovny Uměleckoprůmyslového muzea v Praze a na internetové stránky Institutu tvůrčí fotografie FPF SU v Opavě.

V Praze, dne 23. 12. 2010

Obsah

ÚVOD	8
1/ PADESÁTÁ LÉTA	9
1.1 Kolébka italské módní fotografie.....	9
1.2 První nesmělé začátky	9
1.3 Intimní pohled na svět Uga Mulase	15
2/ ŠEDESÁTÁ LÉTA	18
2.1 Revoluční a evoluční léta.....	18
2.2 Model nové ženy.....	18
2.3 Franco Rubartelli a Veruschka.....	21
2.4 Itálie jako leitmotiv a portrét jako módní snímek	23
3/ SEDMDESÁTÁ LÉTA	26
3.1 Italský styl na vrcholu.....	26
3.2 Začínající Oliviero Toscani.....	28
3.3 Gian Paolo Barbieri	30
4/ OSMDESÁTÁ LÉTA	32
4.1 Fotograf jako tlumočnick doby.....	32
4.2 Černobílé nálady Alda Fallaie	34
4.3 „Made in Sicilia“ à la Ferdinando Scianna	36
4.4 Reklama a mistr komunikace – Toscani	38
4.5 Italská módní fotografie se globalizuje.....	41
5/ DEVADESÁTÁ LÉTA	43
5.1 Uzavřená společnost	43
5.2 Sny, andělé a démoni Paola Roversiho	45
5.3 Heroin chic a Mario Sorrenti	48
6/ SOUČASNOST	52
6.1 Všechno je jinak.....	52
ZÁVĚR	54
SEZNAM LITERATURY A POUŽITÝCH ZDROJŮ	55
JMENNÝ REJSTŘÍK	57

ÚVOD

„Značkové oblečení je burkou italských žen“¹

Oliviero Toscani.

Itálie, země Michelangela, módy, renesance, Buffona a vína. Země, kde vzhled – „l'apparire“ – je důležitější, než samé bytí. Země, kde sluneční brýle se nosí i za deštivého počasí. A také země, kde konzumní kultura nepochybně dosáhla svého vrcholu. Pro někoho, kdo Itálií pozná pouze jako turista, to pravděpodobně nebude na první pohled patrné, ale pro člověka jako já, jenž se v Itálii narodil, jde o součást každodenního života. Není proto divu, že italské módní návrhářství patří mezi světovou špičku.

V takovéto výjimečné atmosféře by se dalo očekávat, že vše, co souvisí s módním průmyslem, bude mít stejnou úroveň. V jednom případě tomu tak ale není. Od svého samotného počátku, kdy se v padesátých letech dal italský módní průmysl do pohybu a rozšířil se i za hranice Itálie, se současně začala vyvíjet i módní fotografie. Cesta k uznání módní fotografie (resp. fotografie jako umění vůbec) však v Itálii nebyla zdaleka lehká. Módní fotografie si tam proto nikdy nevybudovala takovou tradici, jíž se mohou pyšnit jiné země.

Ve své práci se snažím zachytit hlavní rysy a protagonisty italské módní fotografie za posledních 50 let, tedy od svého vzniku v roce 1951. Mým cílem je prezentovat dílo těch fotografů, kteří se dokázali svou tvorbou prosadit jak doma, tak ve světě, a tím přispěli k proslavení italské módní fotografie.

¹ ZINCONI, V. Interview s Oliviero Toscani, *Sette*, Corriere Della Sera, Červenec 2010. Dostupné z: <http://www.vittoriozincone.it/interviste/oliviero-toscani-sette-luglio-2010/>.

1/ Padesátá léta

1.1 Kolébka italské módní fotografie

Italská konfekce byla vždy věhlasná pro svoji kvalitu a samotní Italové jsou synonymem péče o dokonalý vzhled. V jednom z italských módních časopisů „*Bellezza*“, jež se později stal jedním z předních módních časopisů, se můžeme dočíst: „*ač se italská ‚haute couture‘ narodila chudá, narodila se dobře*“.² Není proto divu, že se brzy italský módní průmysl stal největším konkurentem tomu francouzskému.

Za počátek italského módního průmyslu můžeme považovat rok 1951, kdy si jeden mladý nákupčí textilu, pracující pro americké obchodní domy, **Giovanni Battista Giorgini** (Forte dei Marmi 1898 – Florencie 1971), tvrdohlavě prosadil první módní přehlídku italské konfekce, kterou uspořádal ve svém vlastním domě ve Florencii. Načasování bylo perfektní. Giorgini velmi dobře věděl, že se italský textilní průmysl může pochlubit kvalitní konfekcí za konkurence schopné ceny a že je jen otázkou času, než si toho americký trh všimne a přesune svůj zájem do Itálie. Přes veškeré snahy tomu zabránit (nedůvěřivost ze strany amerických a také italských investorů) se 12. února 1951 před zraky novinářů představilo 13 předních italských módních ateliérů, mezi nimi například ateliér Emilia Pucciho, Sorelle Fontana, Carosy. O rok později už se přehlídka konala na pódiu slavného Paláce Pitti (Sala Bianca di Palazzo Pitti a Firenze). Od tohoto okamžiku se dveře světové módy otevřely i pro tu italskou a její pověst rostla rok od roku.

1.2 První nesmělé začátky

Do padesátých let můžeme klást i počátky italské módní fotografie, jež se původně inspiruje tradicí portrétní fotografie. Hlavním důvodem, proč italská módní fotografie ve svých počátcích čerpala z portrétní školy, byla v té době nedostupnost časopisů zaměřených čistě na módu. Výjimku tvořily dva časopisy: *Bellezza* a *Grazia*, jež se částečně zabývaly i módou. Tento trend se změní až s nástupem nového časopisu

² Časopis *Bellezza*, č. 4, duben 1960 – citován v článku Sofie Gnoli, *Roma: Tra star e aristocrazia*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLLO, A. *Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi*. Milano: Charta, 2005, 40 s.

Novità, jenž se začal vydávat koncem 50. let, přesto však valná většina průkopnických módních fotografií vychází z italské portrétní tradice.

Mezi ně patří nepochybně **Arturo Ghergo** (Montefano 1901 – Řím 1958), který byl jedním z nejslavnějších římských portrétistů. Mezi jeho klientelu patřily hvězdy jako Sofia Loren, Ingrid Bergman, Gina Lollobrigida. Ve svých portrétech Ghergo silně idealizuje, ale zároveň klade důraz na detail jak v zachycení obličeje, tak i v gestech a oblečení. Právě díky tomu se mu podařilo zdokumentovat dobovou italskou módu. Slavné jsou jeho portréty první miss Itálie Rossany Martini nebo herečky Marielly Lotti.³



Arturo Ghergo / herečka Mariella Lotti / ok. 1950 /
© Archivio Ghergo



Arturo Ghergo / Rossana Martini / první Miss Italia
/ ok. 1950 / © Archivio Ghergo

Jedním z typických rysů počátků italské módní fotografie je její využití krás místních památek, které se velmi dobře doplňují s krásou navržených rób. Fotografové vyráží do známých italských měst. Řím, Benátky a Florencie jim tvoří ideální kulisu pro snímky plné historických symbolů, Milán pak symbolizuje život v moderní metropoli,

³ VACCARI, A.: *Biografie*, In FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 378 s.

Neapol tradici a folklór. Typickým představitelem této tendence je **Pasquale De Antonis** (Teramo 1908 – Řím 2001), a to už od čtyřicátých let. Patřil mezi nejpoblárnější fotografy své doby a s oblibou si vybíral místa plná antických památek. Známy je jeho soubor „*La moda nella città eterna (Móda ve věčném městě)*“, publikovaná v módním časopise *Bellezza*.⁴ De Antonis je jedním z prvních fotografů, jenž upřednostňoval fotografování v exteriéru před ateliérovou tvorbou.



Pasquale de Antonis / Řím 1948 / „*La moda nella città eterna (Móda ve věčném městě)*“

Podobně je tomu i u **Elsy Robioly** (1907–1988), zakladatelky módního časopisu *Bellezza*, která se později začala věnovat i fotografii. Elsa byla autorkou nesčetných módních reportáží hledající spojení mezi krásami italských paláců a stejně krásnými modelkami zachycenými v často nepřírozených pózách.

Mezi jednu z nejzajímavějších fotografek patří **Elsa Haertter** (Rotwell, Německo 1908 – Milán 1995), známá jako Erti. Novinářka a fotografka německého původu, která pracovala pro módní časopis *Grazia*. Erti byla známá svým komplexním přístupem

⁴ časopis „*Bellezza*“, 1947, čísla 20 a 21.

k fotografii. Jako jedna z prvních si zajišťovala vše, od výběru modelek až po nalezení ideálního místa. Podle Federicy Mazzurelli⁵ můžeme v jejích fotografiích nalézt snahu přiblížit „haute couture“ obyčejným ženám, ale zároveň uměla vytvořit snímky zachycující sofistikovanou modelku Elsou Martinelli sedící v Caffé Greco či za oponou v La Scale, v gestech a pózách, jež jsou spíš vlastní aristokratickým dámám než obyčejným ženám.



Elsa Haertter / Řím 1958 /
šaty Roberto Capucci



Elsa Haertter / Řím 1954-55/
Elsa Martinelli / Caffé Greco



Regina Relang / Léto 1952



Regina Relang / Řím 1949

⁵ MAZZURELLI, F., *Le Pioniere*, in FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005

Pozoruhodná je také tvorba **Reginy Relang** (Stuttgart 1906 – Mnichov 1989), fotografky německého původu, která dlouhodobě pracovala v Itálii a spolupracovala s časopisem *Stern* nebo francouzským *Vogue*. Mezi její klienty řadíme ateliér Sorelle Fontana, Roberta Capucciho nebo Jole Veneziani. Pro focení používá profesionální modelky, které na snímcích hrají roli podle scénáře, jež jim sama fotografka vymyslela. Pózují buď jako turistky, anebo jako dámy na procházce po Miláně. Modelky vypadají méně staticky, neboť naznačují pohyb, který zdůrazňuje eleganci modelu.

Historické krásy Itálie jsou v módní fotografii v tomto období používány skoro jako reklama, návnada, která má za účel přitáhnout co nejvíce zahraničních, především amerických klientů. Tento trend Itálie jako „leitmotiv“ přetrvává u italských módních fotografů dodnes.



Arturo Ghergo / 50. léta
Donna Marella Caracciolo

Zpočátku byla móda vyhrazena pro elitu: aristokracii, vyšší třídu a „star system“ a i samotné modelky často pocházely z této společnosti, jako např. Marella Caracciolo di Castagneto nebo Kiki Brandolini d’Adda, obě patřící mezi italskou aristokracii. Je to doba, kdy je za krásné považováno vše, co působí aristokraticky.⁶ Modelky jsou na snímcích zachyceny staticky, v nepřirozených a zcela nepravděpodobných pózách, připomínající sochy, jež skvěle zapadají do dokonalého prostředí, ale působí téměř nereálně.

Postupně se ale i fotografie dala „do pohybu“. Sice později a jinak, než ve snímcích Munkacsiho, ale přece do pohybu. Ve fotografiích **Federica Patellaniho** (Monza 1911 – Milán 1977) je žena volnější, svobodnější, jeho modelky jsou často zachycené v pohybu, jako by je téměř zachytil na ulici, pózy jsou přirozenější a spontánnější. Patellani tak představuje předchůdce stylu, jenž převládne v šedesátých letech, kdy se módní fotografie často prolíná s reportážními náměty.

⁶ GNOLI, S. Un Secolo di Moda Italiana. Řím: Meltemi, 2005.

Velký vliv na módní snímky padesátých let má kinematografie. Je to doba neorealizmu, Luchina Viscontiho, Roberta Rosselliniho, začínajícího Felliniho, a také doba velkých filmových hvězd, jako jsou Anna Magnani, Silvana Mangano, Sofia Loren, které jsou samozřejmě také velmi vyhledávanými modelkami. Velká část módních snímků přímo odkazuje na filmovou kamerovou techniku. Fotografované subjekty musejí odehrát svoji roli stejně, jako je tomu ve filmu (příkladem je dílo Reginy Relang nebo Gherga).



Federico Patellani / 1950



Federico Patellani /
1954 / Sofia Loren



Mario de Biasi / 1954 / série „*Gli Italiani si voltano* (*Italové se otáčejí*)“ / Miranda Orfei

Pomalou se vztah mezi módou a italskou realitou začíná čím dál tím více prohlubovat. Stane se přístupnějším, méně elitářským, spontánnějším. Módním fotografům proto nezbude nic jiného, než se přizpůsobit a vyrazit do ulic. Je to začátek takzvaného fotopříběhu (fotoracconto), populárního žánru, který se částečně inspiruje v bulvární fotografii (velmi „obávaným“ fotografem této doby je Tazio Secchiaroli – otec paparazziů). Typický příklad těchto snímků je série z roku 1954 „*Gli Italiani si voltano (Italové se otáčejí)*“, které pro časopis *Bolero Film*⁷ připravil **Mario de Biasi** (Sois, Belluno 1923). Na snímcích fotograf „pronásleduje“ neznámou dámu v bílých šatech při procházce po Miláně a zároveň zachycuje zvědavé pohledy mužského publika. Jedná se o typický motiv milánského života poválečných let. Modelkou je 21letá Miranda Orfei (Moira), známá akrobatka, dnes královna italského cirkusu. De Biasi vychází z fotožurnalistiky, léta pracoval pro časopis *Epoca* a vydal přes devadesát fotopublikací.

