

# MOTH

Bc. Jan Zeman

---

Diplomová práce  
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ústav designu oděvu a obuvi  
akademický rok: 2012/2013

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Bc. Jan ZEMAN  
Osobní číslo: K10338  
Studijní program: N8206 Výtvarná umění  
Studijní obor: Multimedia a design – Design oděvu  
Forma studia: prezenční

Téma práce: Noční motýl

### Zásady pro vypracování:

Výtvarné zpracování a realizace vybraných finálních návrhů, cca 8–12 kusů modelů.  
Technická a teoretická příprava projektu, sběr potřebných informací a vyhotovení práce dle zadaných parametrů.

Prostudování a analýza dostupných materiálů a informací, vlastní závěry.

Rozsah práce: Koncepční a výtvarné řešení designu oděvu ve variantách, finální řešení, výběr materiálů, stříhové řešení, realizace vybraných oděvů, výtvarná dokumentace, vše formát A4.

Svůj návrh dokumentujte v závěrečné písemné zprávě, doložte kresebnými návrhy dokládajícími postup řešení

(přípravné skici cca 20 stran, fotodokumentace a módní fotografie, vše formát A4).

Odevzdejte ve dvou stejnopisech v pevné vazbě.

Součástí předané písemné práce jsou i 2 vyhotovení na CD-ROM. Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK.

Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i angličtině, rok obhajoby, osobní email, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah diplomové práce: viz zásady pro vypracování  
Rozsah příloh: viz zásady pro vypracování  
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/umělecké dílo

Seznam odborné literatury:


1. Říše pomjivosti, Móda a její úděl v moderních společnostech, LIPOVETSKY G., Prostor, Rok: 2002, ISBN: 978-80-7260-229-2
2. Móda: Z dějiny odívání 18., 19. a 20. století, Taschen Slovart s. r. o., Rok: 2011, ISBN: 3-8228-2624-3
3. Alexander McQueen: Savage beauty, BOLTON. A, FRANKEL. S, BLANKS. T, Yalebooks, Rok: 2011, ISBN: 978-0-300-16978-2 (hc: Yale University press)  
ISBN: 978-1-58839-412-5 (hc: The Metropolitan Museum of art)
4. Decades of fashion, WORSLEY. H, ULMANN. H. F, Konemann UK Ltd, Rok: 2006 ISBN: 3833112158
5. Design: Aktualita, nebo věčnost?, PACHMANOVA. M, Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze, Rok: 2005, ISBN: 80-86863-05-0
6. Akademický slovník cizích slov, KOLEKTIV AUTORŮ POD VEDENÍM VĚRY PETRÁČKOVÉ, Academia Praha, Rok: 2001, ISBN: 80-200-0607-9

Vedoucí diplomové práce: MgA. Mária Štraneková, ArtD.  
Ústav designu oděvu a obuvi  
Datum zadání diplomové práce: 10. prosince 2012  
Termín odevzdání diplomové práce: 17. května 2013

Ve Zlíně dne 12. prosince 2012

  
doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.  
děkanka



  
doc. Mgr. Ivan Titor  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby <sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 <sup>2)</sup>;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně

16.5.2019

Jméno, příjmení, podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydávající zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlázení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není – li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, u které – li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá – li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není – li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není – li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídnou k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## ABSTRAKT

Ve své studii, se zamýšlím nad medializací módy ve vztahu k soudobým reáliím prostřednictvím módního filmu. Celková koncepce je založena na několika attributech. Prvním charakteristickým rysem jsou subtilní kvality tónu a nálady, které nalézám v žánrovém pojetí filmu noir. Druhým je obecně platná představa fatální ženy, stylizované, nalíčené s výrazným pasem a úzkou siluetou, ve své tradiční exhibicionistické roli.

## KLÍČOVÁ SLOVA

*Módní film, film noir, móda, mûra, femme fatale, příběh*

## ABSTRACT

In my thesis, I contemplate the relationship of various fashion media, and contemporary realities, through the use of fashion film. The overall concept is based on several attributes. The first of the distinguishable characteristics are the subtle tonal, and mood – evoking qualities, comparable to the film noir genre. The second set of recognizable features, are the imaginings of the generally accepted femme fatale, with a stylized make up, accented waist, a slim silhouette, and a traditionally exhibitionistic role.

## KEY WORDS

*Moving fashion, film noir, fashion, moth, femme fatale, story*

*„Věnováno všem lidem, kteří se oblékají“*

*\_ Akiko Fukai, vrchní kurátor Kyoto Costume Institute*

Rád bych vyjádřil nejupřímnější díky všem, kdo velkoryse věnovali čas a úsilí, aby vznikla tato diplomová práce. Zvláště děkuji MgA. Márii Štranekové, ArtD. a PhDr. Daniele Lapšanské, které mi poskytly odborné rady, a Radce Sirkové, bez jejíž oponentury by toto dílo nebylo nikdy zcela úplné. A poděkování patří samozřejmě mé rodině a přátelům, které jsem během realizace této práce velmi zanedbával, a přesto mi nikdy neopomenuli vyjádřit podporu.

**OBSAH:**

<b>I.</b>	<b>ÚVOD .....</b>	<b>10</b>
<b>II.</b>	<b>TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE .....</b>	<b>11</b>
<b>1.</b>	<b>METODOLOGIE PRÁCE .....</b>	<b>12</b>
<b>2.</b>	<b>VYMEZENÍ STĚŽEJNÍCH POJMŮ .....</b>	<b>13</b>
<b>3.</b>	<b>MÓDNÍ SVĚT VE FILMU .....</b>	<b>14</b>
<b>4.</b>	<b>FILM NOIR .....</b>	<b>17</b>
4.1.	Základní rysy filmu noir ve vybrané literatuře.....	18
4.1.1.	<i>Narativní archetypy femmes fatales .....</i>	<i>21</i>
4.2.	K osobní charakteristice filmu noir .....	23
<b>5.</b>	<b>MOVING FASHION .....</b>	<b>24</b>
5.1.	Cesty módních informací .....	25
5.1.1.	<i>Propagační módní film.....</i>	<i>26</i>
5.1.2.	<i>Online magazín SHOWstudio.....</i>	<i>32</i>
<b>III.</b>	<b>PROJEKTOVÁ ČÁST PRÁCE.....</b>	<b>35</b>
<b>1.</b>	<b>MOTH A/W 2012/13 .....</b>	<b>36</b>
1.1.	Tvarová koncepce .....	37
1.1.1.	<i>Barevnice.....</i>	<i>38</i>
1.1.2.	<i>Moodboard.....</i>	<i>39</i>
1.1.3.	<i>Ilustrační koláže .....</i>	<i>41</i>
<b>2.</b>	<b>GIRDLE .....</b>	<b>44</b>
2.1.	Model 1 .....	44
<b>3.</b>	<b>KABÁT.....</b>	<b>45</b>
3.1.	Model 1 .....	45
3.2.	Model 2 .....	46
3.3.	Model 3 .....	47
<b>4.</b>	<b>KALHOTKY S VYSOKÝM PASEM .....</b>	<b>48</b>
4.1.	Model 1 .....	48
<b>5.</b>	<b>KALHOTOVÁ SUKNĚ.....</b>	<b>49</b>
5.1.	Model 1 .....	49
5.2.	Model 2 .....	50
<b>6.</b>	<b>KALHOTY .....</b>	<b>51</b>
6.1.	Model 1 .....	51



<b>7.</b>	<b>KOŠILE</b> .....	<b>52</b>
7.1.	Model 1 .....	52
7.2.	Model 2 .....	53
<b>8.</b>	<b>MALÉ ČERNÉ</b> .....	<b>54</b>
8.1.	Model 1 .....	54
<b>9.</b>	<b>PODPRSENKA S KOSTICÍ</b> .....	<b>55</b>
9.1.	Model 1 .....	55
<b>10.</b>	<b>TOP</b> .....	<b>56</b>
10.1.	Model 1 .....	56
<b>11.</b>	<b>MOTH A/W 2012/13 – CAMPAIGN</b> .....	<b>57</b>
<b>IV.</b>	<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>67</b>
<b>V.</b>	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b> .....	<b>68</b>
<b>VI.</b>	<b>INTERNETOVÉ ZDROJE</b> .....	<b>69</b>
<b>VII.</b>	<b>SEZNAM OBRAZOVÉ PŘÍLOHY</b> .....	<b>70</b>
<b>VIII.</b>	<b>PŘÍLOHA 1</b> .....	<b>71</b>

## I. ÚVOD

Medializace módy, film, popkultura a jejich interpretace... Hlavním námětem této práce je film, který byl v módním odvětví přijat jako nové reklamní médium. Mnoho z těchto filmů, spoléhá na uzavřenou seberegulační strukturu, která obchází zapojení diváka do příběhu, a zdůrazňuje obchodní záměr média. V posledních několika letech nové mediální technologie zobrazují módu způsoby, které poskytují další alternativní perspektivy pro rozšíření demokratizace módy v rámci populární kultury. V těchto ohledech spočívá potenciál nových forem propagace. Přepracovat parametry pojetí módy a následovat vize, které byly dosud vyloučeny z hlavních programů.

Hovořím o módě ve filmové tvorbě od raných začátků, ve smyslu symbiózy. Navracím se k černobílým kořenům filmu za pomoci vizuálního charakteru. Pracuji s vlastní tvorbou na základě noirové ikonografie a popisuji užití těla jako inspirativního prvku. Ptám se na možný vývoj avantgardních filmových postupů. Je dnešní podoba alternativních směrů pouhým módním trendem? Jak může být proud módy, s ohledem na jeho výpravný potenciál, zachycen způsobem, který není konstruktivní ani definitivní? Jakou roli hraje móda ve způsobu vyjádření? Kde jsou hranice mediální konvergence? Tato síť souvislostí se adekvátně projevuje v textovém i vizuálním obraze.

## **II. TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE**

## 1. METODOLOGIE PRÁCE

Abychom mohli sledovat vývoj jakéhokoliv elementu, musíme popsat jeho základní stav a následně pracovat s procesy, které nás vedly a ovlivňovaly. Ve své práci pokládám za zásadní přistupovat k otázkám medializace módy srozumitelným způsobem. Snažím se nastínit odlišnost přístupů k tvorbě a rozdílné role, které zaujímá tento fenomén ve společnosti. Podstatným bodem souvisejícím s metodologií práce bylo rozhodnutí důkladně charakterizovat jednotlivé základní pojmy, které tvoří podklad. Definované pojmy jsou převážně sledovány v kontextu jejich významů s cílem poskytnout výstižný přehled těchto termínů.

V úvodní části popisují módní tendence ve filmu na základě obecné charakteristiky. Ve druhé, se snažím optikou historického exkurzu nahlédnout do problematiky noirové ikonografie. Dle provedené excerptce literatury lze konstatovat, že každý úsek uplatňuje rozdílné narativní i vizuální postupy, a proto je nezbytné k nim přistupovat individuálně. V další kapitole nastiňuji problematiku aktuálních módních tendencí, které jsou podstatné pro vývoj praktické části. V závěru uvádím do problematiky současné oděvní scény termín *Moving Fashion*. Na jeho příkladu se pokouším vymezit charakteristické rysy. V těchto částech se opírám o odbornou literaturu a obdobné, již existující reálie (*ASVOFF*, *SHOWstudio*). Ty neslouží jako vzory k následování, ale jako podklad, který přispívá k výsledné konstrukci. Výrazem *Moving Fashion* označuji alternativní produkci v oblasti medializace módy, nejen z hlediska toho, pro koho je prioritně určena, ale také z jaké pozice je vystavěna.

Chci se pokusit nalézt ty základní body, které jsou podstatné pro vypracování mého projektu. Ve své studii, se zamýšlím nad vizuálními motivy noirového stylu a jejich následné aplikaci.

## 2. VYMEZENÍ STĚŽEJNÍCH POJMŮ

**Film noir** – (noár, fr.) „označení pro filmový žánr převážně s kriminální zápletkou, pesimistickým laděním a v jednotném výtvarném stylu.“<sup>1</sup>

**Konvergence** – (con – vergere, lat.) označení pro sbíhání, sbíhavost a sblížování.<sup>2</sup> Původem samostatné a oddělené přenosové infrastruktury pro hlas a data postupně splynuly do jednotné sítě. O konvergenci se tradičně mluví v souvislosti s infrastrukturou, schopnou přenášet zvukové, obrazové a textové sekvence. V poslední době dochází k výrazné konvergenci na mediální úrovni.

**Móda** – (mode, fr., modus, lat., t. způsob; fashion, ang.) značí souhrn zvyků, mravů a obyčejů. Dobově, někdy i lokálně podmíněná podoba a úprava předmětů denní potřeby, zejména oblékání. Dočasná převaha nějakého charakteristického vkusu v určitém společenském prostředí.<sup>3</sup>

**Styl** – (stylus, lat., rydlo, sloh) znamená určitý jednotný ráz. Diferencovaný způsob utváření uměleckého díla, popř. souborů děl spojených osobou jednoho tvůrce nebo skupinou tvůrců. Kombinace výrazných rysů a vlastností, které napomáhají v odlišení daného objektu od jiných, zdánlivě podobných objektů.

Pojem styl je v obecné rovině intenzivně využíván v teoriích umění a kultury od 19. století. Postupně tento termín převzala populární sféra, která jím charakterizuje módní trendy a rozlišuje s jeho pomocí cílové skupiny.

**Web 2.0** – „je ustálené označení pro etapu vývoje internetových stránek, v nichž byl pevný obsah nahrazen prostorem pro sdílení a společnou tvorbu obsahu.“<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Cotoje.cz. *Film noir*. Encyklopedie Universum. Online. Dostupné z WWW:

<http://www.cotoje.cz/hledani.aspx?Vyroci=&VCem=&ObrazkyOtto=&OttoSlovník=&OborMalaA=&OborMalaB=&OborMalaC=&ObrazkyMala=&OborUnivA=&OborUnivB=&OborUnivC=&UnivLinky=&ObrazkyUniv=&Tvar=&Str=1&Kniha=universum&Id=029515&Kup=&Vyraz=film+noir&KdeHledat=otto&KdeHledat=malacs&KdeHledat=universum>. Vyhledáno dne: 2012 – 11 – 09.

<sup>2</sup> Wikipedia.org. *Konvergence*. Online. Dostupné z WWW: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Konvergence>. Vyhledáno dne: 2013 – 04 – 01.

