Slezská univerzita v Opavě /
Filozoficko-přírodovědecká fakulta
Institut tvůrčí fotografie




Opava, říjen 2005 /

**Robert Žákovič /**

# Fotografická a produkční agentura Daiben

Slezská univerzita v Opavě /
Filozoficko-přírodovědecká fakulta
Institut tvůrčí fotografie

## Magisterská diplomová práce /

| | |
|---|---|
| Obor: | Tvůrčí fotografie |
| Vedoucí práce: | Odb. as. MgA. Pavel Mára |
| Oponent: | MgA. Dita Pepe |

Opava, říjen 2005 /

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval samostatně, za použití literatury, časopisů a pramenů uvedených v seznamu použité literatury.
Souhlasím se zveřejněním této práce zařazením do knihovny FPF Slezské univerzity v Opavě, UPM v Praze a na internetových stránkách ITF.

Robert Žákovič /

© Robert Žákovič /
Institut tvůrčí fotografie
Filozoficko-přírodovědecká fakulta
Slezská univerzita v Opavě

Opava, říjen 2005 /

Děkuji za konzultaci Odb. as. Mgr. Pavlu Márovi. Darku Kurkovi a fotografům uvedeným v této práci děkuji za otevřenost a vstřícnost. Pedagogům ITF, rodině, své přítelkyni Andreje, a přátelům děkuji za pomoc při realizaci této práce. Zvláštní poděkování patří Miroslavu Ottmarovi za spolupráci při grafické úpravě.

## / Obsah /

I. Úvod 6

II. Darek Kurka, vznik a vývoj agentury Daiben 8

III. Fotografové zastupovaní agenturou Daiben (1995 - 2005) 13
Ondřej Hošek 15
Salim Issa 23
Ivan Pinkava 29
Karel Steiner 36
Janusz Szyndler 43
Dušan Šimánek 50
Radovan Šubín 56
Goran Tačevski 62
Nikola Tačevski 70
Tomáš Třeštík 77
Jiří Turek 83

IV. Závěr 90

V. Seznam použité literatury 91

VI. Seznam internetových odkazů 92

## / Úvod /

V České republice existuje v současné době zřejmě bezpočet nejrůznějších fotografických agentur, zabývajících se zastupováním autorů, jejich prezentací, dojednáváním zakázek a produkcí spojenou s jejich realizací. Část se jich podílí pouze na jednotlivých dílčích úkonech. Některé se zabývají pouze uměleckou fotografií a práce komerčního charakteru je pro ně nemyslitelná. Jiné se třeba naopak věnují komerční fotografii a umělecká díla leží mimo dosah jejich zájmu. Jedno však mají společné. Vznikly na svobodných principech po roce 1989 a fotografům, které zastupují, umožňují zpravidla větší soustředění na jejich vlastní tvorbu.

Záměrem této práce je představit čtenáři jednu z nejvýraznějších fotografických a produkčních agentur, které na současném komerčním trhu působí - agenturu Daiben vedenou Darkem Kurkou.

Kvalitou svých výsledků a portfoliem zastupovaných fotografů se řadí výrazně mezi ty nejlepší, dobou založení mezi nejstarší. V prezentaci jejich autorů má vlastní umělecký výraz velký prostor a dochází tak k prolnutí dvou zdánlivě odlišných světů. Zdánlivě odlišných...

Jde mi o drobné seznámení čtenáře s činností této agentury. O zachycení okolností vzniku Daibenu, o zaznamenání průběhu jeho vývoje, změn, kterými agentura prošla a naznačení směru jejích dalších aktivit. V této práci se zabývám lidmi, kteří v Daibenu působí a nebo působili; lidmi, kteří Dalben založili a jejichž jména nás odkazují na další. Za jménem zakladatele a současně jednatele společnosti Darka Kurky uvádím jeho jméno za svobodna - Votruba. Nešlo mi o srovnání úspěšnosti a stylu práce fotografické

a produkční agentury Daiben s ostatními agenturami. Každá má svá specifika a pohled na tuto stránku věci by vyžadoval další návazné studium.

## / Darek Kurka, vznik a vývoj agentury Daiben /

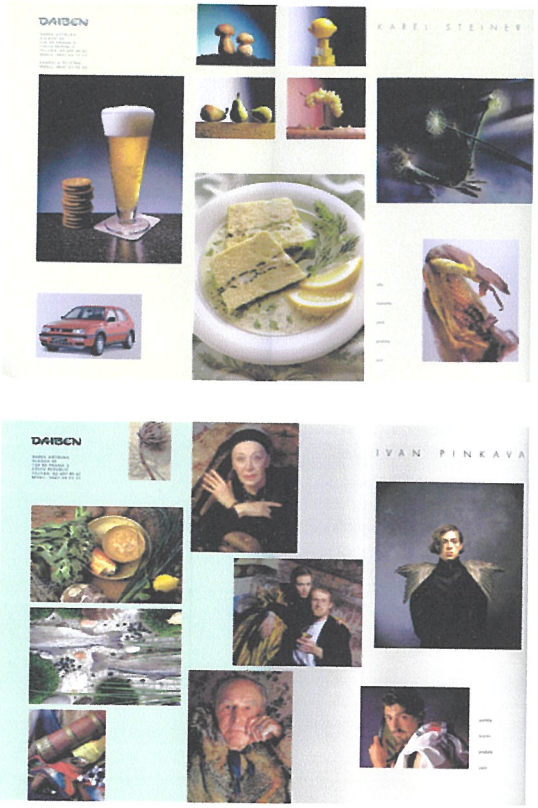
Počátečním impulsem ke vzniku fotografické agentury NOX a následně fotografické a produkční agentury Daiben bylo dlouholeté přátelství fotografa Tona Stana a dalších členů tzv. "slovenské nové vlny" s Darkem Kurkou - Votrubou (23. 3. 1968 Hradec Králové). Zde se začal prolínat svět výtvarného cítění a organizačních schopností, jehož výsledkem bylo založení společností, které byly či jsou nepřehlédnutelnou součástí české fotografické scény. A v obou těchto společnostech byl agentem zastupujícím fotografy právě Darek Kurka (Votruba).

Od roku 1989 se Darek Kurka (Votruba) nechával zaměstnávat jako model na módních přehlídkách, na natáčení televizních reklam a souběžně s touto činností jej pro své výtvarné práce fotografovali Vasil Stanko, Tono Stano a Rudo Prekop.

Po krátké zkušenosti s vedením chodu galerie Roeb Van Den Doel pro architekta Jakuba Cíglera odjíždí Darek Kurka (Votruba) v lednu 1992 na dvouletý pobyt do Anglie, kde se věnuje práci technického typu pro hi-tech firmu (čímž navazuje na své studium VŠE 1987-1991) a studiu angličtiny.

Společná záliba v rybaření jej po

Loga agentury Daiben / 1995 - 2005 /




Propagační materiály agentury Daiben / 1998 /

návratu z Velké Británie opět přivedla k Tonu Stanovi, který Darkovi Kurkovi (Votrubovi) navrhnul aby jej zastupoval v oblasti prodeje volné fotografie. V této době neměl Tono Stano, jako ostatně většina fotografů, vlastního agenta a osobní prezentace tak byla ne vždy vítanou součástí jeho života. Darek Kurka (Votruba) nabídku přijal a 6. 6. 1994 oficiálně zakládá agenturu NOX (v latinském slovníku *temno, černo*), do které přibírá i Vasila Stanka, Rudo Prekopa, Kamila Vargu, Miro Švolíka, Petera Župníka, Ivana Pinkavu a o rok později Gabinu. Tono Stano vymýšlí logo NOXu a Aleš Najbrt jej posléze graficky dodělává.

Následuje období zařízení kanceláře na Praze 6, ve které se začaly postupně shromažďovat originální práce (zvětšeniny 50×60 cm) zastupovaných autorů a jejich diareprodukce. Darek Kurka (Votruba) pracuje na sponzoringu, výstavách, pojistkách a smlouvách. Od počátku také nabízí portfolia fotografů reklamním agenturám a naráží tak na první podstatné problémy. NOX vznikl jako volná společnost za účelem prodeje výtvarných děl, většina zastupovaných autorů trvá při realizaci reklamy na svém vlastním rukopisu a nejsou ochotni se přizpůsobit layoutu. Reklamní agentury však začínají vyžadovat pružnější přístup.

Reakcí na poptávku po komerčních fotografech bylo založení fotografické a produkční společnosti Daiben. Mezi fotografy v Praze se mezitím dostalo jméno Darka Kurky (Votruby) do podvědomí a ti jej také začínají se zájmem o své zastupování oslovovat.

První zakázky spadající pod hlavičku Daibenu se datují do roku

1995 a v této době dochází také k oddělení společnosti NOX (který koncem roku 1998 zcela zaniká) a Daibenu. Z původních fotografů se na následujících zakázkách podílejí pouze Ivan Pinkava a Kamil Varga. Na prvních kampaních začíná pracovat nově přibraný Karel Steiner, který se od počátku specializuje na produktovou fotografii a fotografii jídla. S Daibenem začínají na jednorázových zakázkách spolupracovat i Roman Kelbich, Zdeněk Ságl, Hugo Vítámvás, Pavel Brunclík a holandský fotograf Bert Mayer. Začíná se vytvářet trvalé jádro agentury a Darek Kurka (Votruba) se postupně stává agentem Ondřeje Hoška, Dušana Šimánka, Radovana Šubína, Janusze Szyndlera a od roku 1999 i bratrů Nikoly a Gorana Tačevských.



Propagační materiály agentury Daiben / 1998 /

Na pražském Žižkově se budují nové kanceláře, od září 1997 se datuje oficiální užívání loga Daibenu (jehož autorem je grafik Aleš Myčka) a zároveň také začátek vlastní produkce. Grafikům byla zadána první vlna propagačních materiálů agentury, které tvořily zlomené archy formátu A3, vznikají komerční portfolia a k realizaci zakázek se začaly využívat mimo jiné i ateliéry Pokrok a Asa. Nabízela se také produkce focení zahraničním fotografům.

Výběr fotografů zastupovaných Darkem Kurkou (Votrubou) je od počátku veden na základě sympatičnosti a specializace. V portfoliu agentury najdeme jak krajinu tak portrét, zátiší, módu či produktovou fotografii. Každý nový fotograf, který má o zastupování zájem, je členy Daibenu po představení svého portfolia buďto doporučen nebo odmítnut. Zastupování samo však není zcela

exklusivní, vše probíhá na základě důvěry a osobní domluvy. Fotografům je ponechána naprostá volnost při řešení vlastních přímých zakázek, nepsaným pravidlem je však zrušení osobních prezentací v reklamních agenturách. K agenturám spolupracujícím od počátku se společností Daiben - Leo Burnett, GGK, All in agency, DDB - přibývají na základě výsledku práce další. Jim je také určen agenturní časopis Re, který ve zdařilé grafické úpravě vychází v dubnu 2002 a jehož účelem je prezentovat zajímavou formou volné práce agenturních fotografů.

29. 7. 1999 je oficiálně zaregistrován Daiben, s.r.o. s podnikatelským záměrem produkční činnost. V roce 2003 dochází k dalšímu podstatnému kroku ve vývoji agentury, a to zřízení nových kanceláří a především vlastního ateliéru v pražském Braníku, Školské ulici. V průběhu této doby se v Daibenu střídají různí fotografové. Jedni odcházejí a jsou nahrazováni druhými, část se jich po čase vrací zpět a Daiben si tak udržuje svoji kvalitu a pružnost. Jedním z fotografů, kteří byli na čas zastupováni Darkem Kurkou (Votrubou) byl i Jiří Turek, od roku 2003 jsou stálými členy René a Radka žijící v Paříži.

Vznikem nového sídla společnosti se začíná rozšiřovat také okruh její činnosti a od roku 2004 nabízí Daiben i postprodukční činnost (scany, předtiskovou přípravu, retuše), na níž se podílí grafička Monika Zahem. Je to odpověď na zájem agentur dostávat takřka již hotové obrazové výstupy a ze strany Daibenu snaha o co největší kontrolu nad kvalitou finálního tisku. V rámci rozšíření portfolia spolupracuje Darek Kurka (Votruba) od roku 2003 s anglickými fotografy a začíná zastupovat Tomáše Třeštíka a Salima Issu. Od letošního roku také Daiben produkčně zajišťuje chod ateliéru Asa, který pronajímá pro fotografické a filmové účely.







Propagační materiály agentury Daiben / 2002 /





Paddy Eckersley/ kampaň T-mobile, 2004 /

Nedílnou součástí aktivit Daibenu je také spolupráce s fotografickými školami, ale ne vždy je tento krok podpořen zájmem studentů. V roce 2001 proběhla přednáška na pražské VŠUP, v jejímž průběhu se mohli žáci školy seznámit s portfolii zastupovaných fotografů a principem fungování produkční společnosti. Ač šlo o původně zamýšlený předběžný nábor nových tváří, už samotný průběh přednášky byl pro Darka Kurku (Votrubu) zklamáním. Obdobná situace se opakovala v letošním roce, kdy ateliér v Braníku navštívili za účelem exkurze studenti střední soukromé fotografické školy Michael. I jejich zájem byl však víceméně povrchní a neaktivní.

**V současnosti pracuje agentura Daiben ve složení:**
Darek Kurka (Votruba) - jednatel společnosti
Alžběta Karásková - ředitelka produkce
Martin Písařík - asistent produkce
Monika Zahem - grafička

# / Fotografové zastupovaní agenturou Daiben (1995 - 2005) /

Obsahem této kapitoly je stručný přehled autorů, kteří s agenturou Daiben v průběhu své profesní kariéry spolupracovali, přičemž velká většina fotografů zařazených do této práce je Darkem Kurkou zastupována i v současné době. U jednotlivých jmen jsem se soustředil především na jejich životní cestu vedoucí k reklamní fotografii, na jejich případnou specializaci v tomto oboru, okamžik vstupu do agentury Daiben a částečný přehled jejich komerční a volné tvorby. Nešlo mi o podrobné hodnocení kvality jimi realizovaných zakázek, kterou lze objektivně jen velice těžko posoudit a do jejichž konečné podoby neměli fotografové většinou možnost výrazněji zasáhnout.

Časově jsem téma vymezil lety 1995 - 2005, vzniku fotografické agentury Daiben až do současnosti. Zakázky komerčního charakteru uskutečněné v zastoupení Darka Kurky (Votruby) a realizované před touto dobou například Karlem Steinerem či členy agentury NOX jsem do této práce záměrně nezařadil.

Větší pozornost jsem nevěnoval také fotografům, kteří byli sice v počátcích vzniku Daibenu Darkem Kurkou (Votrubou) krátký čas zastupováni, ale spíše jako hosté než jako stálí členové této agentury. Po roce 1995 to byli již v předchozí kapitole zmiňovaní Roman Kelbich, Zdeněk Ságl, Hugo Vítámvás, Pavel Brunclík, Bert Mayer a část fotografů agentury Nox.

V této kapitole nejsou také uvedeni Radka Leitmeritz a Rene Hallen, žijící v Paříži a tvořící společně pod značkou Radka&Rene. Jsou stálými členy Daibenu, ale pro jejich pracovní vytíženost se mi s nimi nepodařilo navázat dlouhodobější kontakt.

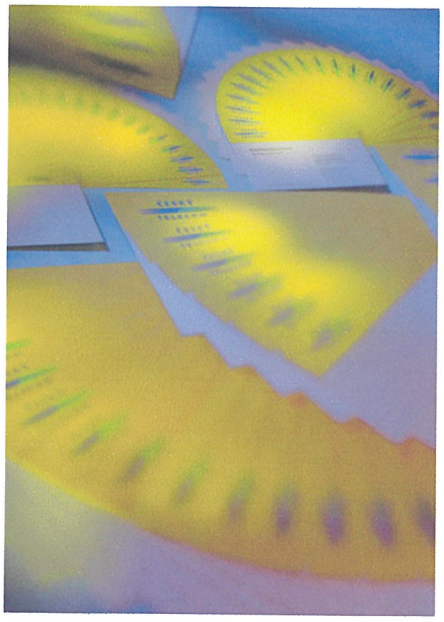
Řazení autorů je abecední, součástí textu k jednotlivým jménům jsou fotografie z realizovaných komerčních zakázek a obrazová příloha s volnou tvorbou z prezentačního portfolia.

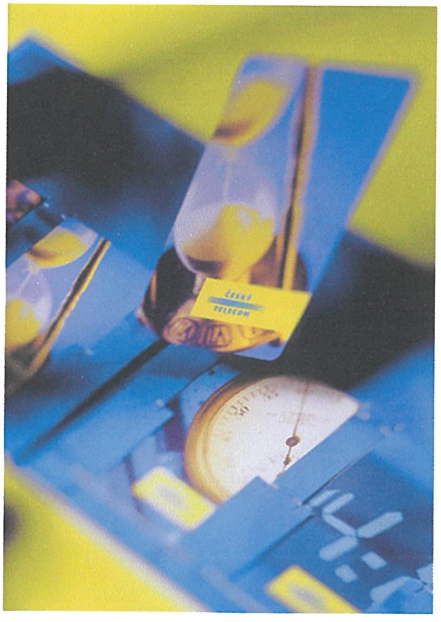
**V současnosti jsou agenturou Daiben zastupováni:**
Ondřej Hošek
Salim Issa
Ivan Pinkava
Karel Steiner
Janusz Szyndler
Radovan Šubín
Nikola Tačevski
Tomáš Třeštík
Radka&Rene

**Hostujícími fotografy jsou:**
Stan Musilek
Markku Lahdesmaki
Paddy Eckersley
Tim O'Sullivan
Andy Whale
Michael Porclas
Andrea Heumann
Parker&Rayn
Bodo Scheiren

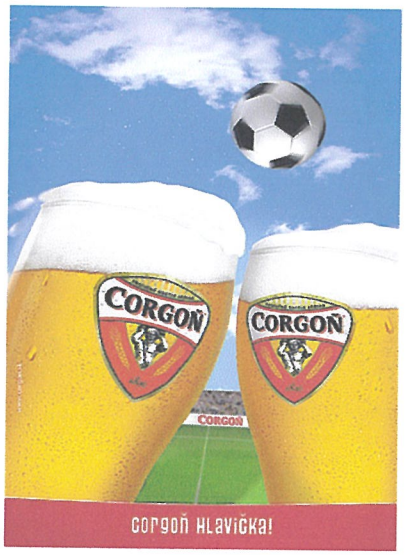
## / Ondřej Hošek 1. 5. 1965, Praha /

Fotografem, specializujícím se po celou dobu svého působení v Daibenu výlučně na produktovou fotografii a fotografii architektury, je Ondřej Hošek. V jeho portfoliu člověka nenajdete, ale o to precizněji působí volná tvorba, kterou se komerčně prezentuje.
Zájem o strukturu, tvary a výtvarné působení věcí, které nás obklopují, se u Ondřeje Hoška projevoval již od deseti let, kdy s pomocí rodiny začal fotografovat svá první nalezená a aranžovaná zátiší. V improvizované fotokomoře v koupelně spolu s otcem snímky po večerech vyvolával, trpělivě poznával zákonitosti kompozice, podstatu charakteru a lomu světla. Domácí zátiší prosvěcoval nejrůznějšími pokojovými lampami a světelným





Ondřej Hošek / korporátní manuál Č. Telecom, 2001 /










Ondřej Hošek / kampaň Corgoň, 2003 /

modelováním předmětů se snažil vyjádřit své vlastní výtvarné cítění.

Během absolvování střední průmyslové školy (1980-1984) založil pod hlavičkou Svazarmu se spolužáky zájmový kroužek, který se věnoval tvorbě a následnému promítání audiovizuálních pořadů. Tehdejší svaz pro spolupráci s armádou umožnil partě nadšenců bez jakéhokoliv politického nátlaku využívat kvalitní zvukové aparatury a čtyři carusely Kodak, k nimž později přibyl i první počítač a vzrostla tak koncepčnost celé tvorby. Obrazovou složku pořadů tvořily většinou Hoškovy diapozitivy.

Aby nemusel nastoupit na základní vojenskou službu, přihlásil se po ukončení střední školy na vysokoškolské studium strojní fakulty, ale tu s vědomím možnosti vyřazení z vojenské evidence opustil.

V květnu 1985 zahájil svou fotografickou kariéru nástupem do ČTK, kde zprvu rok pracoval jako laborant a později přešel na post reportážního fotografa. Nepřestával se však trvale věnovat zátiším a každý den neexponoval nové aranžované snímky. V té době již zdokonaloval své svícení žárovkovými světly z Německa a díky svému příklonu k neživé fotografii a tlaku zaměstnavatele k politické angažovanosti přemýšlel o směru dalšího profesního vývoje.