1.3 Intimní pohled na svět Uga Mulase

Jedním z nejzajímavějších autorů tohoto období je nepochybně **Ugo Mulas** (Pozzolengo, Brescia 1923 – Milán 1973). Jeho módní práce je téměř zastíněná prací portrétisty, ale přesto je jeho intimní introspekce a jeho zvláštní cit pro estetiku a detaily v módních snímcích zařazují mezi jednoho z nejvýznamnějších představitelů tehdejších, a nejen italských, módních fotografů. K fotografii se dostal téměř náhodou kdy jako vysokoškolský student chodíval do svého oblíbeného baru Jamaica v Miláně. Tam se scházeli fotografové (např. Alfa Castaldi), malíři i architekti. Začal své první krůčky, kdy mu kdosi zapůjčil starý fotoaparát a vysvětlil základy práce s ním stylem: „1/100 a f11 na slunci a 1/25 a f5,6 ve stínu“⁸. Jeho fotografická kariéra začíná v roce 1954, kdy byl požádán, aby vyfotografoval Bienále v Benátkách (Mulas bude dokumentovat také všechny následující ročníky až do roku 1972). V druhé polovině padesátých let se věnuje hlavně reportážní fotografii a spolupracuje s časopisy, jako jsou *Novità*, *Illustrazione Italiana* a *Rivista Pirelli* a jiné. Pro módní ateliéry začíná fotografovat v roce 1959, kdy pro Roberta Capucciho vytváří sérii snímků v knihovně

⁷ „Gli Italiani si voltano“, z „*Difficile Abbordaggio*“, *Bolero Film*, č. 383, 12. září 1954, str. 24–25.

⁸ GRAZIOLI, E. Ugo Mulas, Dentro la fotografia, *PressReleaseFocus*, [online]. 2004, č. 32, 4 s. Dostupné z <http://www.undo.net/Pressrelease/pdf/focus32.PDF>.

Paláce Guicciardini ve Florencii. Mules vychází z fotožurnalistiky, původně se inspiroval prací Federica Patellaniho.⁹ Jeho tvorba je však více introspektivní.

Pečlivě „zkoumá vlastnosti a výrazový potenciál fotografického média“.¹⁰ Pro jeho fotografie je typická určitá strohost, čistota, až abstraktnost kompozice. Jeho fotografie se přímo odkazuje na výtvarné umění.

Itálie je jako motiv všudypřítomná. Není to ale Itálie památek, kterou zná každý turista, ale Itálie intimnější, „schovaná“ v elegantních domech, v uměleckých ateliérech. Za zmínku stojí jeho pozoruhodné barevné snímky z roku 1958 ze souboru „*Lungo i Navigli*“ (Podél kanálů), kde jsou zachyceny elegantní modelky pózující podél mlhavých milánských kanálů.



Ugo Mulas / 1958 / Milán
„*Lungo i navigli (Podél kanálů)*“

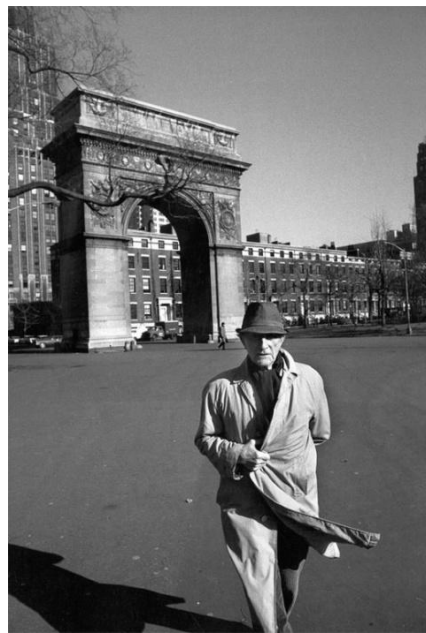
⁹ VACCARI, A.: *Biografie*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 380 s.

¹⁰ CASADIO, M.: *Arte e glamour, intelligenza e moda: L'Immaginario interattivo di Ugo Mulas*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 128 s.

Jak již bylo řečeno, Mulas je známý především jako portrétista. V roce 1967 vychází jeho kniha portrétů „*New York: Umění a lidé*“. Zachycuje zde velké americké umělce jako Jaspera Johnse, Roberta Rauschenberga, Roye Lichtensteina, Marcela Duchampa a další. Mulas je také fotografem, jenž objevuje pozdější slavné italské modelky z šedesátých let: Veruschku, která se později stává partnerkou a modelkou Franca Rubartelliho, Benedettu Barzini, se kterou nafotí celou kolekci pro Milou Schön (podrobněji viz další kapitola).



Ugo Mulas / časopis *Novità* 1961



Ugo Mulas / portrét Marcela Duchampa

2/ Šedesátá léta

2.1 Revoluční a evoluční léta

Šedesátá léta jsou obdobím revoluce po celém světě, Itálii nevyjímaje. Mladí boří tradiční hodnoty a chtějí všechno, co je nové, radikální. Je to doba Beatles a Rolling Stones, Andyho Warhola, feminismu. Doba ovlivňuje i styl oblékání; Mary Quant udeří s minisukní, rozdíl mezi ženským a mužským stylem se smývají, přichází takzvané unisex oblečení (jako například jeans). Návrháři se teď obrací k širšímu publiku a přichází s *prêt-à-porter*, konfekce za dostupnější ceny, a již nikoli jen modely na míru. Díky rychlému mezinárodnímu úspěchu, se italský módní průmysl silně prosazuje a stane se přímým konkurentem pařížského salónu, který až do šedesátých let dominoval světové módě.

2.2 Model nové ženy

V 60. letech se objeví nová žena, je svobodnější a chce se realizovat jinde než v bezpečí a jistotě svého domova. Modelky ztělesňují touhy nových žen a stanou se módními



Ugo Mulas / *Vogue Italia* / 1967

ikonami doby, tzv. nové „bohyně“. Anglie a Spojené státy se stávají „pravým motorem revoluce“,¹¹ kde se „žena symbol“ jako první objeví v tamějším *Vogue*, tehdy vedeném redaktorkou **Diane Vreeland**. Nový ideál modelek ztělesňuje **Twiggy**, kterou výborně vystihl Dušan Kochol: „Twiggy bola detské, bezpohlavné a veľmi biele, obyčajné ‚dievča od vedľa‘.“¹² V Itálii je tomu jinak. Až na jednu výjimku, o níž se zmíníme později, měli italští fotografové jiný styl.

¹¹ MORETTI, E., *Muse in Mini*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 166 s.

¹² KOCHOL, D. Britská módní fotografie 60Let. Opava: Institut Tvůrčí fotografie, 2006

„Italští módní fotografové šedesátých let zřídka kdy převezmou roli manipulátora vkusu s charismatem á la Bailey“.¹³ Na začátku desetiletí mají ženy v Itálii jiné touhy, jiná přání než v okolním světě. Film má pořád neodolatelné kouzlo, a jejich snem je tudíž proslavit se jako herečky. Modelky, které se rozhodnou pózovat pro fotografa, tuhle práci přijímají jako dočasnou záležitost, jako příležitost dostat se k filmu. Jejich ideálem je Elsa Martinelli, modelka Roberta Capucciho z padesátých let, která se proslavila jako herečka v Evropě i ve Spojených Státech. Dalším důvodem stát se modelkou v Itálii šedesátých let je vyhlídka na lepší sňatek. Mezi všemi (Isabella Albonico, Mariolina Parolini atd.) jediná Bimba Magni pracuje jako modelka 15 let. Snímky této doby svými teatrálními a elegantními pózami navazují na módní snímky let padesátých.

Ke změně dojde v polovině let šedesátých, kdy i italský poloostrov objeví nový pohled na ženu, ženu sofistikovanou, ale zároveň připravenou na módu pop, ženu, která s minisukní „nejen odhaluje kolena, ale také svoji individualitu“.¹⁴ Důležitým mezníkem v tomto vývoji je zcela jistě příchod Mary Quant, ale nesmíme opomenout ani fakt, že v roce 1963 kupuje vydavatelství Condé Nast módní časopis *Novità*, jenž se přetvoří v dnešní *Vogue Italia* (1966). Nová tvář časopisu, pod vedením hlavní redaktorky Consuely Crespi, má podobně jako jinde na světě nemalý vliv na módní trendy, a tím pádem i na fotografii. Dalším obohacením módního průmyslu se stává nový časopis *Settimo Giorno*, jehož úspěch jen potvrdí rostoucí zájem čtenářů o módu.

V těchto letech modelky pózují na snímcích jako sošky, jejichž funkce je hlavně detailně zobrazit vystavovaný oděv. Pozadí už není důležité – je bílé anebo neutrální.

Ateliér **Gian Paola Barbieriho** (Milán, 1938) patrně nejlépe zachycuje ideál „moderní ženy“. Tento fotograf má extrémně eklektický styl a velmi často používá černobílé techniky. Jeho fotografie často odkazují na americký film z 30. – 40. let, které si pohrávají s myšlenkou „Famme fatale“, ale se zároveň také inspiruje na dědictví Viscontiových vizí.¹⁵ Snímky jsou výjimečně čisté a technicky dokonalé. Jeho bohatá kariéra začíná v roce 1964 a v průběhu let spolupracuje skoro se všemi „velkými“

¹³ MORETTI, E., *Muse in Mini*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 166 s.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ VACCARI, A.: *Biografie*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 364 s.

italskými ateliéry a módními časopisy (*Vogue Italia*, *Vogue Paris*, *Bellezza*, *Harper's Bazaar*). Roku 1978 ho časopis *Stern* zařadí mezi 14 nejlepších světových módních fotografů a i dnes je považován za výjimečného.



Gian Paolo Barbieri / 1969 /
Ivana Bastianello



Gian Paolo Barbieri pro *Vogue US* / 1968 /
Benedetta Barzini



Gian Paolo Barbieri pro *Vogue Italia* 1980

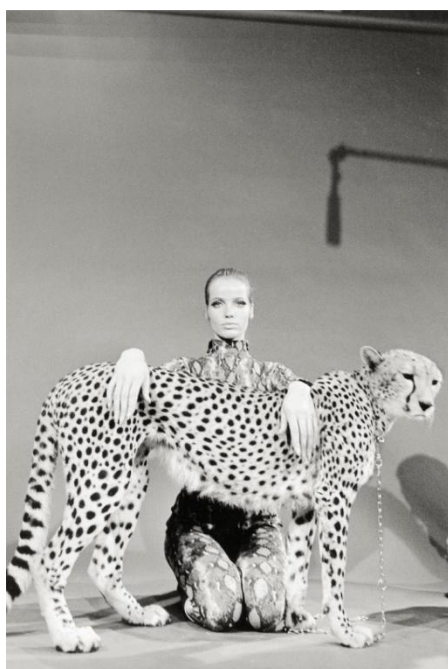


Gian Paolo Barbieri / 1968 /
Cinzia Corman

2.3 Franco Rubartelli a Veruschka

Pro tuto novou fázi je také potřeba nových tváří: Isa Stoppi, Mirella Petteni a Benedetta Barzini patří mezi nejoblíbenější modelky. Mezi nimi se pak objeví i nová „super modelka“, která dosáhla slávy tak jako Twiggy. Je to Vera Gottliebe von Lehndorff, ale všichni ji známe jako **Veruschku** (její menší roli v Antonioniově „Zvětšenině“ zná každý fotograf). Objeví ji Ugo Mulas na konci 50. let, ale největší slávy dosáhne až se svým tehdejším přítelem, samozřejmě fotografem, **Frankem Rubartellim** (Firence 1937).

Rubartelli je považován za jednoho z nejlepších italských módních fotografů. Jeho snímky jsou jedny z mála, která se dají svojí kvalitou a významem přirovnat k velkým módním fotografům šedesátých let, jako jsou Bailey nebo William Klein. Podle fotografa Johnnyho Moncada¹⁶ jeho spolupráce s Veruschkou začíná v roce 1963 poté, co zaslal Diane Vreeland její portfolio. Šéfredaktorka amerického vydání *Vogue* je oba zve do New Yorku a pár se zde pak usídli na dva roky (1964–1966).



Franco Rubartelli / 1968 / Veruschka



Franco Rubartelli pro Vogue US / Painted Desert (Arizona) 1968 / Veruschka

¹⁶ VACCARI, A.: *Biografie*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 386 s.

V tomto období Rubartelli vyfotografuje i jiné modelky (např. Lisu Palmer) a spolupracuje i s Olegem Cassinim či Giorgiem di Sant'Angelo. Newyorský pobyt se stává zlomem, kdy se jeho práce objevují snad ve všech časopisech nakladatelství Condé Nast. Je to vrchol jeho kariéry. Od roku 1965 byly jeho snímky publikovány prakticky ve všech světových módních časopisech.

Roku 1967 se pár vrací do Itálie, do Říma. Věčné město je ideální pozadí pro Rubartelliovy fotografie (jako ostatně v práci mnoha italských fotografů). Často fotografuje modelku z nadhledu, v němž je město snadno rozpoznatelné. Nebojí se experimentovat, jeho fotografie mají psychedelický nádech: modelku přestříká zlatou barvou anebo ji „obleče“ do peří z papouška. Fotografické snímky pořizuje téměř po celém světě (Santo Domingo, Brazílie). Známý je jeho soubor fotek vyfocený v Painted Desert (Arizona, 1968), kam jej posílá Diane Vreeland. Celým konceptem je pověřen Giorgiu Sant'Angelo. Koncept je založen na používání barevných tkanin a doplňků, do nichž Veruschku obléká. Vzniká tak jeden z nejpozoruhodnějších a nejzajímavějších souborů desetiletí. V roce 1968 Rubartelli vyfotografoval známou Yves Saint Laurentovu „Saharienne“.