<sup>3</sup> LIPOVETSKY, G. *Říše pomíjivosti, Móda a její úděl v moderní společnosti*. Praha: Prostor. 2002. s. 239. 2012 – 11 – 09.

<sup>4</sup> Wikipedia.org. *Web 2.0*. Online. Dostupné z WWW: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://cs.wikipedia.org/wiki/Web_2.0). Vyhledáno dne: 2013 – 04 – 01.

### 3. MÓDNÍ SVĚT VE FILMU

Móda ve filmu se během jednotlivých dekád stala doslova fenoménem popkultury. Díky stříbrnému plátnu a hvězdám, jakými byla Glorie Swanson, Theda Bara či Clara Bow, byly módní inspirace zprostředkovány širšímu okruhu žen. Životní styl se zrychlil. Němý film plný stylizovaných gest a trhaných pohybů vyžadoval kontrasty jak v líčení, tak v odívání. Vše bylo snadno čitelné, bez barev a v tichém provedení. Vládla zde naprosto odlišná atmosféra.

Od roku 1927 se začaly promítat ozvučené filmy. Německá vlna 30. let byla nejradikálnější a technologicky nejzajímavější. Na filmové ikony se nahlíželo jako na novodobé vzory. Hollywoodský svět do jisté míry negoval nadřazenost Paříže v oblasti módy.<sup>5</sup> Produkční studia ovládala životy svých zaměstnanců, vyvářela módní ikony a skrývala veškeré nedostatky a potencionálně negativní životní styl. Hvězdný systém vstupuje do filmu jako výrazný faktor, neboť hvězdné obsazení slouží jako jedna z garancí očekávaného zisku. Své nezastupitelné místo měl při propagaci filmů, v němž bylo podstatné úzké sepětí s módním průmyslem. S rozvojem televizní produkce studia trvale ztrácela svůj vliv a následně s nimi zanikala stylizovaná image, která již nebyla déle udržitelná.

V 50. letech se v salonu Huberta de Givenchy objevila Audrey Hepburn. Givenchy ji oblékal do vlněných šatů v siluetě A s plastickými švy a pláštíků s dvouřadovým zapínáním. Jeho modely se objevily v řadě zdařilých filmů. V *Prázdninách v Římě* Audrey Hepburn s Gregory Peckem objevují moderní život ve věčném městě. Byl jedním z kultovních snímků, ovlivněných italským životním stylem a podnítil zájem o sportovně laděnou módu.<sup>6</sup>

V Londýně 60. let vzniká nová elita – modelky a fotografové. K tomu přispěla ve velké míře *Zvětšenina* Michelangela Antonioniho, v němž si zahrála jedna z dobově nejžádanějších modelek Veruschka.

Komunita hippies byla počátkem 70. let vykreslena v *Bezstarostné jízdě* Dennise Hoppera. Měla tisíce skutečných následovníků rozptýlených po celé Severní Americe i Velké Británii.

---

<sup>5</sup> MÁCHALOVÁ, J. *Módou posedlí*. Břeclav: Moraviapress a.s., 2002. s. 44.

<sup>6</sup> MÁCHALOVÁ, J. *Módou posedlí*. Břeclav: Moraviapress a.s., 2002. s. 61.

V 80. letech ve filmu *Americký gigolo* bylo možné vidět několik desítek obleků Giorgia Armaniho. Publikum si saka střídmých střihů a minimalistických desénů okamžitě oblíbilo a vnímalo je jako záruku společenské prestiže.<sup>7</sup> „Ve snímku *Blade Runner* od Ridleyho Scotta se objevuje hlavní postava Deckard v hnědém sportovním saku a rezavé kravatě připomínající intelektuála 50. let. Jeho partnerem je „španělský práškač“ z roku 1940, elegant v bílé kravatě, s kozí bradkou a plstěným kloboukem. Protagonistka filmu, svůdná Rachel je představena v šatech z 30. let, a je pravým opakem postpunkové šlapyk jménem Pris.“<sup>8</sup>



1. *Blade Runner* costume by Michael Kaplan

Film Federica Felliniho *Ginger a Fred* byl nostalgickou vzpomínkou na staré dobré časy i ostrou kritikou moderní doby ovládané televizní zábavou, kdy se diváci zahlcení módními spoty stávají oběťmi klamu.

Se smířlivějším postojem 90. let souvisela řada tzv. převlečených filmů (*Orlando* Sallyho Pottera nebo *Madame Butterfly* Frédérica Mitterranda). V těchto snímcích vystupovaly postavy v roli tajemných žen i půvabných androgynů. Móda subkultur zasáhla televizi i filmy. Mezi takto orientované celebrity patřily i některé ikony zábavního průmyslu. Aktuální a veřejně proklamovaná se stala ve filmu bisexualita (*Priscilla, královna pouště* Stephana Elliotta).<sup>9</sup>

<sup>7</sup> MÁCHALOVÁ, J. *Módou posedlí*. Břeclav: Moraviapress a.s., 2002. s. 92.

<sup>8</sup> MÁCHALOVÁ, J. *Módou posedlí*. Břeclav: Moraviapress a.s., 2002. s. 24.

<sup>9</sup> MÁCHALOVÁ, J. *Módou posedlí*. Břeclav: Moraviapress a.s., 2002. s. 94.

Výraznou stopu zanechala ve světě filmu stylistka Patricia Field, která oblékala seriál *Sex ve městě*. Jeho popularita vedla k tomu, že některé oděvní řetězce vytvářely kolekce volně inspirované seriálem. *Sex ve městě* se před lety stal fenoménem televizní zábavy. Upoutal svými lakonickými příběhy o newyorské sloupkařce Carrii Bradshaw libující si ve stylovém oblečení. Obdobné koncepce zaznamenaly od počátku nového tisíciletí u publika kladné hodnocení (*Džungle rtěnek* Garyho Winicka, *Super drbna* Marka Piznarskiho). Věhlas Patricie Field by mohl být zanedlouho zastíněn Miucciou Pradou. K letošnímu roku je přichystána premiéra Baze Luhrmanna *Velký Gatsby* s Leonardem DiCapriem a Carey Mulligan. Právě pro tento snímek navrhla kostýmní výpravu Prada ve spolupráci s Catherine Martin. Současnost nejlépe charakterizují hybridní kombinace, které se objevují nejen v oblastech filmu a módy. Jsou osobitým znakem a evokují celkovou atmosféru dneška.



#### 4. FILM NOIR

Podle Paula Schradera je základní charakter filmu noir dán tím, že jej ve srovnání s ostatními klasickými žánry nespojují konvence prostředí, zápletky a pevných syntaktických vazeb. Chybí mu kontinuita velkých filmových žánrů. Vyrůstá z konkrétního politického, sociálního a kulturního klimatu první poloviny 20. století a představuje emocionální mapu své doby.<sup>10</sup> Termín film noir je původem francouzské označení pro tzv. černé kino.

Francouzský film noir odkazuje na temně laděné filmy konce třicátých let. Především pak na mezinárodně uznávané snímky režiséra Marcela Carné, *Nábřeží mlh* a *Den začíná*, charakteristické poetickým realismem a surovou rezignací.

Raný americký film noir je mnohými charakterizován skrze detektivní příběhy studia Warner Brothers (*Malý Cézár* Mervyna LeRoya). Jakkoli se nám tyto snímky v současnosti zdají zcela neškodné, ve 30. letech byly vnímány negativně.

Americká vlna z let 1940 – 1960 je specifická sociálním prostředím, násilím a kriminalitou, na kterou nahlíží s odlišných perspektiv prostřednictvím Hard – boiled School.<sup>11</sup> Klasickými příklady jsou filmy jako *Maltézský sokol* Johna Hustona, *Polibek smrti* Henryho Hathawaye, *Obnažené město* Julese Dassina nebo *Libej mne až k smrti* Roberta Aldricha. Konec filmu noir v druhé polovině 50. let zapříčinilo několik okolností. V důsledku antitrustové politiky, kterou vláda zaútočila proti velkým společnostem, skončila praxe dvojprogramů a s ní zanikla i noirová B – produkce, která na dlouho pohřbila temná černobílá plátna filmů noir.<sup>12</sup>

K prvnímu většímu návratu filmu noir dochází v 70. letech, kdy se jeho optikou reflektují neprůhledné mocenské struktury. Do kategorie postmoderního filmu noir lze zařadit například *Čínskou čtvrt* Romana Polanského, *Taxikáře* Martina Scorseseho nebo *Blade Runner* Ridleyho Scotta.

---

<sup>10</sup> KUČERA, J. *Film noir – záblesky černé*. *Cinepur*. 2002. č. 19. 2012 – 12 – 02.

<sup>11</sup> Americký černý román zdůrazňuje specifické sociální prostředí, násilí a sexualitu. Postavy detektiva a femme fatale nejsou zcela pozitivní. K čelním představitelům patří Raymond Chandler a Dashiell Hammett.

<sup>12</sup> Tamtéž., č. 19. 2012 – 12 – 02.

#### 4.1. Základní rysy filmu noir ve vybrané literatuře

Francouzští recenzenti Etienne Chaumeton a Raymond Borde, tvůrci první knižní publikace o filmu noir, *Panorama du Film Noir Américain* z roku 1955, popisují noir „jako skupinu národně identifikovatelných filmů sdílejících společné rysy (styl, atmosféru, téma), atributy dostatečně výrazné, aby mohli být jednoznačně identifikovány.“<sup>13</sup>

Chaumeton a Borde charakterizují noir skrze násilí spojené s kriminalitou a nejednoznačnost motivů, které se mísí a vyvolávají v publiku pocity sklíčenosti a nejistoty. Andrew Spicer rovněž označuje noir jako cyklus filmů, které sdílejí podobnou ikonografii, vizuální styl a narativní postupy.

Žánrové schéma filmu noir naopak odmítá Paul Schrader. „Noir na rozdíl od westernu a gangsterky není definován na základě konvencí spjatých s dějištěm a konfliktem, ale na základě subtilnějších vlastností spjatých s atmosférou a náladou.“<sup>14</sup> Význam Schraderovy práce spočívá v úvahách o vývoji filmu noir, který posuzuje z hlediska stylu a převládajících námětů. Rozlišuje tři vývojová stádia a popisuje jejich osobité rysy. Válečné období s literární tradicí Hard – boiled School, poválečné, s tendencemi realismu a problematikou kriminality a korupce. Závěrečné období z let 1949 – 1953 označuje jako dobu násilných impulsů.

Robert G. Porfirio v eseji *No Way Out: Existential Motifs in the Film Noir*<sup>15</sup> se Schraderem souhlasí v pojetí filmu noir jako osobité éry. Uznává, že řazení těchto snímků do dané časové linie je nedostatečné, a trvá na vizuálním stylu a náladě jako základních kritériích. Převažující náladou noirových snímků je podle Porfiria skepse, která podrývá veškeré úsilí o šťastné konce.

Lowell Peterson a Janey Place v prologu studie *Some Visual Motifs of Film Noir* uvádí: „Téměř každý pokus definovat film noir se shodl na tom, že vizuální styl je onou spojující linkou, která sjednocuje jinak velmi odlišné filmy.“<sup>16</sup> Ve své studii, se zamýšlí nad vizuálními motivy noirového stylu a jejich následné aplikaci.

---

<sup>13</sup> BORDE, R., CHAUMETON, E. *A Panorama of American Film Noir*. San Francisco: City Lights Books. 2002. s. 1. 2012 – 11 – 15.

<sup>14</sup> SCHRADER, P. *Notes on Film Noir*., Citace: SILVER, A., URSINI, J. *Film Noir Reader*. New York: Limelight Editions. 2004. s. 53 – 63.

<sup>15</sup> PORFIRIO, R. G. *No Way Out: Existential Motifs in the Film Noir*., Citace: SILVER, A., URSINI, J. *Film Noir Reader*. New York: Limelight Editions. 2004. s. 77.

<sup>16</sup> PETERSON, L., PLACE, J. *Some Visual Motifs of Film Noir*., Citace: SILVER, A., URSINI, J. *Film Noir Reader*. New York: Limelight Editions. 2004. s. 65.

V rámci obrazové sekvence popisují Low – key<sup>17</sup> osvětlení, metodu night – for – night (na rozdíl od klasické techniky day – for – night, kde se noční scenérie realizují se specifickými filtry), hloubku pole a užívání širokoúhlých objektivů. U režie poukazují k nezvyklé mizanscéně,<sup>18</sup> která „diváka zneklidňuje, dráždí a dezorientuje v souvztažnosti k pocitům dezorientace noirových postav“<sup>19</sup> dále na obrazové kompozice a dvojitě rámování, střídme pohyby kamery a k výraznému užívání detailů a extrémního celku z nadhledu, který je pokládán za archetypální noirový záběr.

Existenci osobitého noirového stylu neguje James Damico ve studii *Film Noir: A Modest Proposal*. „Zcela jistě zde existuje důraz na temnotu a stíny, tak jako ve většině filmů tohoto období, ale jenom proto, že se podobná móda pro zdůraznění jasu projevovala ve většině filmů třicátých let.“<sup>20</sup> Damico se hlásí k žánrovému pojetí filmu noir na základě narativních zvyklostí, ve kterých je hlavní protagonista prostřednictvím femme fatale dohnán k brutalitě.

Naproti tomu Richard Dyer předpokládá, že na noir působí ikonografické prvky, které jsou soustavně opakovány, a proto je možné oddělit jistou skupinu snímků s rozpoznatelnou vizuální kontinuitou. Žánrový status filmu noir přisuzuje i Foster Hirsch. Vychází z kritiky Raymonda Durnata, ačkoli ve svém soudu není tolik skeptický jako James Damico. „Durnatova metafora stromu“<sup>21</sup> je výstižná, protože noir má jistě hodně větví, ale šíře typů postav a témat mu rozhodně neupírají být plně ustanoveným žánrem.“<sup>22</sup> Noir se podle Hirsche zabývá kriminalitou, na kterou nahlíží z odlišných perspektiv. Noirový kánon je sjednocený s dominantní atmosférou, produkující jednotný styl, zároveň je ale podřízen nárokům žánru v rámci určitých narativních a obrazových zvyklostí.<sup>23</sup>

---

<sup>17</sup> K osvětlení hlavních postav na scéně se v klasickém Hollywoodu užívala tři základní světla. Hlavní světlo (key – light) jako primární zdroj osvětlení, doplňkové světlo (fill – light) pro změkčení stínů a zadní světlo (back – light) k plastickému dokreslení a odlišení postav od pozadí.