Vše vyřešil v roce 1987 odchodem z ČTK a přijetím nabídky z ČVUT, pro něž v následujících letech fotil technickou fotografii. K dispozici mu byl ateliér vybavený zábleskovými světly, Sinarem, Hasselbladem a sadou Nikonů. Rozhodnutí Ondřeje Hoška živit

se fotografií tak bylo podpořeno možností dalšího profesního růstu a opětovným návratem k oblíbené neživé fotografii. Technické zařízení ateliéru ČVUT využíval na čas k realizaci svých souběžných zakázek a v rámci možností s ním pracovali i jeho přátelé tehdejší "slovenské nové vlny", které často navštěvoval na FAMU. Stál jim modelem a zároveň zvětšoval jejich fotografie. V této době se také seznamuje s Darkem Kurkou (Votrubou).

S přibývajícím počtem vlastních zakázek, mezi nimiž převažovalo fotografování architektury, a ve spolupráci s fotografem Hugem Vítámvás od roku 1991 i práce pro českou edici časopisu Playboy se Ondřej Hošek rozhodl koncem roku 1992 své zaměstnání pod ČVUT ukončit a přestoupit na svobodné podnikání. K portrétům a žánrovým produktovým snímkům přibylo focení pro inzerenty tohoto magazínu, reklamní práce pro německou klientelu a první zakázky pro české reklamní agentury Ogilvy & Mother a Euro RSCG. Fotografování lidí a především veškeré dění s ním spjaté však Ondřeje Hoška vedlo k odchodu z ateliéru Huga Vítámvás a v roce 1994 se plně osamostatnil.

Navázal na spolupráci s reklamními agenturami McCann Ericsson, Ogilvy & Mother, Mark/BBDO, Euro RSCG a specializoval se na zakázky výhradně produktového charakteru. Fotografoval točené pivo pro pivovar Staropramen, přicházel vlastními zkušenostmi na podstatu stylingu, podílel se na kampaních pro Opavii a Nestlé, pro firmu Strojexport pracoval na katalozích, prospektech a pohlednicích.

Od roku 1996 je zastupován Darkem Kurkou (Votrubou). Jejich spolupráce začíná v době, kdy se v české reklamě měnil styl zadávání zakázek a stále více firem si ke svému zviditelnění najímalo reklamní agentury. Vzrůstá kreativita, náročnost a rozsáhlost kampaní, a tím se zvyšuje i komplikovanost jejich realizací. Přímé oslovení fotografa, navíc bez jeho vlastního produkčního zajištění,





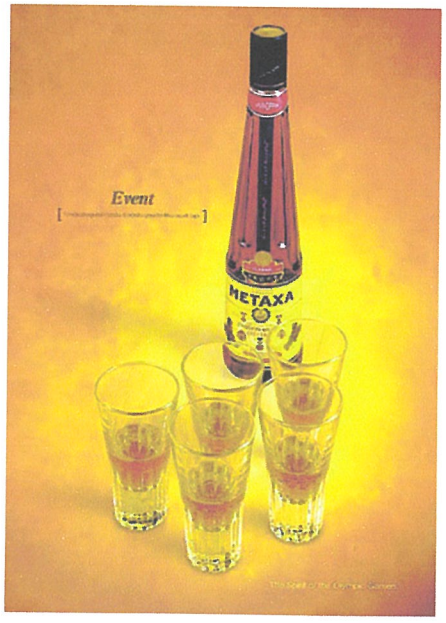


Ondřej Hošek / kampaň Emirates, 2004 /

začalo být pozvolna nemyslitelné. Ondřej Hošek si byl tohoto vývoje vědom a také jej uvítal. Vstupem do Daibenu se mu nabídla možnost k fotografování v takové kvalitě, kterou se chtěl sám prezentovat. Odpadlo často zdlouhavé shánění a úprava potřebných rekvizit či fotografovaného produktu. Nemusel se osobně zúčastňovat předběžných jednání s klientem, stavět rozpočty a čekat na konečná rozhodnutí. Nemusel shánět zakázky samy. Zastupování Darkem Kurkou (Votrubou) mu umožnilo plně se věnovat pouze fotografování. Výsledkem bylo jak nové portfolio postavené na volné tvorbě, které by svou výtvarnou kvalitou mohlo být inspirací nejenom kreativním pracovníkům reklamních agentur, tak získání řady vynikajících zakázek.

První prací pod produkcí Daibenu byla tisková kampaň pro klienta Minolta, vedená reklamní agenturou GGK. Další z velkých agentur Mark/BBDO vyzvala Ondřeje Hoška k nafocení korporátního manuálu společnosti Český Telecom. Tato zakázka probíhala již z větší části formou volné práce, dané bylo jenom svícení předmětů v barvách zadavatelovy firmy. Volnou prací byla i výroční zpráva pro Strojplast, pod reklamní agenturou Ogilvy&Mother. Následovaly kampaně pro Levi's Strauss, Whisky Grant's a čokoládovny Orion, pro které Ondřej Hošek fotografoval také obaly výrobků. Na jeho budoucí specializaci měla velký vliv zakázka od pivovaru Starobrno, při níž zdokonaloval své předchozí zkušenosti z focení piva.

Se změnou struktur zakázek přišla i potřeba kvalitnějšího vybavení. V roce 1998 si Ondřej Hošek zařizuje svůj nový velký ateliér v Praze ve Vršovicích a při svém focení začíná používat







Ondřej Hošek / reklama Metaxa, 2003 /

lightbrush. Ke generátorovým hlavám a monoflashům postupně přikupuje i projekční a spotová světla. Využívá více barevných filtrací, drobných odrazných ploch a "negrů", snaží se více modelovat světelnou náladu. Jeho práce nabývá na preciznosti, nešetří časem ani polaroidy a výsledným formátem bývá zpravidla diapozitiv 4×5".

Stálými zadavateli Ondřeje Hoška se stávají postupně významnější české pivovary a Ondřej Hošek fotografuje reklamy a produkty piv značek Budvar, Holba, Staropramen, Radegast, Kelt, Granát, Gambrinus, Corgoň, Pilsner Urquell a další. Na výsledném snímku už spolupracuje s foodstylistkou Danou Peřinovou nebo jejím profesním kolegou Markem Všetečkou. Každé z těchto realizací předcházela několikahodinová příprava pivního produktu, která je pro kvalitní výsledek celé zakázky nezbytná. Stejně nezbytná jako je následné fotografování, které po fotografovi vyžaduje velkou dávku trpělivosti, zkušeností a jistého citu k charakteru samotného nápoje.

Ondřej Hošek však nefotografuje pouze piva. Spolupracuje s většinou předešlých klientů, kteří byly spokojeni s jeho osobním profesionálním přístupem a okruh stálých zadavatelů se stále rozrůstá. Pracuje pro mobilního operátora Eurotel, banku Raiffeisen, automobilku Ford, Českou pojišťovnu i výrobce sýrů Želetava. A nejde tu o packshotovou fotografii. Té se Ondřej Hošek čím dál tím častěji vyhýbá. Přímá zakázky výtvarnějšího charakteru, na kterých může vyniknout jeho práce se světlem a cit pro kompozici.



Ondřej Hošek / fotografie architektury /



Ondřej Hošek / fotografie architektury /

Fotografuje kampaň vodky Amundsen reklamní agentury Young&Rubicam, pro zahraničního klienta Emirates je vybrán na focení celosvětové kampaně propagující jejich letové linky, vytváří atmosféru

pohody u kávy Jihlavanka nebo obrazově zvýrazňuje kvalitu obalů Tetra Pack.

Souběžně s produktovou reklamní fotografií se Ondřej Hošek zabývá i fotografií architektury a interiérů. I ta je součástí jeho portfolia zastupovaného agenturou Daiben. Většina těchto zakázek však byla realizována v rámci přímé klientely a mezi nejvýznamnější patří Skanska, Corinthia Tower, Volkswagen a J&T.



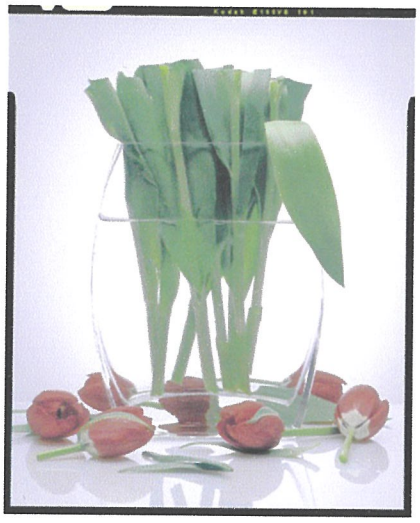
Ondřej Hošek / fotografie architektury /

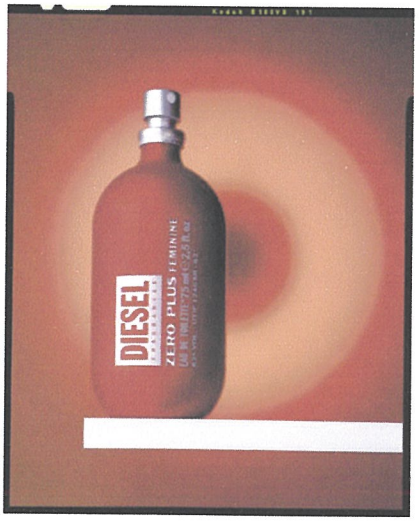
**Klienti:**
Eurotel, World online, Nový prostor, Algida, Volkswagen, Fernet, Český Telecom, Chemapol, GE Capital, Kooperativa, Becherovka, Nextel,Plzeňský Prazdroj, Carpathia, Gambrinus, IPB, Budvar, Hami, Seagram, Compaq, Maggi, Agrobanka

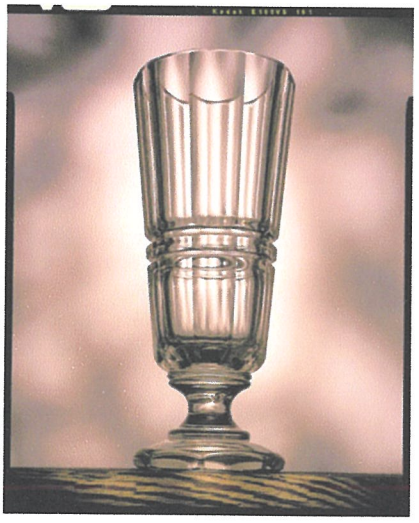
**Agentury:**
Leo Burnett, Fabrika, DDB, Rust2, Ogilvy&Mother, McCann Eriksonn, TBWA, White, Young&Rubicam, Lintas, Mark/BBDO,Euro RSCG,GGK

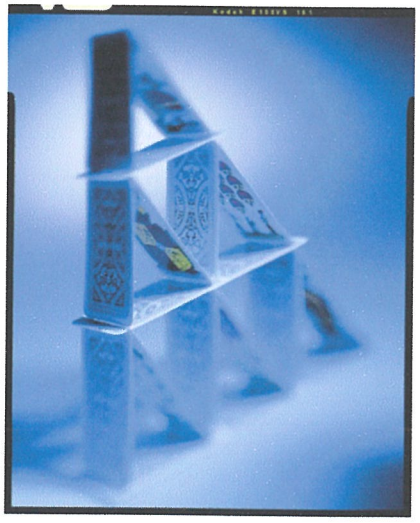
## Ondřej Hošek / volné portfolio /

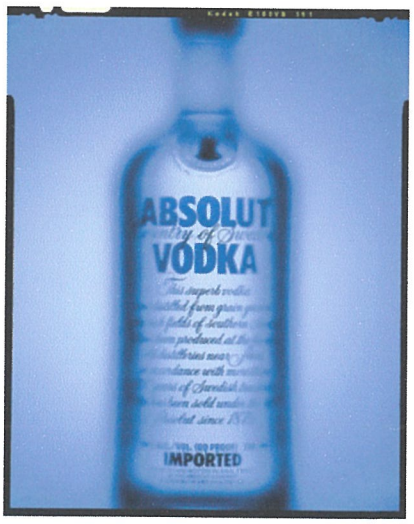




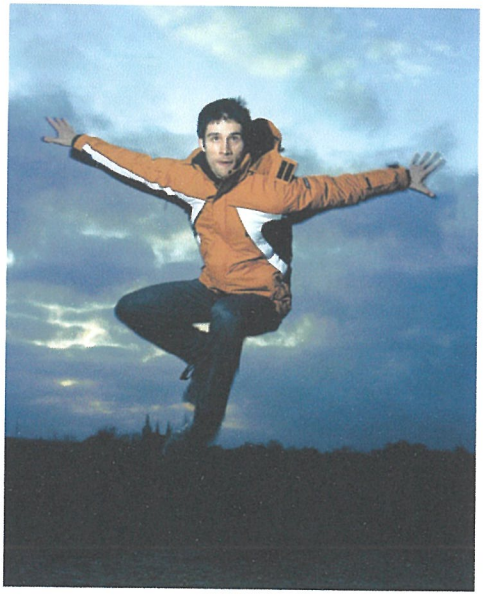


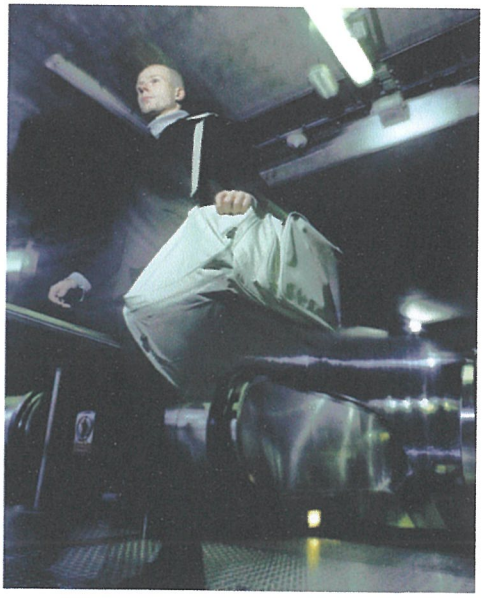


## / Salim Issa 15. 8. 1973, Praha /

Jedním z nejnovějších fotografů agentury Daiben je nadějný Salim Issa. Snímky v jeho portfoliu vznikly v převážné většině v umělecké spolupráci s fotografkou Štěpánkou Stein a společně se také podílejí na realizaci většiny reklamních zakázek.

Počátek fotografické tvorby Salima Issy se nedatuje tak jako u většiny fotografů od dětství či středoškolských let. Ta strávil studiem propagační grafiky na Střední umělecko průmyslové škole v Praze na Vinohradech. S fotografií se sbližuje v roce 1997 na VŠUP jako student prvního ročníku grafického designu. Po neshodách v tomto ateliéru přestupuje po talentových zkouškách absolvovaných souborem černobílých dokumentárních fotografií do ateliéru fotografie, vedeného Pavlem Štechou. Svůj zájem od





Salim Issa / katalog Husky, 2001 - 2002 /

počátku soustředí na fotografie lidí a zaměřením se pohybuje na pomezí dokumentu, portrétu a módy.

Během studií vytváří promo fotografie pro skupinu Tata Bojs, stává se autorem grafické úpravy jejich plakátů a CD, hledá vlastní cestu k finančnímu využití svých výtvarných schopností. Jednou z možností byla práce pro společenská periodika, a tak od druhého ročníku VŠUP spolupracuje Salim Issa s měsíčníkem Cosmopolitan a později i s magazíny Xantypa a ELLE. Od původních portrétních fotografií k rozhovorům uvnitř listu se dostává i k titulním stranám.

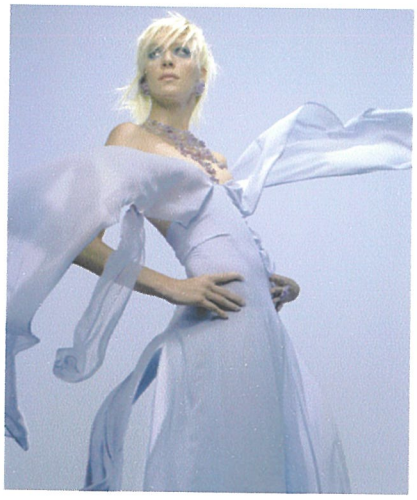






Salim Issa / kampaň Microsoft, 2004 /

Studium na Vysoké škole umělecko průmyslové a oborová různorodost jejích ateliérů měla na volnou tvorbu Salima Issy velký vliv. Od druhého ročníku fotografoval semestrální práce studentům katedry oděvního návrhářství a postupně se propracovával k vlastní představě o fotografii módy. O dva roky později již spolu se Štěpánkou Stein vytvářejí kolekci barevných módních snímků s příznačným názvem Beauty fashion. Na ulici, mimo ateliérové prostředí, portrétují náhodné chodce, kteří se kombinací svého oblečení stávají centrem jejich pohledu. VŠUP zakončuje Salim Issa v roce 2002 barevným souborem Hvězdy a od pátého ročníku se také podílí na vzniku časopisu Blok, pro který vytváří opět se Štěpánkou Stein nekonformní snímky módy a užitého designu. První práce jsou mu otiskovány i v časopise Quo.







Salim Issa / kalendář Jablonex, 2004 /

Krátce po ukončení studia rekonstruuje Salim Issa se Štěpánkou Stein v pražských Bubnech bývalou nádražní budovu a zakládají společný ateliér S2. Začínají se naplno věnovat profesionální kariéře fotografů. Nakupují středoformátový fotoaparát Mamayia RB, zábleskova světla Visatec a pracují na vlastních výtvarných projektech. Následovalo období výstav a hledání další cesty. Ateliér S2 se zúčastňoval soutěží Czech Press Photo, kde získal několik cen za módní a dokumentární fotografii a v roce 2004 i grant hlavního města Prahy. Salim Issa a Štěpánka Stein se začali pomalu stávat novými respektovanými tvářemi v české fotografii.

Zakázkou, která naznačila směr jejich dalšího možného vývoje a zároveň se stala v jejich portfoliu první realizací mimo práci v periodikách byla objednávka od firmy Husky. V letech 2001 a 2002 nafotili kolekci oblečení pro její katalogy. Nebyli přitom vázáni ani daným layoutem ani volbou filmového materiálu. Byla jim umožněna naprosto volná fotografická realizace. Od výběru lokací až po výslednou barevnost snímků.

V roce 2003 požádal Salim Issa Darka Kurku (Votrubu) o své zastupování a po přijetí do řad Daibenu vstupuje prakticky na oficiální českou reklamní scénu. Je vystaven na webových stránkách agentury a jeho portfolio je prezentováno v reklamních agenturách. Ještě téhož roku fotografuje reklamu mobilního operátora Eurotel, následuje reklama pivovaru Radegast, v roce 2004 už výtvarněji pojatá kampaň firmy

Microsoft a koncem téhož roku pracuje pro Slovenský Telecom. Ačkoliv mají vlastní výtvarné fotografie Salima Issy a Štěpánky Stein u odborné fotografické obce velký ohlas, v reklamních kruzích tomu tak zatím není. Charakteristickým znakem jejich současných snímků jsou tmavé syté barvy a v české reklamě se až na výjimky vše podřizuje diktátu jednoduchého optimismu.

Salim Issa tedy pracuje na zakázkách přímých klientů a v roce 2004 vyhrál výběrové řízení na kalendář bižuterie Jablonex. Zakázka se kvůli obtížnosti nasvícení drobných šperků realizovala v ateliéru, bez daného layoutu, ale prostor pro kreativní vyjádření fotografa byl omezen průběžnými požadavky klienta. V roce 2004 také Salim Issa pracoval na výroční zprávě pro Českou pojišťovnu a v roce 2005 pro Komerční banku. Do obou těchto zakázek se snažil vnést výtvarnější pojetí portrétu a pracoval s hloubkou ostrosti.

V letošním roce se Salim Issa podílel autorsky na kompletním bukletu CD zpěvačky Victorie a skupiny Ohm Square. Pro skupinu Chinaski nafotil promo snímky na přebal CD, a firmou Jablonex Group byl osloven k nafocení tří jednolistových kalendářů na rok 2006. I tato zadání se realizovala bez výraznějšího výtvarného omezení ze strany zadavatelů.

Na základě souboru fotografií z loňského grantu hlavního města Prahy byl se Štěpánkou Stein pozván v tomto roce na letní pracovní pobyt do britského New Castelu a zdokumentování života a společenských akcí jeho periférií. Svou volnou tvorbu publikuje nadále v časopise Blok a je také častým portrétním fotografem své sestry herečky Kláry Issové.





