

### **Jan Pohribný (1961)**

Nepochybně silně výtvarná je reklamní tvorba Jana Pohribného. Vystudoval nejprve užitou fotografii na Střední průmyslové škole grafické v Praze (1976-1980), navázal uměleckou fotografií na Filmové a televizní fakultě AMU (1980-1986) a studia završil půlroční stáží na uměleckoprůmyslové škole ve finských Helsinkách.

Velký vliv na utváření jeho fotografického názoru mělo přátelství s Tarasem Kuščynským, jehož pojetí komerční fotografie bylo osobité nekopírováním západního stylu, ale naopak určitou až „ne-reklamní“ lyričností.

Začátek komerční tvorby Jana Pohribného se datuje návratem z Helsink, v roce 1986. Nejprve fotografoval výtvarná díla (sochy, obrazy), obaly na gramofonové desky (spolupráce např. s divadlem Semafor), ale především se věnoval fotografování šperku. V této oblasti spolupracoval se šperkařem Svatoplukem Kasalým (později, počátkem devadesátých let spolu zrealizovali tři společné výstavy). V té době



Jan Pohribný, z kalendáře pro PVT, 1998

také fotografoval modely pro časopisy a katalogy pro svoji ženu, oděvní výtvarnici Magdu Nechalovou.

V současné době je Jan Pohribný jedním z nejvýznamnějších představitelů výtvarného pojetí fotografické reklamy. Jeho reklamní tvorba navazuje nebo zcela prolíná s jeho volnou tvorbou. Typickým příkladem je jeho almanach pro Českou plynárenskou společnost ČPNS (1997), ve kterém použil pro něj typickou světelnou aranž, pouze její významovou logiku podřídil reklamnímu záměru zadavatele.



Jan Pohribný, z kalendáře pro Olgoj Chorchoj, 1998

Bohatě využil svých zkušeností s prací se světly v exteriéru při realizaci vynikajícího kalendáře pro designérské studio Olgoj Chorchoj, ve kterém fotografoval kubistické a funkcionalistické objekty, či jejich repliky. Použil složité technické instalace, ve kterých do plenéru či architektury vkomponovával výše zmíněné objekty a dosvětloval je umělým světlem. Velmi nápaditě využil světla z Křížkovy fontány, zrcadel, generátorů, jevištního osvětlení nebo obyčejného silonu. Tento kalendář byl v roce 1997 oceněn Asociací českých reklamních agentur prestižní Zlatou peckou.

Všechny tyto zkušenosti se ještě více zúročili v produkčně nejnáročnějším Pohribného projektu, kalendáři pro Škoda auto Mladá Boleslav na rok 1997. Kromě dokonalé přípravy



Jan Pohribný, z kalendáře pro Škodu Auto, 1997

zde uplatnil i cit pro kombinaci zadaného objektu (v tomto případě automobilu) s plenérem, to oboje zvýrazněné světelnou aranží (dvojexpo-



Jan Pohribný, fotografie pro Severomoravskou energetiku, 1992

jenomže plní svoji základní propagační funkci, ale osloví i výtvarně náročného diváka.

Takřka komorní záležitostí bylo fotografování kalendáře pro Podnik výpočetní techniky (1998) - ateliérové fotografie malých přírodních objektů zvýrazněných opět promyšlenou prací se světlem. Jednotlivá zátěže jsou uváděna krátkými glosami, jejichž obsah je pojítkem mezi fotografií a daným počítačovým oborem či problematikou.

Nejvíce spolupracuje Jan Pohribný s agenturou Avant Bozell Praha. Pro Mazdu fotografoval prostřednictvím České reklamní agentury C.I.D. mu zadala práci pro SPT Telecom. Se studiem Najbrt a Lev spolupracoval na zakázce pro Státní tiskárnu cenin, Genia Loci nebo ČPNS.

Od roku 2000 se datuje rozsáhlá spolupráce Jana Pohribného s novoborskou sklárnou Libera. Fotografuje pro ně produkty i reprezentativní katalogové doprovodné fotografie, ve kterých je znát autorský rukopis. Autorská tvorba je stálým základem komerční tvorby Jana Pohribného. Trvalý zájem je

zice objektu ve dne - v noci, dosvětlování objektu světly skrytými v záběru kamery, využívání barevného podání ranního světla). Mimo to byla tato zakázka náročnější i o potřebu vedení týmu techniků, asistentů a osvětlovačů. Výsledkem je pak kalendář, který ne-



Jan Pohribný, reklamní fotografie pro sklárny Libera, 2001





Jan Pohribný, z kalendáře pro PVT, 2002

o jeho fotografie pro použití do firemních kalendářů. Tématem kalendáře na rok 1999 pro Podnik výpočetní techniky

byla konfrontace muzeální a moderní techniky, v roce 2002 byly pro tutéž firmu tématem panoramatické krajiny. V roce 2001 vznikl kalendář, ve kterém Jan Pohribný využil papírové objekty výtvarníka Jana Činčery, který je častým spolupracovníkem Pohribného projektů. Detaily skla byly fotografovány do kalendáře pro letošní rok pro sklárnu Preciosa. Častou zakázkou je fotografická ilustrace výročních zpráv.

Jan Pohribný hodně vystavuje, věnuje se publikační činnosti a pořádání workshopů, vyučuje na Institutu tvůrčí fotografie. Svaz německých fotodesignérů BFF mu udělil právo prestižního titulu QEP.

Výtvarná poctivost Jana Pohribného vychází z jeho přesvědčení, že reklama, jakožto nejrozšířenější a nejvnímanější forma užití fotografie oslovuje velké množství lidí a má tudíž nemalý vliv na jejich vkus, potažmo i životní názor. Bohužel reklama u nás je podle jeho názoru ohrožena prefabrikovanými modely západního stylu. Ztrácí svoji osobitost (agentury používají víceméně schematické postupy) a v reklamě nezbyvá místo pro autorský rukopis.

Podle mého názoru je reklamní tvorba Jana Pohribného přesvědčivým důkazem o tom, že komerční fotografie nemusí být pouze



Jan Pohribný, Padlý anděl, 1999

výtvarně bezcenným nástrojem trhu, ale může být, díky svému silnému finančnímu a technickému zázemí, prostředkem ke vzniku kvalitních, jiným způsobem jen těžko realizovatelných fotografií a zároveň i způsobem, kterým může kvalitní fotografie proniknout i do míst, kam by se jinak dostala jen ztěží.