<sup>18</sup> Významotvorná kombinace prostorových a časových prvků ve vzájemném působení na jevišti.

<sup>19</sup> Tamtéž., s. 68. 2012 – 11 – 17.

<sup>20</sup> DAMICO, J. *Film Noir: A Modest Proposal*., Citace: SILVER, A., URSINI, J. *Film Noir Reader*. New York: Limelight Editions. 2004. s. 105.

<sup>21</sup> Ve své studii vytváří tzv. rodokmen filmu noir v rámci, kterého charakterizuje dominantní noirové motivy.

<sup>22</sup> HIRSCH, F. *The Dark Side of the Screen*., Citace: SILVER, A., URSINI, J. *Film Noir Reader*. New York: Limelight Editions. 2004. s. 72. 2012 – 11 – 22.

<sup>23</sup> Tamtéž., s. 70.

Hirsch se zabývá sjednocujícím prvkem jednotlivých filmů, které za noir označujeme a trvá na tom, že více než jakýkoli jiný druh populárního filmu posunuje noir hranice konvenčního narativu, častým užíváním voiceoveru, komplikovaných časových schémat a technik subjektivní kamery. Mnohem skeptičtěji vyznívají závěry Jamese Naremore, který první kapitolu knižní publikace *More Than Night: Film Noir in Its Contexts* uvádí větou: „*Vždy bylo snazší noir rozpoznat, než jej definovat.*“<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> NAREMORE, J. *More Than Night: Film Noir in Its Contexts*. Berkeley: University of California Press. 1998. s. 9. 2012 – 10 – 22.

#### 4.1.1. Narativní archetypy *femmes fatales*

Kouzlo toho nejlepšího z noirového stylu (a každého snímku, který spadá do sféry jeho vlivu) vzešlo z jeho zručné a přesvědčivé manipulace s vizuální slastí pomocí *femme fatale*. Ve vysoce rozvinuté hollywoodské kinematografii se tento subjekt, rozpolcený ve své imaginaci, přiblížil záblesku uspokojení pouze skrze zdánlivou krásu a využití fetišistického zobrazení ženy. V kinematografii noirovým *femmes fatales* předchází ženy vamp němého filmu.

Jana Bébarová a Milan Hain píše, že žena je ve filmu noir charakterizována skrze svou sexualitu: „*Hlavními hrdinkami noirových snímků jsou emancipované, sexuálně vyzývavé ženy, které se ve snaze dosáhnout svých cílů nezastaví před ničím.*“<sup>25</sup> Jako protiklad této *femme fatale* uvádí tzv. *femme attrapée*, milující matku a věrnou manželku. Ta nabízí svému protějšku alternativu klidného života.<sup>26</sup> Jakub Kučera v prologu studie *Mezi novými a starými* uvádí: „*Mají – li zpravidla mužští noirový hrdinové mytologický předobraz v Oidipovi, je předobrazem ženských figur Klytáimnéstra. Nelze sice s určitostí říci, že zabití či pokus o něj je pro postavu femme fatale bezvýhradně určující, tvoří však u ní bezesporu jeden z nejemblematičtějších způsobů překročení patriarchálního řádu.*“<sup>27</sup> *Femme fatale* v sobě sdružuje dvě podoby zobrazení, které popisuje teoretička Laura Mulvey: „*Je objektem fetišistické skopofilie,*<sup>28</sup> *který brzdí vyprávění a paralyzuje pohled hlavního hrdiny i diváka na obraze (ač pro děj fatální, je femme fatale v noiru vždy svým způsobem vedlejší), ale je zároveň i čímsi hrozivým, co musí být narativně demaskováno.*“<sup>29</sup> Určující mužský pohled promítá fantazii do postavy ženy, která je příslušně stylizována, ve své tradiční exhibicionistické roli, přičemž jejich vzhled je kódován pro dosažení mocného vizuálního účinku. „*Femmes fatales jsou pouze mužskými projekcemi strachu a imaginace. Lze říci, že konotují (bití – pro – pohled; to – be – looked – at – ness).*“<sup>30</sup>

<sup>25</sup> THOMPSONOVÁ, K., BORDWELL, D. *Dějiny filmu*. NLN. 2007. s. 242.

<sup>26</sup> BÉBAROVÁ, J., HAIN, M. *Žena ve filmu noir*. Online. Dostupné z WWW: <http://25fps.cz/2008/zena-ve-filmu-noir/>. Vyhledáno dne: 2012 – 12 – 02.

<sup>27</sup> KUČERA, J. *Film noir – záblesky černé*. Cinepur. 2002. č. 19. 2012 – 12 – 02.

<sup>28</sup> (slast z dívání se) Za jistých okolností může být zdrojem slasti samotné sledování, tak jako v opačné situaci může vycházet z vědomí, že jsme vystaveni pohledu druhého.

<sup>29</sup> Tamtéž., č. 19. 2012 – 12 – 02.

<sup>30</sup> MULVEY, L. *Vizuální slast a narativní film*. Sociologické nakladatelství. 1998. s. 123. 2012 – 11 – 02.



2. Jane Greer

Noir zprvu ukazuje ženu jako předmět vhodný k vystavení. Žena je osamocená, oslnivá, vhodná k obdivu, sexualizovaná, ale jak příběh pokračuje, ztrácí své vnější atributy, které byly v počátečním stádiu nadřazeny. Známé femmes fatales éry klasického filmu noir – Brigid O'Shaughnessy (Mary Astor) z *Maltézského sokola*, Ellen Brent (Gene Tierney) ze *Smrtného hříchu*, Kathie Moffet (Jane Greer) nebo Kitty Collins (Ava Gardner) ze Siodmakových *Zabijáků* zdůrazňují právě ono ženské, bytí – pro – pohled.

#### 4.2. K osobní charakteristice filmu noir

Noční můra je základním motivem řady noirových snímků. V přeneseném slova smyslu je vyjádřením úzkosti hlavních protagonistů, kteří se náhle ocitli v nesnázích. Můra je metaforou noirové reality plné nahodilých shledání a nevysvětlitelných událostí. Osobité noirové stavy v podobě klaustrofobie a zoufalství utváří pohled na tamní realitu, která je vyjádřena skrze hutné dialogy. K základním narativním postupům patří subjektivní „voice – over“, ve kterém postava hrdiny, detektiva či muže svedeného mimo zákon vysvětluje své motivy.

O některých charakteristických rysech píše James Naremore: tuláci přitahovaní krásnými ženami, (*Pošťák vždy zvoní dvakrát* Jamese Caina) soukromí detektivové najímání femmes fatales, zločinecké gangy pokoušející se spáchat loupež. Hlavní protagonisté filmu noir (detektiv, tulák, zločinec) jdou za svým cílem nekorektním až hrubým způsobem. Ve všech případech jsou však zdánlivě sebejistí hrdinové dohnáni až k brutalitě. Nejikoničtějšími postavami, které se v noirových lokalitách pohybují, jsou soukromý detektiv a femme fatale.

Dějištěm filmu noir bývá velkoměsto, především jeho temná zákoutí – ulice, bary, šantány. Místa, která odkazují k určité zkaženosti. V záběrech tak často vynikají velké plochy neprostupné tmy, klaustrofobické prostory, ale také hloubka a onen jedinečný druh erotismu. Tísňivá a ponurá nálada bývá navíc podtržena prudkým deštěm a mlhou, určité napětí naproti tomu nesnesitelným parnem. Specifická noirová atmosféra je však podmíněna i narativně: vyplývá ze skutečnosti, že film noir také „vypráví“ o hraničních situacích, je příběhem vypravěče v nebezpečí.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> KUČERA, J. *Film noir – záblesky černé*. Cinepur. 2002. č. 19. 2012 – 12 – 02.

## 5. MOVING FASHION

V roce 2008 se v pařížském národním muzeu odehrál první ročník festivalu *A Shaded View on Fashion Film (ASVOFF)*. Nabízel zcela aktuální pohled na módní průmysl, a to prostřednictvím vznikajícího žánru módního filmu, který zásadním způsobem obohacuje vnímání oděvu i prostředí, v němž vzniká. Přišel ve správný čas – v době kdy se módní průmysl ocital v křeči, a přesto dokázal přesvědčit lidi z branže i mimo ní, že oblečení není jen drahým artiklem, ale i hodnotnou komoditou.

Za tímto projektem stojí módní bloggerka Diane Pernet. Ta je dodnes hlavní osobností celého festivalu a jeho poznávací značkou. Pernet získala za svou kariéru značnou odezvu a svůj věhlas nevyužila jen ke zviditelnění sebe sama, ba naopak, čím vyšší byla její popularita, tím větší důraz kladla na propagaci nových uměleckých směrů a tendencí.<sup>32</sup> *ASVOFF* šíří módní film v libovolné podobě, krátkometrážní, celovečerní, dokumentární či výtvarně stylizované. Ukazuje alternativní východiska, která se vytváří zcela vně módy a která čím dál tím více prosakují na povrch jako nový jazyk komunikace s publikem a konzumenty módy.

Medializace módy se během posledních desetiletí výrazně změnila. Již není jen monolitickým systémem založeným na velkých kapitálových investicích. Stává se rovnoprávným médiem široce ovlivňujícím společnost, čerstvým zdrojem informací o soudobých trendech, i o světě žen a jejich postojích, i když spíše imaginativních než reálných.

---

<sup>32</sup> Maudhomme.cz. *Zastíněný pohled na módní film*. Online. Dostupné z WWW: <http://www.maudhomme.cz/2011/10/23/zastineny-pohled-na-modni-film/>. Vyhledáno dne: 2013 – 04 – 06.



### 5.1. Cesty módních informací

Za poslední desetiletí se medializace módy transformovala do elektronické podoby, stejně jako mnoho dalších kulturních fenoménů. Je zřejmé, že se způsob její propagace vyvíjí. Ve 20. století to byly módní přehlídky a exkluzivní magazíny, později módní blogy a nyní to jsou sociální média. Navzdory dlouhodobému spojení módy a mediálních technologií překvapivě neexistuje bližší pohled na tento vztah.

Současné módní trendy promlouvají skrze konvergenci a technologii, která využívá rostoucí schopnosti převádět zvukové, obrazové a textové sekvence v odlišných formátech do digitální podoby. Pokud chce libovolný módní dům uvést aktuální kolekci, je možné ji šířit více způsoby. Lze vložit video z módní přehlídky na YouTube, natočit krátký propagační film, který bude zveřejněn prostřednictvím osobních stránek nebo s pomocí sociální sítě (Facebook). Dále jsou k dispozici mobilní aplikace pro smartphone, tablet nebo oficiální blogosféra. Z hlediska přístupu celosvětového publika je tento vývoj překvapivý. Příkladem může být kolekce *Spring/Summer 2010* Alexandera McQueena, která byla přenášena živě na YouTube s vysokou sledovaností, z nichž mnozí tento výstup dále sdíleli prostřednictvím komentáře na YouTube či odkazem na Twitteru. V souladu s jinými příklady technologické konvergence lze říci, že medializace módy slučuje oblasti produkce, distribuce a spotřeby.

Na jedné straně se mluví o tom, že určité trendy (vzestup módních blogů a rozmach propagačních filmů) se mění dle toho, jaké business modely jsou žádané. To však neznamená, že tyto nové způsoby prezentace vznikly z rozhodujícího vlivu starého světa. Podle Jennifer Craik současný módní systém vzešel z masového mediálního modelu 19. a 20. století, kterému je přisuzována demokratizace módy a s tím související její zpřístupnění.<sup>33</sup> Nicméně mezi novou platformou webu 2.0 a módním průmyslem panuje napětí. Tato vyostřená situace nastává v souvislosti se zpřístupněním módní propagace prostřednictvím občanské žurnalistiky, blogů literátů, digitální kinematografie a multimiliardovým odvětvím, které vytváří nové mediální strategie k udržení svého vlivu a prvenství.<sup>34</sup> Pro každý příklad nezávislé a autentické propagace módy, který hovoří o otevřenosti webu 2.0, existuje také mnoho dalších, řízených téměř výhradně business modely soukromého vlastnictví.

<sup>33</sup> CRAIK, J. *Is Australian Fashion and Dress Distinctively Australian?. In Fashion Theory.* 2009. s. 409.

<sup>34</sup> LINDGREN, S. „*From Flâneur to Web Surfer: Videoblogging, Photosharing and Walter Benjamin @ the Web 2.0*“. BERRY, J. *Flâneurs of Fashion 2.0.* Online. Dostupné z WWW: [http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal\\_id=152](http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal_id=152). Vyhledáno dne: 2013 – 03 – 22.

### 5.1.1. Propagační módní film

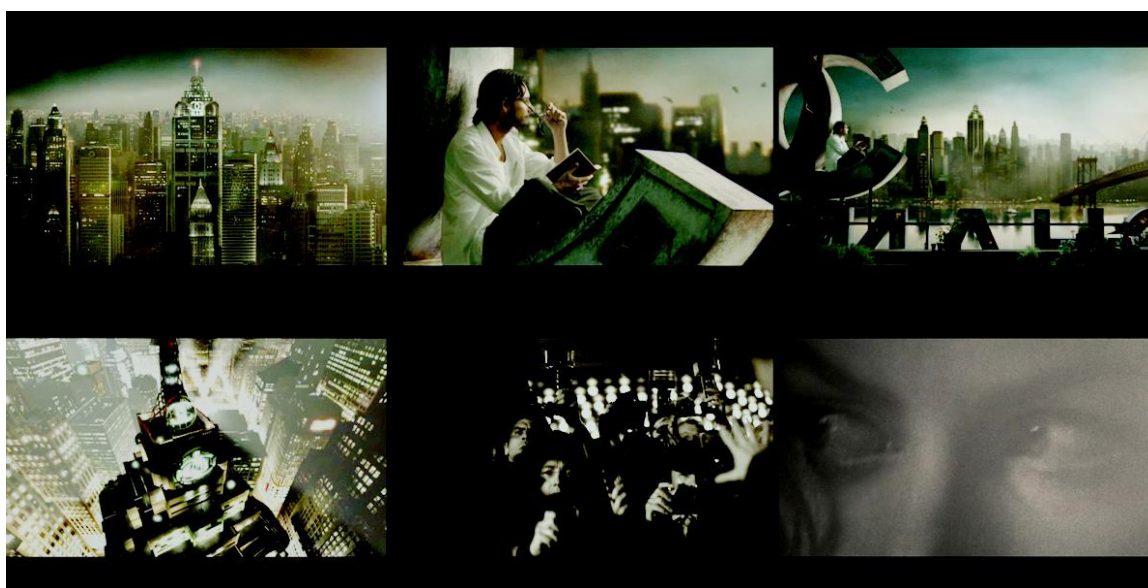
Aktuální mediální fenomén, který ovlivnil způsob jakým je móda vnímána, představuje filmový obraz ve formě online videa. London Fashion Week nedávno začlenil do svého programu módní filmy, které probíhají souběžně s pravidelnými přehlídkami.<sup>35</sup> Kromě možnosti vidět reálné události v online výstupech, podněcují diskusi, jak moc nová forma propagace spoléhá na tzv. kulturu klipů online komunit. Módní spoty jsou distribuovány prostřednictvím digitálních kanálů (*Test, Nowness*), internetových stránek (Balenciaga, Gucci) a online verzích módních magazínů (*i – D, Trendland*).