Salim Issa / katalog Husky, 2001 - 2002 /

**Klienti:**
Jablonex, Husky, Komerční banka, Česká pojišťovna, Eurotel, Slovenský Telecom, Microsoft, Radegast

**Agentury:**
Ledoborec, Rust2, McCann Erikson

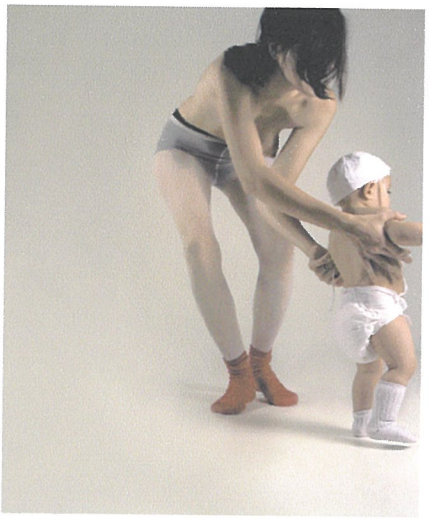
**Časopisy:**
Blok, Cosmopolitan, Xantypa, ELLE, Quo

**Autorské výstavy:**
2005 MISS pro vystavu VOYEUR, VŠUP, Praha
2005 CZECHMANIA, Prazsky dum fotografie, Praha
2004 KARLIN, Galerie Josefa Sudka, Praha
2003 Portréty českých umělců, Galerie Mánes, Praha
2002 Space Cowboys, Bílkova galerie, Praha
2001 Galerie nového moderního umění, Budapešť
2000 Galerie designu Tunel, Praha
1988 Galerie Velryba, Praha
1987 Galerie Mala, Liberec
1986 Galerie Mala, Liberec
1995 Funkeho Kolín, Kolín

**Ocenění:**
2003 Czech press photo, grant hlavního města Prahy
Czech press photo, 1.cena v kategorii portrét
2002 Czech press photo, 3. cena v kategorii portrét
Czech press photo, 3. cena v kategorii umění
2001 Czech press photo, 2. cena v kategorii umění
2000 Czech press photo, 3.cena v kategorii umění
1999 Czech press photo, 2.cena v kategorii umění
1996 Interkamera, 1.cena v kategorii Dokumentární fotografie

# Salim Issa / volné portfolio /

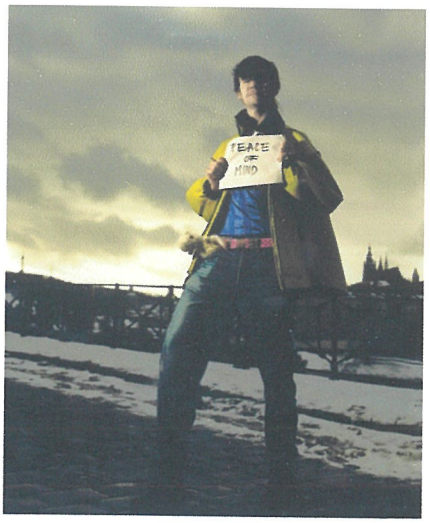










## / Ivan Pinkava 1. 2. 1961, Náchod /




Ivan Pinkava / reklama Eurotel, 1995 /

Ivan Pinkava je v současné době jediným fotografem Daibenu, který ve spolupráci s Darkem Kurkou (Votrubou) pokračuje i po zaniknutí skupiny Nox. Daleko více než komerční prácI se však věnuje své volné tvorbě a pedagogické činnosti.

Po studiu polygrafie na Střední grafické škole v letech 1977-1981 je zaměstnán jako pečovatel. Tehdejší komunistický režim mu zpočátku neumožňuje kvůli aktivitám jeho otce následné vysokoškolské studium, ale po intervenci Jána Šmoka a zásluhou snahy vládnoucího systému o jakési uvolnění persekucí je roku 1982 přijat na FAMU - obor umělecká fotografie. Bez většího prvotního tvůrčího zaměření tak studijně navazuje na svůj zájem z období 13 - 14 let a studium úspěšně zakončuje v roce 1986 už jasně uceleným souborem černobílých výtvarně stylizovaných portrétů, které charakterizují jeho další umělecký vývoj.

Již během studií na FAMU se Ivan Pinkava začíná sporadicky

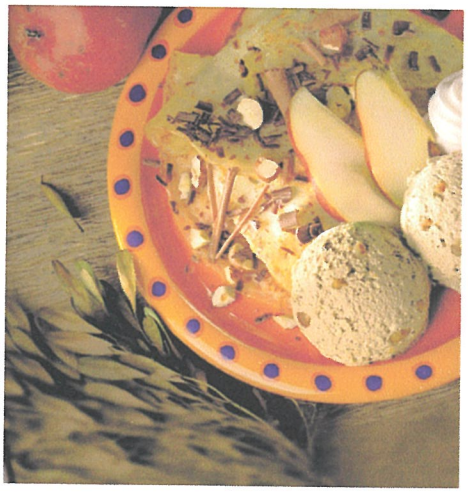


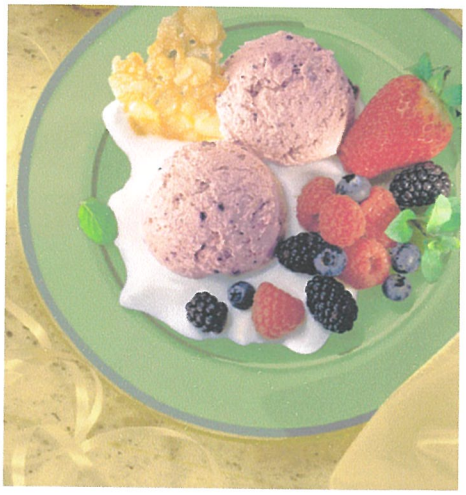

Ivan Pinkava / reklama Becherovka, 1997 /

věnovat komerční fotografii. Spolupracuje se samizdaty a přes okruh přátel z tohoto prostředí se dostává k ilustračním fotografiím pro časopis Um. Zařizuje si svůj vlastní ateliér a 4 roky pro tento časopis vytváří snímky jídel a aranžovaných zátiší, ve kterých uplatňuje svůj smysl pro tvar a kompozici. Po roce 1986 dlouhodobě fotografuje pro podnik Potraviny.

Obě tyto zkušenosti mu i po zaniknutí časopisu po roce 1989 usnadňují práci na dalších zakázkách a Ivan Pinkava se tak v letech, kdy není možno se komerčně specializovat, věnuje jak produktové reklamě, tak reklamě s lidmi. Po celou tuto dobu se však jako jeden z mála fotografů věnuje své vlastní umělecké činnosti a komerční zakázky bere jako spíše zdroj příjmů umožňující mu vlastní seberealizaci, než jako směr jeho životního zájmu. Neznamená to však, že by se této práci nevěnoval s naprosto profesionální pečlivostí. Technicky dokonalý a výtvarný přístup k dané zakázce u Ivana Pinkavy vždy převládá.

Po roce 1989 začíná Ivan Pinkava s osobní presentací u nově vzniklých reklamních agentur a jedním z výsledků jeho snažení je kalendář Chemopetrolu s tematickým zaměřením ekologie, u kterého se mu dostává možnosti volného rozhodování. Spolupracuje na něm s grafikem Robertem V. Novákem a celá zakázka je zdárně realizována formou citlivě aranžovaných zátiší.

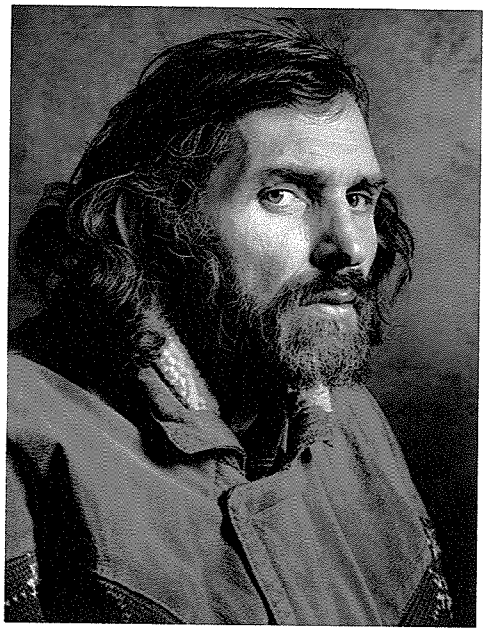


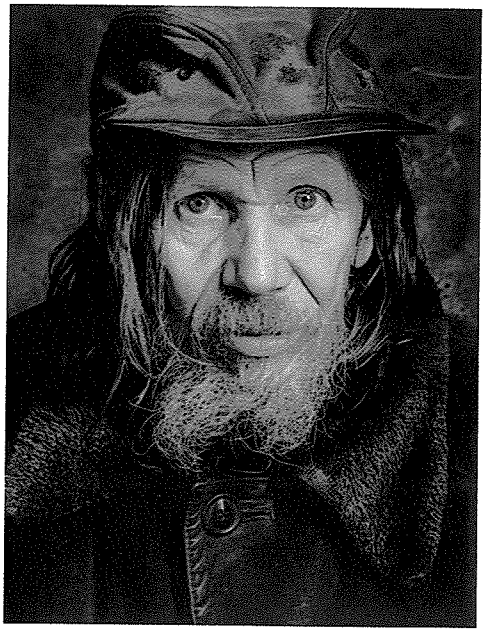


Ivan Pinkava / reklama Algida, 2000 /

Určitým předělem ve stylu presentace a získávání zakázek je založení skupiny Nox (1994) a posléze fotografické produkční agentury Daiben (1995), v nichž byl Ivan Pinkava současně zastoupen. Obě koexistovaly za účelem prodeje fotografických děl, první hledala cestu pro volnou tvorbu, druhá pro tvorbu komerční.

Na přání Darka Kurky (Votruby) vytváří své první reklamní portfolio a na jeho základě nafocuje jednu z počátečních kampaní pro mobilního operátora Eurotel, který pracuje s motivem mobilního telefonu jako s prvkem úspěchu. S agenturou Leo Burnett pracuje i na dalších zakázkách pro Eurotel, přibývají klienti World online, Volkswagen, ještě před Dušanem Šimánkem je fotografem kalendáře Fernet Stock, od reklamní agentury Fabrika získává na základě volné tvorby nafocení kampaně pro časopis Nový prostor. Zkušenosti z předchozího focení jídel a foodstylingu zúročuje pro focení klienta Algida.



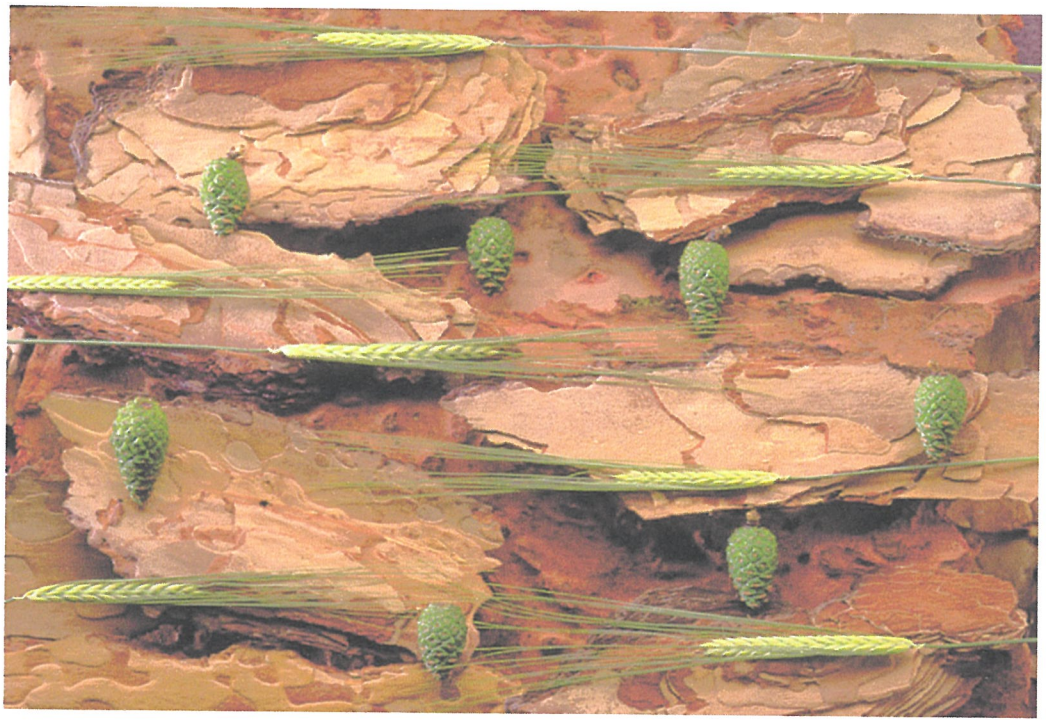


Ivan Pinkava / kampaň Nový prostor, 2001 /

Spolupráce s Darkem Kurkou (Votrubou), jehož si váží pro výborné profesionální vztahy a produkční spolehlivost, ho uvolňuje od často zdlouhavých jednání s klientem a zároveň jsou mu nabízeny takové zakázky, které v mezích daných možností odpovídají jeho morální a výtvarné představě reklamy.

I přes nesporné profesionální kvality a nabyté zkušenosti se u Ivana Pinkavy dostává komerční práce stále více na okraj jeho zájmu. Po dvouletém vyučování portrétu v letech 1993-1994 na FAMU, týdenním workshopu na Universitě ve Virginii (USA), po dílnách Ivana Pinkavy na festivalu v Arbes (Francie) počátkem 90 let a workshopech v rámci Pražského domu fotografie se stává od roku

2005 po Pavlu Štechovi vedoucím katedry fotografie na pražské Vysoké škole umělecko-průmyslové.



Ivan Pinkava / kalendář Chemapol, 1989 /

**Klienti:**
Eurotel, World online, Nový prostor, Algida, Volkswagen, Fernet, Český Telecom, Chemapol, GE Capital, Kooperativa, Becherovka, Nextel, Plzeňský Prazdroj, Carpathia, Gambrinus, IPB, Budvar, Hami, Seagram, Compaq, Maggi, Agrobanka

**Agentury:**
Leo Burnett, Fabrika, DDB, Rust2, Ogilvy&Mother, McCann Eriksonn, TBWA, White, Young&Rubicam, Lintas, Mark/BBDO,Euro RSCG,GGK

**Časopisy:**
Um, Xantypa

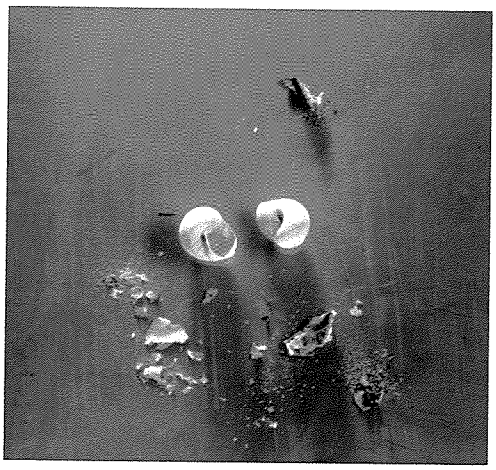
**Autorské výstavy:**

2004 Heroes, Galerie Rudolfinum, Praha, Česká republika
2003 Goots becoming men, Ateny, Řecko
2002 TNF, Atelier Josefa Sudka, Fotograf v zahradě, Praha, Česká republika
2001 Adam a Eva, Galerie Fiducia, Ostrava, Česká republika
2001 Theatre of Lost Soul, Mesaros Gallery, Morgantown, WV, USA
1999 Ivan Pinkava, Měsíc fotografie, Bratislava, Slovensko
1999 Kain und Ábel, Tschechisches Zentrum, Berlin, Německo
1999 Cain and Abel, Galerie Allan, Wien, Rakousko
1998 Kain a Ábel, Galerie JNJ, Praha, Česká Republika
1997-8 Ivan Pinkava, Centro de la Imagen, Mexiko
1996 Portraits, Frederiks Bastion Gallery, Kobenhavn, Dánsko
1996 Ivan Pinkava, Galerie G4, Cheb, Česká Republika
1996 Ivan Pinkava, Vrais Reves Galerie, Lyon, Francie (společně s Václavem Jiráskem a Vladimírem Židlickým)
1996 ECCE HOMO, Galeria Pusta, Katowice, Polsko
1996 Produzentengalerie Passau, Passau, Německo
1995 Memento Mori, Galerie Rudolfinum, Praha, Česká Republika, (společný projekt s Václavem Jiráskem a Robertem Novákem), další reprízy v Mexiku
1995 Portréty, Galerie Pallas, Praha, Česká Republika
1992 Ivan Pinkava, Hippolyte Gallery, Helsinky, Finsko
1992 Dynastie, Pražský dům fotografie, Praha, Československo
1990 Ivan Pinkava - Fotografien, Fotogalerie in der Brotfabrik, Berlin, Německo

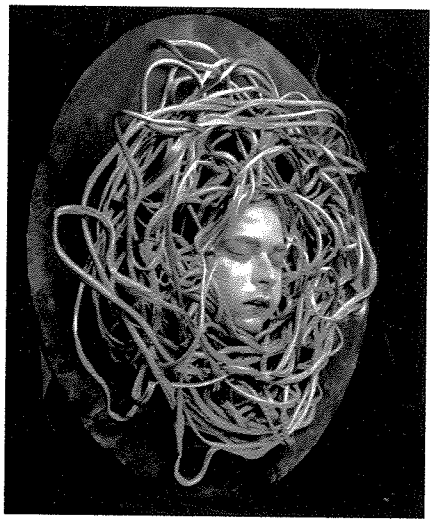
**Publikace:**
Theatre of Lost Souls Mesaros Galleries, WV University 2001, USA
Black and White Photography James Luciana, Rockport Publishers, Inc., Gloucester, 2000
Česká fotografie 90. let Vladimír Birgus, Kant, Praha, 1999
Memento Mori Foto V. Jirásek, R. Novák, I. Pinkava, text Bohdan Chlíbec, TORST, Praha 1998
Jistota a hledání v české fotografii 90. let Vladimír Birgus, Miroslav Vojtěchovský, Kant, Praha, 1997
Dynastie - Ivan Pinkava text Josef Kroutvor, ERM, Praha 1994 (Oceněno jako Nejkrásnější česká výtvarná publikace roku 1994)
Moře pod kůží Min Tanaka, photo J. Krejčí and I. Pinkava, TORST, Praha 1992

**Zastoupení ve sbírkách:**
Uměleckoprůmyslové muzeum (UMPRUM), Praha
Moravská galerie, Brno
Bibliotheque Nationale, Paris
Musee de l'Elysee, Lausanne
Gernsheim Collection, Austin, Texas
Victoria & Albert Museum, Londýn
Maison Europeene de la Photographie, Paris
Museum of Fine Arts of Houston
Sbírka Ateliéru Josefa Sudka, Fotograf v zahradě, Praha
Muzeum umění Olomouc

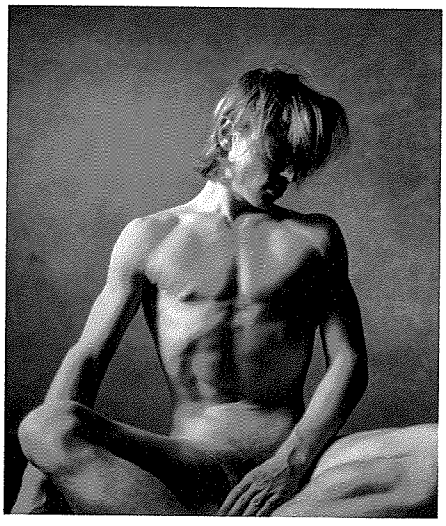
# Ivan Pinkava / volné portfolio /





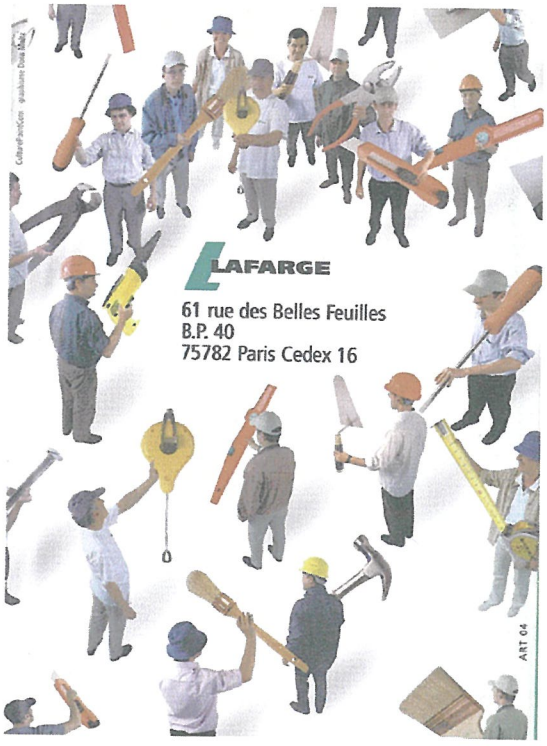








## / Karel Steiner 6. 7. 1953, Praha /




Karel Steiner / reklama Lafarge, 1986 /

V Paříži žijícím fotografem českého původu je Karel Steiner. V roce 1995 byl prvním autorem nově vznikajícího Daibenu, který se profesionálně věnoval výhradně komerční tvorbě.

