

Závěr

Jsem si vědom toho, že výčet fotografů by mohl být rozšířen o další jména, v závislosti na nastavených parametrech výběru. Mým cílem však bylo pokusit se o průřez českou fotografickou reklamní scénou, která je sice prakticky zcela soustředěná do Prahy a není příliš velká, nicméně je velmi rozmanitá.

Alespoň v tomto souhrnu bych rád pokázal na několik autorů, jejichž práce je podle mého názoru vyjímečná a z nejrozumnějších důvodů nejsou v základním výčtu uvedeni. Prvním z nich je **Stan Musilek**, fotograf českého původu žijící a pracující v San Francisku. Je u nás zastupován agenturou Daiben. O jeho práci mám pouze kusé informace, fotografie je možné vidět na jeho interneto-



foto: Stan Musilek

vých stránkách a domnívám se, že jde o velmi kvalitně odvedenou práci, jejíž úroveň výrazně převyšuje český průměr. **Karel Steiner** je rovněž zastupován Daibenem. Žije v Paříži, kde se věnuje i pedagogické činnosti. Nefotografuje s lidmi a je výborným fotografem pivních produktů. Reklamní fotografie je sice doménou mužů, avšak v oblasti módní fotografie nelze přehlédnout práci **Anny Kovačičivé**. Za pozornost stojí i občasné reklamní počiny **Gábiny Fárové**, ke kterým jejich autorka přistupuje z pozic fotografie výtvarné. Někteří fotografové hovoří velmi

pochvalně o reklamních fotografiích **Romana Dietricha**, podle mých informací pracuje momentálně v italském Milánu. Zvláště s ohledem na rostoucí podíl digitální fotografie v komerční práci nelze nezmínit **Tomáše a Evu Dvořákovy**, kteří se fotografování a následné úpravě záběrů na počítači programově věnují. Přelom milénia byl ve znamení velké obliby u reklamních agentur pro bývalého studenta Institutu tvůrčí fotografie **Tonyho Gřeška**. Nejdříve jako fotograf dnes populárních muzikantů skupiny MIG-21 a nyní jako fotograf zastupovaný agenturou 4D-photo je znám bývalý asistent Pavla Brunclíka a po té Gorana Tačevského



foto: Roman Dietrich

Standa Merhout. Již dlouhá léta pracují ve dvojici brněnští fotografové **Vít Mádr** a **Aleš Jedounek**. Na jejich práci je pozoruhodná zejména širší záběr, ve které se jejich práce pohybuje. Od pack-shotů přes fotografii skla a interiérů až po studiové záběry automobilů - to vše ve velmi dobré kvalitě. V souvislosti s fotografováním jídla bývá často zmiňován **Jaroslav Prokop**. Stálé renomé si ve fotografování módy udržuje **Vladimír**



Módní fotografie Dity Pepe a Petra Hrubého

Fyman. Autorem reprezentativní publikace o reklamní a módní fotografii je nedávný absolvent FAMU **Tomáš Třeštík**, který se komerční tvorbě věnuje pod zastoupením agentury Daiben. Jedním z mála následovatelů práce Miroslava Vojtěchovského v oblasti fotografování skla je **Gabriel Urbánek**. Velmi nadějně se jeví módní fotografie absolventů Institutu tvůrčí fotografie partnerů **Dity Pepe** a **Petra Hrubého**. S jejich pracemi se lze seznámit například v časopisu *Blok*.

V *Bloku* publikují i další slibní autoři **Salim Issa** a **Štěpánka Steinová**.

Česká módní a reklamní fotografie prochází obdobím svého vývoje v nových společensko - ekonomických podmínkách. Její fotografové jsou obecně stále ještě považováni za nerovnocenné svým výtvarným kolegům a obráceně - samotní reklamní fotografové obvykle svoje ko-

merční práce neradi přiznávají. Jednou z hlavních podmínek změny této situace je možnost hlubšího studia tohoto oboru. Je nutné seznamovat se s pracemi světových autorů a k tomu je nezbytná znalost anglického jazyka - i na českém trhu existuje nabídka publikací, ze kterých lze načerpat mnoho základních poznatků z profesionální reklamě-fotografické práce. Zásadní význam má ovšem praxe a získávání zkušeností ať už formou stáží anebo praxí asistentskou. Výtvarné sebevědomí autorů i jejich řemeslná zručnost a kvalitní technické zázemí potom budou muset přesvědčit art directory reklamních agentur o správnosti svých nápadů a jejich kreativita může být adekvátně oceňována. Vnější podmínkou je potom dostatečně silný trh, který podporu odbytu reklamou potřebuje.