Širší zájem o tento fenomén se odráží v rozsahu kulturních institucí, které se rozhodly v posledních letech módní film propagovat. Je rozhodně vyšší, než jakého dosáhlo množství módně zaměřených akademických blogů. V roce 2008 v Australian Center for Moving Image je uspořádán neoficiální filmový festival Marca Jacobse. Rok poté *Somerset House* uvádí retrospektivu módních filmů s podtextem *Fashion Revolution*. Způsob, jakým zde bylo prostřednictvím módy komunikováno, zahrnoval devět ročníků online magazínu *SHOWstudio*. Zatímco v roce 2010 byl na festivalu *Sydney Design* v muzeu *Powerhouse*, módní film pouhým diskursivním námětem, v *Centre Georges Pompidou*, pořádá módní bloggerka Diane Pernet již 3. filmový módní festival *ASVOFF*. Vyjma těchto intelektuálních dialogů, jsou k vidění také módní žánry: od satiry (*Bruno, Zoolander*), dokumentární snímky (*Valentino, poslední císař, Zářijové číslo*), až k celovečerní produkci (*Single Man, Coco Chanel, Ďábel nosí Pradu, Sex ve městě*). Přestože tyto snímky nutně neodráží inovativní postupy (jsou však z hlediska kontextu podstatné) naznačují, že pro většinové publikum, je kinematografie stále více populárním a dostupným způsobem, jak dostat módu na obrazovku. Stejně jako se nejpopulárnější módní blogy začaly kvalitativně přibližovat webovým stránkám, tak módní filmy stále více sblížovaly výtvarné tendence se spotřebním průmyslem. Na filmovém festivalu Diane Pernet jsou tato spojení zřetelně rozlišena: reflexí (módní film jako kulturní aktivita) a sdělením (módní film jako reklama a obchodní značka). Na druhou stranu, existuje několik žánrů, pro které toto rozdělení není platné (propagační film k parfému).

---

<sup>35</sup> Nezisková instituce British Fashion Council podpořila nový projekt *Fash/On film* zaměřený na odvětví módního filmu, který přirozeným způsobem navazuje tvůrčí vztahy mezi návrháři a filmovými tvůrci. Tato iniciativa započala realizaci stanovených cílů na londýnských týdnech módy.

V předcházejících letech přední značky Chanel, Prada a Dior oslovily tvůrce moderní kinematografie, aby vytvořili módní film, který nebude pouze distribuovat vůni, ale také vyprávět příběh (značka jako příběh, nikoli pouhá zmínka). Velkorozpočtové spolupráce s ikonami současného filmu (jak za, tak i před kamerou) ukázaly, že zájem spotřebitelů je nepředvídatelný a tyto projekty jsou nezbytné k trvale udržitelné konkurenceschopnosti. Jeden z ambiciózních příkladů této strategie byl snímek *Chanel N°5*<sup>36</sup> režiséra Baze Luhrmanna, který byl natočen jako kampaň pro společnost Chanel. S rozpočtem 42 000 000 dolarů, byly natočeny dvě verze a to prodloužená třímínutová a konvenční třicetisekundová televizní reklama. Obdobně v roce 2010 Martin Scorsese režíroval snímek *Bleu De Chanel* jako poslední kampaň značky Chanel. Oba snímky propojily prvky kinematografie a módy na základě charakteristických motivů společnosti Chanel s rysy Luhrmanna a Scorseseho. Ze své podstaty plní funkci značkového obsahu, kdy si zadavatelé nepronajímají pouze mediální prostor, ale rovnou jej i vlastní.



3. Baz Luhrmann, *Chanel N°5*

Christina Spurgeon, která píše o aktuálních trendech v reklamě a módním marketingu, vnímá tento vzrůstající trend jako stírání rozdílu mezi ekonomickými hledisky a výtvarnou sférou. Zároveň parafrázuje slovní spojení Madison, and Vine Scotta Donatona k charakteristice konvergence reklamy (Madison Avenue: New York) a zábavy (Vine Street: Los Angeles).

<sup>36</sup> Youtube.com. *Chanel N°5*. Online. Dostupné z WWW: <https://www.youtube.com/watch?v=wWA0WwrJYgU>. Vyhledáno dne: 2013 – 03 – 21.

Argumentuje tím, že vzájemná spolupráce představuje Madison, and Vine, což má za následek několik minut zábavy skrytých za reklamní spot.<sup>37</sup> Zmínky o díle těchto režisérů jsou zřejmé, Luhrmann symbolizuje prostředí Paříže a Scorsese New Yorku. Nejen tyto aspekty jsou nositeli reklamních sdělení lokálního významu a všech kulturních znaků s přidanou hodnotou. Ale i pro jiné autory, kteří pracují na módních filmech, je tento žánr lákavý. Řadí se mezi ně například Ridley Scott (*Thunder Perfect Mind*), David Lynch (*Lady Blue Shanghai*) nebo Jean – Pierre Jeunet (*Chanel N°5*). Tito angažovaní tvůrci zauímají konzervativní, nebo alespoň předvídatelný postoj. Mladší generace naopak zkoumá alternativní možnosti módního filmu. Mezi mnohými návrháři lze spatřit vzrůstající tendence vyhnout se klasickým přehlídkovým molům a nahradit je online výstupy.

Klíčovým hráčem je britský módní fotograf a vydavatel online magazínu *SHOWstudio* Nick Knight. Jeho prozíravost lze považovat za příklad toho, jak by širokopásmově řízený web 2.0 mohl změnit vztah mezi tvůrci a spotřebiteli. Pro Knighta představují pohyblivé obrazové sekvence nejen přesvědčivé vyprávění, ale také zachycují podstatu módy. Vyjadřuje to jedním z nejjasnějších komentářů, jaký kdy o svém záměru vyslovil:



4. Still From Gareth Pugh Autumn/Winter 2010 'Joie de Vivre' film by Ruth Hogben

---

<sup>37</sup> SPURGEON, C. *Advertising and New Media*. Oxon Routledge. 2007. s. 40.

„Když návrháři vytváří oblečení, chtějí ho představit v pohybu. Myslím, že během let si designéři museli zvyknout na fakt, že jejich práce tak pojímaná není. Naopak, móda je převážně prezentovaná nepohyblivými obrazy. Dokonce bych si stál za tím, že tento způsob módě ubírá na hodnotě. Nicméně, s příchodem internetu je možné oděvy zviditelnit podle původních představ.“<sup>38</sup> Konvergence médií a módy by mohla být pro někoho pouhým východiskem k osobnímu zisku, ale hlavní motivací Knighta je přeměna statického obrazu na pohyblivý. Tento trend propagace módy spočívá v násobení a společném vývoji odlišných forem medializace.<sup>39</sup> Již v roce 1930 je znatelný významný posun, protože ilustrace byla z velké části nahrazena novou technologií – fotografií. Výsledkem je konvergence médií v mediálním prostředí kde prostor mezi statickým a pohyblivým snímkem je přeformulován, ale není odstraněn.



5. Lara „Fiction Noir“

<sup>38</sup> When a designer produces a piece of clothing it is to be seen in movement. Over the years, I think designers have had to accept that's not how their clothes would be seen. Hitherto, fashion has almost solely been represented by the still image. I would argue, this has compromised the representation of fashion. But with the advent of the Internet, the garment can now be shown in the way that it was intended. Showstudio.com. *Nick Knight on Moving Fashion*. Online. Dostupné z WWW: [http://showstudio.com/project/moving\\_fashion/interview\\_transcript](http://showstudio.com/project/moving_fashion/interview_transcript). Vyhledáno dne: 2013 – 03 – 22.

<sup>39</sup> FIDLER, R. *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Pine Forge Press. 1997. s. 23.

Tento princip lze pozorovat v módních filmech Stevena Kleina. Klein pracuje z větší části s režisérskými střihy, které čerpal ze statických fotografií určených pro tištěná média. Ve svých filmech přetváří neměnný charakter fotografií, které jsou osobitě tmavšími odstíny a maximální hloubkou do rozfázovaných obrazů. V jeho podání módní film poukazuje na nové možnosti způsobem, které nejen že rozšiřují oblast marketingu, ale umožňují designérské vize realizovat více směry.

Britský módní návrhář Gareth Pugh jde s využitím svého excentrického stylu po stopách Vivienne Westwood, Johna Galliana a Alexandra McQueen. Pro Pughu je móda v podstatě o náladě nebo pocitu, který je přenesen do kolekce. Zatímco módní domy napodobují styl hollywoodské kinematografie, avantgardní návrháři si přivlastňují estetické ideály odvozené z experimentálních postupů, které znásobují abstraktní složku barvou, tvarem a pohybem s technikami stop motion, slow motion a animace. Přesto alternativní formy propagace napodobují tradiční produkční a distribuční schéma prostřednictvím zavedených tvůrců. Na rozdíl od propagačních módních filmů společností Chanel a Dior, pracují Pughovy snímky s odstíny a rozpoštěním každé kolekce tak, aby nebyly řazeny mezi ty konvenční, které jsou běžně viděny na přehlídkových molech. Pro Pughovu kolekci *Spring/Summer 2010*, vytvořila Ruth Hogben čtyřdílný krátkometrážní snímek *Earth, Water, Wind and Fire*,<sup>40</sup> který byl živě promítán na závěsné krychli ve studiích MILK v New Yorku a současně vysílán online publiku z celého světa. Tento příklad upozorňuje na konvergenci mezi novými filmy inspirovanými alternativním stylem a instalacemi, které jsou doprovázeny propagačními spoty. Podstatné ovšem je, že v současné době rozdíl mezi komerčním a výtvarně laděným módním filmem nepředstavuje rozdíl v distribuci tak jako v minulosti kdy byl výtvarně laděný snímek uváděn prostřednictvím produkčních společností. V současném mediálním prostředí nákladné komerční produkce (stále více zakotvené v online médiích) sdílí virtuální prostor s více ambiciózními a vizuálními experimenty.

Miuccia Prada pro pánskou kolekci *Spring/Summer 2010* pověřila režii devítiminutového snímku Yang Fudong.<sup>41</sup> Tento krátkometrážní film zcela potlačil konvenční kampaň, založenou na fotografiích.

---

<sup>40</sup> Showstudio.com. *Gareth Pugh S/S 2010*. Online. Dostupné z WWW: [http://showstudio.com/project/gareth\\_pugh\\_s\\_s\\_2010](http://showstudio.com/project/gareth_pugh_s_s_2010). Vyhledáno dne: 2013 – 03 – 22.

<sup>41</sup> Youtube.com. *A film by Yang Fudong for Prada*. Online. Dostupné z WWW: <http://www.youtube.com/watch?v=nhsW0lqbPUU>. Vyhledáno dne: 2013 – 03 – 23.

Účinně přehlížel daný produkt a místo něj dostával do popředí spojitost s uměním a úmyslem zapůsobit na diváka, jak v emocionální, tak v intelektuální rovině. Po spolupráci s předními architekty Koolhaasem a Herzogem de Meuronem, Prada evidentně hledá nové tvůrčí a inovativní postupy, které využijí těchto specifických forem propagace a společnost ještě více zviditelní.



6. A film by Yang Fudong for Prada

Je zřejmé, že v 21. století je medializace módy stále více rozmanitá. Konvergentní média dramaticky změnila produkci, distribuci a spotřebu digitálního obsahu. Módní odvětví je připraveno využít tyto nové příležitosti. Exkluzivní magazíny (*Vogue*, *Elle*), již dříve vyjádřily svůj postoj ke konvenčnímu přístupu přehlídkových mol v Paříži. V posledních několika letech nové mediální technologie zobrazují módu způsoby, které poskytují další alternativní perspektivy v rámci popkultury. Potenciál moderních forem propagace, přepracoval parametry pojetí módy a následoval vize, které byly dosud opomenuty. Příkladem může být módní blog *The Sartorialist* nebo návrháři, jako je Gareth Pugh. Existuje zde prostor pro nové způsoby prezentace, které jsou inovativní a rovnoprávné.

### 5.1.2. Online magazín *SHOWstudio*

Většina propagačních filmů o módě není schopna zakrýt daný reklamní účel, přesto tyto snímky nabízí něco, co fotografie stále nedokáže – možnost vnímat oblečení na pohyblivém těle. Film má schopnost oživit módu: zachycuje pomíjivost, zatímco módní fotografie ji pouze zobrazuje. Peter Wollen popisuje tyto metaforické odlišnosti následovně: Film je jako oheň, fotografie jako led. Film je plný světla, stínů a dynamiky. Fotografie je naopak nehybná, má kryogenní sílu zachovat objekty neměnné.<sup>42</sup> Podle Christiana Metze dává nehybnost a mlčenlivost fotografii moc, ale tyto shodné charakteristiky mohou zároveň působit neživě.<sup>43</sup> Móda není statická a film je pro ni vhodné médium.