Fotografovat začal ve svých třinácti letech a jeho oblíbenými tématy byly příroda, dokument a detaily, které ho oslovovaly jakýmsi ironickým sdělením. Po vstupu vojsk Varšavské smlouvy do naší země v roce 1968 a následujícím politickém vývoji se Karel Steiner rozhodl s vědomím rodičů k emigraci. Ve svých šestnácti letech se v roce 1969 dostal za pomoci své rodiny do Spojených států amerických. Zde na washingtonském gymnasiu dokončil středoškolské vzdělání a rozhodl se pro studium politických věd, které úspěšně zakončil bakalářským titulem. Nabídka dlouhodobého kancelářského zaměstnání se však neshodovala s představou Karla Steinera o směru jeho další životní cesty. Navázal tedy na své zájmy z období před emigrací.

V roce 1976 se v New Yorku přihlásil na Fit Fashion Institut of

Technology, kde na katedře Art&Designe studoval dva roky technickou užitou fotografii. Institut připravoval své absolventy od počátku na vstup do profesionálního světa studovaných oborů a Karel Steiner se tak začal velice brzy zaměřovat na vyvolenou produktovou fotografii. S vědomím nutnosti potřebné profesní specializace, vedoucí k úspěchu v oblasti komerční fotografie, se věnoval záměrně pouze zátiším. Ateliér školy mu umožnil získat zkušenosti s velkoformátovým přístrojem, k základnímu vybavení studia patřila kvalitní záblesková světla a Institut mu na základě jeho výsledků také zajistil první zakázky.

Po ukončení studia si Karel Steiner otevřel se spolužákem ze školy v newyorském spodním Manhattanu ateliér v oblasti přezdívané Photo district, zabýval se fotografováním aranžovaných zátiší a zvětšování černobílých i barevných fotografií. S portfoliem, které vypracovával už během školy, obcházel redakce časopisů, reklamní agentury, přímé klienty a grafické agentury, zabývající se obalovým designem. Fotografoval katalogy a menší reklamní zakázky, na Fit Fashion Institut of Technology pracoval na částečný úvazek jako fotografický technik.

V roce 1984 se Karel Steiner vrátil z osobních důvodů do Evropy a za místo svého nového působení si vybral Paříž. Město, kde žila jeho blízká přítelkyně. V reklamních kruzích neměl problémy s jazykovou bariérou a tak opět obcházel se svým portfoliem složeným z realizovaných zakázek




Karel Steiner / reklama Mazda, 1995 /

a volné tvorby komerčního charakteru agentury a časopisy. Na francouzském reklamním trhu byl vítanou novou tváří s originálním výtvarným projevem, a tak se postupně dostával k zajímavým zakázkám.

Pro velkou kosmetickou firmu L'Oréal začal dlouhodobě fotografovat katalogy a kampaně, v nichž vynikl jeho smysl pro lehkost a vzdušnost kompozice skleněných předmětů. Dámský časopis Maxi zadal Karlovi Steinerovi každotýdenní práci s kreativním nafocením dvoustrany jídel francouzské kuchyně, velikou kampaň inspirovanou strukturou rozsypaného make upu fotografoval pro výrobce stavebních materiálů firmu Lafarge a další zakázky ho vedly k vybudování nového velkého atelieru.

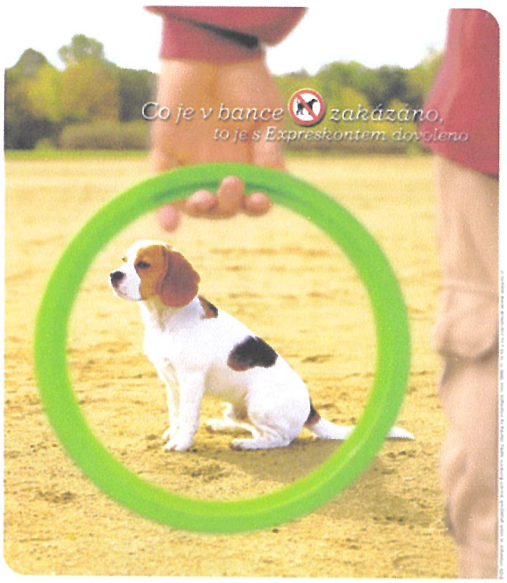
O čtyři roky později, v roce 1991, se Karel Steiner odstěhoval do Prahy a už potřetí si začal vydobývat své místo na novém reklamním trhu. Ten český se v této porevoluční době nacházel zrovna v období vzniku reklamních agentur a měl za sebou realizaci prvních významných kampaní.

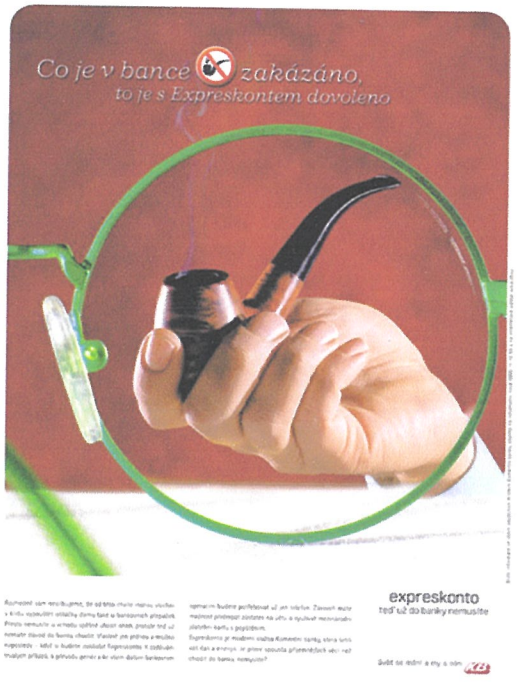
Komerčně výtvarné portfolio Karla Steinera a jeho výborné profesionální zkušenosti z fotografování v USA a ve Francii byly v Praze zárukou k úspěšnému nástupu v podnikání. Po oslovení agentur Young&Rubicam, Mark/BBDO, Leo Burnett, McCann Erickson a Česká reklamní se stal Karel Steiner vyhledávaným fotografem nejen produktových zátiší a jídel, ale i automobilů a lidí. Pracoval na zakázkách, které stály do té doby mimo okruh jeho dosavadní práce, které však s výtvarnou a řemeslnou zručností úspěšně realizoval.

Pro Komerční banku fotografoval výroční zprávy a kampaně, při kterých využil svých portrétních zkušeností ze studia Fashion




Karel Steiner / reklama Wolkswagen, 1999 /




Karel Steiner / kampaň Komerční banka, 2000 /

Institutu, výzvou pro něj byla reklama na automobily značky Mazda a rychle pochopil náročnost a úskalí fotografování českého specifika - piva. I přes rostoucí počet zakázek a trpělivé vybudování úspěšného jména u tuzemské klientely se Karel Steiner rozhodl v roce 1995 k návratu do Paříže. Jeho představou bylo současné působení v obou metropolích.

Potřeba kvalitního a spolehlivého zastoupení v České republice přivedla Karla Steinera k Darkovi Kurkovi (Votrubovi). Ten mu byl doporučen pracovníky reklamní agentury jako nejvhodnější a nejvýraznější agent ve fotografickém oboru. Ještě před svým odchodem do Francie se tak stal Karel Steiner jedním z prvních fotografů nově založené agentury Daiben.

Ve spolupráci s Darkem Kurkou (Votrubou) se poté podílí pouze na větších zakázkách a kampaních. Z Paříže přijel nafotografovat například kolekce snímků jídla pro kampaň potravinářské firmy Vitana, jeho fotografie se staly základem reklamy nabízející nové služby Komerční banky, byl opět vyzván k nafotografování automobilové kampaně, tentokrát osobních vozidel značky Volkswagen.

Karel Steiner vyučuje od roku 1985 v Paříži fotografii na Parsons School of Design, kde vede výuku ateliérové fotografie - práce s velkoformátovým přístrojem a zábleskovými světly. V letošním roce jedná o převzetí výuky digitální fotografie a její počítačové

úpravy.

V současné době se jeho pozornost zaměřuje na portrét a v rámci své volné nekomerční tvorby pracuje na cyklu fotografií zachycujících české osobnosti žijící a tvořící ve Francii.

**Klienti:**
Bosch, Lafarge, Bourjois, L'Oréal, Avon, Komerční banka, Citibank, Marlboro, Arcelor, Nestle, Fred, Mazda, Volkswagen, Blesk, Budvar, Pilsner Urquell, Caixa Banque, Škoda

**Agentury:**
GGK,Young&Rubicam, Mark/BBDO, DDB, Euro RSCG, Ledoborec

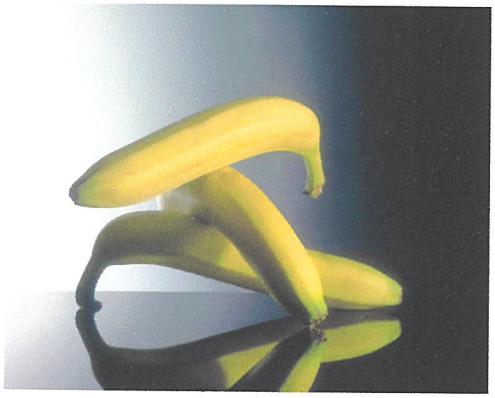
## Karel Steiner / volné portfolio /







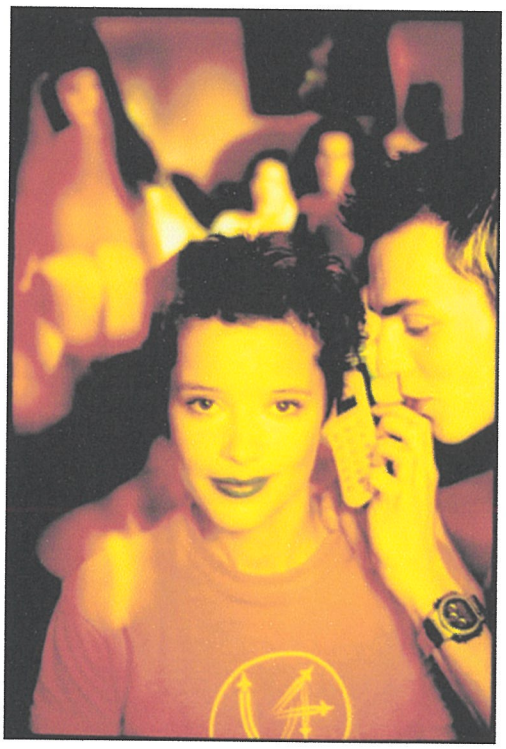









## / Janusz Szyndler 5. 11. 1964, Raciborz /



Janusz Szyndler / reklama Eurotel, 1999 /

Polským fotografem trvale žijícím a pracujícím v České republice je Janusz Szyndler. Zájem o fotografii získaný už v ranném dětství z amatérského fotografování jeho otce se u něj prohloubil během studia gymnázia v Raciborzi a následném nástavbovém studiu Kulturně osvětové školy v Opoli. Ta připravovala studenty na přijetí na vysoké školy uměleckých směrů, případně na budoucí zaměstnání v kultuře, a součástí její výuky byl i obor amatérský film a fotografie, na který se Janusz Szyndler přihlásil. Během studia fotografoval černobílé výtvarné snímky ovlivněn Bauhausem a konstruktivismem. Jeho vzorem byl v době studia osvětové školy opolský fotograf Andrzej Jerzy Lech. Ten, v konfliktu s asociací polských fotografů, organizoval vernisáže a výstavy ve svém bytě a jejich atmosféra a práce samotné měly na Janusze Szyndlera nemalý vliv. Poprvé se zde seznámil s prestiží pražské FAMU, která tehdy byla v Polsku vnímána jako nejkvalitnější možné vysokoškolské studium fotografie a na tuto školu také, podpořen stipendiem polské vlády, v roce 1988 nastoupil.

Studium několikrát přerušuje a při svém pracovním pobytu v Polsku se mimo svou práci seznamuje s chodem profesionálního komerčního fotostudia. Stává se jakýmsi "tichým asistentem" Benhta Wilsona, který fotografuje převážně jídlo. Ten mu také zapůjčuje velkoformátový fotoaparát, který Janusz Szyndler předělává na cameru obscuru a při práci na vlastní volné tvorbě poznává rozmanitost barevných diapozitivních materiálů, využívá předností 4×5" inchového formátu a výsledné snímky zvětšuje na cibachrom.

Po svém návratu do Prahy se od třetího ročníku studia FAMU věnuje převážně portrétní fotografii. Novými vyučujícími pedagogy byly tehdy jeho pozdější kolegové z agentury Daiben - Ivan Pinkava a Dušan Šimánek. Jejich přednášky vedly Janusze Szyndlera k odchodu od, do té doby tolik proklamované, dokumentární fotografie. Schopnost trpělivého pozorování lidí a zachycení pravého okamžiku je však charakteristickým výrazovým prvkem jeho fotografií dodnes. Je schopen improvizovat, vytvářet situace vyjadřující nejlépe jakousi "pravdivost" aranžovaného motivu.

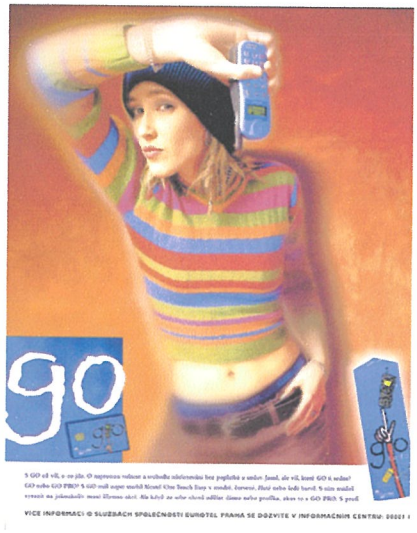
Potřeba řešení vlastní finanční situace a radost z fotografické práce s lidmi jej vedla od čtvrtého ročníku FAMU k tomu, že se začal věnovat vlastní prezentaci v oboru komerční fotografie. Osobně obcházel reklamní agentury s portfoliem portrétů. Odpověď z jejich strany byla často takřka totožná a jak Janusz Szyndler říká, dodnes slyší památná odmítavá slova "zase nějaký um". Svoji snahu o prosazení v reklamní fotografii však nevzdával, asistoval krátký čas Dušanu Šimánkovi a nechával se také najímat jako asistent pro zahraniční fotografy magazínu ELLE. V pátém ročníku jej při další z řady osobních prezentací v agentuře Ark/Thompson odkazují na Darka Kurku (Votrubu) jako na agenta, v jehož zastupování jsou Januszi Szyndlerovi ochotni zadat realizaci kampaně.

Po vstupu do fotografické a produkční společnosti Daiben v roce 1999 uspěl Janusz Szyndler v nominaci na kampaň Eurotelu



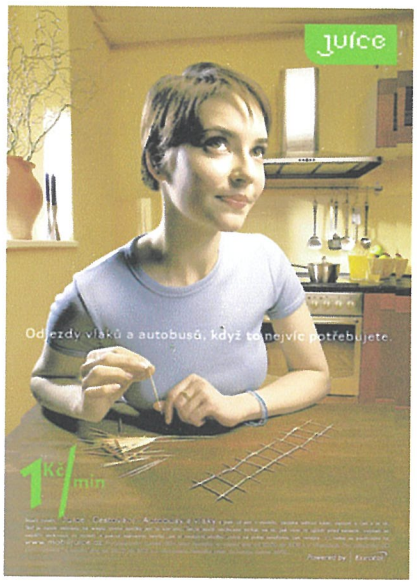


Janusz Szyndler / kampaň Zpráva o stavu českého člověka, 2000 /










Janusz Szyndler / reklama Eurotel, 2002 /

vedenou reklamní agenturou Leo Barnett. Její kreativní ředitel Cal Bruns naopak vyžadoval po Januszi Szyndlerovi autorský rukopis a daný layout bral pouze jako počáteční návrh, k jehož konečnému výtvarnému provedení dal fotografovi volný prostor. Vzniklo tak 250 fotografií, jimiž firma Eurotel propagovala své místo na trhu mobilních operátorů. Za úspěšný průběh této práce vděčí Janusz Szyndler i Dušanu Šimánkovi, který s nim do řad Daibenu vstoupil téměř současně a poskytl mu vlastní světelné vybavení na realizaci prvních zakázek. Podělil se s Januszem Szyndlerem i o řadu zkušeností. Naučil ho více chápat charakter světla, tolik potřebné barevné filtrace a správnou volbu filmových materiálů. Janusz Szyndler tak získával rychleji sebedůvěru ve vlastní dovednost a stal se z něj zakrátko jeden z nejvytíženějších reklamních fotografů. Ve spolupráci s Leo Burnett pokračoval na dalších kampaních Eurotelu a pod stejnou agenturou fotografoval i projekt "Zpráva o stavu českého člověka", jehož první část proběhla v roce 1999 a druhá v roce 2000. Šlo o neobvyklý reklamní a sociologický projekt, který měl zahraničním klientům ukázat portrét typického českého spotřebitele. Reklamní agentura Leo Burnett si v téže době také několikrát objednala volnou tvorbu Janusze Szyndlera k dárkovým účelům.

Následují úspěšné kampaně Fernetu, Českomoravské stavební spořitelny, Českého Telecomu, C&A a dalších klientů. Od roku 2000 vstupuje i na slovenský reklamní trh

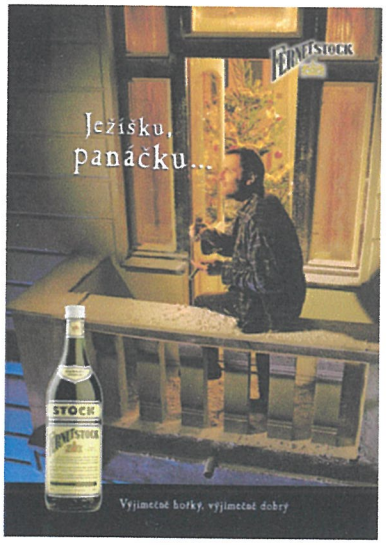
prací pro klienty Petra, Globe Tel a Orange. Česká centrála cestovního ruchu Janusze Szyndlera oslovuje k nafotografování české krajiny a jejich pamětihodností, výsledné snímky poté používá k reprezentativním účelům.

Pod produkcí Daibenu dokončil v letošním roce série fotografií pro image banky ČSOB, která byla s výsledky natolik spokojená, že si do své databáze zařadila úctyhodných 599 snímků. Obdobnou zakázku si nyní vyžádalo Letňanské obchodní centrum a dokončuje se reklamní kampaň piv Radegast a Gambrinus.

Přes veškerou svoji vytíženost však Janusz Szyndler nezůstává pouze u reklamní práce zastupované Darkem Kurkou (Votrubou). Jeho individualita a potřeba dalšího výtvarného vyjádření spojená s pocitem tvůrčí volnosti jej přiměla ke spolupráci s polskou ambasádou a výsledkem byla publikace o Fürstenbergském paláci s fotografiemi architektury a uměleckých děl. Jeho reportážní snímky jsou otiskovány v polském vydání periodika Newsweek, portréty osobností v polském ELLE, Gazette Wyborcze a She. V českých časopisech se s jeho pracemi setkáme již méně častěji. Pro Art&Antiques, kde není vázán konkrétním vizuálním plánem, fotografuje portréty galeristů digitálním fotoaparátem a spolupráci s časopisem Xantypa před dvěmi lety přerušil.

Jeho volnou tvorbou je již od konce FAMU cyklus "Snář" ve kterém kombinuje neostrost s výrazným barevným akcentem a tento soubor je jeho vnitřní reakcí na ostrost fotografie, která se od něj v pracovním životě většinou vyžaduje. Ke své volné tvorbě řadí také desítky portrétů vzniklých u příležitosti návštěv významných kulturních osobností v polském kulturním institutu.

V současné době pracuje v kunratickém ateliéru Asa a uvažuje







Janusz Szyndler / kampaň Fernet, 2000 /

nad rozšířením svého portfolia o fotografie automobilů.