Franco Rubartelli / Veruschka / 1968



Franco Rubartelli / Řím 1964

Od roku 1969 vznikají snímky, které zachycují hlavní město Řím ve vší jeho kráse a velikosti. Jsou to hlavně snímky pro kampaň Valentina a Mily Schön. Pozadí netvoří jen římské památky, symboly tohoto věčného města jako ulice Condotti či park Villy Borghese, ale také zakomponované ikony italského automobilového průmyslu Maserati

či Lamborghini. Od roku 1970 Rubartelli postupně opouští fotografii a začíná se věnovat filmu. Natočí film „*Veruschka, poezie jedné ženy*“,¹⁷ ve kterém se modelka pokouší zkoumat své kořeny. Později se Rubartelli stěhuje do Caracasu (Venezuela), kde působí hlavně jako filmař a žije tam dodnes.



Franco Rubartelli / 1969 / Veruschka



Franco Rubartelli / 60. léta / Veruschka

2.4 Itálie jako leitmotiv a portrét jako módní snímek

Itálie a její tradiční města se linou jako červená nit téměř všemi módními snímky a všemi epochami. Není tomu jinak ani v šedesátých letech, kdy italská fotografická scéna s oblibou fotí tak, aby „italskost“ byla evidentní, aby bila do očí. Nejde jen o ulice či památky, ale také o tradiční zvyky, kostýmy. Nejpatrněji zachycují tento trend snímky **Alfa Castaldiho** (Milán 1926 – Milán 1995).



Alfa Castaldi / 1968 / Ken Scott

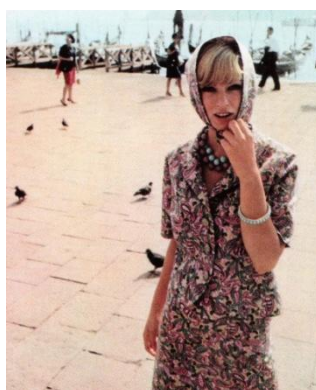
Typická je jeho kampaň z roku 1968 pro *Ken Scott* či pro salón *Krizia*. Mezi jeho nejzajímavější fotografie patří snímek napodobující „hot pants“ od návrhářky *Krizia*, která byla vybrána i pro titulní stránku knihy „*Krizia. Una storia (Krizia. Jeden příběh)*“. Castaldiův úspěch je založený na jeho módní práci a portrétech, jeho

¹⁷ „*Veruschka, poesia di una donna (Veruschka, poezie jedné ženy)*“, rok 1971, režie Franco Rubartelli, Ibis film.

„intelektuální přístup k fotografii ho však zavedl i k jiným fotografickým žánrům“.¹⁸ Proto rád fotografuje i v zákulisích módních přehlídek, na pracovních obědech s návrháři a novináři, kde vznikají osobité snímky různých představitelů designu, takzvané návrhářství ze zákulisí. V roce 1968 nafotí pro časopis *Arianna* módní reportáž dokonce v Praze. Je to poprvé, co se taková reportáž koná ve východní Evropě¹⁹. Spolupracoval s časopisy, jako jsou *Vogue Italia*, *Annabella* a *Settimo Giorno* a jeho kariéra úspěšně pokračovala až do jeho smrti v roce 1995.



Alfa Castaldi
pro *Vogue Italia* 1965
Isa Stoppi



Alfa Castaldi
„Appuntamento d'Aprile
(Schůzka v Dubnu)“
Arianna 1965



Alfa Castaldi
pro *Linea Italiana* 1965

Pro šedesátá léta je také typické **portrétování** slavných osobností za účelem propagace modelů. Do konce padesátých let se známé osobnosti, které přímo nepatřily do módního světa, jako politici nebo umělci, jen nerady nechaly fotografovat v obavě, že by se jejich jméno objevilo v jiné souvislosti než v oblasti, jíž se samy věnovaly. To se však mění koncem šedesátých let, kdy je fotografové a návrháři přímo oslovují, aby nahradily profesionální modelky a modely.²⁰

Když v roce 1967 vyjde poprvé příloha k *Vogue Italia*, s názvem „*L'Uomo Vogue*“, z níž se brzy nato stane samostatný měsíčník, objeví se před objektivem **Uga Mulase**, **Alfa Castaldiho** a **Oliviera Toscaniho** známé osobnosti namísto tradičních modelů. Fotografie většinou vznikají v ateliérech, s neutrálním pozadím. Je to začátek

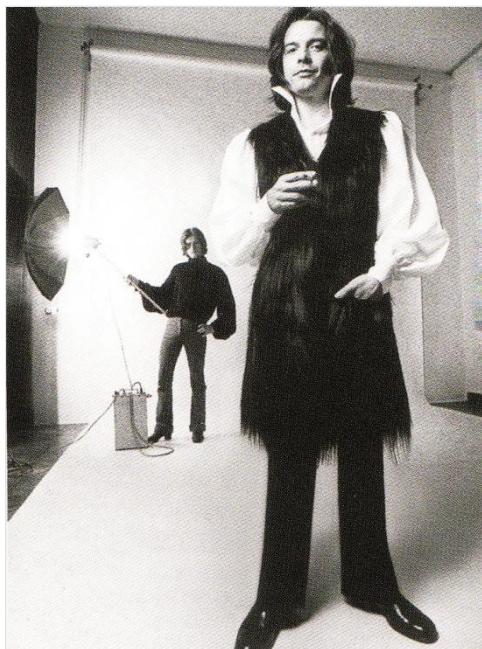
¹⁸ Ze životopisu z jeho oficiální internetové stránky: www.alfacastaldi.com.

¹⁹ Ibid. Snímky bohužel nejsou k dispozici.

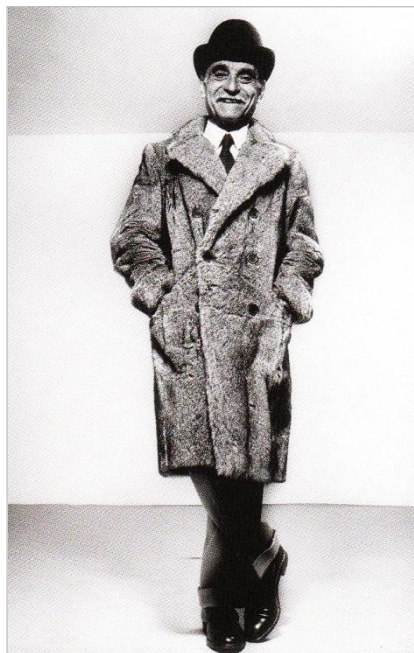
²⁰ Týká se hlavně pánské módní kolekce, neboť dámské módní kolekce nadále předváděly profesionální manekýnky.

nového trendu, kdy „umění a obchod splývají v jedno“,²¹ a ten je velmi oblíben i v dnešní době. Pozornost už není věnována oděvu, ale osobnosti, která ho nosí. Je to ona osobnost, kdo určuje, co model představuje.

Do tohoto kontextu se řadí i portréty Davida Baileyho²² anebo Andyho Warhola,²³ které pro „L'Uomo Vogue“ vyfotografoval začínající Oliviero Toscani v r. 1969. Již v první příloze z roku 1967 najdeme portréty Lucia Fontany, nakladatele Giangiacoma Feltrinelliho, oblečené do Hitmanových kožešin, modelů od Jole Veneziani nebo od Fendiho. Autorem není nikdo jiný než italský mistr portrétů Ugo Mulas.



Oliviero Toscani / „I fotografi si fotografano“ –
David Bailey /
L'Uomo Vogue 1969



Ugo Mulas / Lucio Fontana / Milán / 1967

²¹ TONCHI, S. *Ritratti Di Moda*, in FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. *Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi*. Milano: Charta, 2005, 206 s.

²² „I fotografi si fotografano“, L'Uomo Vogue, č. 5, rok 1969.

²³ „Ritorno al conservatorismo“, L'Uomo Vogue, č. 28, rok 1974.

3/ Sedmdesátá léta

3.1 Italský styl na vrcholu

Sedmdesátá léta pokračují ve znamení „hippies“. Za módní je považováno všechno, co je barevné, psychedelické. Velké květinové motivy z konce 60. let se postupně mění na geometrické, které v druhé polovině desetiletí postupně střízlivějí. Motivy připomínající vlny a vodu jsou nahrazeny rovnějšími liniemi. Umění se skoro násilně prosazuje i na sociální a politický život. Je to období, kdy koncept převládá nad estetickými hodnotami, a tomuto duchu se také přizpůsobuje módní průmysl a fotografie.

Nastupuje pravý „boom“ italského módního stylu, návrháři rozšiřují své kolekce o doplňky a parfémy. Jde nepochybně o nejproduktivnější a nejrychleji se vyvíjející období italského módního průmyslu. Spolu s ním dochází k rychlému rozvoji módní fotografie. Poptávka po ní je čím dál větší. Převládá tendence z konce 60. let: portrétování modelek v pozicích soch, jež jsou oblečeny do oděvu a pozadí zůstává neutrální, bez jakékoliv funkce.



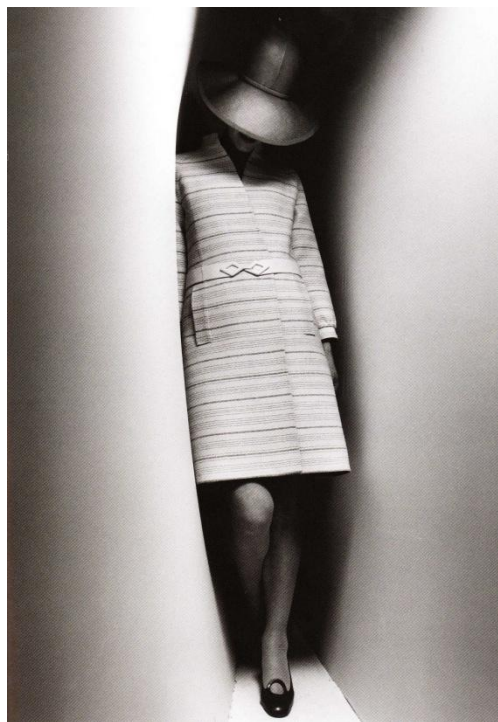
Ugo Mulas / portrét Lucia Fontany
Milán 1964



Ugo Mulas / modelka Benedetta Barzini
kolekce Mila Schön / 1969

Mezi nejvýznamnější představitele tohoto trendu patří například už vícekrát zmíněný **Ugo Mulas**. Příkladem je jeho kampaň pro Milu Schön (1969–1972). Je to už „vyspělý“ pohled na módu, kde Mulas „pracuje s důkladným měřením vztahu mezi prostorem, oděvem a tělem“.²⁴ Ve znamení spolupráce s Milou Schön, velkou obdivovatelkou Mulasových portrétů a umění Lucia Fontana, vzniká soubor snímků známé kolekce oděvů, které vytvořila na počest Fontanova stylu.

V těchto pozoruhodných snímcích je patrný jeho čistý styl a jeho cit pro všechno, co má estetickou hodnotu, ať je to krásná modelka, či nádherné šaty. V stejném období Mulas pracuje na vlastním projektu „*Le Verifiche (Ověřování)*“. Jedná se o čtrnáct snímků, které se věnují dějinám fotografie a ve kterých Mulas zkoumá své fotografické dovednosti. Je to jedno z jeho posledních děl. Ugo Mulas umírá v roce 1973, ale v jeho práci dále pokračuje jeho manželka Antonia.



Ugo Mulas / Milán 1968



Ugo Mulas / Milán 1969

²⁴ VACCARI, A.: *Biografie*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 380 s.

3.2 Začínající Oliviero Toscani

V tomto období začíná tvořit **Oliviero Toscani** (Milán, 1942), který si společně s Mulasem vysloužil uznání jako nejlepší módní fotograf své doby. Je to právě Toscani, kdo posouvá hranice módní fotografie o krok dál, obzvláště v kampani pro Benetton z osmdesátých let, kde hlavní roli hraje komunikace, a ne značkový oděv. Ale zatím jsme stále na začátku 70. let a Toscani jako módní fotograf teprve začíná. O jeho módních portrétech již bylo řeči v předešlé kapitole v souvislosti s jeho spoluprací s „*L'Uomo Vogue*“. Jeho typický styl se však začíná projevovat až v 70. letech, kdy Toscani-člověk začne převládat nad Toscanim-fotografem.

Toscani přichází s přelomovým motivem: prezentování módy prostřednictvím příběhů obyčejných lidí. Tento styl postupně propracovává až do osmdesátých let, kdy se pohled na reklamu radikálně mění. Tento trend můžeme pozorovat už v jeho úplných začátcích. Vždyť Toscani vychází (jako mnoho dalších) z reportážní fotografie: za zmínku zde stojí jeho první fotografie Donny Rachele,²⁵ kterou pořídil u příležitosti exhumace Mussoliniho těla v Predappiu (1957), kam se vypravil se svým otcem Fedelem, také fotoreportérem.²⁶ Poté vystudoval grafiku a fotografii v Kunstgewerbeschule v Curychu. Po škole se živil jako fotoreportér, ale k módě se dostává jen náhodou až během reportáže o minisukni.²⁷

Na „cestu slávy“ ho uvádí Flavio Lucchini, geniální umělecký ředitel, který ho přizval ke spolupráci s časopisem „*L'Uomo Vogue*“.