Alternativní prostor módních narací vznikl z konvergence statických a pohyblivých obrazů v online magazínu *SHOWstudio*. Filmy a interaktivní projekty uvedené v tomto médiu jsou charakteristické hybridními obrazy, které inklinují k metodám, jež jsou vhodné pro sériové fotografické vyprávění, zatímco přejímají kinematografické techniky. Jak Knight objasňuje: „Zkrátka a jednoduše. Fotografie je takzvaným zjednodušovacím formátem, ve kterém je podstatné zachytit ten nejzákladnější moment. Obrazem ukážete jednu variantu, jediný náhled. Nemůžete poukázat na všechny přednosti šatů, nebo chcete – li kusů oblečení. Je dobře známé, že prostřednictvím fotografie nemusí vyniknout hodnota designu. Naproti tomu film, se skládá ze série události, přičemž děj je objasněn mnohem rychleji, než je tomu u nehybného obrazu. Navíc k němu lze připojit i zvuk, který je důležitým prostředkem komunikace, vyskytující se všude kolem nás.“<sup>44</sup>

Knightův módní film *Cygnets*<sup>45</sup> osciluje mezi dynamikou filmu a statikou fotografie. Poukazuje na proměnlivý obraz plný póz a k charakteristice materiálu.

---

<sup>42</sup> WELLS, L. *The Photography Reader*. London: Routledge. 2003. s. 78.

<sup>43</sup> SQUIERS, C. *The Critical Image: Essays on Contemporary Photography*. Seattle: Bay Press. 1990. s. 157.

<sup>44</sup> Very simple ways. Photography is a reductionist medium where you are trying to reduce everything down to one moment. With a still, you are only getting one version, one angle of it. You are picking up one quality of it. You can't show more than one aspect of the dress, if you like, or piece of clothing. You know full well that not all of the things that are nice about a piece of clothing are going to come across in that photograph. A piece of film is a sequential event and therefore a narrative starts to impose itself much more quickly than it does in stills. You can also add sound to film, which is an enormously important part of media we see around us. Image and sound coupled is very emotionally charged. *Showstudio.com. Nick Knight on Moving Fashion*. Online. Dostupné z WWW: [http://showstudio.com/project/moving\\_fashion/interview\\_transcript](http://showstudio.com/project/moving_fashion/interview_transcript). Vyhledáno dne: 2013 – 04 – 01.

<sup>45</sup> *Showstudio.com. Ming Xi Couture 2011*. Online. Dostupné z WWW: [http://showstudio.com/project/ming\\_xi\\_couture\\_2011](http://showstudio.com/project/ming_xi_couture_2011). Vyhledáno dne: 2013 – 04 – 01.



Peří a šifon působí jako tahy štětce na tmavém plátně. Oděv splývá kolem trupu a vyhledává různá zákoutí jako neustále se měnící krajina. Tyl v odstínech champagne vytváří třpytivou polární zář textury a tónu. Spíše než symbolem předchozího fotografického nebo kinematografického vyprávění, je móda vnímána jako abstraktní malba na látce. Příběh se vyvíjí skrze hmatatelnou jakost oděvu, která zvolna šíří působivost nálady, tónu a textury. I když se tento popis může jevit jako nejasný, divák je schopen díky prchavým konturám objevit svoji vlastní imaginaci. Podle Margaret Maynard estetická jakost, atmosféra a příběh bez jasné narativní struktury, vytváří působivou odezvu, která vtahuje diváka do děje.<sup>46</sup> *Cygnets* úspěšně skrývá daný obchodní záměr, protože jeho narativní složka je více sladěna s editorially módních magazínů. Tento princip snímání obrazu odkazuje ke koncepci rámování, která vzdává hold obrazům přes celou plochu magazínu, ale také gestům a pózám předváděných modelkami, které spíše patří k fotografii. Tělo modelky je v neustálém pohybu, ale jeho dopad je znásoben neměnným charakterem fotografie. Strnulost modelky symbolizuje bezprostřední orientaci na zobrazení detailů oděvu.



7. Nick Knight/Ming Xi, *Cygnets*

---

<sup>46</sup> MAYNARD, M. *The Mystery of the Fashion Photography*., Citace: WELLS, L. *The Photography Reader*. London: Routledge. 2003. s. 78.

Toto narativní schéma není o pokrytecké touze po určité komoditě, ale o pevném postoji. Knight zdůrazňuje prostřednictvím *Cygnetu* jak moc se jiné komerční kampaně liší od projektů *SHOWstudia* a to nejen na základě dominantní atmosféry a sensibility. Snad to, co pro Knighta znamená spojení statických a proměnlivých částí je pro jiné v rozporu s obecně platnou představou a skutečným charakterem módy, kde šaty jsou něco víc než jen pouhou látkou – přináší emoce. Hybridní módní projekty se liší od předchozích vypravěčských forem v tom, že dávají prostor pro vlastní interpretaci dynamických forem, v nichž se střetává reálné s neskutečným a kde vzniká něco lehce marginálního.

### **III. PROJEKTOVÁ ČÁST PRÁCE**

## 1. MOTH A/W 2012/13

V této kolekci se pokouším nalézt proporcionalitu vizuálních motivů a jistou filosofii estetických a narativních výkladů. Hledám výraz, tvar a linii z hlediska podtrhnutí „sexuality“ s pomocí subtilních vlastností spjatých s atmosférou a náladou. Pokusil jsem se definovat oděv na základě obrazových zvyklostí, které jsou vyjádřeny skrze temnotu a stíny, ale také zažitými stereotypy spojenými s představou fatálních žen. Aby bylo možné zachovat jisté hodnoty, které jsou poplatné noirovým charakteristikám, je nezbytné tento příběh vyprávět prostřednictvím určitého vizuálního stylu.

Fenomén oděvu vnímám jako formu dialogu těla s materiály, živly a smysly. Jako oděvní designér řeším filosofickou i materiálovou otázku. Pracuji s procesem konfrontace a dynamiky vztahu materiálů a linií těla. Tuto hru s otevřeným koncem pojmám jako křehké napětí mezi prvky. Oděv vlastně stavím a švy jsou zde použity jako výsostná estetická forma. Modely jsou luxusní, elegantní nejsou nahodilé a popisné, vnímají siluetu i živly skryté v napětí mezi modelem a oděvem. Zajímá mě proces dialogu těla a oděvu s jeho tvarovou a charakterovou kontinuitou.

Střídmé stříhové řešení, ponuré a nevýrazné valéry jako kamufláž, pod kterou se skrývá lákavé kouzlo tvrdé panovačnosti. Zas a znovu předefinované útlé linie, vysoké jehlové podpatky, tmavě vínové nehty, výrazné nabarvené rty a tváře. Vše „lesklé“ s temným odstínem vyzývavosti. Přesto uhlazené a elegantně ušlechtilé. Tzv. nová žena – moderní, puristicky čistá a jednoduchá. Jedna část společnosti se oblečením touží separovat a vstoupit jeho prostřednictvím do okolního světa. Sem patří ty ženy, které chtějí, aby jejich každodenní život probíhal bez předsudků, ty, které respektují, že určité situace vyžadují dané oblečení, a vědí, že zažitý styl dodává prožitému dni potřebné sebevědomí. Moje oděvy jsou extrovertní. Tvořím je pro anonymní ženu a současně věřím, že v nich některé objeví mé myšlenky. Není podstatné, zda zůstanu ve stínu těch žen, které oděvy budou nosit.

### 1.1. Tvarová koncepce

Linie a čára jsou základním stavebním prvkem. Vytváří objem, hmotu a strukturu. Nalézám rovnováhu mezi diagonálními a vertikálními liniemi. Jejich smyslem je jasný průběh a propojení kolekce. Znázorňují intuitivní dotyk všech složek – materiál, hmota a tvar poodhalují ryze linii.

Kolekce zahrnuje varianty od geometricky tvarovaných oděvů, po velkoplošné až organické. Objem je akcentován v oblasti pasu u jiných modelů volím splývavou siluetu nebo mírně rozšířenou linii. Využívám charakteristických vlastností materiálů ke stavbě ploch. Chci zachovat strukturu, která je látce přirozená. Základní myšlenkou této kolekce však není objem, ale snaha o variabilitu dámského šatníku.

Oděv lze z estetického a filosofického hlediska vnímat několika způsoby. Odvíjí se od trendů a příležitostí pro které je určen. Jeho podoba může být odchýlena od obecného základu. Skrze takové objekty se jako tvůrce snažím předkládat své názory a postoje.

V průběhu tvorby se tato práce jevila spíše jako proces hledání tvarové linie, která plně vyjadřuje zvolené téma. Co se formy, zpracování i vztahu k námětu týče, přiklonil jsem se přes původní představu čisté inspirace v noirové ikonografii k hledání harmonie mezi objemovou skladbou a křehkostí siluety. Pokusil jsem se konfrontovat různé kusy oděvů v jednotlivých outfitech. V mém případě objevuji určité spojitosti s tím, jak hledám vyváženost mezi linií těla komponovanou v oděvu a pevnou křivkou. V kolekci upřednostňuji materiály v temných valérech černé.

### 1.1.1. Barevnice

Sílu a osobitost této kolekce se pokusím vyjádřit prostřednictvím černých valérů. Černá je absolutním nedostatkem světla, počátkem nebytí a chaosu. Je domovem nečistého a ponurého, ikonou smrti, bolesti a smutku. Černočernou neviditelností zakrýváme necudné a zapovězené. Zároveň je rekvizitou tajemného, jeden z rozměrů doplňující její symboliku, kterou ovládá zármutek, nejistota a obava. Rozměrem vzrušení, zvědavosti a sentimentu. Celý svět je v malé černé skvrně. Člověk má chuť se této barvy dotknout a rozetřít ji velkorysími tahy. Je barvou ženského prvku, pasivity a přijetí, v opozici k bílé. „Karel V. povýšil černě na závaznou barvu dvorského oděvu, konstituoval dodnes platný vrcholový status černé jako barvy oděvu formálních až obřadných a otevřel vývojovou linii, na jejímž konci stojí černý oblek. Tento status zahrnuje i chápání černé jako barvy svrchovaně aristokratické, barvy noblesy a vrcholné elegance.“<sup>47</sup>

Noirová ikonografie má k dispozici bohatý počet černých valérů. Odděluje světlo od tmy příliš ostře a jednoznačně. Lze ji interpretovat banálně ostrými světly s jednoznačnými konturami, spíše tušenými než viděnými. Je možné s ní nastínit hloubku, temnosvit a zneklidňující tajemnost. Černá je rozptýlena v polotmě nad hranou vypjaté estetiky a dekadence.

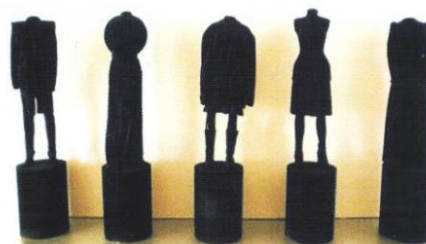
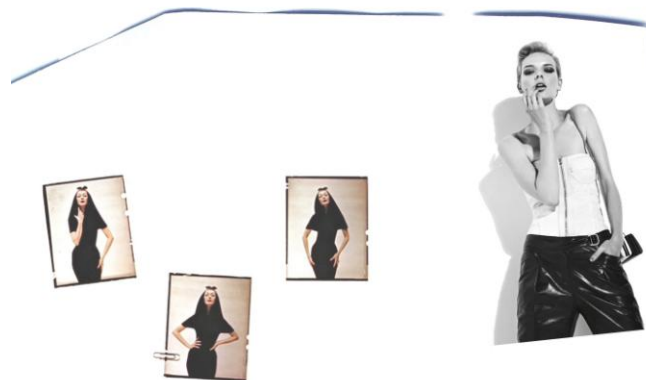
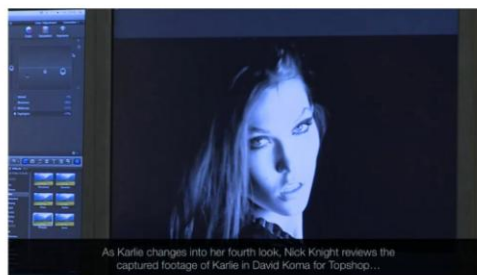
---

<sup>47</sup> Filipulver.com. Černé portréty. Online. Dostupné z WWW: <http://filipulver.com/fotografie/cerneportrety.html>. Vyhledáno dne: 2013 – 05 – 01.

1.1.2. Moodboard



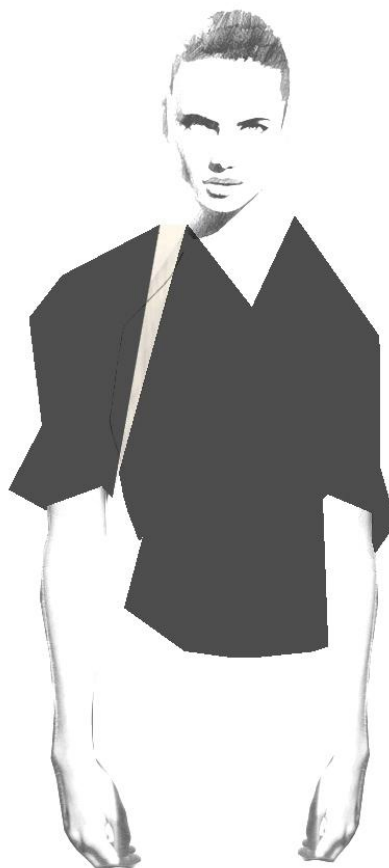
8. MOTH A/W 2012/13 – inspirace Moodboard



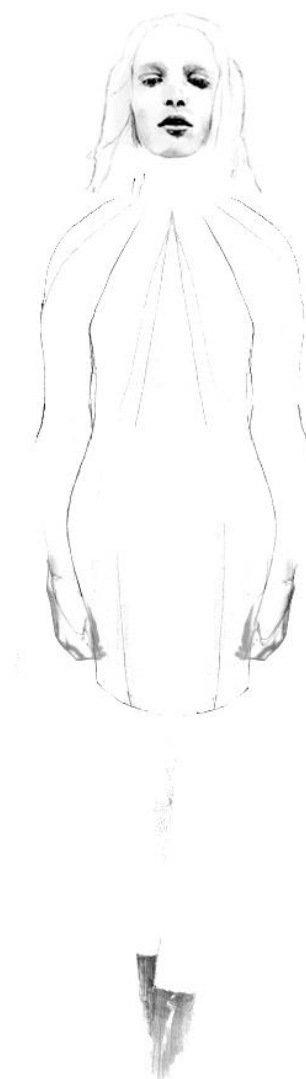
9. MOTH A/W 2012/13 – inspirace Moodboard



