

Ondřej Hošek (1965)



Ondřej Hošek, reklamní fotografie, 2001

Ondřej Hošek patří k těm nemnoha fotografům, kteří dosáhli úspěchu navzdory tomu, že neprošli fotografickým vzděláním. Vystudoval Střední průmyslovou školu strojní (v letech 1980 až 1984), návazná vysokoškolská studia po roce z osobních důvodů opouští.

K fotografování jej v dětství přivedl otec a jako už v mnoha případech, koníček přerostl v povolání. Nastoupil nejprve do ČTK, kde dva roky fotografoval reportáže a v roce 1987 začal

pracovat pro Fakultu jadernou a fyzikálně inženýrskou při ČVUT, jako fotograf. Měl zde k dispozici solidně vybavený ateliér a vedle pracovních povinností se zdokonaloval ve fotografické studiové praxi. Po čase souběžně se svým stálým zaměstnáním začal přijímat drobnější zakázky. Komerční fotografování pozvolna převážilo nad fotografováním fyzikálních procesů a od roku 1992 se začal věnovat pouze reklamě - zpočátku

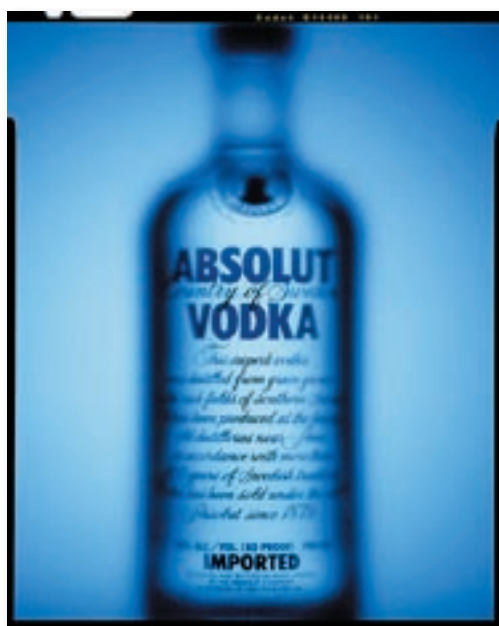
měl nejvíce zakázek od reklamní agentury Ogilvy & Mother.

V letech 1992 až 1994 vybudovali společný ateliér s fotografem Hugem Vítámvás, kterému je vděčen za schopnost asertivního jednání s klienty. Vztah mezi komerčním fotografem a zadavatelem považuje Ondřej Hošek za velmi důležitý jak z obchodního hlediska, tak i z hlediska vybudování si pozice klientské důvěry, která mu poskytuje větší prostor při prosazování svého výtvarného názoru.

V roce 1994 byl jedním z prvních, kterého začíná zastupovat v rámci nově vznikající fotografické agentury Daiben Darek Votruba. Již od samých začátků se specializoval na fotografování produktů, nepracuje s lidmi. Je perfekcionista, který chce mít pod kontrolou všechny aspekty vznikající fotografie a zakázky s mnohdy nevypočitatelným „lidským faktorem“ proto odmítá. O to důsledněji se snaží zdokonalovat se ve své specializaci. Experimentuje se světelnými schématy, využívá „light brush“, dokonale ovládá práci s velkoformátovým přístrojem (většinu svých zakázek zpracovává do plného formátu diapositivu 4 x 5“), zakládá si i na přesných expozicích, pracuje s vypočítanými a zkušenostmi ověřenými multiexpozicemi. Je vyhledávaným



Ondřej Hošek, z kampaně pro Staropramen, 1999



Ondřej Hošek, nerealizovaná reklama Absolut

fotografem reklam na pivní produkty. Na pohled banální záležitost je obávanou disciplínou produktové fotografie a práce s orosením lahve či půllitru, barva, tvar a hustota pěny nebo „rozsvícení“ tekutiny je takřka alchymii se střeznými tajemstvími.

Jeho nejvýznamnějším klientem posledních let je pivovar Staropramen. Dalšími důležitými zadavateli jsou pro něj Český Telecom, Eurotel, GE Capital Bank, nafotografoval kampaň pro vodku

Amundsen. V roce 1999 fotografoval s najatým týmem osvětlovačů automobily Ford. Jako uznání svých kvalit bere zakázku saudskoarabských aerolinií Emirates, pro které nafotografoval celosvětovou kampaň (myšlenkou kampaně byla stylizace čajových a kávových šálek do příznačných prostředí a míst, do kterých aerolinie létají).



Ondřej Hošek, Praha - Tančící dům, 2000

Mimo fotografování produktů je Ondřej Hošek také výborným fotografem architektury a interiérů. V zakázkách, které přicházejí hlavně od samotných architektů zúročuje ateliérové zkušenosti s multiexpozičními postupy a také práci s kombinováním denního a umělého světla.

Ondřej Hošek rád a hodně cestuje, jeho volnou tvorbou, či spíše fotografickou relaxací je fotografování panoramatickým fotoaparátem Horizont.