Od tohoto okamžiku Toscani spolupracuje s téměř všemi časopisy vydavatelství Condé Nast (*Vogue Italia* a *L'Uomo Vogue*), ale také s *Bellezzou*, *Harper's Bazaarem* a dalšími.

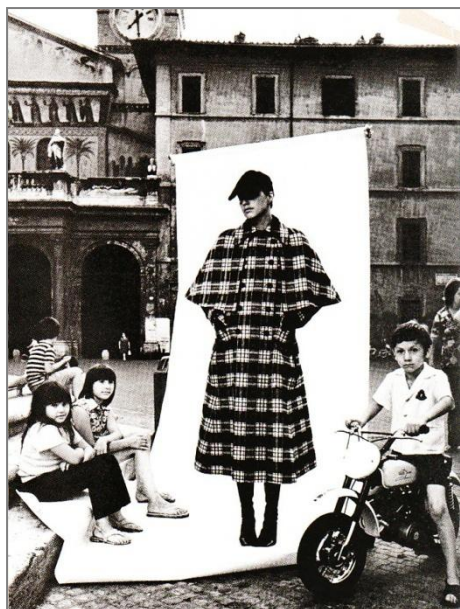
Toscani by nebyl Toscani, kdyby se na svět nedíval s ironií a kritikou, a tím pádem neprovokoval. Jeho hlavním cílem je upozornit na stereotypy, které se vyvinuly v módní fotografii a které se on snaží bořit. Jako příklad uveďme jeho sérii z roku 1970, ve které se posmívá využívání italských památek v módní fotografii. Staví před ně bílé pozadí a před něj modelky. Do fotografií je zakomponován nejen módní detail, ale také zvědavé pohledy kolemjdoucích. Tehdy populární auto Fiat 500 na nich zaujímá místo

²⁵ Mussoliniova manželka.

²⁶ FERRÉ, G., *Il Caso Toscani*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 300 s.

²⁷ Výpis interview z rádia s Olivierem Toscanim: FRISA, M.L., *Réverie*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 152 s.

luxusních automobilů. Tento pozoruhodný soubor se jmenuje „*Le donne dei best-sellers in Italia (Ženy z italských best-sellerů)*“ a byl vyfotografován pro Harper's Bazaar.



Oliviero Toscani / „*Le Donne dei best-sellers in Italia (Ženy z italských best-sellerů)*“ / *Harper's Bazaar Italia* / 1970



Oliviero Toscani / modelka Donna Jordan / 1972

Stejně provokativní a ironický je i jeho reklamní snímek na džiny „*Jesus*“ z roku 1972, kde se jeho výsměch vůči takzvané „vážnosti“ modelek (o kterých mimochodem nemá vůbec valné mínění) ještě prohlubuje. Toscani fotografuje detail zadnice své tehdejší partnerky, modelky Donny Jordan, a k tomu přidává nápis „Kdo mě miluje, ať mě následuje“. Stane se z toho reklamní snímek, kvůli němuž Vatikán „šlel“.²⁸ Za zmínku také stojí jeho kritický pohled na módní průmysl a na jednotlivce, jež k tomuto světu patří. Módní redaktorky definuje jako „ubohé, ale nepostradatelné“,²⁹ modelky jako „falešné blondýnky, husy na Olympu“³⁰ a Claudii

²⁸ VACCARI, A.: *Biografie*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 390 s.

²⁹ FERRE, G.: Il Caso Toscani, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 301 s.

³⁰ Ibid.

Schiffer jako „živoucí důkaz toho, že krása ve stylu hitlerjugend skutečně existuje“.³¹ Jediné pozitivní mínění má o návrhářích, kteří „žijí v úzkostlivém hledání krásy a dokonalosti. Za jejich třpytivými miliardami stojí tvrdá práce“. Ale i je zároveň považuje za „lidem škodlivé osoby, zodpovědné za omyl, kvůli kterému se už nikdo neobléká normálně, tedy přiměřeně ke svému sociálnímu statusu“.³² Jeho tvorbu si ještě připomeneme v příštích kapitolách, ale na závěr je třeba dodat, že po něm už bude vše jinak.

3.3 Gian Paolo Barbieri

Zatímco Toscani otřásá tradicí a dává módnímu světu nové podněty k zamýšlení a tvorbě, jiní se drží „řemesla“ a pokračují v tom, co umí nejlépe – fotografovat módu. Příkladem toho je **Gian Paola Barbieri** (Milán 1938), jehož kariéra začala v předešlém desetiletí (viz kapitola o 60. letech) a jehož jméno spojujeme s mnoha návrháři tohoto období. Krásné jsou jeho snímky z různých cest po světě (Súdán 1974, Venezuela a Seychely 1975, Jamajka 1977, Indie 1979). Spojení fotografování a cestování se stává jeho vášní a právě na cestách si vytvoří svůj osobní projev: módní fotografie se v něm mísí s prvky etnografie. Později publikuje více knih s touto tematikou: „*Silent Portraits*“ z roku 1984, mimo jiné obsahuje i polaroidové snímky, „*Tahiti Tatoos*“ (1989) a nejnovější „*Exotic Nudes*“ (1992).

Ale vraťme se teď k jeho módní fotografii. V průběhu sedmdesátých let Barbieri pracuje na módních portrétech pro různé módní „maison“, kde jsou modelkami známé herečky jako překrásná Audrey Hepburn ve Valentinových šatech (1976) či charismatická Anjelika Houston, vyfocená v šatech Waltera Albinho (1972) a Valentina (1973). Barbieri patří mezi ty fotografy, kteří dovedou zachytit ženskost a krásu u jakékoliv ženy.

Jak vidíme u těchto autorů, hlavní rysy italské módní fotografie se neustále vrací (Itálie jako leitmotiv, „módní“ portréty). Bude tomu tak i v následujícím desetiletí, ale k tomu přibude jeden nový rys: od nynějška již bude módní průmysl čím dál více zasahovat do fotografovy práce.

³¹ FERRE⁺, G.: Il Caso Toscani, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 301 s.

³² Ibid.



Gian Paolo Barbieri / modelka Audrey Hepburn /
Vogue Italia / 1976



Gian Paolo Barbieri / modelka Anjelica Houston
/ šaty Valentino / 1972



Gian Paolo Barbieri / modelka
Apollonia
Vogue Italia / 1980



Gian Paolo Barbieri / 1979
modelka Eva Malamstrom

4/ Osmdesátá léta

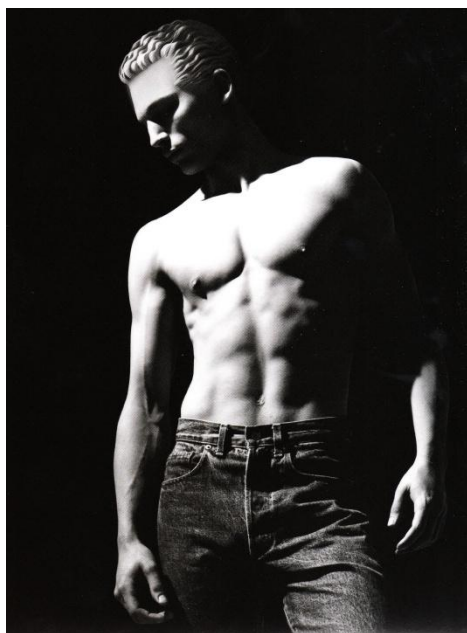
4.1 Fotograf jako tlumočník doby

Na rozdíl od předchozích kapitol, si tuto dobu již osobně pamatuji. Je to desetiletí, ve kterém jsem si začala uvědomovat svět kolem sebe, doba, o které se říká, že se nic „zvláštního“ nestalo, období stability, kde každý navazoval na to, co už bylo dobyt v předchozích „revolučních“ letech. Studená válka se Itálie koneckonců nedotkla. V podstatě se tam o ní nevědělo až do roku 1989, kdy oficiálně skončila. V televizi se objevuje MTV, Windows 1.0 je na světě. Je to také desetiletí Basquiata a Keitha Haringa, Polaroidu, Madonny a New Romantic. Ale je to také období, kdy se objeví, nebo lépe řečeno začíná mluvit o HIV a drogy se stávají velkým problémem. V tomto prostředí se v Itálii „del Belcanto“ objeví nový kulturní, nebo spíše subkulturní fenomén. Jsou to takzvaní „paninari“, typický produkt 80. let, kdy konzum představuje nový styl a téměř i smysl života. Aby člověk mohl patřit do této skupiny, musel se oblékat exkluzivně do značkového oblečení (bunda Henry Lloyd, boty Timberland, kabelka Naj-Oleari a nepostradatelné hodinky Hip-Hop, které se vrací do módy i dnes), poslouchat New Romantic (Duran Duran, Spandau Ballet, Wham).

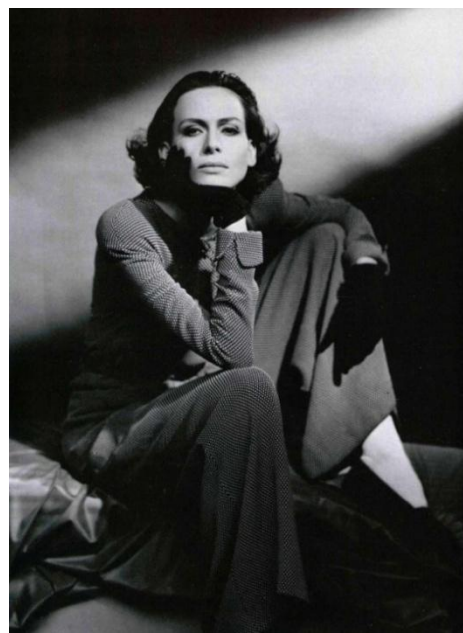
V roce 1978 se oficiálně rodí „*Made in Italy*“. Na milánských módních přehlídkách se objevují jména, která Itálii závidí celý svět. Gianni Versace, Giorgio Armani, Gianfranco Ferrè jsou teď zbožňováni jako hvězdy. Podle definice Francesca Alberoniho³³ byli „italští návrháři jako supercitlivé radary“, které dovedly dokonale interpretovat nálady své doby. K nim se později přidají Dolce & Gabbana, Prada a Gucci. Móda byla tehdy stylem života, který může jednotlivce úplně pohltnout. Je to doba, kdy se v módním průmyslu nenávratně mění koncept reklamy i obchodu a výchozím bodem je komunikace a marketing. Je zbytečné dodávat, že tohle všechno má obrovský vliv na módní fotografii a její tvůrce. Móda jako styl života potřebuje svého tlumočníka, někoho, kdo umí v obrazech sdělit návrhářův pohled na svět. Móda také potřebuje obchod. Do této doby drželi italská návrháři při sobě, od tohoto okamžiku hraje každý sám za sebe.

³³ ALBERONI, F. „E l'Italia inventò la moda“, *Panorama*, říjen 1984, a MANCINELLI, A. *Styles Wide Shut*, in FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. *Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi*. Milano: Charta, 2005, 266 s.

Začíná boj o nejlepšího módního fotografa. Fotograf se musí podřídít diktátům módního průmyslu, přestává být nezávislý. Obzvláště patrné je to v Itálii, protože zde fotografické umění musí neustále bojovat (a často prohrává) s předsudky, jež fotografii považují jen za výrazový prostředek konzumní společnosti, a ne projev umění. „Hlavním viníkem jsou média. Příliš chamtivá a neschopná izolovat povahu dobrých nápadů od spektakulárního konzumismu“.³⁴ Nastává revoluce v pojetí módní fotografie. Nyní je to návrhář, kdo vybírá modelky, rozhoduje, jak bude vypadat jeho kampaň. Tento nový proces začíná už při výběru fotografa, který by měl odpovídat jejich módní vizi a představě o světě. V 80. letech proto často spojujeme jména návrhářů se jmény určitých fotografů. Valentino vybírá Toscaniho, Armani Aldu Fallaie, Dolce & Gabbana chtějí Ferdinanda Sciannu, Alberto Ferretti spolupracuje se začínajícím Paolem Roversim, Trussardi a Krizia s Giovannim Gastelem. Po téměř třiceti letech si najednou uvědomujeme, nakolik všechny tyto módní kampaně ovlivňovaly životy každého z nás.



Aldo Fallai / kampaň Giorgio Armani / 1987

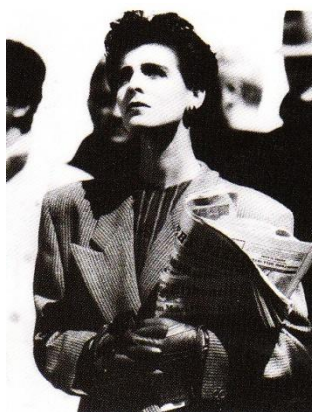


Aldo Fallai / kampaň Giorgio Armani / 1985

³⁴ BONAMI, F. *A me gli occhi*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. *Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi*. Milano: Charta, 2005, 232 s.

4.2 Černobílé nálady Alda Fallaie

Stále ještě před sebou vidím krásné černobílé fotografie **Alda Fallai** (Florence, 1943), jež vytvořil pro reklamní kampaň **Giorgio Armaniho**. Právě jeho snímkům se podaří vepsat Armaniho do povědomí všech tak, jak si jej pamatujeme dodnes. Jejich spolupráce začíná v roce 1975, kdy se Armani obrací na jeho florentský ateliér u příležitosti nafocení první reportáže pro *Vogue Italia*, a pokračuje více než třicet let. Fallai spolupracuje i s mnoha dalšími návrháři (Calvin Klein, Hugo Boss, Salvatore Ferragamo, Valentino a jiní), ale jeho práci spojujeme především se jménem Armaniho a všech jeho značek (jako například Emporio Armani nebo Armani Jeans).