Janusz Szyndler / kampaň ČSOB, 2005 /

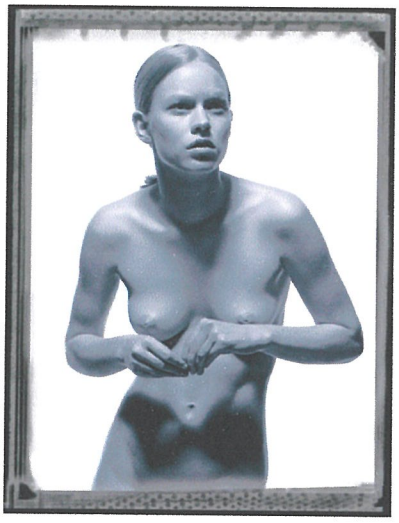
**Klienti:**
C&A, Eurotel, Paegas, IPB, Mercedes Benz, Volkswagen, Unilever-Organics, Fernet Stock, Phillip Morris, Bazer, Aliatel, Pilsner Urquell, Vitana, World onLine, Baileys, Tv3, Metaxa, Česká pojišťovna, Český Telecom, Komerční banka, Globe Tel,Orange, Blesk, Radegast, Gambrinus, Petra, ČMSS, ČSOB, Česká centrála cestovního ruchu,Quatro

**Agentury:**
Young&Rubicam, Leo Burnett, Viktor/Leo Burnett, Euro RSCG, Ark/JWT, Lowe/GGK, Mark/BBDO, McCann Eriskson, DDB, Ogilvy&Mother, Ledoborec

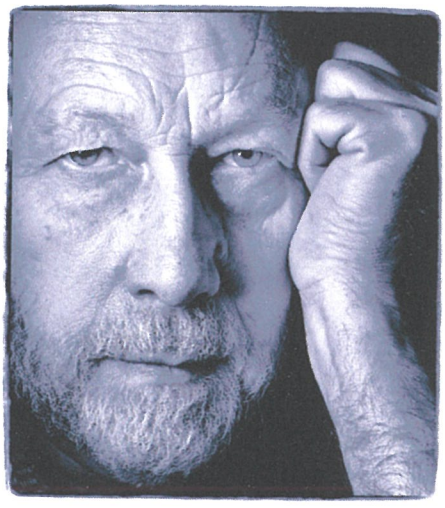
**Časopisy:**
Art&Antiques, Xantypa, ELLE, She, Gazeta Wyborcza, Newsweek

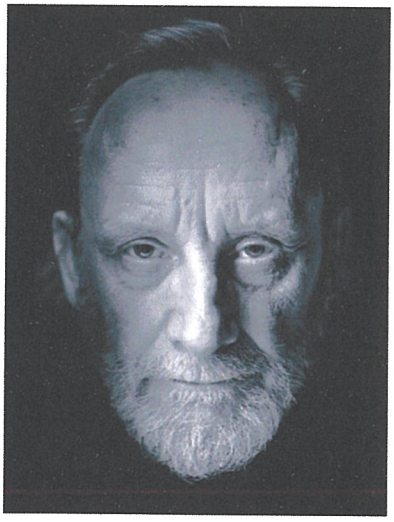
**Ocenění:**
1999 Louskáček, kampaň Zpráva o stavu českého člověka.
2000 Louskáček, kampaň Zpráva o stavu českého člověka.

## Janusz Szyndler / volné portfolio /









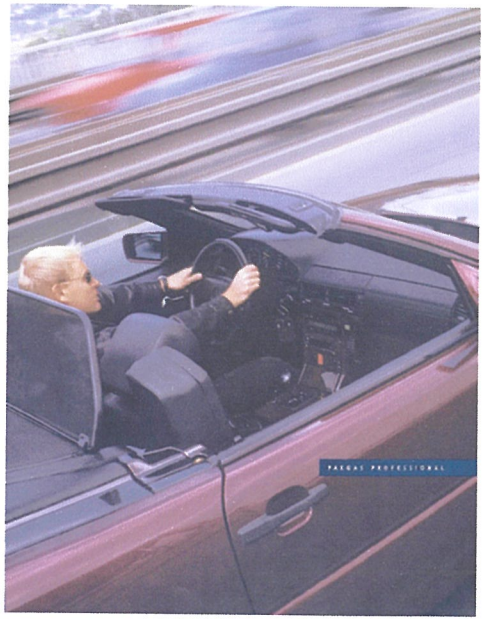


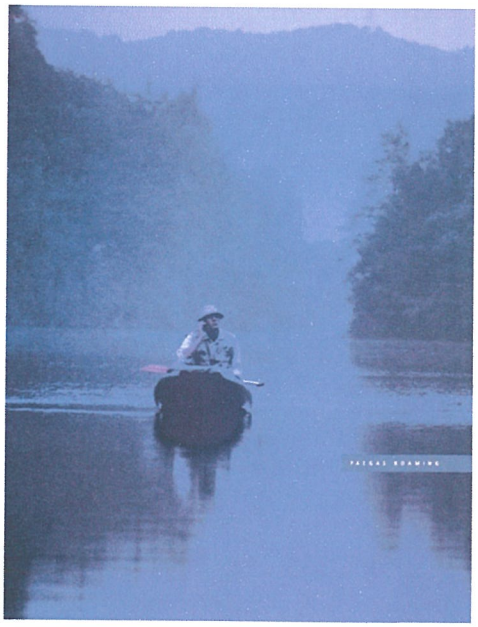


## / Dušan Šimánek 9. 3. 1948, Příbram /

Fotografem, který v současné době již není zastupován agenturou Daiben, ale podstatná část jeho komerční tvorby byla Darkem Kurkou (Votrubou) produkována, je Dušan Šimánek.

Během studia scénografie na Střední uměleckoprůmyslové škole v Praze (1963-1967) se začal více zajímat o fotografii, která byla také součástí výuky. Již během studia získává své první komerční zakázky v oboru divadelní a průmyslové fotografie. Na jedné straně výtvarně využívá projekce fotografie jako součásti divadelní scény a na druhé fotografuje stroje v těžkém průmyslu, pracuje pro ústav chemických výzkumů a propagační oddělení Strojexportu.





Dušan Šimánek / výroční zpráva Paegas, 1999 /







Dušan Šimánek / kalendář Fernet, 2001 /

V letech 1973-1978 studuje na pražské FAMU, obor umělecká fotografie a v této době u něj začíná převažovat zaměření na módní fotografii. Jeho snímky se dostávají do podvědomí veřejnosti přes stránky módní rubriky Mladého světa a Dušan Šimánek, který tuto svou aktivitu bere jako boj s fádností a šedí tehdejšího komunistického režimu, na nich prezentoval do té doby u nás neobvyklý koncept módní dvoustrany. Pojímal ji jako plakát v němž měla jedna fotografie dominantní roli a byla doplněna kvalitní grafikou, (textem, střihem nafoceného oděvu). Snímky vznikaly zpravidla mimo prostředí ateliéru a Dušan Šimánek při nich používal záměrně širokoúhlé objektivy a často i změnu obvyklé perspektivy. Externí spolupráci s Mladým světem přerušil až v roce 1984, kdy ji přenechal Tonovi Stanovi, s nímž v 80. letech tvořil skupinu DU-TO.

V roce 1979 vstupuje do skupiny 9 (později 9+9), jejíž vznik iniciuje Anna Fárová a v jejíž dramaturgii jsou uspořádány výstavy v Činoherním klubu v Praze v letech 1979 a 1980 (skupina 9+9). Vyvrcholením těchto aktivit byla výstava v bývalém cisterciánském klášteře v Plasech, kterou přijel podpořit mimo jiné i Henri Cartier-Bresson.

Po svém odchodu z M.S. se Dušan Šimánek věnuje výhradně volné tvorbě, módní a reklamní fotografii. Nadále spolupracuje s podniky zahraničního obchodu, pro klienta Pragounion vytváří několik let volně pojaté kalendáře, pro firmu Centrotex fotografuje katalogy a plakáty, pro Exico propagační materiály a dlouhodobě se

podílí na reklamě kosmetiky Dermacol. Přes Irenu Stehli získává pro svůj další vývoj důležitou zakázku ve Švýcarsku, během jejíž realizace se mu dostává cenných zkušeností z profesionálního focení módy v zahraničí. Začíná si pomalu vytvářet svůj charakteristický styl, experimentuje s chromatičností a hrubozrnností filmu, využívá techniky cross procesu.

V období po roce 1989 se Dušan Šimánek zabývá načas více veřejnou činností než vlastní fotografickou tvorbou. Zapojuje se do ustanovení Asociace fotografů a v letech 1990-1991 vyučuje módní fotografii na FAMU. Jedním z jeho studentů byl i do této práce zařazený Janusz Szyndler. Během svého pobytu na FAMU se Dušan Šimánek snažil klást důraz na vlastní výtvarné myšlení studentů a jeho představou byla a dodnes je specifická česká módní fotografie vycházející z odlišnosti kultur, ne pouhé napodobování tendenční zahraniční fotografie. V rámci výuky také organizoval pro studenty přednášky zahraničních artdirektorů a profesionálních vizážistů. Jeho ideu zorganizovat studentům zahraniční stáže ve fotostudiích přerušila ropná válka.

Po ukončení svého působení na FAMU se v roce 1993 seznamuje Dušan Šimánek při focení katalogu pro OP Prostějov s produkční Lenkou Orozovičovou a o dva roky později ji pověřuje vedením produkce v Minimaxu, původně fotografické agentuře, na jejímž vzniku se podílel a která zastupovala také Jana Malého, Zdeňka Helferta a Bohdana Holomíčka. Ta se však v krátké době začala specializovat více na filmovou reklamu, zastupování fotografů brala jako druhotnou záležitost a ani fotografové sami nebyli jednotní v představě způsobu vlastní





Dušan Šimánek / reklama Radegast, 2001 /

prezentace. Dušan Šimánek tedy agenturu opustil.

Potřeba filtrací zakázek a spolehlivé produkce vedla Dušana Šimánka v roce 1997 k zastupování Darkem Kurkou (Votrubou). Od počátku vzájemné spolupráce se Dušan Šimánek snažil se zkušenostmi z Minimaxu ovlivňovat způsob prezentace Daibenu. Navrhoval například vydávání agenturního časopisu, který by byl určen klientům a byly v něm zastoupeny pouze volné práce zastupovaných fotografů. V produkci nového agenta je vybrán na focení kampaní pro pivovar Bernard, Tatranky Opavia a kosmetiky Organics. Výjimečnou zakázkou byla realizace kalendářů pro Fernet Stock v letech 1999, 2000 a 2001, kdy bylo Dušanovi Šimánkovi umožněno použití vlastních výtvarných návrhů a při této práci měl naprosto volnou ruku. Reklamní fotografii však Dušan Šimánek vždy bral realisticky jako řemeslo, ke kterému přistupoval s vědomím, že ne vždy bude zadání klienta odpovídat jeho výtvarnému cítění. Pro autorský rukopis není podle jeho názoru na českém reklamním trhu příliš místa a tvůrčí přístup z kampaní postupně mizí.

V zastoupení Daibenu úspěšně pracoval na kampaních pro Eurotel, Radegast, Petry, Paegas, Českou pojišťovnu, Fernet, UPS a desítky dalších klientů. Přesto však v roce 2002 bez udání podstatnějších důvodů přestoupil do produkční agentury Colorbox a poté zpět do Minimaxu.

V současnosti Dušan Šimánek pozvolna od reklamní fotografie odchází a věnuje se více svojí volné tvorbě, jejíž nedílnou součástí je opět módní fotografie. V roce 2003 nafotil oděvní kreace pro módní návrhářku Liběnu Rochovou a v roce 2004 pro módní návrhářku Išku Fišárkovou.



Dušan Šimánek / firemní katalog Avion, 2001 /

**Klienti:**
Bernard, Tatranky Opavia, Organics, Panasonic, Radio Network, Eurotel, Ford, Radegast, Petra, Fernet, Paegas, Sparta, Lux, Kirin Beer, BMW, Alcatel, UPS, Česká pojišťovna, Emirates, Magistr, Dermacol, Solpaflex, Český Telecom

**Agentury:**
FAD, Quo& spot, Mark/BBDO, Mc Cann, Ericsson, Leo Burnett, Ark Thompson, Ogilvy&Mother, Euro RSCG, Stillking Films, Klan, TBWA, DDB, Young&Rubicam, Rust2

**Časopisy:**
Mladý Svět, ELLE, Cosmopolitan, Xantypa, Art&Antique

**Autorské výstavy:**
2002 Malá výstavní síň, Liberec
2001 Galerie 9, Klokočná (s I. Stehli)
1997 Galerie Atrium, Praha (s V. Fialou)
1994 Galerie Brigitte Weiss, Curych, Švýcarsko
1994 Nová síň, Praha
1993 Dům umění, Brno
1988 Fotochema, Praha
1988 Klášter Opava
1983 Zámek Opočno
1982 Banská Bystrica
1980 Činoherní klub, Praha
1979 Činoherní klub, Praha

**Zastoupení ve sbírkách:**
Moravská galerie, Brno
Uměleckoprůmyslové museum, Praha
Centre Pompidou, Paříž
Polaroid, Cambridge, USA
JCA, Tokio, Japonsko

## Dušan Šimánek / volné portfolio /













## / Radovan Šubín 10 .04. 1972, Přerov /




Radovan Šubín / reklama Budvar, 2000 /



Radovan Šubín / reklama Staropramen, 2003 /

První zájem o fotografii se u Radovana Šubína objevuje již v 6 letech, kdy začíná fotografovat rodinu a přátele. Prochází prvními fotokroužky, pár let poté se učí zvětšovat vlastní záběry a již ve 12 letech trvale spolupracuje jako fotografický elév s okresními novinami Nové Přerovsko. Kvůli kvalitě zvětšenin a možnosti následných výřezů své černobílé reportážní snímky záměrně pořizoval na středoformátový fotoaparát Pentacon Six a v letech 1986-1987, kdy asistuje Jiřímu Křižkovi na zakázce pro Přerovské strojírny, se seznamuje s možnostmi velkoformátového přístroje. Sinarem, zapůjčeným od téhož podniku, se začíná věnovat technické fotografii, exteriérové a interiérové fotografii architektury a fotografii uměleckých děl.

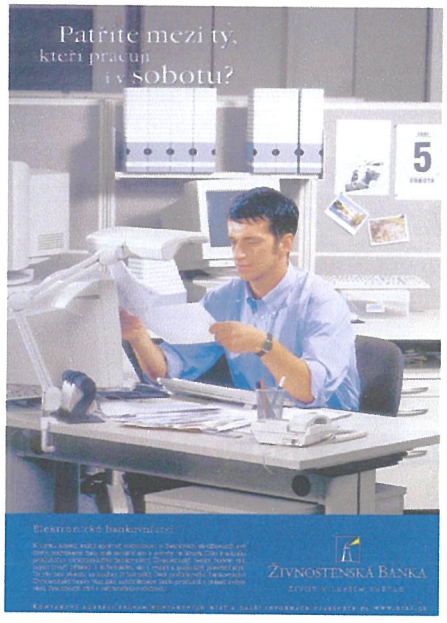
V listopadu 1989 využívá svého stálého působení v okresních novinách a jako jeden z prvních fotografů zachycuje revoluční

události na Přerovsku. Rok poté úspěšně ukončuje studium na Střední elektrotechnické škole a začíná se naplno věnovat fotografické profesi. Navázal na spolupráci s Jiřím Křižkem, se kterým se v roce 1991 podílel na založení minilabu a profesionálního fotostudia, přičemž souběžně pracoval na zakázkách regionálního charakteru.

Veškeré tyto aktivy však Radovanovi Šubínovi nenaplnily představu většího tvůrčího uplatnění a proto roku 1993 odchází do Prahy, kde mu s novými začátky pomohli přátelé z časopisu Reflex (Jiří Bartošek, František Orttman, David Kraus), ve kterém mu byli v předchozím období otiskovány reportážní snímky z Moravy. Reportážní fotografii se tak Radovan Šubín věnoval i bezprostředně po svém přestěhování do Prahy.

Stal se fotografem časopisu Pátek, v němž se setkává s Pavlem Melounkem, který jej roku 1995 zaměstnává jako exkluzivního fotografa Mezinárodního karlovarského filmového festivalu, pro který pracoval až do roku 2004.

Od poloviny 90. let se začíná ve tvorbě Radovana Šubína objevovat zájem o portrétní fotografii. Počátečním impulsem byla práce na fototestech pro modelingovou agenturu Studio 91, ale především pak zakázka na dokumentaci natáčení filmu "Má je pomsta" od režiséra Lordana Zafranoviče, při které Radovan Šubín naexponoval své první portréty herců. Poté se od roku 1995 zpočátku s Jiřím Bartoškou zaměřil na realizace titulů pro časopisy. Využil svých dobrých profesních kontaktů z karlovarského filmového festivalu a vznikly tak desítky ateliérových portrétů pro







Radovan Šubín / reklama Živnostenská banka, 1999 /







Radovan Šubín / reklama Nivea, 2000 /

různá česká periodika.

Potřeba řešení autorských práv u jedné z realizovaných zakázek dovedla Radovana Šubína na přelomu roku 1996/1997 k Darkovi Kurkovi (Votrubovi). Ten je mu doporučen jedním z agenturních produkčních jako zkušený agent a jeho agentura Daiben má v té době jednoznačně nejlepší reference. Ucelené portfolio Radovana Šubína tvořené především portréty celebrit Darka Kurku (Votrubu) přimělo k rozšíření okruhu fotografů Daibenu a pro Radovana Šubína se tak otevřela nová cesta k reklamní fotografii.

Jeho specializací nadále zůstávají lidé. Se zakázkovými portréty z podnikatelského prostředí a s portrétní fotografií pro výroční zprávy klientů se Radovan Šubín dostává zároveň ke zdařilým kampaním Živnobanky (1999), České spořitelny (2000), Nivei (2001) a nově automobilky Škoda (2005).

Radovan Šubín se i přes vážné zdravotní potíže, které jej donedávna dlouhodobě provázely, věnuje současně jak reklamní, tak reportážní fotografii. Jeho přední devizou je obrovská pracovitost a řemeslná zručnost. Od roku 2001 je fotografem Zlínského dětského filmového festivalu a nadále velice žádaným fotografem P.R. agentur. Je také pověřen firmou Nokia k testování fotoaparátů nově vyráběných mobilních telefonů téže značky a jeho hodnocení bývá publikováno v odborném tisku a propagačních materiálech.

V současné době se Radovan Šubín také více zaměřuje na svou vlastní tvorbu a pracuje na sérii

výtvarných černobílých fotografií. Po delší době by tak rád opět navázal na své autorské snímky z poloviny 90. let.




Radovan Šubín / reklama Škoda auto, 2005 /

**Klienti:**
Budvar, Česká spořitelna, Vojenský penzijní fond, Gambrinus, Živnostenská banka, Delvita, Nivea, Škoda, Komanche, Carefour, Deli, Nestle, Stickletti, Wüstenrot, Paegas, Maggi, Jagermeister, Budvar, Algida, Scholl, Česká spořitelna, Labello, T-mobile, Radegast, Caledonian, Mezinárodní karlovarský filmový festival, Filmový festival dětského filmu Zlín

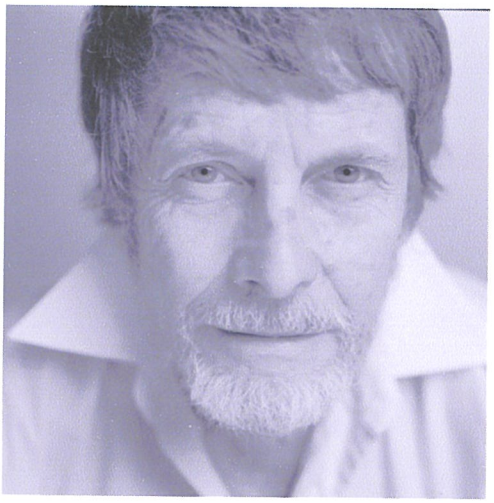
**Agentury:**
Euro RSCG, McCann Erikson, Ark/JWT,TBWA, Publicis, GGK, Ogilvy&Mother, Cayenne, Big, AZ

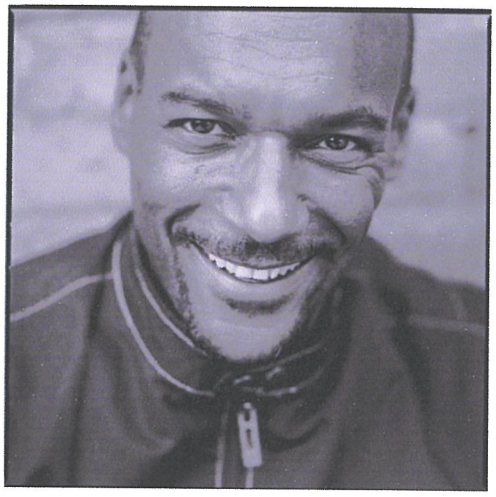
**Časopisy:**
Nové Přerovsko, Reflex, Cinema, Týdeník televize, Květy, Elixír, Ano, Atelirer

**Výstavy:**
2005 Portréty hereckých osobností, Divadlo Radka Brzobohatého, Praha
2001 Festivalové okamžiky, Hotel Thermal, Karlovy Vary (MFFKV společná výstava se ZuzanouInáčovou)
1999 Z pekla štěstí, zámek Telč, Telč

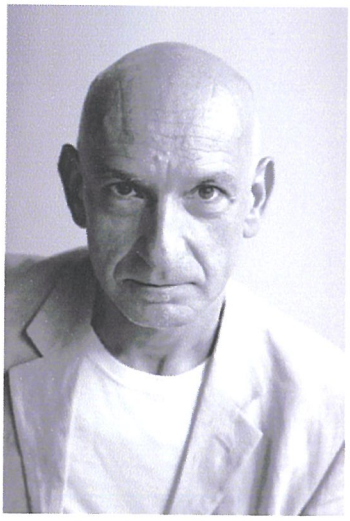
**Ocenění:**
1. cena vydavadelství Ringier, kategorie portrét, 2002

