

### **Miroslav Vojtěchovský (1947)**



Miroslav Vojtěchovský, reklamní fotografie skla

Miroslav Vojtěchovský je ojedinělým fenoménem české fotografické reklamy. Prošel všemi dostupnými stupni fotografického vzdělání. Od vyučení, přes Střední průmyslovou školu grafickou v Praze a následnou FAMU (1972 - 1976) až po uměleckou aspiranturu.

Určující vliv na něj měly fotografie skla Jindřicha Broka. Byly pro něj inspirací, ale i výzvou ke hledání nových způsobů, kterými lze fotograficky postihnout tvar, objem, barvu a strukturu skla a dodat mu navíc odpovídající

atmosféru. V tomto okamžiku je nezbytné skloubení výtvarného cítění a precizní techniky - fotografování skla na diapozitivní materiál, který odhalí i drobnou chybu, patří k nejobtížnějším disciplínám fotografie. Miroslav Vojtěchovský používá s oblibou multiexpozičních technik kombinovaných se změnami barvy pozadí, promyšleně aplikuje zadní projekci, využívá barevné filtry. Tvůrčím způsobem rovněž experimentuje s barevným fotografickým médiem, které v převážné míře pro svoje prá-

ce používá. Jeho techniky jsou důmyslné, ale každému přístupné. Na tomto principu spočívá fotografická čistota jeho snímků.

Profesionálně se fotografickou reklamou zabývá od začátku sedmdesátých let, kdy musel nastoupit po střední škole do zaměstnání. Studia na FAMU pro něj zpočátku, kvůli „nevhodnému kádrovému profilu“ jeho rodiny nejsou možná. Teprve později je pro něj prosadil prof. Šmok. V onom mezidobí po střední škole se úspěšně účastní konkurzu na fotografa reklamního podniku Merkurie, který tehdejší formou reklamy propagoval výrobky na vnitřním trhu. S přijetím na FAMU z Merkurie odešel a dal se cestou svobodného povolání, které mu umožnilo věnovat se reklamnímu fotografování i při studiu. Získal nejen další zkušenosti, ale i pro studium potřebné prostředky. Již v Merkurii spolupracoval s některými podniky zahraničního obchodu. Jedním z nich byl i Skloexport a práce pro něj definitivně předurčila Miroslava Vojtěchovského k práci se sklem. V oboru vynikl do té míry, že ani daleko větší možnosti konkurence po roce 1989 neohrožily jeho prioritu a kontinuitu zájmu sklářského průmyslu o jeho spolupráci. Tato spolupráce však jde vysoce nad rámec běžných zvyklostí. Nejde již jen o zhotovení propagačního ma-



Miroslav Vojtěchovský, z kalendáře pro Škodu Auto



Miroslav Vojtěchovský, reklamní fotografie

teriálu, ale i o designové návrhy obalů, prodejních či výstavních prostor. V některých případech dokonce ovlivňuje i návrhy a určení nových výrobků a v této fázi tak dostává možnost komplexní úvahy o schématu návrh - výroba - propagace bez omezení časovou následností. Propagace pak není pouhým nástrojem nutné potřeby prodat vyrobené zboží, ale organickou, již při výrobě zohledněnou záležitostí.

Nedílnou součástí působení Miroslava Vojtěchovského v oblasti české fotografické reklamy je i pedagogická činnost. Kromě toho, že katedru fotografie na FAMU vedl, pořádal zde mimo jiné i Specializovaný seminář reklamy. V úvodu své přednášky říká: *“Předpokladem dobrého působení absolventa fotografické školy v oblasti reklamy je, aby byl schopen reagovat v podstatě na jakékoliv zadání reklamní agentury, tzn. kultivovaně realizovat scénář daný textařem agentury, resp. layout výtvarného oddělení.*

*Absolvent vysoké fotografické školy by ovšem měl být schopen stát se rovnocenným partnerem tvůrčích pracovníků reklamního týmu, aby byl schopen svoje výtvarné vzdělání, technickou dovednost a zejména studiem získanou schopnost transformovat myšlenky do roviny vizuálního významu přispět k novým neobvyklým a nečekaným cestám reklamního vyjadřování.”*

V letošním roce se profesor Vojtěchovský vrátil z několikaletého pedagogického působení na American University ve Washingtonu. Přes jeho nesporné pedagogické i fotografické kvality mu vedením FAMU nebyla obnovena pracovní smlouva a nebyla mu ani nabídnuta externí spolupráce.



Miroslav Vojtěchovský, reklamní fotografie