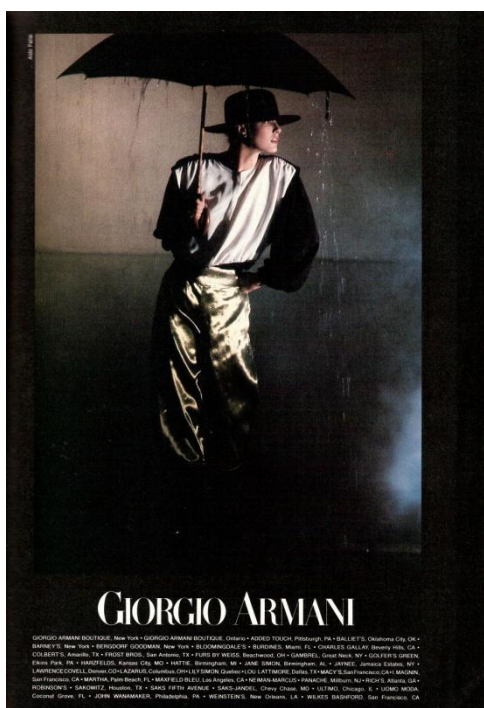
Aldo Fallai / modelka Antonia Dell'Atte
kampaň Giorgio Armani / 1984-85

Jeho krédo je zachytit módu skrz každodenní život, v jeho osamělé neklidnosti. Až od 80. let Fallaiův styl vyzrává. Vybírá si modelky, jež ve své jedinečné kráse připomínají jak mužské, tak ženské pohlaví. Kde hledá inspiraci, je zřejmé: slavní italské mistři výtvarného umění (od manýristů až po Caravaggia); osobnosti fotografie (například Robert Doisneau) a portrétní mistři z třicátých let. Pózy jsou idealizované, kompozice jednoduchá, stíny ostré. Preferuje černobílou techniku, ale nezapomíná ani na barvu tam, kde je potřeba. Uměleckého vrcholu a dozrání dosahuje v kampani z roku 1984–1985, v níž se modelka Antonia Dell'Atte prochází po Miláně a v ruce drží různorodý denní tisk. Slovy Giorgia Armaniho:³⁵ „Fallai byl moje oči, můj pohled na

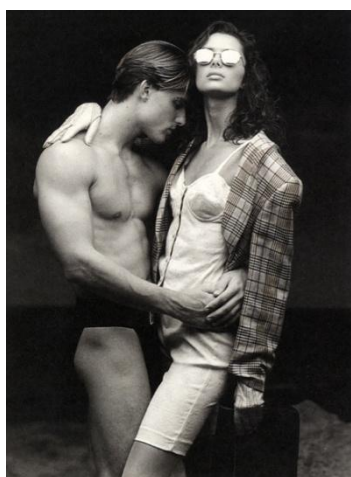
³⁵ MANCINELLI, A. *Styles Wyde Shut*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. *Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi*. Milano: Charta, 2005, 266 s.

módu“, což potvrzuje vzájemné dorozumění – symbióza, která se mezi dvěma umělci utvořila.

Také v práci Alda Fallaie najdeme ono „italství“, který je společným jmenovatelem všech italských módních fotografů. Možná proto si ho Armani vybírá. Mají společný cíl: propagovat styl „Made in Italy“ ve světě. Jeho soubor fotek z roku 1985, kdy Fallai portrétuje modely jako římské sochy oblečené do kolekce od Armaniho, jsou tohoto nejlepším příkladem.



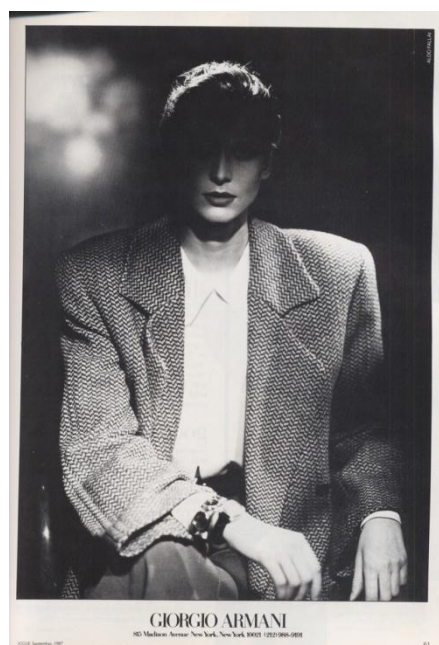
Aldo Fallai / kampaň Armani 1982



Aldo Fallai / kampaň Armani 1988



Aldo Fallai / kampaň Armani 1990



Aldo Fallai / kampaň Armani 1987

4.3 „Made in Sicilia“ à la Ferdinando Scianna

Sicílie je hlavním protagonistou úspěšné kampaně pro Dolce & Gabbana z roku 1987. Najdeme ji zachycenou v nádherně nadčasové atmosféře díla **Ferdinanda Scianny** (Bagheria, Palermo, 1943), který se k módě dostal z úplně jiného světa, ze světa dokumentu. Byli to Domenico Dolce a Stefano Gabbana, jež si ho vybrali a vybrali si jej s jasným cílem: pro kolekci z roku 1987, v níž se začíná rozvíjet jejich nový styl, evokující Středomoří, plný vášně a zároveň tradice. Scianna je dokumentarista, zná se s Bressonem a se všemi fotografy z agentury Magnum (od roku 1989 se stává plnoprávným členem). Nesmíme opomenout, že pochází ze Sicílie stejně jako Domenico Dolce. Lepší výběr Dolce & Gabbana nemohli udělat. Scianna nikdy předtím módu nefotografoval. Také mu na ni jen tak stačí finanční prostředky. Auto si vypůjčil od Domenicova bratra, o kadeřnici a maskérce nebyla ani řeč. Ale zato



Ferdinando Scianna / modelka Marpessa / kampaň Dolce & Gabbana / Sicílie 1987

modelka byla výjimečná: Marpessa. Holanďanka, která s oblečením Dolce & Gabbany zapadá mezi sicílské obyvatele a tradici lépe než sami Siciliáni. Vznikají nádherné snímky, rigorózně černobílé, nafocené v oblastech jako jsou Aci Trezza, Bagheria, Palermo (místa, kde Scianna vyrůstal a kde učinil své první fotografické krůčky). Krása zachycená

v těchto snímcích má nadčasovou atmosféru, jež má tak blízko každodennosti, až se stává jejím opakem. Za zmínku stojí publikace, která vyšla v roce 1993 s názvem „*Marpessa, un racconto*“ (Marpessa, jeden příběh), a také výstava ve stejném roce v galerii Carly Sozzani v Miláně.

S touto kampaní se Scianna proslaví jako módní fotograf a začíná fotografovat pro časopisy jako Stern, Vogue (italský, americký a francouzský), Esquire, Marie Claire a další. Věnuje se také reklamní fotografii, ale jeho vášně zůstává fotografický dokument.

Sicílie byla vždy jeho vášní. Jeho první úspěchy s fotografickým médiem můžeme datovat do let, kdy ještě jako student filozofie vydává knihu „Feste Religiose in Sicilia

(Náboženské oslavy Sicílie)“ z roku 1966.³⁶ Po této knize následovaly i další publikace, které reflektují jeho lásku vůči slunné a kontroverzní Sicílii.

Díky autorům, jako jsou Fallai a Scianna, přežívá Itálie jako mýtus, jako leitmotiv, nicméně postupně italská módní fotografie mění své rysy, styl se stává méně regionalistický. Na řadě jsou teď jiné klíčové, globálnější hodnoty. Nové atmosféry, nové fantazie, a především nové typy komunikace.



Ferdinando Scianna / kampaň Dolce & Gabbana / Sicílie 1987 / modelka Marpessa

³⁶ S úvodním slovem Leonarda Sciascia, italského spisovatele a politika pocházejícího ze Sicílie.

4.4 Reklama a mistr komunikace – Toscani

„Módní průmysl byl první, který si uvědomil, že obrazy – fotografie ‚l’immagine‘, jsou schopné prodávat výrobky“.³⁷ Schopnost fotografie prodávat produkt se projeví snad nejsilněji v osmdesátých letech, kdy reklamní řeč (jazyk) vyvrává někdy až do extrému (ale to jsme se ještě nedostali k současnosti). Fotografie se stává ideálním prostředkem. To, co je nedosažitelné, stává se ve fotografii dosažitelným; konkrétním objektem, po kterém toužíme. Je to klam pro diváka, který ve fotografii chce vidět sebe samého. Do toho kontextu ale Toscani zapadnout nechce, nechce být tím, kdo prodává lidem bezcenné iluze, kdo je udržuje v omylu, že svět kolem nás je takový, jak ho vidíme na fotografiích. V knize „Non sono obiettivo“ (Já nejsem objektivní) z roku 2001 vysvětluje proč:

„Já nejsem objektivní, ale dívám se a velmi často se mi to, co vidím, nelíbí. Tehdy si to dovolím říci. Možná přeháním, ale i to přehánění je forma tvořivosti, která k umění patří.“³⁸ Zároveň přiznává: „Já také patřím ke světu ‚Velké iluze‘, k univerzálnímu výsměchu, který před stejnými osly mává čím dál většími mrkvemi.“



Oliviero Toscani / 1984 / kampaň
Benetton



Oliviero Toscani / 1984 / kampaň
Benetton

Je to prostě Toscani, tak ostrý a bezprostřední, jak jen ve svých fotografiích může být. Osmdesátá léta jsou tím správným obdobím, kdy Toscani se svou bezprostředností může zaútočit a zaujmout. Píše se rok 1984 a fotograf podepíše smlouvu se značkou Benetton, známou také jako United Colors of Benetton, již se stará o celkovou marketingovou podobu. Tato spolupráce bude trvat až do roku 2000.

Kampaně, které vznikají mezi lety 1984 a 1991, se drží myšlenky, nebo spíše utopie, o světovém bratrství. Na osvětleném bílém pozadí (jeho nezaměnitelná značka)

³⁷ LANDI, P. *La fotografia di moda e la pubblicità*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 304 s.

³⁸ TOSCANI, O. *Non sono obiettivo*. Milano: Giangiacomo Feltrinelli Editore, 2001.

vyfotografuje obyčejné lidi patřící různým etnickým skupinám, samozřejmě oblečeným do výrazně barevných oděvů skupiny Benetton. Jeho fotografie jsou čisté, technicky dokonalé, subjekty se přímo dívají do objektivu. Toscani je velkým obdivovatelem Augusta Sander³⁹ a odkaz na jeho sérii „Lidé 20. století“ je zde patrný. Sám je velký perfekcionista a pečlivě vybírá i své modely, pro něž pořádá dlouhé a náročné castingy.



Oliviero Toscani / kampaň Benetton od roku 1989



³⁹ TOSCANI, O. *Ciao Mamma*, Milano: Arnoldo Mondadori Editore, 1995.

Od roku 1989 a během devadesátých let se jeho styl mění. Oblečení už nehraje ve fotografiích žádnou roli. Díky předešlým kampaním každý znal logo firmy Benetton a její výrobky. Nyní má však hlavní roli komunikace, vzkaz pro publikum. Toscani si vybírá cestu reportážního snímku, a ten má za úkol sdělit falešnému světu, ve kterém žijeme, umělcův vzkaz. Je to série šokujících snímků (období od roku 1989 do roku 2000), které pohoršily nemálo lidí (a častokrát i samotný Vatikán). Toscani porušuje v módní fotografii základní pravidlo, podle něž žádná negativní myšlenka nesmí být spojena s reklamním výrobkem. Jsou to fotografie, které se zabývají rasismem, válkou, nerovnoprávností, globálním znečištěním atd. Jeho spolupráce s Benettonem končí v roce 2000, kdy se na jejich plakátech a reklamách objeví portréty amerických trestanců odsouzených na smrt.



Oliviero Toscani / kampaň Benetton od roku 1989

Toscani odchází i z projektu „Fabbrica“ z roku 1994, který se zaměřuje na výzkum komunikace a s ním spojené prostředky, a také z časopisu *Colors*, kde byl šéfredaktorem. Od roku 2004 se věnuje jiným projektům. Nejznámější je pravděpodobně jeho zatím poslední počin z roku 2007, který je samozřejmě, jak jinak, kontroverzní. Na snímcích vytvořených pro oděvní společnost „No-I-ita“ je zachycena francouzská modelka Isabelle Caro trpící anorexií od svých 13 let. S touto kampaní, nazvanou „No Anorexia“, chce Toscani jasně poukázat na falešný model, který módní

průmysl společně s módní fotografií propaguje. Jedná se o velmi drsné snímky, a proto byly i zakázány v řadě států, mezi něž patří i Itálie.



Oliviero Toscani / kampaň No-l-ita 2004
modelka Isabelle Caro

4.5 Italská módní fotografie se globalizuje

Jak jsem se již zmínila, v tomto desetiletí se zájem o módní fotografii rozšiřuje. Čím dál tím více fotografů se věnuje tomu žánru, a to s větším či menším úspěchem. Mezi ty, kteří se proslavili, patří i **Giovanni Gastel** (Milán, 1955) a **Fabrizio Ferri** (Řím, 1952), jejichž úspěšná kariéra začíná v 80. letech a pokračuje až do současnosti.