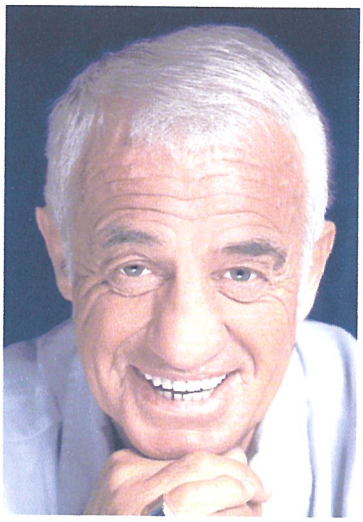
# Radovan Šubín / volné portfolio /

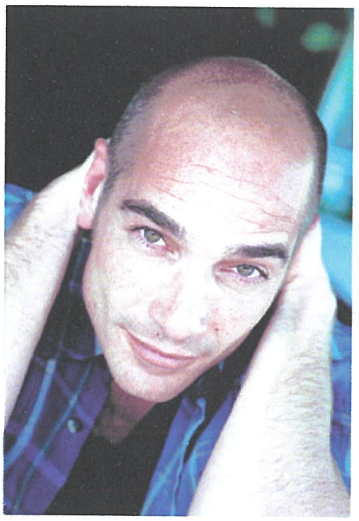








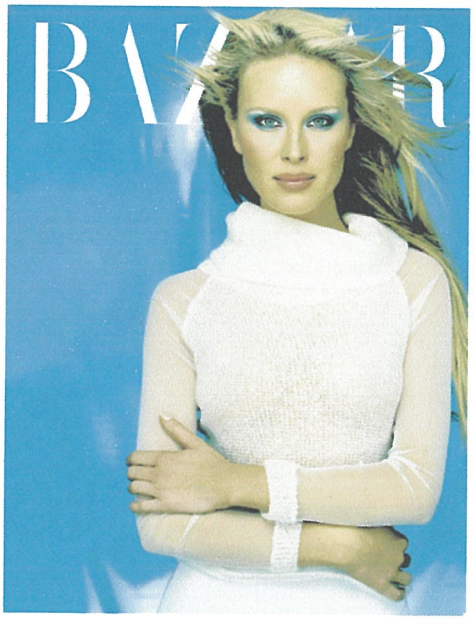


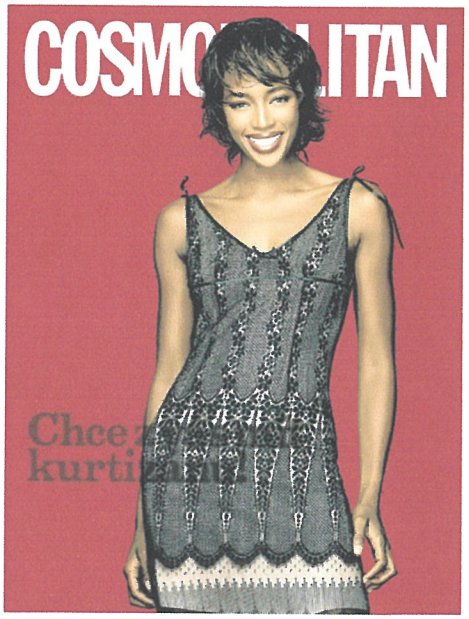


## / Goran Tačevski 17. 4. 1961, Skopje /

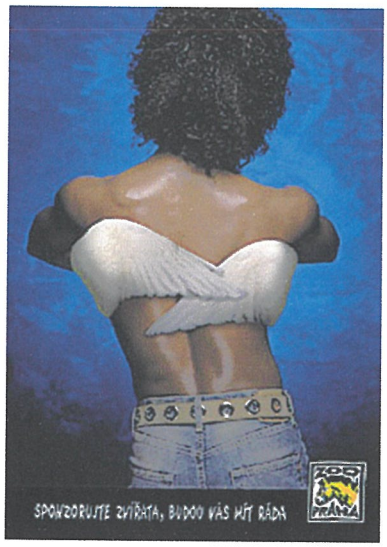
Životní i profesní dráha Gorana Tačevského má mnoho společných bodů s jeho mladším bratrem Nikolou Tačevským. U obou přerostl původní amatérský zájem v povolání, jejich nynější působení je v Praze a především oba stojí na pomyslné špici současné české reklamní fotografie. Také jméno Goran Tačevski lze spojit s agenturou Daiben částí jeho komerčních realizací.

Od svých patnácti let navštěvoval Goran Tačevski v Záhřebu čtyřletou umělecko průmyslovou školu, která mu v první polovině studia poskytla výtvarné všeobecné a v následujících dvou letech návazné fotografické vzdělání. Během tohoto období se seznamoval s informacemi o pražské FAMU a po absolvování



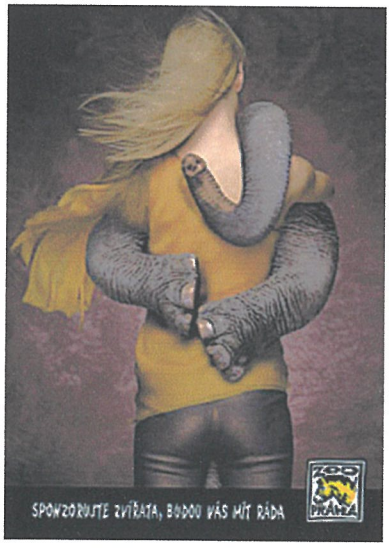




Goran Tačevski / titulní strany magazínů /










Goran Tačevski / kampaň ZOO Praha, 2003 /

povinného vojenského výcviku na této škole úspěšně složil v roce 1982 přijímací zkoušky. Zklamán ze způsobu výuky a chodu školy však z FAMU po čtyřech letech odešel.

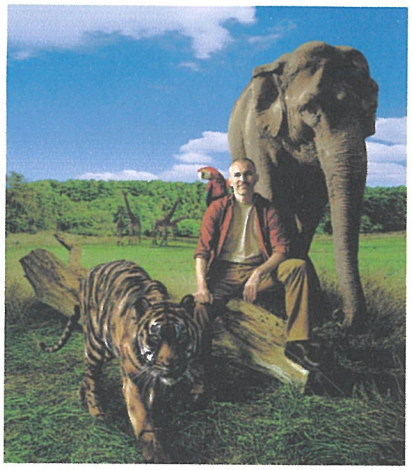
Fotografická tvorba Gorana Tačevského byla zpočátku soustředěna na černobílou fotografii zátiší a byla ovlivněna pracemi Josefa Sudka. Tímto tématem se Goran Tačevski zabývá po dobu více než deseti let a toto téma také protínalo jeho další fotografické zaměření. Díla Františka Drtikola a Roberta Mapplethorpa vedla Gorana Tačevského k focení aktů, kniha Diany Arbus k módní fotografii a zájem o obrazové zachycení reálného života v komunistickém bloku k sociálnímu dokumentu. Své reportážní snímky publikoval v sedmnácti letech v jugoslávských časopisech Polet, Studentský list a Start. Během svého prvního pobytu v Praze využíval jako občan Jugoslávie možnosti cestování do zahraničí a fotografie s politickou a sociální tématikou převážel do tehdejší Německé spolkové republiky. Záběry lidí, jejichž životní názory, postavení, osud či styl se lišily od oficiálně hlásané komunistické propagandy se poté objevovaly na stránkách periodik jako je například německý Bild, francouzský Liberation, City či Glamour. Goran Tačevski fotografoval lidi žijící ve sklepech, postávající v bufetech, ale i domácí prostředí tehdy uvězněného Václava Havla nebo soukromí jeho bratra Ivana.

V roce 1988 odjel se svojí manželkou, módní návrhářkou Klárou Nademlýnskou, do Francie, kde začal pracovat jako reportážní

a dokumentární fotograf pro obrazovou agenturu SIPPA PRESS. Dojížděl do Čech a pokračoval na snímcích zachycujících konec režimu. Manifestace, dění kolem Václava Havla a členů Charty 77 a nástup revoluce v listopadu 1989. Necitlivá manipulace s obrazovým materiálem a pocit že jsou jeho snímky mnohdy zneužívány vydavatelem však Gorana Tačevského přiměly v roce 1990 k odchodu od reportáže.



Život v Paříži však pro Gorana Tačevského znamenal mnohem víc než jen reportážní práci. Nedostatek financí a potřeba tvůrčího vyjádření mu ukázaly cestu zpět k aranžovaným zátiším. Z květinářství pod jeho bytem si začínal odnášet domů uvadající květiny, ze kterých poté stavěl jemné kompozice nových výtvarných snímků. Následovalo období úspěšných výstav, které Goranu Tačevskému uspořádal francouzský teoretik fotografického umění a ředitel Agence VU Christian Coujoule.



Paříž a manželství s Klárou Nademlýnskou byly ale také cestou k módní fotografii. I v ní navázal Goran Tačevski na pražský pobyt. Když v roce 1985 začal fotografovat své první snímky módy pro české oděvní návrhářky Taťánu Kovaříkovou a Ivanu Follovou (v pražském ateliéru pronajatém od Václava Chocholy), jistě netušil, že tyto zkušenosti využije o tři roky později v Paříži. Zde se začal živit focením set karet modelek pro agentury Elite, Metropolitan, People, City a Paris Match. Fototesty si u něho nechaly dělat mimo jiné i Eva Herzigová a Tereza Maxová, která se později stává tváří propagující oděvní značku Klára Nademlýnská. V roce 1988 získal také první reklamní zakázku na katalog firmy Faust vyrábějící spodní prádlo.



Goran Tačevski / kampaň KB, 2004 /

Významným okamžikem bylo ale navázání spolupráce s fotografickou a obrazovou agenturou VU, která Gorana Tačevského zastupovala v oblasti prodeje volné tvorby a pro kterou také fotografoval volné ilustrace určené k tisku. Pro Liberation, který je jedním z hlavních odběratelů agentury VU, portrétoval i osobnosti francouzského života a v roce 1995, kdy vznikl i nový časopis Magazine Liberation, se stal Goran Tačevski autorem jeho titulních stran.

Neméně významná byla práce Gorana Tačevského pro Nadaci Cartier podporující mladé umělce. Ta mu zadala zakázku na focení kolekce 25 fotografií jako volné tvorby. Krátce na to uzavřel se zlatnictvím Cartier exkluzivní smlouvu na tři roky a v letech 1993 až 1996 pracoval na katalozích tohoto klienta. Pro francouzský trh nafotografoval kampaň Volkswagen, získal ocenění za billboard Gina Paterson, v celosvětovém měřítku byla použita jeho práce pro klienta Swatch a vodku Absolut. Do roku 1997 Goran Tačevski fotografoval výhradně v Paříži.

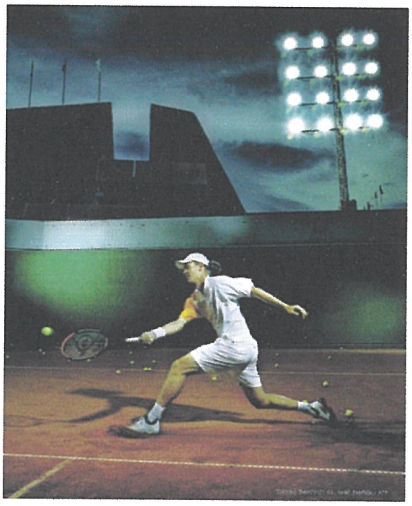
S návratem Kláry Nademlýnské do Prahy v roce 1997 se Goran Tačevski rozhodl prosadit i v českých módních a reklamních kruzích. Pracoval jako výtvarný ředitel na budování značky nově otevřeného butiku jeho ženy, pro který nafotografoval kolekce módního oblečení a získal čtyřletou exkluzivitu na spolupráci s vydavatelstvím Stratosféra. Měsíčně fotografoval pro časopisy Harper's Bazaar a Cosmopolitan až tři módní editorialy a jeho snímky měly své místo i na titulních stranách těchto magazínů.

V reklamě se na základě svého "francouzského" portfolia




Goran Tačevski / kampaň Knihovna, 2004 /





Goran Tačevski / reklama GTS Novera, 2005 /

dopracoval také k rychlému úspěchu a byl vyzván k realizaci kampaně pro nejúspěšnějšího operátora sítí mobilních telefonů - firmu Eurotel. Následoval provider Paegas, výrobce kávy Douwe Egberts a řada dalších klientů. Goran Tačevski pracoval v té době jak pro francouzskou klientelu - v Paříži měl stále svůj ateliér a asistenta - tak pro české zákazníky. Se vzrůstajícím počtem oslovení byl nucen být na českém trhu, stejně jako byl na francouzském, produkčně zastupován.

V roce 1999 se spojil s Darkem Kurkou (Votrubou) a stal se členem fotografické a produkční agentury Daiben. Uvítal daná pravidla hry, nárůst zakázek a spolehlivou produkci, která mu umožnila věnovat se více projektům najednou. V české reklamě docházelo k výraznému oživení a růstu cen a Goran Tačevski byl pro Darka Kurku (Votrubu) vítanou vyhledávanou novou tváří. S jeho příchodem do agentury se také začala více řešit otázka autorských práv a zkušenosti z Francie tak našly své další uplatnění.

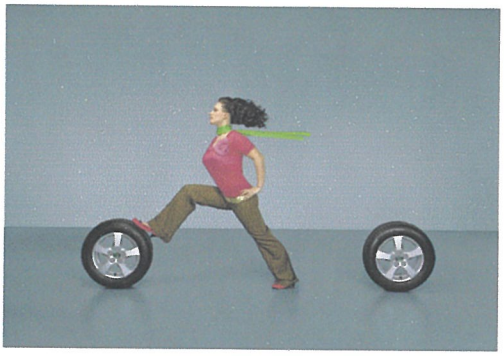
V reklamní fotografii nebyl nějak výrazněji specializován. Fotografoval tedy zakázky jak produktového charakteru (například billboardovou kampaň pivovaru Budvar nebo Fernetu Citrus), tak zároveň pracoval s lidmi a vznikaly kampaně s emotivnějším zaměřením. Leo Burnett jej pověřil nafocením antirasistické billboardové kampaně "Co se divíte?" a pro pražskou ZOO pracoval na reklamě vyzývající lidi k jejímu sponzoringu.

V roce 2001 uvolnil svůj pařížský ateliér, na pražském Smíchově nechává stavět nový a v roce 2003 odchází z Daibenu a zakládá společnost Tačevski s.r.o., v níž rok působí i jeho bratr Nikola Tačevski. Pod vlastní produkcí realizuje v roce 2004 výraznou kampaň Komerční banky, v níž figurují úspěšné osobnosti České republiky a na festivalu v Cannes oceněnou reklamu na Národní knihovnu. V letošním roce dokončil image kampaň společnosti GTS

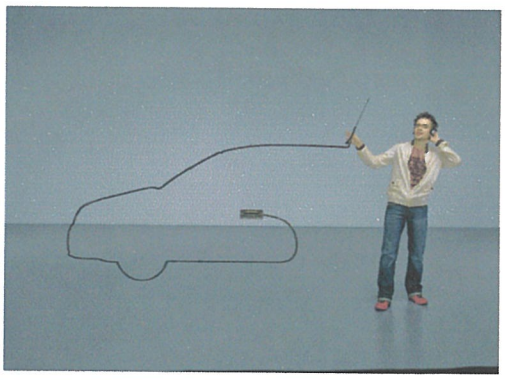
Novera, je autorem snímku pro kampaň Nadace Terezy Maxové, pro britský trh nafotografoval reklamu Dove a chystanou premiéru bude mít celosvětová kampaň kosmetiky Pantene. Nadále spolupracuje s francouzskými časopisy Vogue, Marie Claire, Cosmopolitan, Le Figaro a v České republice jsou jeho módní fotografie vidět na stránkách magazínu ELLE vydavatelství Hachette Filipacchi.

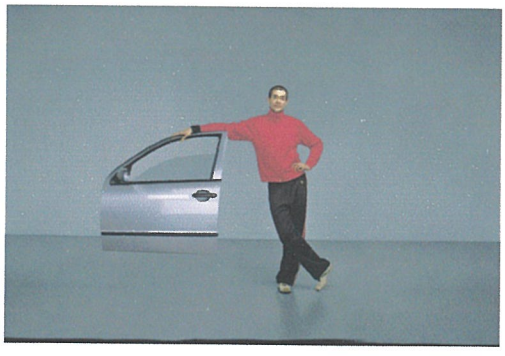
Goran Tačevski se zabývá i filmovou komerční režií a je podepsán pod reklamními spoty Fuji, Raiffeisen, Esíčka a banka Quatro. V roce 2003 vyučoval na pražské FAMU reklamní fotografii, přednášky ke stejné tématice měl i na české VŠUP a francouzské Aux en Provence.

V současné době je v České republice zastupován agenturou Filmservice Production.











Goran Tačevski / kampaň Škoda, 2004 /

**Klienti:**
3M, Absolut vodka, Fernet, Gambrinus, Staropramen, Pilsner Urquell, Eurotel, T-Mobil, Cartier, L'Oreal, Dove, Credit Liones, ČSOB, Komerční banka, Alianz, Mc Donald, Swatch, LG, JTI, Garnier, Pantene, Lexmark, Volkswagen, Fiat Group, GTS, Paegas, Klára Nademlýnská, E.Leclerc, Palm 3-com, Becherovka, Pepsi Cola, ZOO Praha,Škoda

**Agentury:**
Leo Burnett, Euro RSCG, BDDP Paris, Ark Thompson, DDB, Mark/BBDO, McCann Eriskson, Ogilvy&Mother, Young&Rubicam, TBWA,

**Časopisy:**
Cosmopolitan Č.R ; Francie, Marie Blaire; Francie, Harpers Bazaar; ČR, Le Monde Paris, Liberation Paris, The New York Times, Vogue;Itálie, Magazíne Liberation

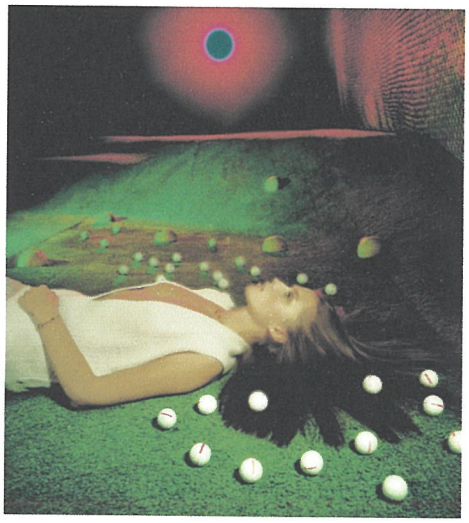
**Výstavy:**
Záhřeb, Paříž, Milano, Aix en Provance

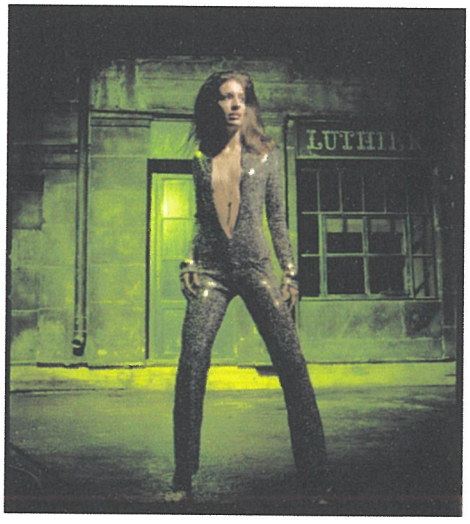
**Ocenění:**
2005 Stříbrná cena, Cannes, kampaň Knihovna
2004 Stříbrná cena Eurobest, kampaň Knihovna
2004 Zlatá cena, Epica, kampaň Knihovna
2004 Golden Drumsticks, Portorož, kampaň Jewellery
2003 Golden Watch(grand Prix), kampaň ZOO Praha
2002 Golden Lion, Cannes, kampaň Zachraňte Karlův Most

## Goran Tačevski / volné portfolio /

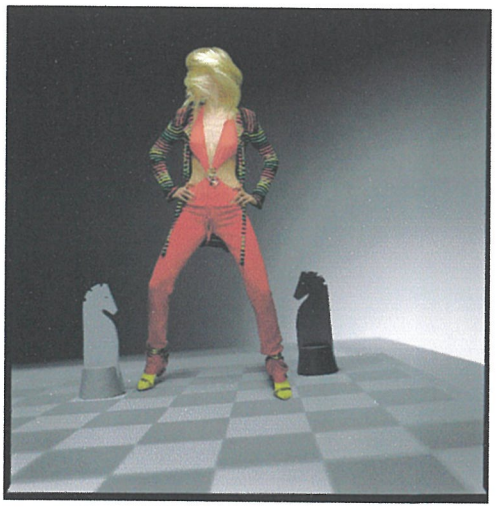












## / Nikola Tačevski 14. 6. 1965, Skopje /

Jednou z nejvýraznějších osobností Daibenu a zároveň i české reklamy je fotograf Nikola Tačevski. Neprofiluje se jednostranně na produktovou nebo "živou" reklamu, přičemž jeho práce patří mezi to nejlepší, co lze v současné komerční fotografické sféře vidět.