*1.1.3. Ilustrační koláže*

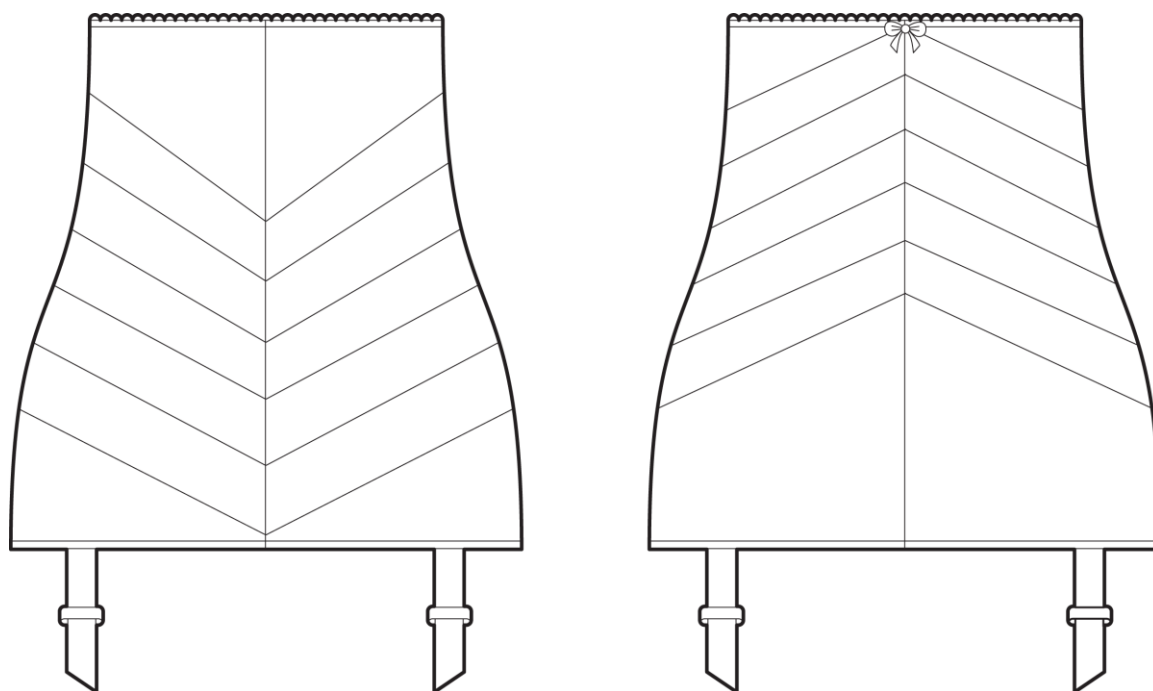






## 2. GIRDLE

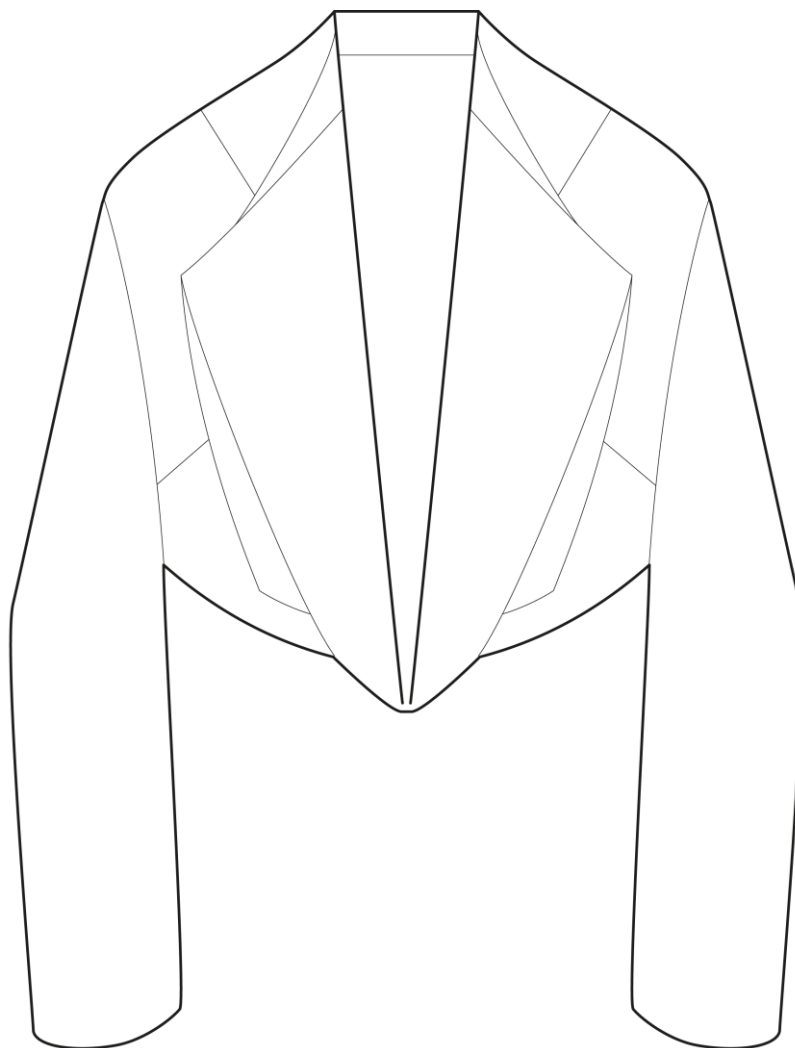
### 2.1. Model 1



13. MOTH A/W 2012/13 – technický nákres

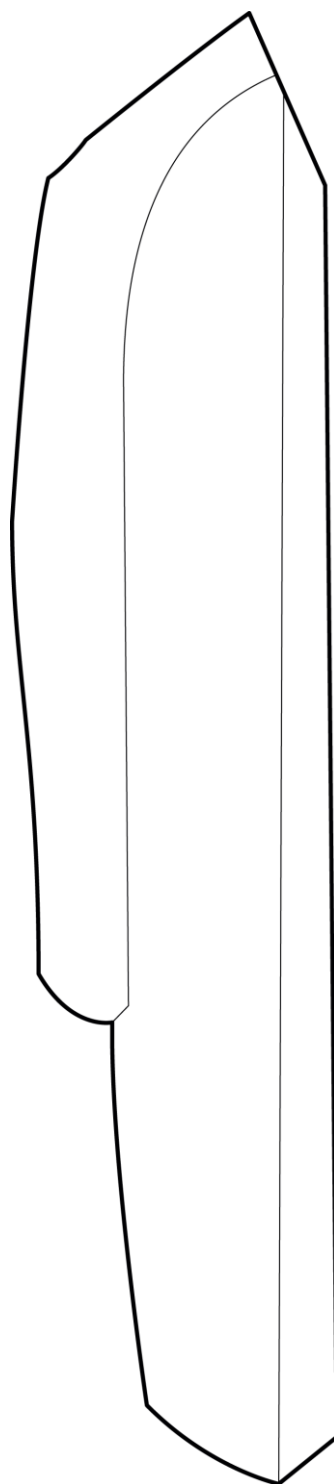
### 3. KABÁT

#### 3.1. Model 1



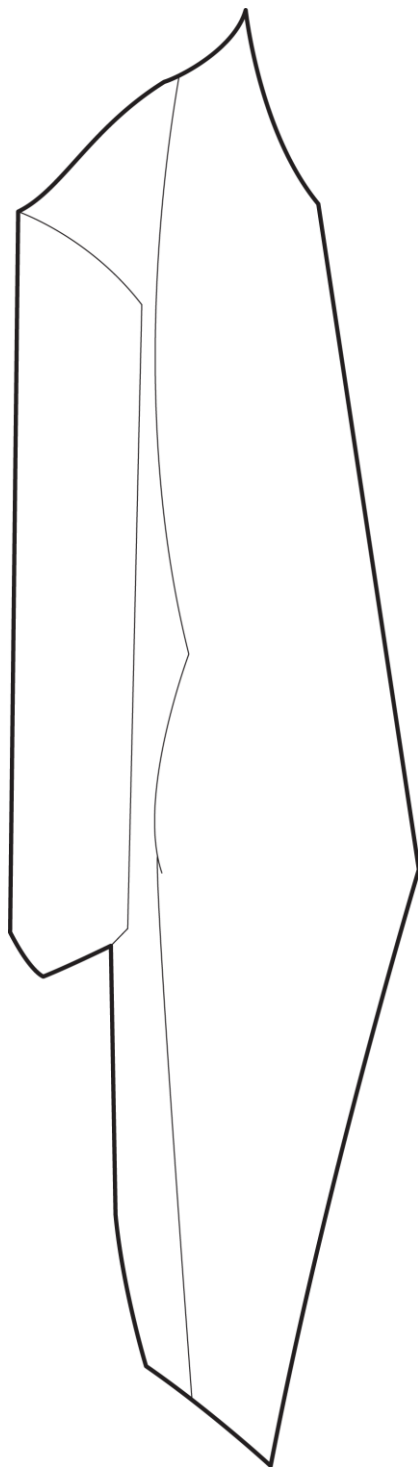
14. *MOTH A/W 2012/13 – technický nákres*