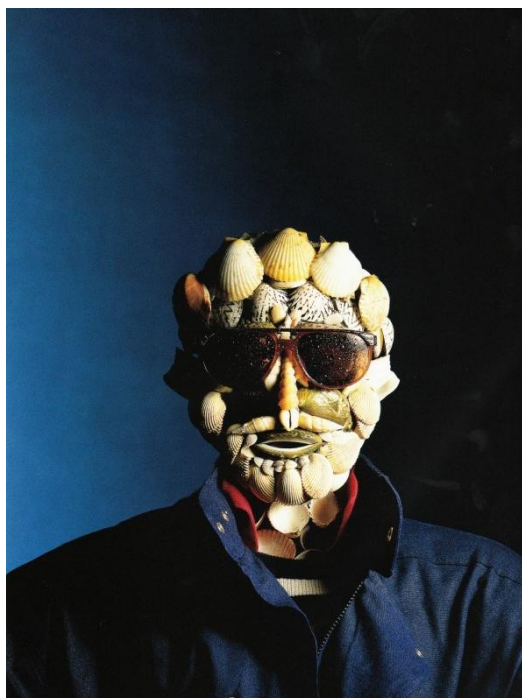
Gastel spojuje s módní fotografií i designové předměty; jako příklad uvedme sérii pro časopis *Donna* z roku 1986, kde model od Luciana Sopraniho doprovází křeslo Philippa Starcka. Známým se stává především jako experimentátor, jak po stránce technické, tak po té „formální“. Fotografování je pro něj hrou, kterou může nekonečně přepracovávat.

Fabrizio Ferri začíná jako dokumentarista, ale od poloviny 70. let se intenzivně věnuje módní fotografii. Spolupracuje s různými časopisy, ale nejvýznamnější je jeho příspěvek pro časopisy *Mondo Uomo* a *Donna*,⁴⁰ v nichž se formuje jeho pohled na módní fotografii. Model úspěšné a agresivní ženy je postupně nahrazen modelem normální ženy. Modelky jsou často nenalíčené a přirozenější.

Jestliže Ferri propaguje obyčejnou ženskost, pak **Paolo Roversi** činí pravý opak. Roversiho stylové počátky můžeme datovat do osmdesátých let, kdy se jeho technika stala hlavním směrem svého fotografického pojetí. Je to autor, který zaujímá svou

⁴⁰ VACCARI, A.: *Biografie*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005, 372 s.

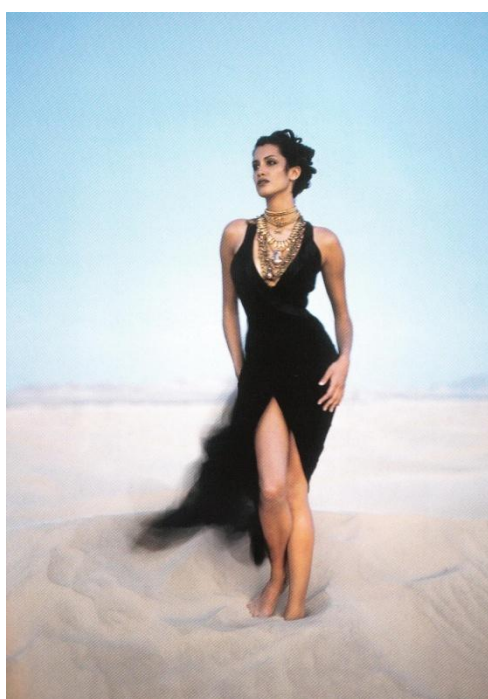
jedinečností a který povýší italskou módní fotografii na světovou úroveň. Zajímavé je, že Roversi žije, pracuje a zdokonaluje své schopnosti již téměř čtyřicet let v Paříži. Není to jediný příklad, ale o tom více až později.



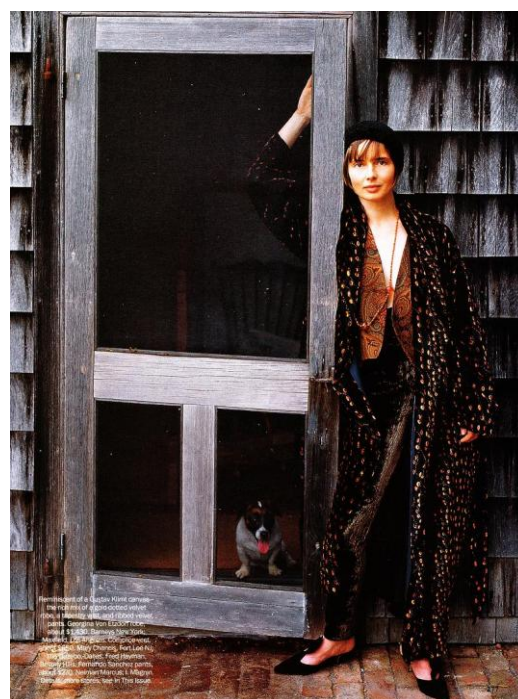
Giovanni Gastel / časopis *Mondo Uomo* 1985



Giovanni Gastel / nedatováno



Fabrizio Ferri
„Una sera in nero (Večer v černém)”
Marie Claire 1992



Fabrizio Ferri
modelka Isabella Rossellini
pro *Vogue US* 1993

5/ Devadesátá léta

5.1 Uzavřená společnost

Devadesátá léta začínají ve znamení velkých změn, jak politických, tak kulturních. Je to éra internetu, mobilních telefonů, Evropské unie a sjednoceného Německa. Je to ale také éra válečných konfliktů a šílených krav.

Je to rovněž doba, kdy jsou top modelky uctívány jako velké filmové hvězdy. Naomi Campbell, Claudia Schiffer, Kate Moss jsou novými ikonami, které všichni znají. Podobně jsou uctíváni i fotografové, kteří přispívají k jejich proslavení. Módní snímky a kampaně jako vždy propagují určitý model ženy a tento model se v devadesátých letech stává čím dál méně dostupný, čím dál méně odpovídající obyčejným ženám.

V módním průmyslu nastává obrat. Módní trend již není jen jeden dominantní, tak jak tomu bylo v minulosti, ale dochází k pluralitě, „volitelnosti“ výběru.⁴¹ Zákazníci se mohou sami rozhodnout, ke kterému trendu se chtějí připojit. Začátku tohoto období vévodí především dva módní styly. Na jedné straně se objeví „grunge“, který se adaptoval především u širšího publika a spočíval hlavně v kombinování různých stylů oblečení, na straně druhé se rozšíří i nový, minimalističtější styl, jehož hlavními představitelé jsou Gucci a Prada.

V polovině devadesátých let se rozšiřuje ještě takzvaný styl „vintage“,⁴² který uvede do módních trendů používání starších modelů známých návrhářů.

V souladu s dobou dostává i módní průmysl globálnější podobu. Logicky ke stejnému posunu dojde i v módní fotografii. I italské módní fotografové se přizpůsobují tomuto trendu. Za snad jedinou výjimku můžeme považovat **Alfa Castaldiho**, o kterém jsme mluvili v předešlé kapitole a který ještě na začátku tohoto desetiletí fotografuje v „italské“ náladě snímky pro *Vogue Italia* (1991). Na těchto snímcích najdeme onen nádech italské tradice a čistoty, se kterými se jinak v devadesátých letech nesetkáme.

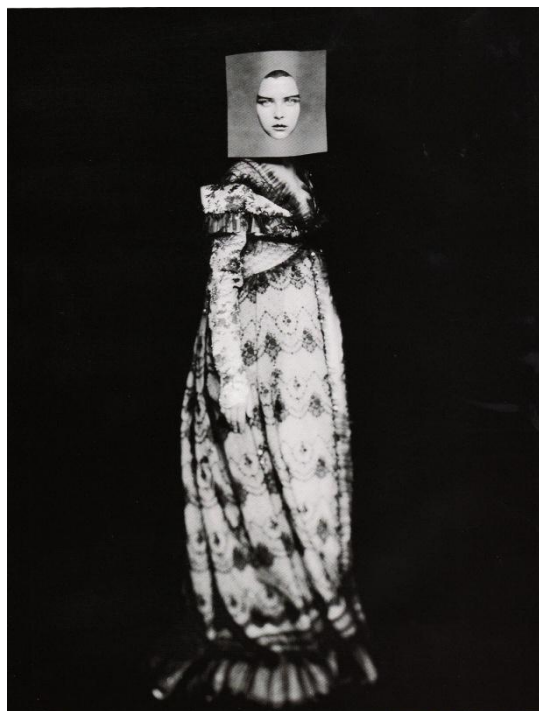
⁴¹ GNOLI, S. Un Secolo di Moda Italiana. Řím : Meltemi, 2005, 240 s.

⁴² Ibid.

Mladší generace fotografů spíše tíhne ke stylu, jenž vyhovuje diktátům módních časopisů a návrhářů. Přesto se ale i mezi nimi najdou dvě výjimky, o nichž budou pojednávat následující podkapitoly.



Alfa Castaldi / „DP Doppie Pagine: Entomologia“
Vogue Italia 1991

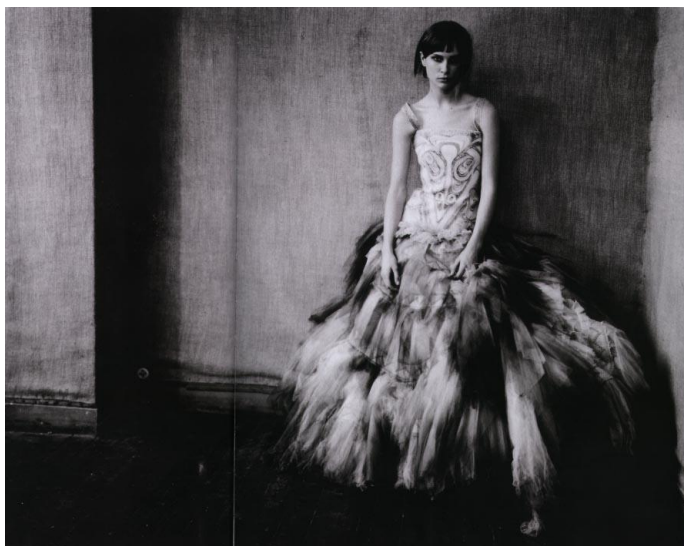


Paolo Roversi / „Black Couture“
Vogue Italia 1998

5.2 Sny, andělé a démoni Paola Roversiho

Éterické bytosti, magie a jemná estetika doprovázená jedinečnou technikou, to všechno spojujeme se jménem **Paolo Roversi** (Ravenna, 1947), který patří v devadesátých letech mezi nejznámější a nejvyhledávanější italské módní fotografy na světě. Jeho styl a atmosféra jeho snímků jsou nezaměnitelné, jeho technika neopakovatelná, jeho cit pro estetiku nepřekonatelný. Je jedním z mála fotografů, který svými snímky dokáže okouzlit celou generaci lidí, nehledě na to, jestli se o módu či fotografii zajímají nebo ne.

Roversi patří nepochybně mezi nejlepší fotografy posledních třiceti let, podobně jako Peter Lindbergh nebo Herb Ritts. Začal fotografovat jako samouk v sedmnácti letech, kdy si po návratu z cesty ze Španělska pořídil černou komoru a ponořil se do světa fotografického umění. Rozhodující bylo jeho setkání s místním fotografem Nevien Natalim, díky kterému se jeho zájem o fotografii dále prohloubil. Začíná jako fotoreportér a jeho první publikovaná reportáž byla z pohřbu Ezry Pound v Benátkách. Od roku 1973 se na pozvání Petra Knappa, uměleckého ředitele časopisu *Elle*, stěhuje do Paříže.



Paolo Roversi / „Magnificent, Top to Toe“ /
Vogue Italia 2002

Začíná se zajímat o módní fotografii a stává se asistentem Lawrence Sackmanna, se kterým sice nebylo snadné spolupracovat, ale zato se od něj naučil, jak se stát profesionálním fotografem. Jeho první příspěvky do módních časopisů spadají

do poloviny sedmdesátých let a jsou publikovány ve francouzských časopisech: *Elle*, *Dépêche Mode* a *20Ans*. Jeho opravdová kariéra ale začíná až s reportážemi pro *Marie Claire*.

Díky zvědavosti a neustálému technickému zdokonalování nabývá jeho styl osobitého výrazu obzvláště v osmdesátých letech, s „objevením“ velkoformátových polaroidových snímků, kterým zůstává věrný přes třicet let. Ale jak sám říká v jednom interview,⁴³ nebrání se používat i jiné. Podle jeho slov, všechno záleží na daném okamžiku, atmosféře, modelce, světelných podmínkách a náhodě. Ano, sám Roversi trvá na tom, že jeho snímky jsou výsledkem občas náhodných faktorů, přímé momentální improvizace. Posvítí si baterkou nebo prostě zapne světla a začíná fotografovat bez jejich jakéhokoliv jiného umístění. Když se ho novinářka dotáže, jaká světla pro svoji práci preferuje, odsekne „obyčejné okenní světlo“, vždyť „světlo je život – a první světlo, které vidím, je to sluneční“.⁴⁴



Paolo Roversi / *Vogue Italia* 1998



Paolo Roversi / „Just enchanting“ / *Vogue Italia* 2004

Roversi je hledáním krásy a snových atmosfér přímo posedlý. Módní oděvy jakoby hrály jen úlohu stafáže, zajímá ho spíš portrét modelky, kterému věnuje plnou pozornost. Velmi často se modelky dívají přímo do objektivu a divák se od toho pohledu nedokáže odtrhnout. Estetika jeho díla je nepochybně jedinečná, ještě

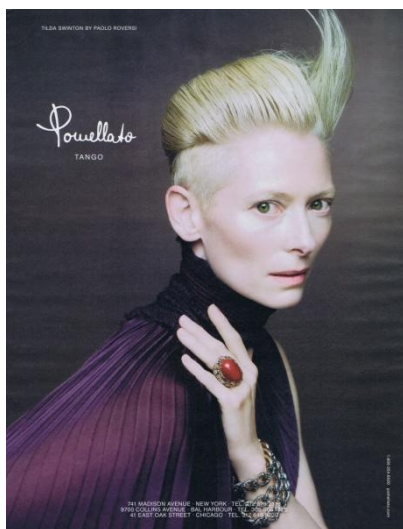
⁴³ REICH, S. „Paolo Roversi On The Mysteries of Light“, Photo District News, 2005, dostupné z: www.paoloroversi.com.