Pochází z makedonského hlavního města Skopje a s fotografií se poprvé seznámil ve svých 14 letech přes fotografy spolupracujícími s jeho otcem, který pracoval jako novinář. Po přestěhování rodiny do Záhřebu ukončil v roce 1984 (stejně jako o pár let dřív jeho bratr Goran Tačevski) Střední uměleckoprůmyslovou školu závěrečným souborem černobílých fotografií ze záhřebského lapidária a ten mu otevřel cestu k zakázkám obdobného charakteru. Nikola Tačevski navázal na práci známého chorvatského fotografa Nenada Gattina a věnoval se fotografii architektury a uměleckých děl. Jednou z publikací, na které se jako fotograf podílel, je i kniha o katedrále ve Splitu. Architekturu i umělecká díla, jejichž převážnou část tvořily sochy, dosvědčoval Nikola





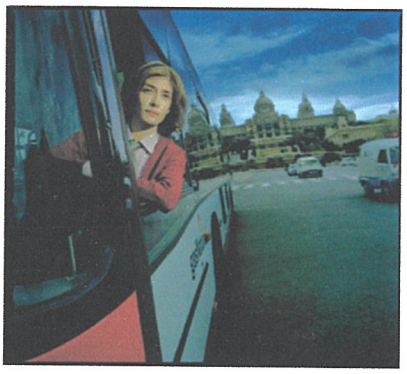


Nikola Tačevsky / reklama World Online, 2000 /

Tačevski žárovkovými světly a fotografoval velkoformátovým přístrojem, který si pořídil bezprostředně po ukončení školy.

Původním zájmem Nikoly Tačevského byl však dokument. Ať už krajiny nebo lidí a snažil se mu také věnovat. Přes svého bratra Gorana Tačevskeho pobývajícího ve Francii získává v roce 1990 reportérskou práci pro francouzskou agenturu Wostok Press a válka v Jugoslávii jej v roce 1991 přiměla k odchodu do Prahy. Zde pro Wostok Press dokumentoval změny východního bloku (volby, restituce, rozdělení republiky). Snímky pořizuje i na Slovensku a v Chorvatsku dokumentuje uprchlíky a důsledky války.





V rámci své volné práce fotografuje dokument v pražské psychiatrické léčebně Bohnice a vzniká zde i jeho soubor černobílých portrétů.

Přes počáteční entuziasmus však Nikola Tačevski zjistil, že se prací pro obrazovou agenturu neuživí a roku 1994 odjel zpět do Záhřebu, kde získal ještě téhož roku svou první reklamní zakázku focení vína pro klienta Badel.



Nikola Tačevski / kampaň EU, 2003 /

Zadávající agentura BBDO Záhřeb byla s jeho prací spokojena a následovala další spolupráce na produktovou reklamu, k níž se záhy přidalo i focení lidí. Jak Nikola Tačevski říká, v této době se "začalo roztáčet kolečko", čímž má na mysli věčný kruh příjmů a zpětných investic do techniky, který si práce reklamního fotografa vyžaduje.

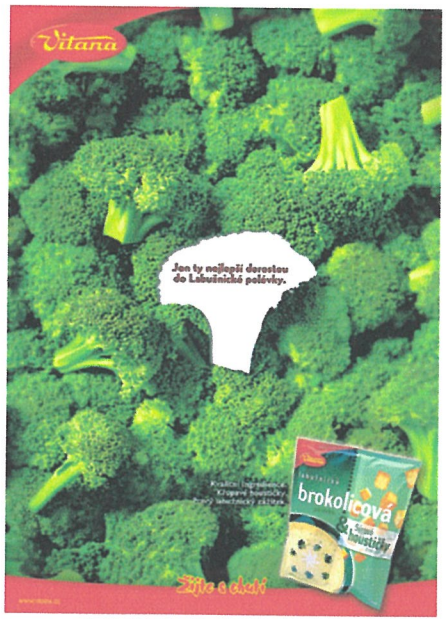
V roce 1997 přijíždí zpět do Prahy a spolu s bratrem Goranem, který se rovněž věnuje reklamní fotografii, si zařizují společný atelier. Na rozdíl od Chorvatska, kde měl Nikola Tačevski určité přátelské profesní vazby, byl v Praze neznámým novým fotografem, a tak nafocuje velkoformátovým Sinarem své první komerční portfolio tvořené především z aranžovaných zátiší. Jejich výrazným výtvarným prvkem je částečná neostrost a tyto snímky mu ještě

téhož roku zajišťují rozhodující zakázku pro Ark/J.W.Thompson, při níž není navíc vázán daným layoutem. Touto úspěšnou prací získává Nikola Tačevski tolik potřebnou ukázku kvalitní realizace, která mu usnadňuje prezentaci v ostatních českých reklamních agenturách. Začíná být brán výhradně - ač proti své vlastní vůli - jako fotograf zátiší a pracuje na kampaních pro Český Telecom a cigarety značek Petra a Sparta. Stává se vyhledávaným fotografem piv a fotí Gambrinus, Pilsner Urquell a Radegast.

Potřeba změny a nesnadná profesní situace jeho přítelkyně, která se věnuje experimentálnímu divadlu, přiměla Nikolu Tačevského koncem roku 1998 k odcestování do Anglie. Zde však narazil na podobný problém jako při svém příjezdu do Prahy. Ačkoli jsou jeho portrétní a dokumentární fotografie v portfoliu hodnoceny velice kladně (na rozdíl od zátiší, která jsou brána jako staromódní), bez zakázky realizované v Británii jsou mu dveře londýnských reklamních agentur zavřeny. Po nafocení editorialu pro Sunday Times a Big Issue se po 4 měsících vrací s přítelkyní z osobních důvodů do Prahy. Jednou z podstatných příčin návratu je bombardování Bělehradu a potřeba být svým blízkým k dispozici v případě pomoci.

Jako kameraman a fotograf zaznamenává pro nadaci Člověk v tísni v dubnu a květnu 1999 zemětřesení v Turecku a afgánské uprchlíky v Íránu. Opět se tak v jeho tvorbě dostává ke slovu sociální dokument.

Již před odchodem do Londýna dostal Nikola Tačevski nabídku k zastupování od Darka Kurky (Votruby) a v průběhu jeho



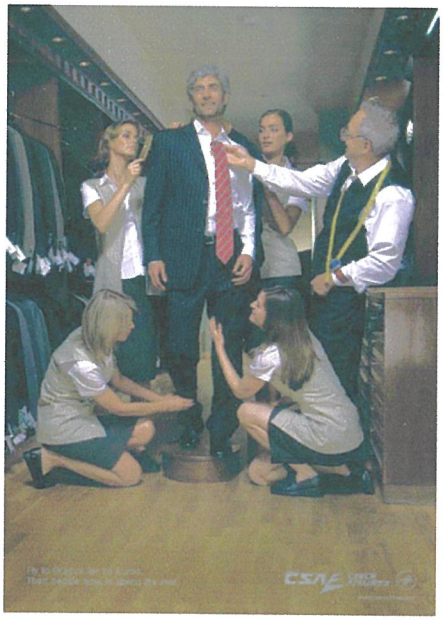




Nikola Tačevski / reklama Vitana, 2003 /

zahraničního pobytu vstupuje do Daibenu Goran Tačevski. Po svém návratu tedy Nikola Tačevski nabídku přijal a v roce 2000 nafotil další ze svých zlomových zakázek - kampaň pro klienta World on line, kterou se zviditelnil jako vynikající fotograf lidí. V této práci uplatnil svůj talent pro dokumentární fotografii a výsledkem byly černobílé kompozičně výtvarné záběry. Nikola Tačevski se stal v průběhu této kampaně jedním z nejvíce vyhledávaných reklamních fotografů. V roce 2001 si jej například najala agentura Young&Rubicam na známou reklamu Fernet Stock, rok poté byl fotografem reklamy odkazující na služby operátora Juice, v roce 2003 vytvořil nepřehlédnutelné billboardy ke vstupu do Evropské unie a v letošním roce se podílel na reklamě na Ženevskou konferenci.




Nikola Tačevski / reklama ČSA, 2005 /

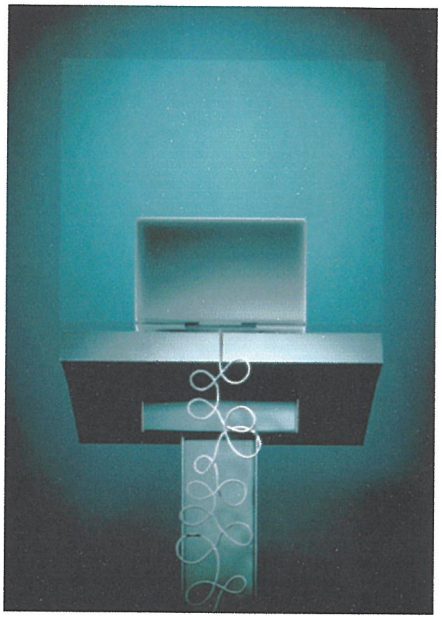
Nikola Tačevski přerušil v roce 2003 na čas s Darkem Kurkou (Votrubou) spolupráci a se svým bratrem Goranem založil společnost Tačevski s.r.o, ale již koncem roku 2004 se vrátil do Daibenu a navázal tak na předchozí úspěšné zastupování. Ke své práci v současné době používá stále častěji negativní materiály, které následně scanuje a věnuje se jejich další úpravě. I přes vysokou kvalitu mnoha zakázek, které realizoval, u něj převládá pocit, že se česká reklama vyznačuje nedostatkem kreativnosti, a to ne v důsledku nedostatku dobrých art direktorů, ale spíše přístupem klientů k reklamě samotné.

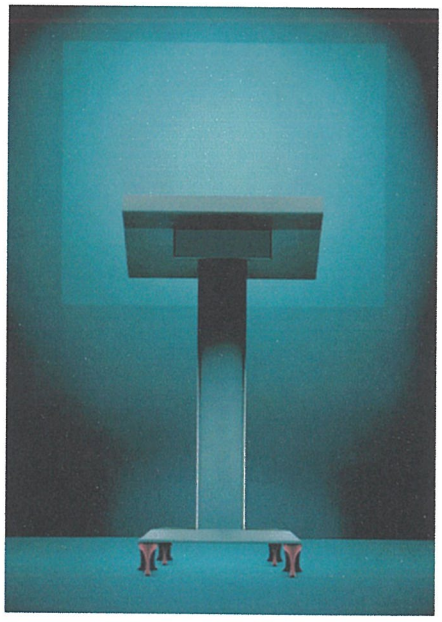
Bývá pravidelně zván do poroty na udílení českých cen Louskáček (soutěže vyhlašované Art directors clubem a oceňující každoročně nejlepší reklamní práce), několikrát byl touto cenou odměněn a ceny za reklamní fotografii získal i na festivalech reklamy v Cannes a Portoroži.

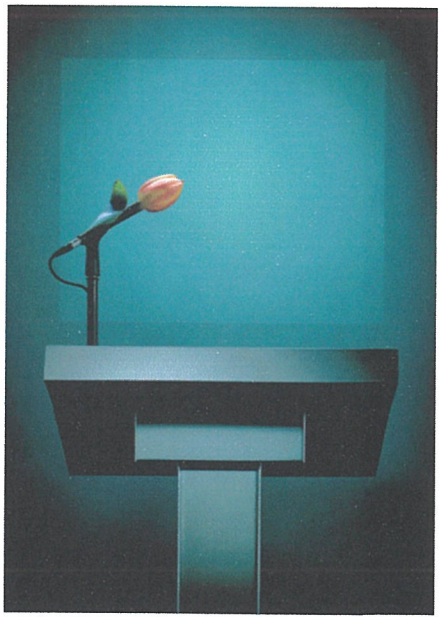
Ve své volné tvorbě se věnuje nadále

černobílému sociálnímu dokumentu. V roce 1997 vznikl jeho cyklus fotografií ze záhřebského ústavu pro nevidomé děti, od roku 1998 pracuje na dokumentárních snímcích o romské zpěvačce Věře Bílé, v Anglii fotografoval v roce 2000 život vězňů v lancasterské věznici a v roce 2002 nasnímal na střední formát dokument o workshopu další romské zpěvačky Idy Kelarové.

Za své vzory považuje Irvinga Penna, Josefa Sudka a Nadava Kandera.







Nikola Tačevski / reklama WLC, 2005 /

**Klienti:**
Allianz, Austria banka, Becherovka, Bílá pastelka, Compaq, Contactel, Česká spořitelna, Český Telecom, ČEZ, ČSA, ČSOB, Expres Radio, Fernet, Fiat, Gambrinus, Chesterfield, J&B Whiskey Int., Jacobs, Juice, Komerční banka, Kooperativa, Marlboro, Ministerstvo zahraničí, Muzeum mučení, Naše dítě, Nescafe, Oskar, Paegas, Phillip Morris, Pickwick, Pilsner Urquell, Radegast, Raiffeisenbank, Smirnoff Ice, Sony, Top Topic, Veet, Vitana, Eurotel, World on line, Živnostenská banka,

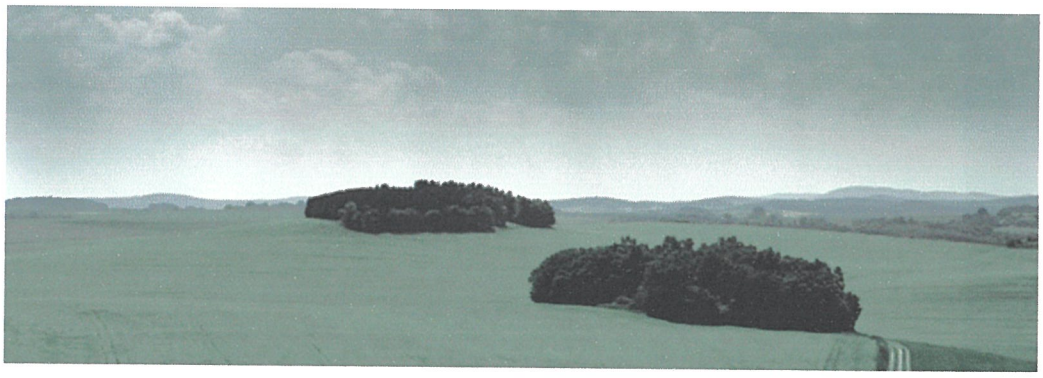
**Agentury:**
Ark Thompson London, Zero, Ledoborec, Leo Burnett, Mark/BBDO, Young&Rubicam, Euro RSCG, McCann Ericsson, Grey Praha, Lowe-GGK, BBDO Záhřeb, Grey Záhřeb, S.C.P.F. Barcelona

**Ocenění:**
2003 Portorož, kampaň Muzeum mučení
2003 Stříbrný lev, Cannes, kampaň Muzeum mučení
2004 Louskáček, kampaň Linka bezpečí
2004 Louskáček, kampaň Francouzský filmový festival
2004 Louskáček, kampaň Muzeum mučení

## Nikola Tačevski / volné portfolio /

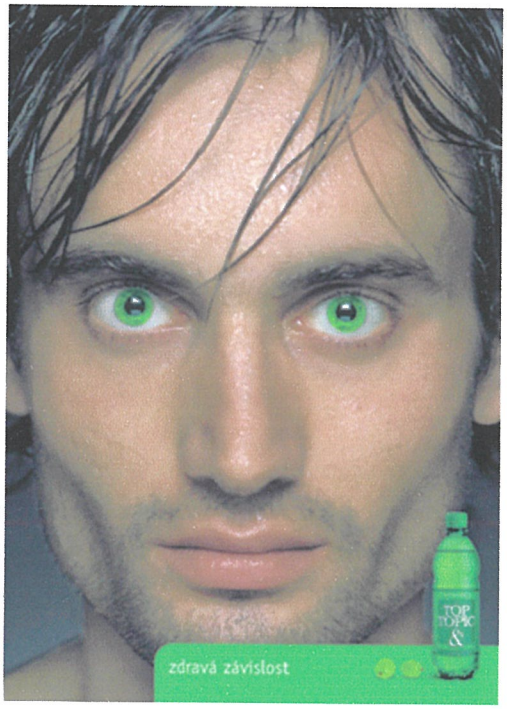








## / Tomáš Třeštík 5. 3. 1978, Praha /




Tomáš Třeštík / reklama Top Topic, 2003 /

K fotografům mladší generace zastupovaným agenturou Daiben patří Tomáš Třeštík, specializující se výhradně na fotografie lidí.

Po studiu gymnázia v Praze (1993-1997), kdy ve školním časopise vydával své první portrétní a reportážní snímky a tak prohloubil svůj zájem o fotografii, začíná vytvářet černobílé dokumentární booklety se záznamy života svých nejbližších přátel. Vzorem jsou mu fotografie Bohdana Holomíčka a Michala Hladíka, který v té době spolupracuje s matkou Tomáše Třeštíka - režisérkou Helenou Třeštíkovou - na fotoskách z natáčení filmů a pomáhá Tomášovi při jeho fotografických začátcích.

V roce 1998 je přijat na FAMU a během studií se v druhém ročníku dostává k fotografování při natáčení studentských filmů a poté je osloven agenturou Stillking films k dokumentaci reklamních spotů. Dlouhodobá a oboustranně uspokojivá spolupráce s filmovou produkcí znamená pro Tomáše Třeštíka získání řady profesních kontaktů, seznámení s filmovým stylem svícení a především neocenitelnou praxi při focení lidí. Při těchto

zakázkách, charakteristických určitou volností, rozvíjel Tomáš Třeštík svůj osobitý styl a zároveň začal určovat směr vlastní specializace.

Slušně placená práce mu umožnila zakoupení zábleskových světel Hensel a středoformátového fotoaparátu Mamayia, kterým začíná fotit ateliérové portréty a připravuje se na kariéru reklamního fotografa. Po rozhovorech s přáteli z fotografických kruhů se odklání od dokumentární fotografie jako od směru možného profesního zaměření s vědomím, že by mu jen těžko umožnila dostatek finančního zabezpečení pro další tvorbu. V zahraničních i domácích časopisech a publikacích sleduje současné trendy, za největší zdroj inspirace přijímá aktuální videoklipy, začíná pracovat na vlastním portfoliu. Fotí titulní strany pro časopisy, vznikají jeho první menší reklamní zakázky, nadále spolupracuje s filmovými produkcemi Stillking films a Dawson. Produkční ze Stillkingu, Petra Ondřejková, mu nabízí komerční zastupování, ale přes pracovní vytíženost ho nakonec seznamuje s Darkem Kurkou (Votrubou), který po odchodu bratrů Tačevských začíná Tomáše Třeštíka na základě portfolia zastupovat. Přispěla k tomu i publikace "Osobnosti současné české reklamní a módní fotografie", kterou Tomáš Třeštík roku 2002 ve spolupráci s Adolfem Zikou vydává a vstupuje jí do podvědomí odborné fotografické veřejnosti. Následné zastupování Darkem Kurkou (Votrubou) je tedy výsledkem cílevědomé práce a zároveň naplněním jasné představy dalšího vývoje.







Tomáš Třeštík / kampaň Frisco, 2005 /

Nově vzniklý agenturní fotoateliér v Braníku nabízí Tomášovi

Třeštíkovi dostatek možností k rozšíření a aktualizování vlastního portfolia, k čemuž je jako i ostatní fotografové Daibenu svým agentem také veden.

Bezproblémová komunikativnost, pracovitost a schopnost zpracování daného layoutu z něj v krátké době činí jednoho z nejobsazovanějších fotografů agentury. Pracuje na kampaních pro ČSOB, Top Topic, Gambrinus a Eurotel, po jejichž zdárném nafocení ho oslovují další a další klienti. Realizuje zakázku pro Contactel, Emirates, Odol a Volkswagen.

V práci pro klienta Frisco využívá svých zkušeností z volné tvorby a flashuje do dlouhých časů, ale ve většině zakázek se drží klasicky zavedené praxe reklamních agentur - nasnímání daného motivu vycházejícího z layoutu na diapozitiv, a to bez větších kreativních zásahů. Tomáš Třeštík zdlouhavě nepřemýšlí nad kreativitou dané zakázky, jak sám říká: "Na reklamní fotce mně spíše baví disciplína, než pak výsledky." Reklamu bere jako řemeslo, které se snaží co nejpoctivěji reprezentovat a v neposlední řadě jako zdroj příjmu pro svoji vlastní tvorbu. Neexperimentuje s dostupnými materiály a nehledá přes ně možnost výtvarného vyjádření, jako je to například v případě Jiřího Turka. Je však potřeba se zmínit, že tento přístup mu současná reklamní fotografie



Tomáš Třeštík / kampaň Volkswagen, 2002 /

ve většině realizovaných zakázek ani neumožňuje.

