

## TRENDY



Trendy v modelingu jsou velmi různorodé. Věk modelek se v současné době pohybuje od úspěšných mladých téměř supermodelek a zvýšil se o možnost začít kariéru modelky i ve věku kolem 20 let. Můj pocit je, že nejvhodnější věk pro začátek samostatné kariéry modelky je kolem 16–17 let. Realita je ovšem taková, že devět z deseti dívek, které se ke mně (resp. k našemu týmu) jezdí fotografovat ze všech koutů republiky, má 15–16 let. Jedna z mála věcí, na které jsem nesmírně hrdý, je důvěra, kterou nám rodiče i dívky samotné poskytují. Nesmírně si toho vážím. Je to zejména proto, že make-up nutný pro fotografování nebo filmování vizuálně jakoby „přidává“ až pět let k věku. Optika je stejně nemilosrdná, a proto, aby dívka na fotografiích dobře vypadala, musí být štíhlá. Nejlépe se mi pracuje s dívkami vysokými okolo 175 cm, s dlouhým a rovným nohama a vyváženou, zformovanou postavou – štíhlým pasem, relativně úzkými chlapec-kými boky a se zářivou čistou „dětskou“ pletí. Ta dodává fotografiím díky své schopnosti odrážet světlo ono tajemství.

## Faktor X

Dávám samozřejmě přednost přirozenému vzhledu před „umělým“, respektive vyumělkovaným. U nejlepších modelek se jejich fyzická „zářivost“ promítá i do intelektu. Myslím tím ono nedefinovatelné kouzlo, které jsem sám nazval „Radiant Energy“ nebo, jak říkají u agentury Ford Model Management Inc, „Faktor X“.

Nevidím žádná pozitiva v dívce, která neví, co chce, a vždy se musí do něčeho nutit. Samotné dívky jako by zapomínaly, že existuje dlouhá řada jiných, často i mladších aspirujících talentů s vhodnými vlastnostmi pro tuto lukrativní profesi.

Poslední dobou mi připadá, že právě ty, které již jako modelky pracují několik let, mají neoprávněný pocit nenahraditelnosti. Tak čtyři roky zpět se do podvědomí dostaly české modelky, v období 1999–2000 okupovaly milánská mola a studia ruské dívky, za nimiž byla v těsném závěsu řada českých modelek, v roce 2001 byly horkým hitem v celém světě brazilské modelky a v Miláně pracovala spousta slovenských a českých dívek.

## Móda a reklama

V posledních letech se zřejmě toužíme všichni více „odhalovat“ a požadujeme to jak od módy, tak i od reklamy. Styl „glamour“ se promítá asi ve 3/4 všeho, na co se v televizi a kinech díváme, od kosmetických výrobků, přes parfémy až po titulní strany časopisů. Život se odehrává ve stylu oblečená/neoblečená jako v pohádce. Stejně tak módní průmysl hýří transparentními materiály a designéri je rádi používají. Přesto, pokud jde o práci na reklamní kampani, kde jsou přesně definované fotografie a vaše agentura s požadavky klienta souhlasí, určitě se vyplatí (i finančně) o tom přemýšlet.

## Nahota

Nikdy se nesvlékejte bez předchozí dohody s agenturou. I tuto větu už zde uvádím podruhé. Svlékání, lépe a přesněji řečeno převlékání patří k práci modelek (na castingu do plavek, na fittingu do modelů, na focení do stylingů). Osobně proti „nahotě“ nic nemám, jsem zastáncem životní filozofie: „Nazí jsme na svět přišli, nazí z něj odejedeme“. Přesto velmi respektuji etická a profesní pravidla a pokud nefotografuji některý z uměleckých projektů, mají modelky na mých produkcích, vždy svůj oddělený prostor pro převlékání.

Když jsme s modelkami vedli diskuse o tom, co jim osobně přináší předvádění módy, shodly se na tom, že je to určitá forma osobního exhibicionismu, odvěká touha jednotlivce žijícího uprostřed komunity být středem pozornosti, být vidět. Filmy a dokumenty, které stojí za vidění: Zvětsšenina (1966), Historie módy (proběhla ve vysílání ČT), Gia (1998), Pret-A-Porter (1998), Elite Model Scandal (1999), Dábel nosí Pradu (2006).

Model: Veronika Wolf; Foto: Miloslav Svánovský, 1996