⁴⁴ Ibid.

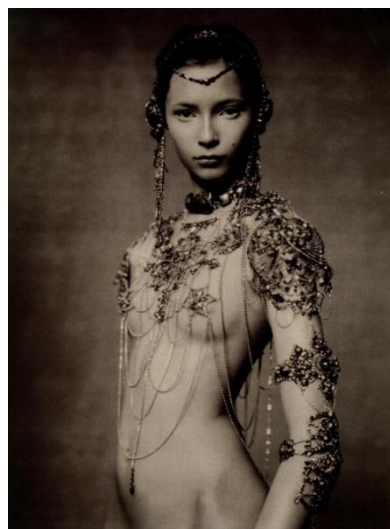
umocněná jeho zálibou pro modelky, jež jsou zároveň „andělé a démoni“.⁴⁵ Celková, až rozostřená atmosféra nutí okouzleného diváka zkoumat fotografii do detailu a věnovat jí větší pozornost, než by obvykle věnoval jiným.

Svémi fantastickými rozostřenými atmosférami uctívá piktorialisty, Steichena, Stieglietze, Cameronovou. Tohoto cíle dosáhne dlouhými expozičními dobami, kdy donutí modely nehybně stát dvě, tři vteřiny. Tvrdí, že to nedokáže vysvětlit racionálně, ale „když používá delší expoziční doby, pohled (modelky) se zintenzivní a prohloubí, než kdyby exponoval bleskem. Je to, jako kdyby se duše dala odhalit pomocí delší expozice“.⁴⁶

Roversi spolupracuje s řadou časopisů (*Vogue*, *Harper's Bazaar*, *Marie Claire* atd.), přesto ho nejčastěji oslovují jednotliví návrháři, aby jim nafotil kampaně. Nejvíce spolupracoval s Romeem Gigli a Yohji Yamamotem, pro kterého v roce 1996 vytvořil katalog jménem „The Artist and His Muse“ s jednou z jeho oblíbených modelek, Guinevere van Seenus. Roversi rád pracuje s modelkami, které mají zvláštní rysy. Kirsten Owen, Stella Tennant nebo herečka Tilda Swinton odpovídají jeho mytické představě, kterou svými fotografiemi vytváří. Jeho pátrání po duši subjektu ho vede i k portrétu a fotografování aktů. Roversiho dílo je poměrně dobře zmapováno řadou fotografických publikací a pravidelných výstav pořádaných již od roku 1984.



Paolo Roversi / kampaň Pomellato 2010
herečka Tilda Swinton



Paolo Roversi / 2002

⁴⁵ SHERWOOD, J. „*Gli antichi maestri perduti della fotografia di moda italiana*“, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. *Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi*. Milano: Charta, 2005, 105 s.

⁴⁶ PHILIPS, I. „*Paolo, Prince of Polaroid*“, *The Sunday Telegraph*, září 1994, dostupné z: www.paoloroversi.com.

5.3 Heroin chic a Mario Sorrenti

Velkým problémem devadesátých let byly, a jsou jím dodnes, drogy. Od samého začátku devadesátých let se image drog postupně mění. Z něčeho negativního, ošklivého se stává akceptovaný „doplňek“ každodenního života. Ikony jako Kurt Cobain, Robert Downey Jr., River Phoenix a filmy jako *Basquiat*, *Pulp Fiction*⁴⁷, tuhle představu podporují. Zatímco to vypadalo, že „akademický, módní a umělecký svět akceptují jistou estetizaci drog a její závislost na ní, mnohá média kritizovaly filmy jako *Trainspotting* a *Basquiat*,⁴⁸ které popisovaly návykové užívání drog jako fascinující a dobrodružný exotický svět“.⁴⁹ V duchu nového stylu se tak objevují kampaně propagující vyzáblé, bledé modelky, s „nezdravým“ vzhledem a ztraceným pohledem. Mezi nejznámější patří modelky jako Kate Moss a Stella Tennant. Je to doba takzvaného „heroin chic“.

Největší kontroverzi vyvolala kampaň Calvina Kleina z roku 1996 pro „Be Cologne“, s modely Kate Moss, Vincentem Gallem a dalšími, kteří tento nový „cool“ model propagovali. Reklamní snímky doprovázely slogany typu: „Be good. Be bad. Just be“ (Buď hodný. Buď zlý. Prostě buď). Kampaň byla brzy stáhnuta, ale další tvůrci pokračovali v podobném duchu.

V roce 1997 se ale stává něco, co „donutí“ média i módní průmysl pozměnit svůj postoj. Davide Sorrenti, dvacetiletý nadějný fotograf patřící k tomuto světu umírá na následky předávkování v kombinaci s neléčitelnou nemocí. Je to šok, který donutí časopisy jít jiným směrem. Dokonce i tehdejší americký prezident, Bill Clinton, veřejně vystoupí proti „heroin chic“ stylu života.⁵⁰

Davidův starší bratr, **Mario Sorrenti** (Neapoli 1971), je jedním z fotografů, kteří patří ke generaci tohoto žánru. Pochází z Itálie, ale ve svých deseti letech se stěhuje do New Yorku. Celá rodina se věnuje fotografii, jak rodiče, tak i jeho sestra a bratr.

Po škole pracuje jako model, ale později se začíná věnovat převážně fotografii a filmovým reklamám.

⁴⁷ HALNON, K. B., *Heroin Chic, Poor Chic, And Beyond Deconstructionist Distraction*, Consumers, Commodities and Consumption, vol.11, No.1, Prosinec 2009 dostupné z: <http://csrn.camden.rutgers.edu/newsletters/11-1/halnon.htm>

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ GNOLI, S. *Un Secolo di Moda Italiana*. Řím : Meltemi, 2005, 239 s.

Úspěchu dosáhne se svou první kampaní pro parfém „Obsession“ od Calvina Kleina. Celou kampaň fotografuje s tehdejší partnerkou a začínající modelkou Kate Moss. Jak sám prohlásí, jeho první snímky odkazují na Edwarda Westona a Sally Mann.⁵¹ Zpočátku fotografuje černobíle, ale postupně se v jeho pracích objevuje ironie, a s ní i pestrá barevnost. Jeho odkaz na glamour je zjevný. Občas všední, občas fetišistický – to je styl, který ho proslavil a díky kterému ho známe i dnes. Fotografuje v podstatě pro všechny módní časopisy (Vogue, Another Magazine, The Face, Harper’s Bazaar atd.) a spolupracuje s řadou módních návrhářů (Calvin Klein, Dolce&Gabbana, Ungaro atd.). Krom fotografování se věnuje i točení krátkých reklamních šotů pro značky jaké jsou Benetton, Lancome a samozřejmě i pro parfémy Obsession a Escape od Calvina Kleina.



Mario Sorrenti / kampaň Obsession pro Calvin Klein



Mario Sorrenti /
modelka Kate Moss /
Elle 1992



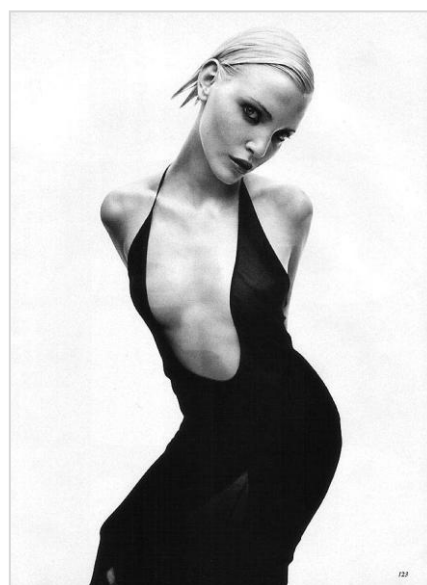
Autor fotografií Kate Moss /
portrét Maria Sorrentiho

⁵¹ VACCARI, A.: *Biografie*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005 str. 388

Sorrenti si vede po celá léta osobní fotografický deník. Fotografuje své blízké, ale také sebe samého. Vznikají nádherné portréty z jeho života. Známa je série snímků, co fotografovala Kate Moss z doby, kdy byli ještě partneři. Některé fotografie z tohoto deníku byly vystavovány v MoMA v New Yorku v roce 2004 v rámci výstavy „*Fashioning Fiction in Photography since 1990*“. Následuje mnoho dalších výstav po celém světě. V roce 2001 vydává publikaci věnovanou bratrovi s názvem „*The Machine*“.



Mario Sorrenti / *Harper's Bazaar US* 1998



Mario Sorrenti / modelka Nadja Auermann / 1993

To co zaujme na jeho stylu, je především dynamismus. V průběhu let Sorrenti experimentuje, zkoumá, hraje si a ironizuje. Jeho styl se neustále proměňuje, a přesto poznáme, že je to stále on. Velice zajímavá je reportáž z roku 2009 pro *L'Homme Vogue International*, pro kterou si Sorrenti vybírá jako model sebe samého. Vzniká soubor fotografií „*Autoportraits*“, kde jej můžeme poznat z jiného pohledu.



Mario Sorrenti / „Autoportraits“
L'Homme Vogue International 2009



Mario Sorrenti / „Portraits of a city (Portrét jednoho města)“
Vogue Nippon 2008



Mario Sorrenti / kampaň Kenzo 2009

V dnešní době spojujeme jeho jméno s fotografy, kteří, jako on, patří k „mladé“ generaci fotografů. Je to jeden z mála, který vyčnívá z anonymity a každodennosti, o němž se bude ještě nějaké to desetiletí mluvit.

6/ Současnost

6.1 Všechno je jinak

Dostáváme na konec našeho putování po dějinách italské módní fotografie. První desetiletí nového milénia je za námi. Je na čase udělat souhrn toho, co se v minulém desetiletí stalo.

Událost, která více či méně změnila naše životy, byl teroristický útok na World Trade Center. Kdo to zažil, asi nikdy nezapomene na neustále opakované záběry hroutících se mrakodrapů. Strach, nejistota – to jsou pocity, se kterými teď západní svět musí žít. Takzvaný, řekla bych, samozvaný, civilizovaný svět se teď probudil z jakéhosi snu, ve kterém žil posledních padesát let.

Nové tisíciletí s sebou přináší nové technologie i na poli fotografie: digitální éra je tu, najednou je každý, kdo si pořídí přístroj „fotografem“. Je to desetiletí mikrotelefonů a iPodů bez kterých už ani nemůžeme vyjít z domova. Všechno se stává mobilnější, globálnější: jak notebooky a Wifi, tak korupce, chudoba a terorismus.

Nedá se říci, že by v módě nebo v hudbě převládal nějaký styl, který by se udržel více jak půl roku. Ideál ženy je teď Carrie, hlavní protagonistkou úspěšného amerického seriálu „Sex and the city“: emancipovaná, volná, bez zábran, vždy elegantní a vždy ve značkovém a neustále osaměla ve svém příliš složitém emocionálním životě.

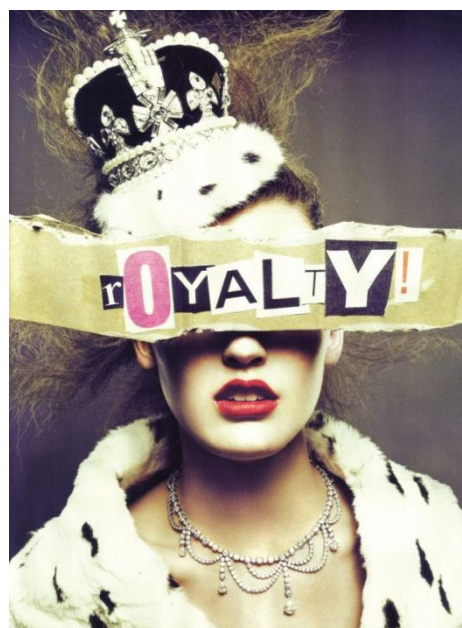
A co se děje v Itálii? Cítit je tu dekadence italské společnosti i kultury. Ani „Made in Italy“ už není tak úspěšný, jak býval. Do tohoto kontextu zapadá i generace současných mladých módních fotografů. Ta se spíše odkazuje k opakování aktuálních trendů, než k experimentování.