V současné době dokončuje magisterské studium umělecké fotografie na pražské FAMU a uvažuje o rozšíření své vlastní tvorby o módní fotografie. Ke středoformátovému fotoaparátu přikoupil digitální Canon DCS a část zakázek realizuje na přání klienta digitální cestou. O následnou postprodukci (retuše, počítačová úprava snímků) se v jeho případě stará grafička Daibenu Monika Zahem.



Tomáš Třeštík / kampaň Volkswagen, 2003 /

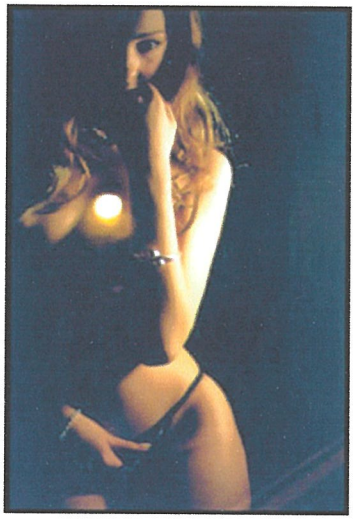
**Klienti:**
ČSOB , Top Topic, Gambrinus, Eurotel, Frisco, Metaxa, Odol, Žena a život, Volkswagen, Contactel, Emirates, Český Telecom, UAMK Stillking, Timbuktoo

**Agentury:**
TBWA, DDB, Ledoborec, White advertising, Ogilvy, Rust2, BBDO, Euro RSCG, Leo Burnett, Mc Cann Ericsson, Man on the Moon, Stillking Films

**Časopisy:**
Cinema, Instinkt, Týden, Reflex

**Autorské výstavy:**
2005 Tři z Famu, Galerie Opera, Ostrava
2004 Fotobienale Moskva
2003 Fotoplus, Praha

# Tomáš Třeštík / volné portfolio /







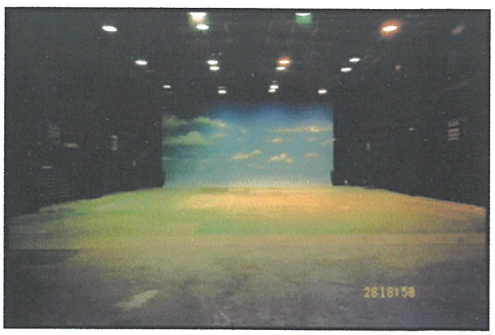




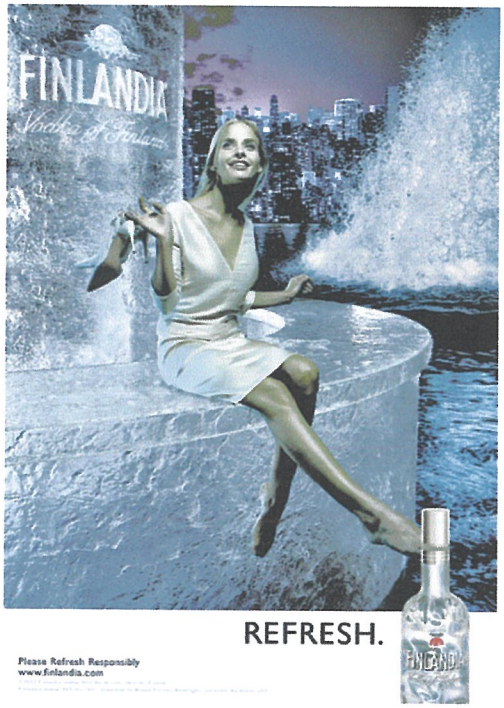








## / Jiří Turek 3. 5. 1965, Praha /



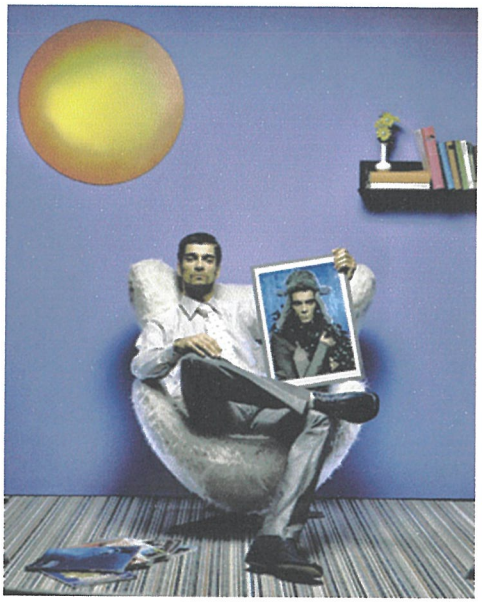

Jiří Turek / kampaň Finlandia, 2003 /

Fotografem, kterého charakterizuje neustálá potřeba hledat nové způsoby výtvarného vyjádření ve vlastní tvorbě, je Jiří Turek. Fotografickou produkční agenturou Daiben byl zastoupen pouze půl roku, ale během této krátké doby se podílel na realizaci zakázek, které měly na jeho kariérní dráhu nemalý vliv.

Do podvědomí se Jiřímu Turkovi dostává fotografie již v dětství. Jak jeho otec, tak jeho děd byli fotoamatéři, od své rodiny dostal první fotoaparát a začal jím pořizovat své první amatérské snímky. Po absolvování Akademického gymnázia ve Štěpánské ulici v Praze nastoupil na stavební fakultu ČVUT a opět se u něj objevil větší zájem o fotografii. Ten se prolínal se zájmem o hudbu a Jiří Turek se současně věnoval hraní na bicí a fotografování hudebních skupin.

V roce 1987 začala jeho trvalá spolupráce se samizdaty Rock noviny a Rock Revue a zájem o reportážní a portrétní fotografii ho téhož roku přivedl ke studiu na Institutu tvůrčí fotografie, které však z finančních důvodů ukončil.

Jiří Turek se však nadále vytrvale věnoval fotografii a v roce



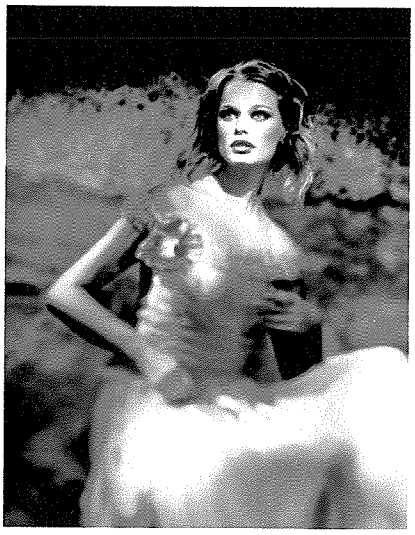


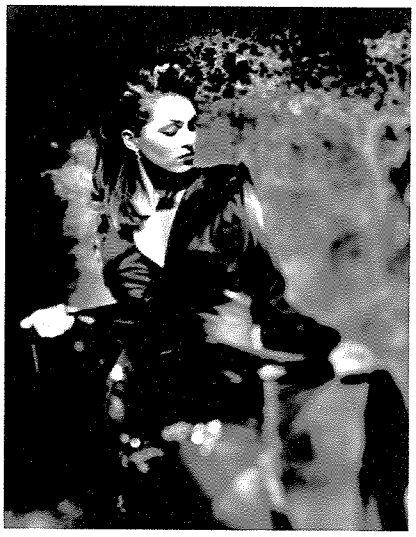
Jiří Turek / kampaň T-mobile, Click, 2001 /

1990 nastoupil jako fotograf do studentského časopisu Zrcadlo, ve kterém se opět zabýval reportážní a portrétní fotografií. Ke slovu se v jeho práci dostával barevný fotomateriál. Na popud svého otce se Jiří Turek v roce 1990 přihlásil do konkurzu agentury Mafra, který vyhrál a byl přijat jako reportážní fotograf. Nabídl se mu tak přístup ke kvalitnímu vybavení, dostatek prostoru ke zveřejnění snímků a především na české poměry takřka neomezené množství fotomateriálu. Jiří Turek těchto možností se zájmem využil a v porevoluční době neexponovával denně kolem 15 filmů (Uprchlický tábor, Odchod sovětských vojáků, Válečná zóna Bosny a Hercegoviny, Cesty Václava Havla po světě).

Nebyl by to ale Jiří Turek, kdyby zůstal pouze u reportážní fotografie a neměl nutkání tento žánr překročit. Když v roce 1993 vznikl Magazín Mladé fronty Dnes, začínal se v něm prosazovat jako portrétní fotograf. Učil se za pochodu pracovat s různým barevným fotomateriálem, poznával možnosti vyvolávacích procesů, filtrací. Studoval odborné publikace, hledal svoji cestu k realizaci vlastních představ o portrétu, využíval nejdostupnějších možností přisvěcování (halogenové bodovky, kancelářská světla). Později přešel z kinofilmového Canonu na sadu Pentaxů 6×7, využíval Polaroidů a začal fotografovat v nově vzniklém ateliéru OF dnes, který mu poskytl základní světelný park.

Jeho cesta k seberealizaci však ani zde nekončila. Jiří Turek si zakoupil vlastní flashová světla Visatec a svůj zájem o umělecký portrét přesunul do exteriérů a interiérů mimo redakční ateliér. Přišla doba dalšího experimentování s materiálem a světlem. Jiří Turek







Jiří Turek / fashion editorial, Elle /

hledal nový posun v barevné fotografii a o to častěji používá jak světelné, tak objektivové filtry. Snažil se potlačit výraznou barevnost výsledné fotografie a především neexponovat snímek tak, aby odpovídal přesně jeho představě a vyhnul se tak hledání konečného výsledku až v pozitivním fotografickém procesu. Stejně citlivě se snažil vystihnout i portrétovanou osobnost a vyhnout se tak jednoduchým klišé. V roce 1993 se stal načas obrazovým redaktorem magazínu Mladé fronty a pracoval na novém stylu tohoto úspěšného časopisu.

Stále větší specializace na portrétní fotografii a odklon od dokumentu přivedly Jiřího Turka v roce 1995 ke spolupráci s měsíčníky Xantypa a Cinema. Obě tato periodika mají svůj specifický přístup k zadávání fotografické práce a obě Jiřímu Turkovi nabídla dostatek prostoru pro vlastní invenci a volný přístup při realizaci zakázky. Jeho fotografie jsou poté otiskovány vedle fotografií Bohdana Holomíčka, Karla Cudlína, Davida Krause, Dušana Šimánka, Vladimíra Fymana či Ivana Pinkavy.

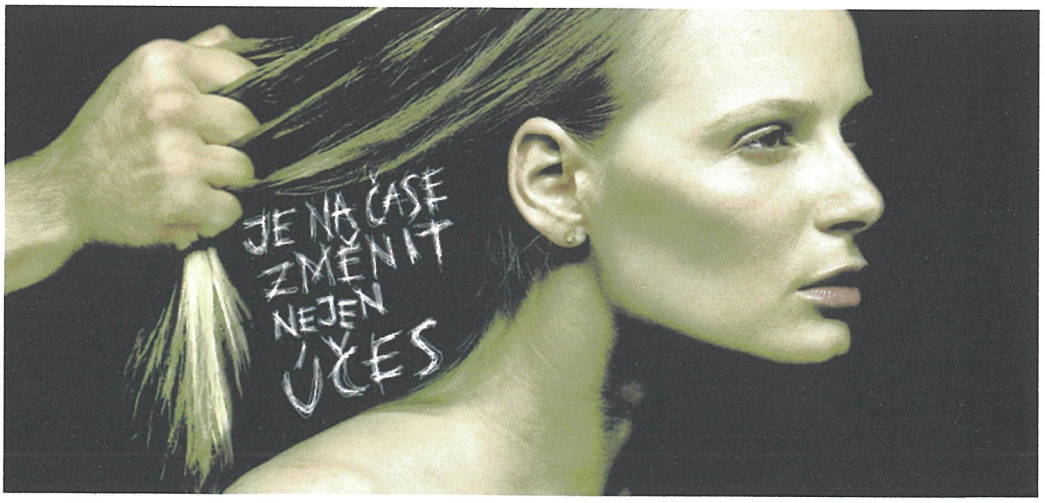
V roce 1996 byl Jiří Turek osloven módní návrhářkou Tatianou Kovaříkovou k nafocení kolekce jejích modelů a o 3 roky později spolu s Emilem Bratršovským a Zdeno Sokolem vystavuji v pražském Rock Café volné fotografie módy pro Moniku Drápalovou a Tatianu Kovaříkovou. V portfoliu Jiřího Turka se tak začaly objevovat výrazně výtvarné módní fotografie a již od roku 2000 byl Jiří Turek oslovován českými mutacemi časopisů ELLE, Quo, Marianne

a Premiere. Přes počáteční focení portrétů k rozhovorům se postupně propracoval jako jeden z prvních českých fotografů k módním editorialům a titulním stranám. Obecně zavedená praxe byla do té doby ve znamení zadávání podobné práce zahraničním fotografům. Opět se dostaly ke slovu filtry, kombinace denního, filmového a zábleskového osvětlení, přibývá počítačová úprava snímku a jako výsledný produkt scanovaný polaroid nasnímaný hand Sinarem.

Přes své úspěchy v módní a portrétní fotografii se Jiří Turek dostal k jedné ze svých prvních reklamních zakázek - kampani na nápoj Fanta pro agenturu Lintas. Krátce byl zastupován produkcí Money penny a pod jejich vedením vytvořil spolu s Emilem Bratršovským roku 1999 sérii vynikajících fotografií pro kalendář firmy Paegas. Celá tato zakázka byla realizována jako volná práce cross - procesem.

Potřeba profesionálního zastupování při prezentaci portfolia a dojednávání zakázek vedla Jiřího Turka v roce 2001 k oslovení Darka Kurky (Votruby) a domluvení půlroční zkušební spolupráce. Jeho agenturou byl však v té době také zastupován Goran Tačevski a podstatná část kreativních zakázek většinou připadla jemu. Pod produkcí Daibenu však Jiří Turek fotografoval výraznou kampaň Paegas Click od agentury Red Cell a bylo mu v ní umožněno uplatnění vlastních nápadů a technických dovedností. I přes následující zakázky Jiří Turek z Daibenu odešel a s jasnou představou, co od svého budoucího zastupujícího agenta může vyžadovat, byl krátkou dobu zastupován Lindou Povolnou ze Sirenafilmu a fotografoval reklamní kampaně pro ČSOB a T-Mobile.

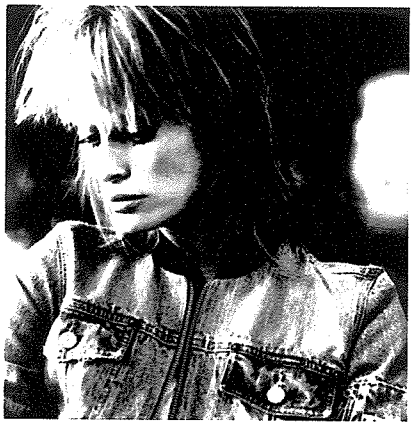
Počátkem roku 2002 bylo manželce Jiřího Turka nabídnuto zaměstnání pro Českou republiku v USA, což pro něj znamenalo




Jiří Turek / kampaň Linka bezpečí, 2002 /

postupné odmítání menších zakázek a věnování se přípravě na pobyt v zahraničí. Ve Spojených státech se věnuje rozšíření svého portfolia a jeho módní fotografie jsou otiskovány v tamějších časopisech. Ze zámoří se zúčastňuje českého tendru na celosvětovou kampaň vodky Finnlandia a tu zastupován nově vzniknou produkční agenturou Colorbox vyhrává. Od roku 2002 také vyučuje na Institutu tvůrčí fotografie v Opavě.

Od roku 2004 je v České republice zastupován Zuzanou Sedlákovou a její agenturou 4D photo, se kterou se podílel na kampaních pro Českou spořitelnu, Eurotel a knihkupectví Kanzelsberger. Pokračuje ve spolupráci s vydavatelstvím Hachette Filipacchi a nově s časopisem Instinkt.









Jiří Turek / fashion editorial, Zink Magazine /

**Klienti:**
Finlandia vodka, T- Mobil, Eurotel, Whiskas, GM Opel, Philips Morris, Armani, Fanta, Česká spořitelna, Noring Records, Hyrouki Taku , Carlsberg, Columbia Sony Music, Warner Music, Universal Music, ČSOB, Kanselsberger,

**Agentury:**
Euro RSCG N.Y, McCann Ericsson. N.Y, BBDO Londýn, Red Cell ,Ledoborec, Lintas

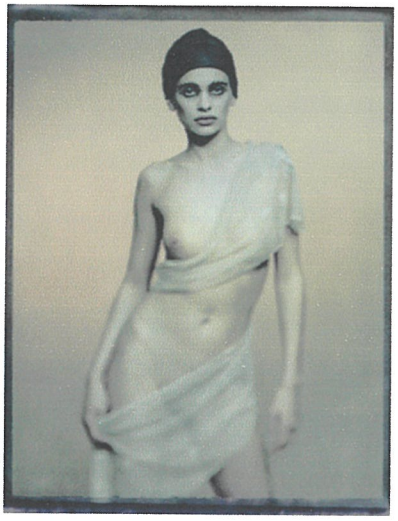
**Časopisy:**
ELLE, Magazín MF Dnes, Cinema, Premiere, Blok, Zink, Oyster, Fluid NYC, Quo, Mariance, Instinkt,

**Autorské výstavy:**
2002 Tri deci, Rock Cafe, Praha
2001 Tri deci, Rock Cafe, Praha
2000 Tri deci, Rock Cafe, Praha
1999 Tri deci, Rock Cafe, Praha
1991 Vdyť je to jen Rock & Roll, České Budějovice
1989 Vdyť je to jen Rock & Roll, Týn nad Vltavou

**Ocenění:**
2001 Louskáček, 1 cena, kampaň T-Mobil Click
1998 Czech Press Photo, 1 cena umění
1999 Czech Press Photo, 1 cena umění

# Jiří Turek / volné portfollo /













## / Závěr /

Motivací k napsaní této práce mi byla rozmanitost fotografické a produkční agentury Daiben. Různorodost lidských osudů, životních cest a přání těch, kteří své jméno s touto společností spojili.

U fotografů Darkem Kurkou zastupovaných také odlišnost stylu práce a osobitost úhlu pohledu jak na komerční fotografii tak na vlastní volnou tvorbu. Pod hlavičkou Daibenu se však dnes skrývá už příliš mnoho informací a podstatných dat a ne všechny se mi podařilo v jejich plné šíři zaznamenat. Jde tu především o nejrůznější ocenění fotografů za komerční tvorbu, o přehled jejich výstav, uvedení v publikacích a další podrobnější údaje. Zdrojem a inspirací k jejich získání a textu samotnému mi byly osobní rozhovory s členy agentury a internetové odkazy. Málokterý fotograf věnující se především komerční fotografii však svá profesní data schraňuje a nebylo tedy v mých silách práci dokončit podle původní představy.

## / Seznam použité literatury /

1. Birgus, V., Vojtěchovský, M.,: Jistoty a hledání v České fotografii 90.let, katalog k výstavě, KANT, Praha 1993
2. Kroutvor, J., : Dynastie / Ivan Pinkava, ERM, Praha 1999
3. Balajka, P., Birgus,V., Dufek, A., Hlaváč, L., Hruška, M., Scheufler, P., Šolc, L.,: Encyklopedie českých a slovenských fotografů, ASCO, Praha 1993
4. Třeštík, T.,: Osobnosti reklamní a módní fotografie, ATEMI, sro, Praha 2002
5. Birgus, V., Scheufler, P.,: Fotografie v českých zemích 1839-1999, GRADA PUBLISHING, Praha 1999
6. Horázný, J.,: Jiří Turek, bakalářská diplomová práce, Slezská univerzita FPF ITF, Opava 2002
7. Kochová, S., : Současné trendy v české módní fotografii, bakalářská diplomová práce, Slezská univerzita FPF ITF, Opava 2002
8. Veselý, T., : Fotografové v současné české reklamě, magisterská diplomová práce, Slezská univerzita FPF ITF, Opava 2003

## / Seznam internetových odkazů /

Aktualizován k 20. 9. 2005

www.daiben.cz
www.karelsteiner
www.januszszyndler.com
www.ondrej.hosek.com
www.tacevskinikola.com
www.tacevski.cz
www.ivanpinkava.com
www.s2photo.cz
www.tomastrestik.com
www.subin.cz
www.ph-print.com
www.paddyeck.com
www.musilek.com
www.andywhale.com
www.timosullivan.co.uk
www.andreas-heumann.com
www.sarahlanerepresents.com
www.davidedmundsrepresents.com
www.reneradka.com
www.richard-cooke.com
www.jeancazals.net

www.jwsphoto.com
www.chrisoverton.com
www.a4avenger.com
www.jiriturek.com
www.minimaxfilms.cz
www.markkuphoto.com
www.russellporcas.com
www.parsons-paris.pair.com
www.bodografie.de
www.adc-czech.cz


ZLÍNSKÁ
FOTOGRAFICKÁ
ŠKOLA