3.2. Model 2



15. MOTH A/W 2012/13 – technický nákres

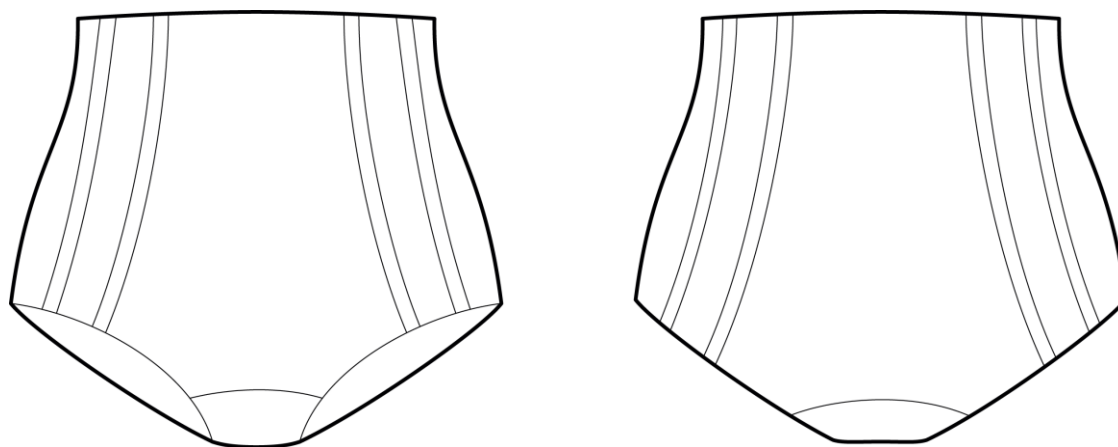
3.3. Model 3



16. *MOTH A/W 2012/13 – technický nákres*

## 4. KALHOTKY S VYSOKÝM PASEM

### 4.1. Model 1

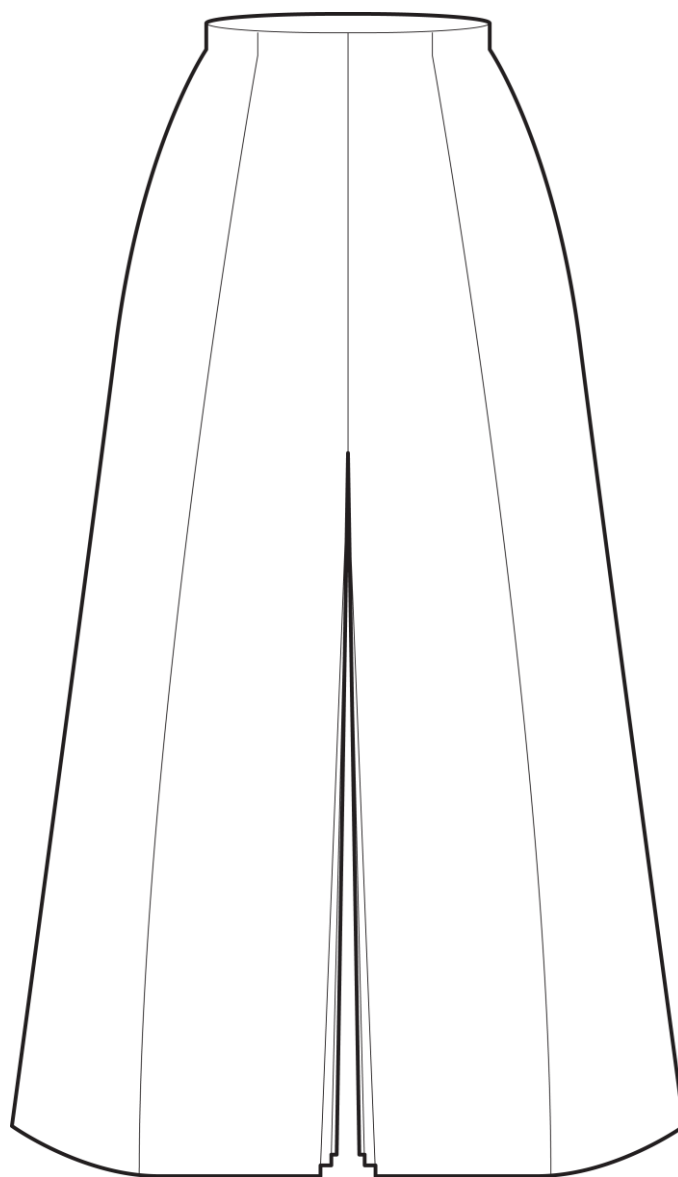


17. MOTH A/W 2012/13 – technický nákres



## 5. KALHOTOVÁ SUKNĚ

### 5.1. Model 1



18. *MOTH A/W 2012/13 – technický nákres*

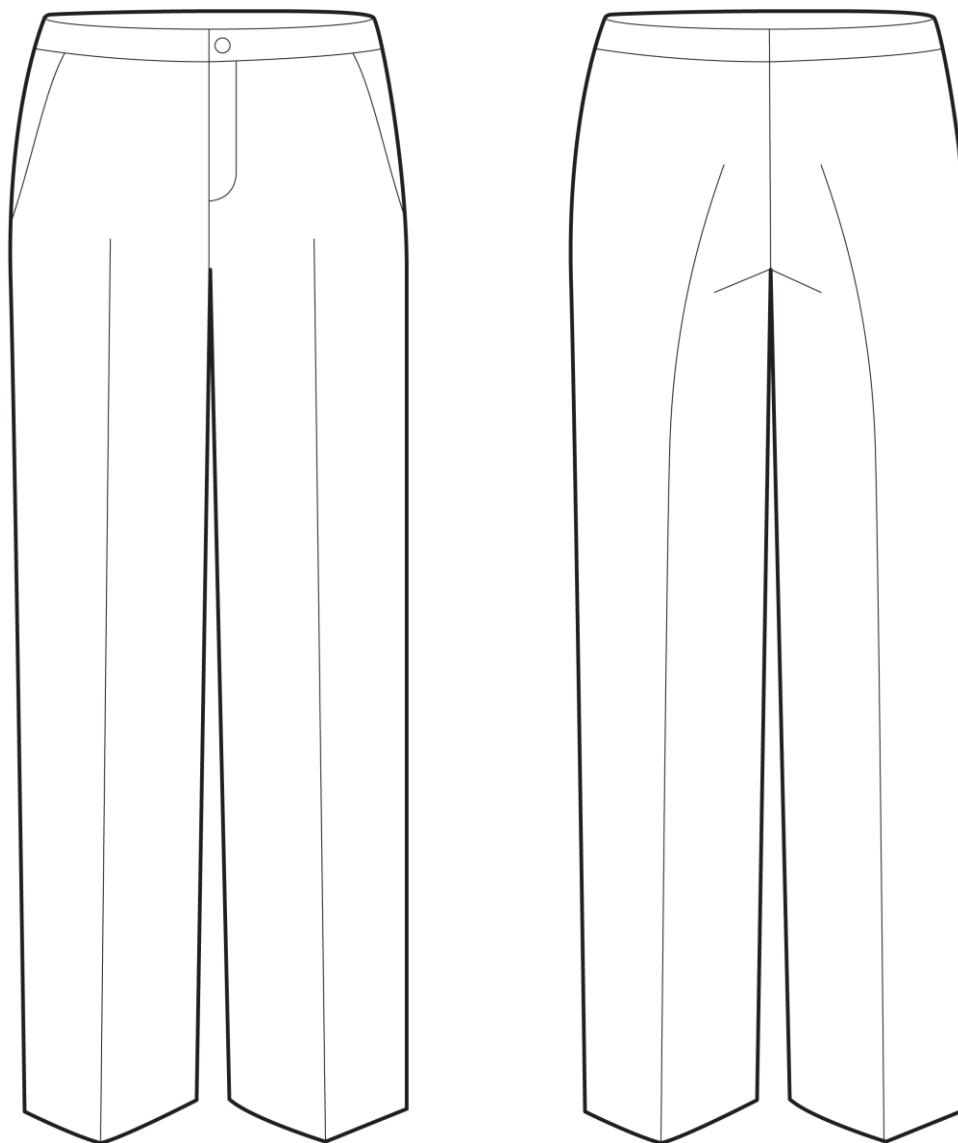
5.2. Model 2



19. *MOTH A/W 2012/13 – technický nákres*

## 6. KALHOTY

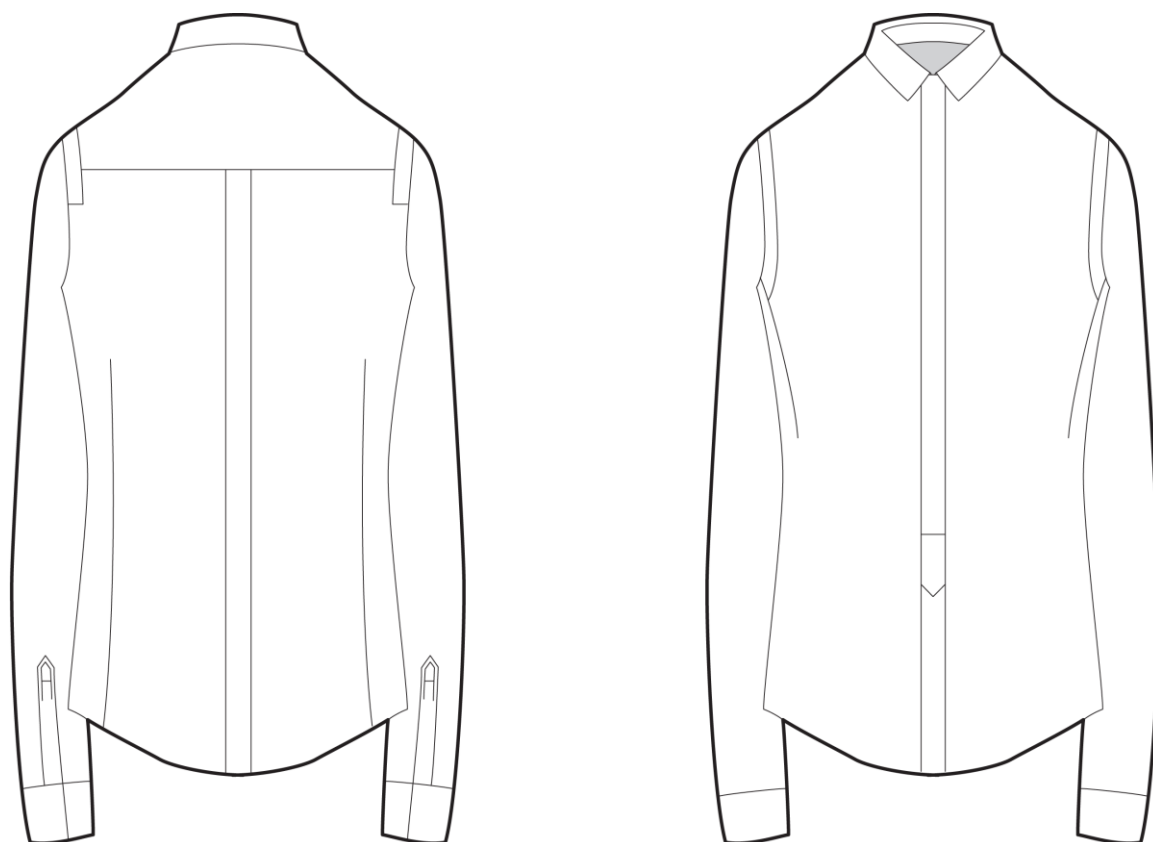
### 6.1. Model 1



20. MOTH A/W 2012/13 – technický nákres

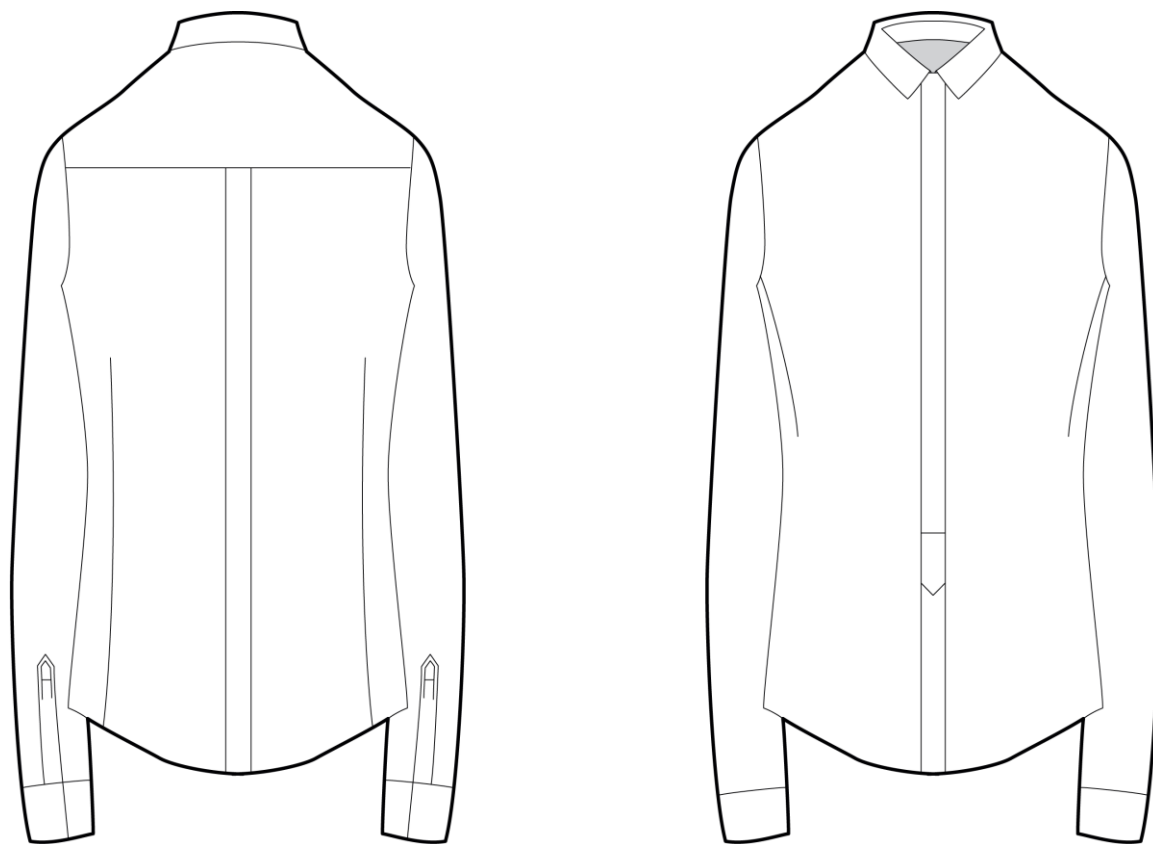
## 7. KOŠILE

### 7.1. Model 1



21. MOTH A/W 2012/13 – technický náčrt

7.2. Model 2



22. MOTH A/W 2012/13 – technický nákres

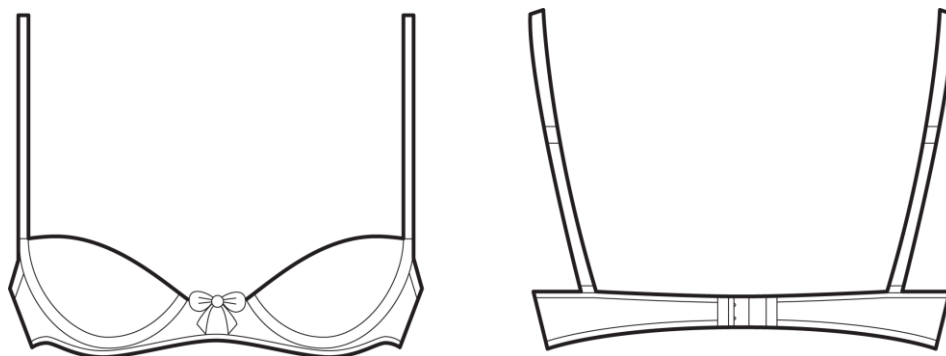
## 8. MALÉ ČERNÉ

### 8.1. Model 1



## 9. PODPRSENKA S KOSTICÍ

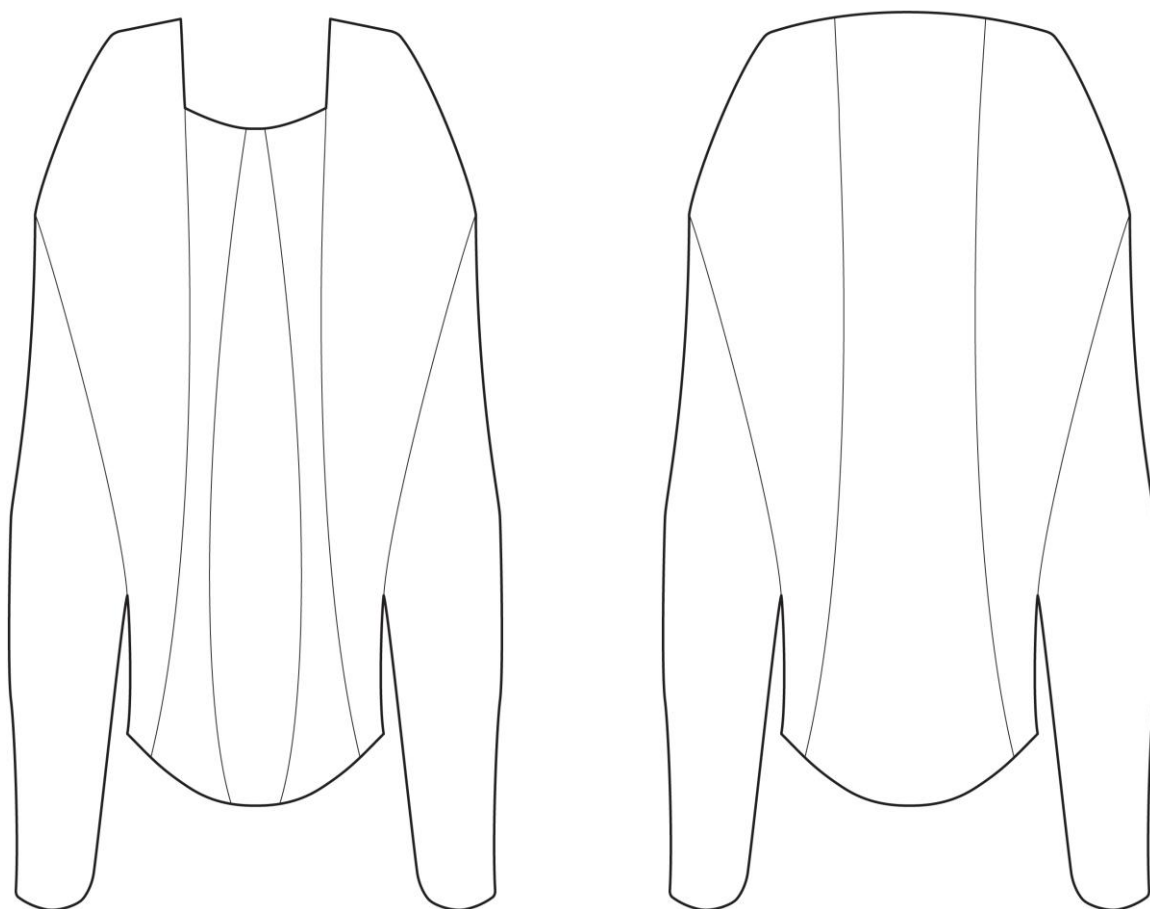
### 9.1. Model 1



24. MOTH A/W 2012/13 – technický nákres

## 10. TOP

### 10.1. Model 1



25. MOTH A/W 2012/13 – technický nákres



## 11. MOTH A/W 2012/13 – CAMPAIGN























## IV. ZÁVĚR

Spíše než otázkou „co je módní film“ se zabývám sjednocujícím prvkem jednotlivých děl, které je možné tímto výrazem označit. Módní propagační film podněcuje individualitu a zároveň své příběhy vypráví určitým stylem a to díky existenci dvou a více textů v rámci jednoho díla. Výsledkem tohoto prolnutí je složená podoba, která mísí rysy předchozích forem, ale současně obsahuje nové kvality.