Co mladým fotografům chybí především, je určitá drzost a zvědavost, které jsou vždy společníky kreativity a originality. Oni se však raději, než by přišli s něčím novým, drží linie, nastavené většinou italských módních časopisů. Z mnoha italských módních časopisů (např. *Max*, *Elle*, *Io Donna*) výrazněji vyčnívá a odlišuje se jen jeden. Je to *Vogue Italia*, od roku 1988 vedený šéfredaktorkou Frankou Sozzaniovou. Je to jediný módní časopis v Itálii, který se nezaměřuje jen na módu, ale klade značný důraz (jako ostatně všechny časopisy vydavatelství Condé Nast) i na samotné snímky. Jsou v něm vždy zastoupeni špičkoví módní fotografové jako Steven Meisel, Craig McDean nebo Peter Lindbergh. Jediné dvě osobnosti pravidelně zastupující italskou „menšinu“

jsou Paolo Roversi a Mario Sorrenti. Ti však již řadu let žijí a pracují v cizině. Sama Sozzaniová přiznává, že její vztah s italskými fotografy je „těžký“. Vyjadřuje se o nich jako o „málo adaptabilních“, cítících se „uspokojeni z jednoho povedeného snímku“.⁵² Najdou se zde ale i výjimky, jako například Riccardo Vimercati nebo Manuela Pavesi. Z mého pohledu nejzajímavější je mezi mladší generací **Michelangelo di Battista**, který žije a pracuje mezi Londýnem, Paříží a New Yorkem. Jeho jméno se často objevuje v různých časopisech. Fotografuje celebrity (Jennifer Lopez, Scarlett Johansson, Cameron Diaz) a soudě podle jeho fotografií, se domnívám, že o něm ještě uslyšíme. Jen čas ale ukáže, zda di Battista bude nástupcem Maria Sorrentiho nebo Paola Roversiho.



Michelangelo di Battista / *Vogue Italia* 2009



Michelangelo di Battista / *Vogue Italia* 2008

⁵² CUNACCIA, C. *Franca's Touch*, FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. *Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi*. Milano: Charta, 2005, 358 s.

Závěr

Módní fotografie je dnes nedílnou součástí našeho chápání módy samotné. Jestliže návrhář je ten, kdo materializuje svoji módní vizi v šatech, pak fotograf je ten, jenž ji činí skutečnou a přitažlivou pro masy. Módní fotografie nezachycuje pouze různé módní styly, ale také kulturu, umění, vkus a sociální proměny. V celkovém přehledu italské módní fotografie však najdeme jen některé fotografy, kteří dokážou tuto tezi potvrdit. Zajímavé je také, že většina z nich hledá podněty a podklady mimo Itálii, v cizině. Například Roversi žije již přes čtyřicet let v Paříži, Sorrenti od svých deseti v New Yorku, Rubartelli ve Venezuele. Toscani studoval ve Švýcarsku atd. A právě tyto fotografové se nejvíce proslavili svou jedinečností a originalitou za hranicemi Itálie.

Tímto fenoménem se zabývají historici i teoretici, kteří se shodují na tom, že důvody nelze hledat jen v samotné módní fotografii, ale i v chápání fotografie jakožto umění vůbec. Fotografie byla vždy považována za marginální záležitost. Italové jsou náležitě hrdí na svou zemi, známou jako kolébku umění. Proto je pro nové formy uměleckého projevu mnohem těžší se prosadit mezi tradičně uznávanými odvětvími, než kdekoli jinde.

Na podporu tohoto tvrzení uvedme, že když ve třicátých letech módní časopisy jako Harper's Bazaar a Vogue již ve světě dávno udávaly tón budoucím trendům módní fotografie, tak v Itálii se ještě dlouho diskutovalo o tom, zda má, či nemá fotografie být považována za umění.⁵³ Není se proto čemu divit, že italská módní fotografie se prosazovala jen velmi těžce.

Nesmíme opomenout ani fakt, že na rozšíření módní fotografie má podstatný vliv i samotné vnímání spotřebitelů, tedy čtenářů. Mě například má známá během rozhovoru o časopisu Vogue přiznala, že ho již přestala kupovat, a to právě kvůli fotografiím. „Jsou příliš ‚umělecké‘, takže není snadné pochopit, jak šaty vlastně vypadají“. Já osobně jsem velmi ráda, že časopisy jako Vogue stále dávají velký důraz na to, aby estetika vyzařovala i z celkové grafické úpravy, včetně fotografií. Mám proto naději, že konzumismus nemusí vždy nutně vítězit nad uměním.

⁵³ MARRA, C., *La fotografia della moda*, in FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. *Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi*. Milano: Charta, 2005, 85 s.

Seznam literatury a použitých zdrojů

- CALVENZI, G. (a cura di) Italia. Ritratto di un paese in sessant'anni di fotografia. Řím: Contrasto DUE, 2008.
- CALVINO, I. *L'Avventura di un fotografo*, Gli amori difficili. Mondadori, 1993.
- FRISA, M.L.; BONAMI, F.; MATTIROLO, A. Lo sguardo italiano. Fotografie di moda dal 1951 a oggi. Milano: Charta, 2005.
- GNOLI, S. Un Secolo di Moda Italiana. Řím : Meltemi, 2005.
- GRANDI, S. Racconti di moda e finzioni credibili – Gli Anni Cinquanta. *Storia e Futuro*, Unor 2007. Dostupné z : <<http://www.storiaefuturo.com>>.
- GRAZIOLI, E. Ugo Mulas, Dentro la fotografia, *PressReleaseFocus*, [online]. 2004, č. 32, 4 s. Dostupné z <http://www.undo.net/Pressrelease/pdf/focus32.PDF>.
- HALNON, K. B., *Heroin Chic, Poor Chic, And Beyond Deconstructionist Distraction*, Consumers, Commodities and Consumption, vol.11, No.1, Prosinec 2009 dostupné z: <http://csrn.camden.rutgers.edu/newsletters/11-1/halnon.htm>
- HARRISON, M. *Appearances: Fashion Photography since 1945*. Rizzoli International Publication 1991.
- JOBLING, P. *Fashion Spreads (Dress, Body, Culture)*, Berg Publishing Books Intl, 1999
- KOCHOL, D. *Britská módní fotografie 60Let*. Opava: Institut Tvůrčí fotografie, 2006
- MARRA, C. *Nelle ombre di un sogno. Storia e idee della fotografia di moda*. Milano: Bruno Mondadori, 2004.
- PHILIPS, I. , *Paolo, Prince of Polaroid*, The Sunday Telegraph, září 1994, dostupné z: <www.paoloroversi.com>.
- REICH, S. „*Paolo Roversi On The Mysteries of Light*“, Photo District News, 2005
- SCIMÉ, G. *Il fotografo. Mestiere d'arte*. Il saggiatore, 2003.
- SPINDLER, A.M., *A Death Tarnishes Fashion's 'Heroin Look'*, New York Times, Květen 1997, dostupné z: <<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9D04EFD71F38F933A15756C0A961958260&pagewanted=1>>
- TOSCANI, O. *Non sono obiettivo*. Milano: Giangiacomo Feltrinelli Editore, 2001.
- TOSCANI, O., SAILLARD, O., CANESSA, A., *Workwear. Work, fashion, seduction*, Marsilio, 2009
- TOSCANI, O. *Ciao Mamma*, Milano, Arnoldo Mondadori, 1985

VERGANI, G. Dizionario della moda, Baldini Castoldi Dalai Editore, 2009

ZINCONI, V. Interview s Oliviero Toscani, *Sette*, Corriere Della Sera, Červenec 2010.

Dostupné z: <<http://www.vittoriozincone.it/interviste/oliviero-toscani-sette-luglio-2010/>>.

Internetové stránky:

- <http://www.aldofallai.com>
- <http://www.olivierotoscanistudio.com>
- <http://www.toscani.com/>
- <http://www.magnumphotos.com>
- <http://www.ugomulas.org>
- <http://www.ciaovogue.com>
- <http://www.gianpaolobarbieri.com>
- <http://www.alfacastaldi.com>
- <http://www.riccardovimercati.com>
- <http://www.managementartists.com>
- <http://www.paoloroversi.com/>
- <http://www.mariosorrenti.com>
- <http://www.artpartner.com>
- <http://www.fabrizioferri.com>
- <http://www.vogue.it>
- <http://www.ciaovogue.com>
- <http://www.giovanigastel.it/>
- <http://www.veruschka.net/>

JMENNÝ REJSTŘÍK

- Alberoni, Francesco 32
 Albini, Walter 30,
 Albonico, Isabella 19
 Antonioni, Michelangelo 21
 Apollonia 31
 Armani, Giorgio 33, 34
 Bailey, David 19, 21, 25
 Barbieri, Gian Paolo 19, 30
 Barzini, Benedetta 17, 20, 21, 26
 Basquiat, Jean-Michel 32
 Bastianello, Ivana 20
 Beatles, The 18
 Benetton 28, 38, 39
 Bergman, Ingrid 10
 Boss, Hugo 34
 Buonarrotti, Michelangelo 8
 Buffon, Gianluigi 8
 Brandolini D'Adda, Kiki 13
 Campbell, Naomi 43
 Cameron, Julia Margaret 47
 Capucci, Roberto 13, 15, 19
 Carosa, 9
 Caracciolo di Castagneto, Marella 13
 Caravaggio 34
 Caro, Isabelle 40
 Cassini, Oleg 22
 Castaldi, Alfa 15, 23, 24, 43, 44
 Clinton, Bill 48
 Cobain, Kurt 48
 Corman, Cinzia 20
 Crespi, Consuelo 19
 De Antonis, Pasquale 11
 De Biasi, Mario 15
 Dell'Atte, Antonia 34
 Diaz, Cameron 53
 Di Battista, Michelangelo 53
 Doisneau, Robert 34
 Dolce, Domenico 36
 Dolce & Gabbana 32, 36, 49
 Downey, Robert Jr. 48
 Duchamp, Marcel 17
 Duran Duran 32
 Fallai, Aldo 33, 34, 37
 Fellini, Federico 14
 Feltrinelli, Giangiacomo 25
 Moncada, Johnny 21
 Fendi 25
 Ferragamo, Salvatore 34,
 Ferré, Gianfranco 32
 Ferretti, Alberta 33
 Ferri, Fabrizio 41
 Fontana, Lucio 25, 26, 27,
 Fontana, Sorelle 9, 13
 Gabbana, Stefano 36
 Gallo, Vincent 48
 Gastel, Giovanni 33, 41
 Gigli, Romeo 47
 Giorgini, Giovanni Battista 9
 Ghergo, Arturo, 10, 14
 Gucci 32, 43
 Haertter, Elsa 11
 Haring, Keith 32
 Hepburn, Audrey 30, 31
 Houston, Anjelica 30, 31
 Johansson, Scarlett 53
 Johns, Jasper 17
 Jordan, Donna 29,
 Klein, Calvin 34, 48, 49
 Klein, William 21
 Knapp, Peter 45
 Kochol, Dušan 18
 Krizia 23, 33
 Lichtenstein, Roy 17
 Lindbergh, Peter 45, 53
 Lollobrigida, Gina 10
 Loren Sofia 10, 14
 Lopez, Jennifer 53
 Lotti, Mariella, 10
 Lucchini, Flavio 28
 Madonna 32
 Magnani, Anna 14
 Magni, Bimba 19
 Malamstrom, Eva 31
 Mangano, Silvana 14
 Mann, Sally 49
 Marpessa 36
 Martini, Rossana, 10
 Martinelli, Elsa 12, 19
 Mazzurelli, Federica 12
 McDean, Craig 53
 Meisel, Steven 53
 Swinton, Tilda 47

- Moss, Kate 43, 48, 49, 50
 Mulas, Antonia 27
 Mulas, Ugo 15, 17, 21, 24, 25, 26, 27, 28
 Munkacsi, Martin 13
 Mussolini, Benito 28
 Mussolini, Rachele 28
 Natali, Nevio 45
 Orfei, Miranda (Moirra) 15
 Owen, Kirsten 47
 Pariolini, Mariolini 19,
 Patellani, Federico 13, 16
 Pavesi, Manuela 53
 Petteni, Mirella 21
 Phoenix, River 48
 Pound, Ezra 45
 Prada 32, 43
 Pucci, Emilio 9
 Quant, Mary 18, 19
 Rauschenberg, Robert 17
 Robiola, Elsa 11
 Relang, Regina 13, 14
 Ritts, Herb 45
 Rolling Stones 18
 Rossellini, Isabella 42
 Rossellini, Roberto 14, 21
 Roversi, Paolo 33, 41, 45, 52, 54
 Rubartelli, Franco 17, 21, 22, 23, 54
 Sackmann, Lawrence 45
 Saint Laurent, Yves 22
 Sander, August 39
 Sant'Angelo, Giorgio 22
 Schiffer, Claudia 29, 43
 Scianna, Ferdinando 33, 36, 37
 Sciascia, Leonardo 37
 Schön, Mila 17, 22, 27
 Scott, Ken 23
 Secchiaroli, Tazio 15
 Soprani, Luciano 41
 Sorrenti, Davide 48
 Sorrenti, Mario 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54
 Sozzani, Franca 52, 53
 Spandau Ballet 32
 Starck, Philip 41
 Steichen, Edward 46
 Stieglitz, Alfred 46
 Stoppi, Isa 21, 24
 Tennant, Stella 47, 48
 Toscani, Fedele 28
 Toscani, Oliviero 8, 24, 25, 28, 29, 33,
 38, 39, 40, 54
 Trussardi 33
 Twiggy 18, 21
 Ungaro 49
 Valentino 22, 30, 33, 34
 Van Seenus, Guinevere 47
 Veneziani, Jole 13, 25
 Versace, Gianni 32
 Vimercati, Riccardo 53
 Visconti, Luchino 14, 19
 Von Lehndorff, Vera – Veruschka 17, 21
 Vreeland, Diane 18, 21, 22
 Warhol, Andy 18, 25
 Weston, Edward 49
 Wham 32
 Yamamoto, Yohji 47