Alternativní produkce poskytuje prostor pro zrození filmu, který je radikální jak v narativním, tak v estetickém smyslu a zpochybňuje základní premisy hlavního proudu. V současnosti jsme svědky postupné transformace tradičních propagačních schémat směrem k partnerstvím založených na online platformách. Výraz Moving Fashion je možné vnímat jako ucelený prostor, který vsřebává aktuální módní tendence. Lze říci, že současné trendy promlouvají prostřednictvím konvergence a poukazují na tyto způsoby propagace módy.

## V. SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BORDE, R., CHAUMETON, E. *A Panorama of American Film Noir*. San Francisco: City Lights Books. 2002. ISBN: 978 – 0 – 87286 – 412 – 2.

JONES, T., RUSHTON, S. *Současní módní návrháři*. TASCHEN. 2006. ISBN: 80 – 7209 – 841 – 1.

LIPOVETSKY, G. *Říše pomíjivosti, Móda a její úděl v moderní společnosti*. Praha: Prostor. 2002. ISBN: 9788072600632.

MÁCHALOVÁ, J. *Módou posedlí*. Břeclav: Moraviapress a.s., 2002. ISBN: 80 – 86181 – 47 – 2.

MAYNARD, M. *Fashion in fiction: Text and clothing in literature, film, and television*. Oxford: Berg Publishers. 2009. ISBN: 978 – 1 – 84788 – 357 – 5.

MULVEY, L. *Vizuální slast a narativní film*. Sociologické nakladatelství. 1998. ISBN: 80 – 85850 – 67 – 2.

PETRÁČKOVÁ, V., KRAUS, J. *Akademický slovník cizích slov*. Academia Praha. 2001. ISBN: 80 – 200 – 0607 – 9.

SILVER, A., WARD, E. *Film Noir: An Encyclopedic Reference to the American Style*. New York: The Overlook Press. 1992. ISBN: 978 – 0 – 87951 – 479 – 2.

SPURGEON, C. *Advertising and New Media*. Oxon Routledge. 2007. ISBN: 0415430348.

SQUIERS, C. *The Critical Image: Essays on Contemporary Photography*. Seattle: Bay Press. 1990. ISBN: 094120151.

THOMPSONOVÁ, K., BORDWELL, D. *Dějiny filmu*. Praha: NLN. 2007. ISBN: 978 – 80 – 7106 – 898 – 3.

WELLS, L. *The Photography Reader*. London: Routledge. 1997. ISBN: 9780415246613.

## VI. INTERNETOVÉ ZDROJE

Cinepur.cz. *Film noir – záblesky černé*. Online. Dostupné z WWW:

<http://cinepur.cz/article.php?article=29>

Filipulver.com. *Černé portréty*. Online. Dostupné z WWW:

<http://filipulver.com/fotografie/cerneportrety.html>

Maudhomme.cz. *Zastíněný pohled na módní film*. Online. Dostupné z WWW:

<http://www.maudhomme.cz/2011/10/23/zastineny-pohled-na-modni-film/>

Scan.net. *Flâneurs of Fashion 2.0*. Online. Dostupné z WWW:

[http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal\\_id=152](http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal_id=152)

Showstudio.com. *Gareth Pugh S/S 2010*. Online. Dostupné z WWW:

[http://showstudio.com/project/gareth\\_pugh\\_s\\_s\\_2010](http://showstudio.com/project/gareth_pugh_s_s_2010)

Showstudio.com. *Ming Xi Couture 2011*. Online. Dostupné z WWW:

[http://showstudio.com/project/ming\\_xi\\_couture\\_2011](http://showstudio.com/project/ming_xi_couture_2011)

Showstudio.com. *Nick Knight on Moving Fashion*. Online. Dostupné z WWW:

[http://showstudio.com/project/moving\\_fashion/interview\\_transcript](http://showstudio.com/project/moving_fashion/interview_transcript)

Youtube.com. *A film by Yang Fudong for Prada*. Online. Dostupné z WWW:

<http://www.youtube.com/watch?v=nhsW0lqbPUU>

Youtube.com. *Chanel N°5*. Online. Dostupné z WWW:

<https://www.youtube.com/watch?v=wWA0WwrJYgU>

Wikipedia.org. *Konvergence*. Online. Dostupné z WWW:

<http://cs.wikipedia.org/wiki/Konvergence>

Wikipedia.org. *Web 2.0*. Online. Dostupné z WWW:

[http://cs.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://cs.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)

25fps.cz. *Žena ve filmu noir*. Online. Dostupné z WWW:

<http://25fps.cz/2008/zena-ve-filmu-noir/>

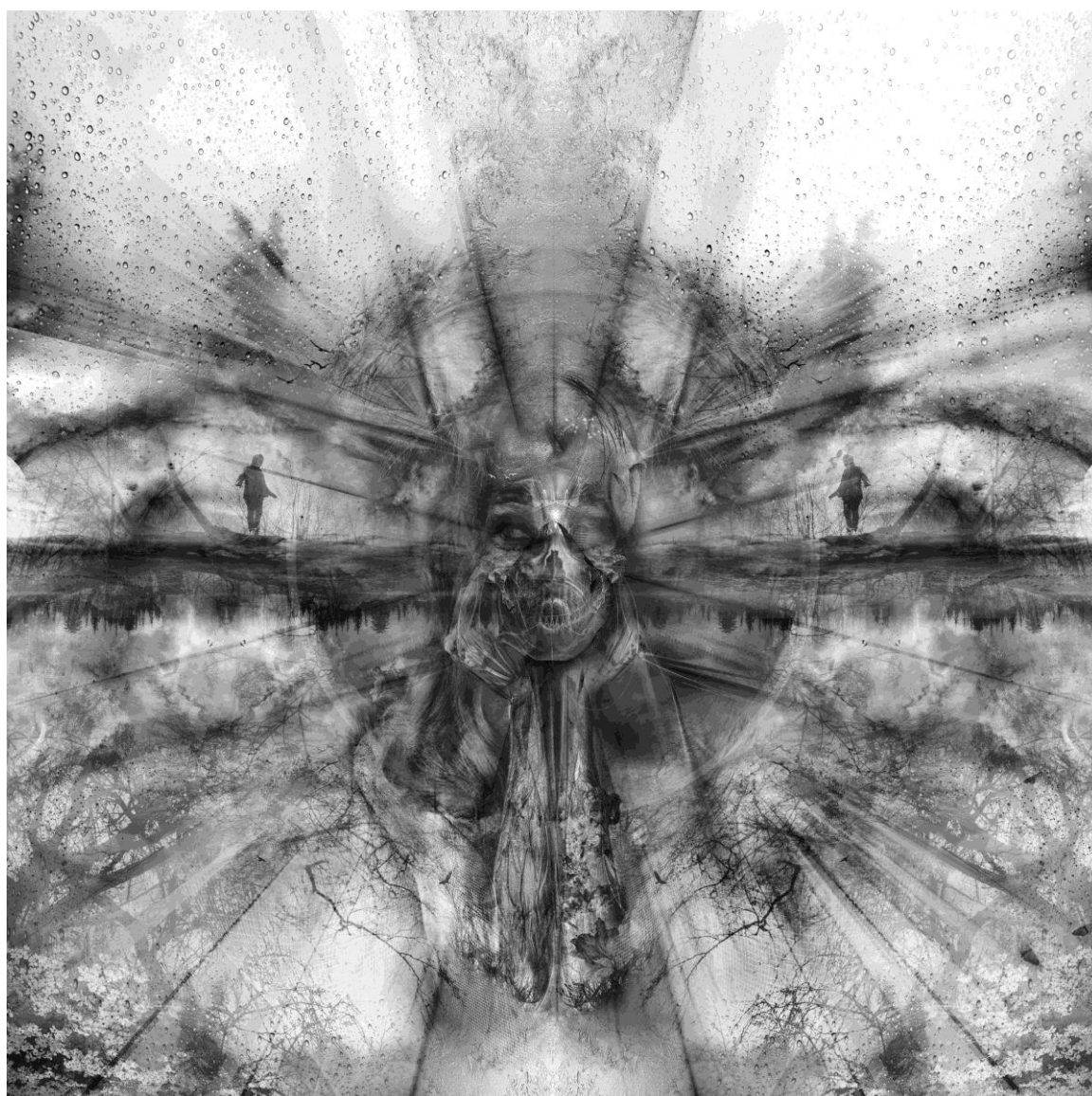
## VII. SEZNAM OBRAZOVÉ PŘÍLOHY

1. *Blade Runner* costume by Michael Kaplan. Online. Dostupné z WWW:  
<http://eldestandonly.com/2010/01/07/production-design-in-blade-runner/>
2. Jane Greer. Online. Dostupné z WWW:  
<http://filmnoircity.com/femme-fatale>
3. Baz Luhrmann, *Chanel N°5*. Online. Dostupné z WWW:  
<http://picspammy.livejournal.com/919967.html>
4. Still From Gareth Pugh *Autumn/Winter 2010 'Joie de Vivre'* film by Ruth Hogben.  
Online. Dostupné z WWW: <http://models.com/work/showstudio-joie-de-vivre-a-film-by-ruth-hogben>
5. Lara „*Fiction Noir*“. Online. Dostupné z WWW:  
<http://tmagazine.blogs.nytimes.com/2009/09/03/coming-attraction-a-shaded-view-on-fashion-film-festival/>
6. A film by Yang Fudong for Prada. Online. Dostupné z WWW:  
<http://00o00.blogspot.cz/2012/01/emporio-armani-spring-summer-2012.html>
7. Nick Knight/Ming Xi, *Cygnets*. Online. Dostupné z WWW:  
[http://showstudio.com/blog/post/new\\_fashion\\_film\\_and\\_editorial\\_gallery\\_now\\_launched](http://showstudio.com/blog/post/new_fashion_film_and_editorial_gallery_now_launched)
- 8 – 9. *MOTH A/W 2012/13* – inspirace Moodboard
- 10 – 12. *MOTH A/W 2012/13* – ilustrační koláže
- 13 – 24. *MOTH A/W 2012/13* – technické nákresy
- 25 – 30. Příloha 1: *MOTH A/W 2012/13* Michal Bým/Jan Zeman – grafické předlohy

## VIII. PŘÍLOHA 1



26. *MOTH A/W 2012/13 Michal Bým/Jan Zeman – grafické předlohy*



*27. MOTH A/W 2012/13 Michal Bým/Jan Zeman – grafické předlohy*

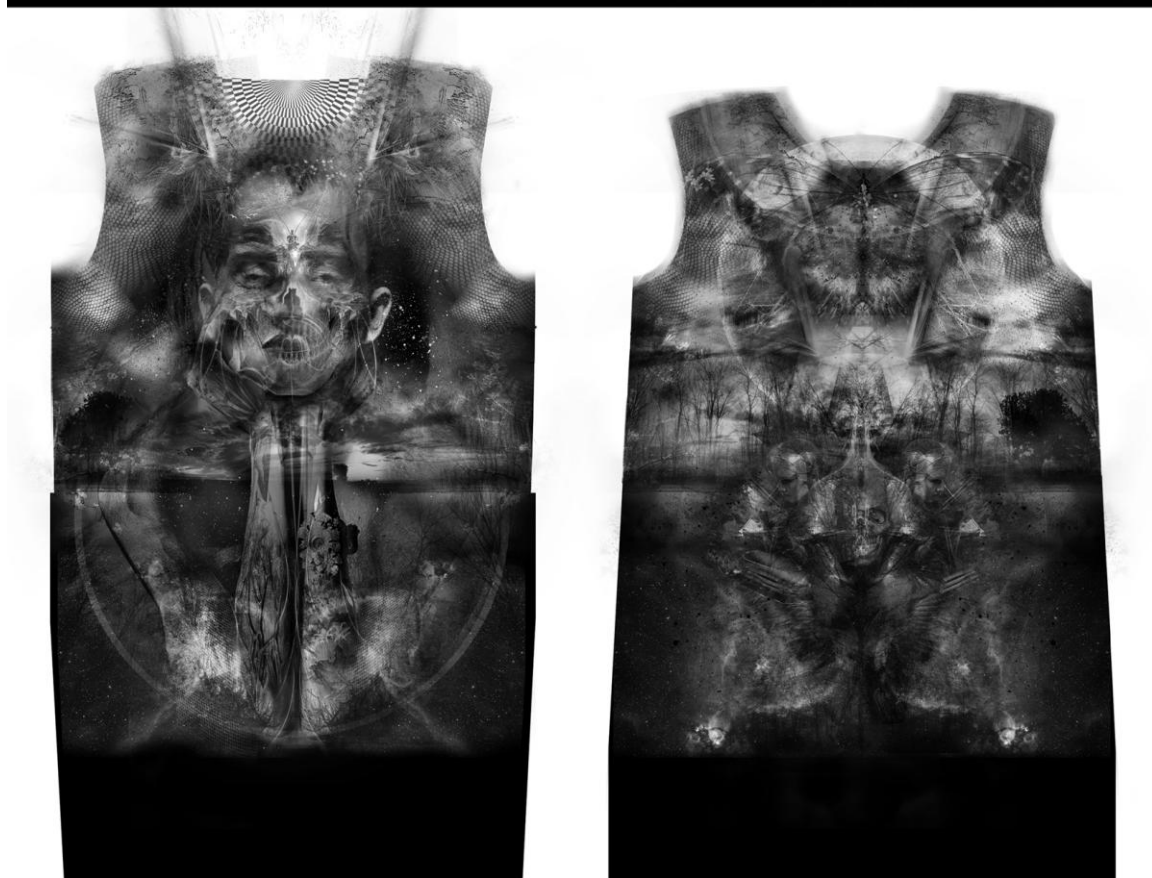




28. *MOTH A/W 2012/13 Michal Bým/Jan Zeman – grafické předlohy*



29. *MOTH* A/W 2012/13 Michal Bým/Jan Zeman – grafické předlohy



30. *MOTH A/W 2012/13 Michal Bým/Jan Zeman – grafické předlohy*