

Přepis rozhovoru s Marií Tomanovou

Jako první bych se vás chtěla zeptat, zda byste mi mohla popsat, jak probíhá vaše příprava na fotografování editoriálu? Například i kdo přijde s konceptem? Jsou vám předloženy nebo jste tvůrcem vy?

Tam záleží vždycky projekt od projektu. Vy říkáte editoriál, ale já přemýšlím, že někdy fotím známého člověka, takže je to o tom člověku, ale pořád je na něm samozřejmě nějaké oblečení, takže je to editoriál, ale zaměření je na tu osobnost. Je to vlastně trochu jiné než klasický editoriál s modelkou, který je hlavně o tom oblečení a nejde tak moc o tvář toho člověka, protože to není celebrita. Nebo může ještě jít o zakázku, která je komerční a tam je to ještě něco úplně jiného, protože tam je klient, který vše diktuje a je mnohem méně kreativní svobody. Když si ale řeknu editoriál, tak se jedná o focení pro časopis s módou.

Funguje to tak, že se mi ozve editor z časopisu a navrhne, jakou známou osobnost by chtěli fotit. Pak je na mě vymyslet koncept, toho jak by to mohlo vypadat. Já se velmi často držím toho, co mě baví a zajímá. Což je ve stylu mojí práce. Nic extra stylizovaného, vlastně tak trochu improvizace na místě s člověkem, který je na fotografiích a od toho se to celé tak nějak odvíjí.

Vy jste s nabídkami kontaktována již sama? V New Yorku je jistě obrovská konkurence, takže mě zajímá, jestli fotografové obíhají redakce nebo jsou spíše kontaktováni oni sami konkrétními redakcemi?

Ted' v dnešní době to funguje tak, že mě kontaktuje časopis, který má návrh, že chtějí fotit tohoto a tohoto člověka na obálku nebo nějakou story. Fotí se strašně dopředu. To, co já fotím, vychází třeba až za měsíc a půl nebo dva, někdy mnohem mnohem později. Oni mají „internal knowledge“ (interní informace pozn. překlad). Oni ví, kdo vychází s novým filmem. Někomu vyjde nová kniha. Někdo má nové cedéčko, Vzhledem k tomu, že já pracuji hodně s portrétem, tak fotím známé lidi, kteří mají nějaké projekty.

Takže vy se zaměřuje hlavně na osobu?

Docela jo, ale vždy je tam móda. Já bych řekla, že propojuje (módní fotografie pozn.) silně klasický portrét, módu a umění. Jsou to tři sféry, které se v dnešní fotografii hodně prolínají.

Cítíte se nějak kreativně omezována komerčností v módní fotografii?

Ne moc ne. Já moc ne.

Jaký má průběh samotné focení editoriału? Jací lidé se tam pohybují?

Záleží opět projekt od projektu. Dejme tomu, třeba poslední dva editoriały, které jsem fotila, byly klasické případy. Byla tam celebrita a poté tam byli lidé z jejího PR týmu a record labelu asi další 3 nebo 4 lidi, kteří ji tam reprezentují, protože je to velmi mladá holka. Jsem tam pak samozřejmě já jako fotograf. Já mám na tom celém place hlavní slovo. Pak je tam člověk na vlasy, na make-up, potom samozřejmě stylistka, který tam má asistenta. Ten (stylista) pracuje interně v rámci magazínu. Jednalo se o velký magazín, takže mají svůj vlastní interní tým. Pak tam je ještě editor, který mi tenhle job navrhl, zda bych o něj neměla zájem a nechtěla ho nafotit. Ten tam je celou dobu. Potom tam je ještě produkce, což byli dva další lidi, kteří se starají o celé zařizování lokací, papírování, vše možné okolo. Přišla se tam ještě editor in chief, což vlastně nevím, jak se tomu říká česky? Jak se říká editor in chief?

Šéfredaktorka?

Jo, šéfredaktorka. Tak se tam přišla podívat šéfredaktorka, protože tohle focení bylo pro obálku, takže je to pro časopis big deal.

Takže na tomto focení bylo dejme tomu?

Dejme tomu 13-14 lidí, což je malé focení. Vlastně je to takový malý interní tým. Tvořili jsme fotky a video. Focení, které jsem měla asi den předtím, bylo pro jiný časopis a šlo o pár fotek, které potřebují do nadcházejícího čísla. Byl to vlastně úplně jiný druh focení, protože tam jsem si já sama dělala casting. Sama jsem si vybrala lokace, kde chci fotit a celé to obstarala sama. Byla jsem jenom v kontaktu s editorem z toho časopisu a pak jsem to sama nafotila bez asistenta. Jenom já, malej foťák, ten člověk, kterého jsem fotila a fashion (móda pozn. překl.), kterou mi poslali domů. Tu (módu pozn.) jsem tam vzala s sebou a bylo to za 5 hodin nafoceny. Takže takové jsou různé variace. Minulý týden jsem fotila v LA kampaň pro Nike a tam bylo asi 60 lidí na setu.

A jak dlouho zabírá příprava na takovéto projekty?

Focení té zpěvačky, co jsem fotila v tom loftu v Soho, kde nás bylo asi 14, tak mi jeden den zavolali, dva dny na to jsme koukali na lokace. Na to jsme si potvrdili data a čas a pak se fotilo. Měli jsme čtyři hodiny. Focení celebrit je velmi krátké.

Focení v LA pro Nike jsme plánovali asi dva týdny. To je samozřejmě větší produkce s tím, že je tam mnohem větší tým. Jde do toho mnohem více kontroly, protože je to velká korporace, takže tam je samozřejmě strašně moc levelů, kterými musí člověk projít, aby ten projekt byl schválený a prošel. Ale vždycky jsem měla štěstí, že pracuji se skvělými lidmi a skvělými týmy, takže pro mě je to o těch lidech. Je to o týmu.

Probíhá tedy předtím nějaký brainstorming?

Ano meetingy, hodně meetingů. Předtím hovory a spousta různých treatments, kde jsou inspirační obrázky, jak to má vypadat, co přesně se musí nafotit a třeba u tohoto konkrétního focení do toho jde člověk přesně s tím, co se po něm chce, aby bylo nafoceno, takže vlastně míněno například: musíme to nafotit zespodu, touhle tou čočkou, aby to byl širší záběr. Máme dopředu vyznačené přesné lokace, v průběhu toho desetihodinového dne, kde se musíme objevit, kde máme co nafotit, koho v jakém outfitu, vše je do posledního detailu naplánované a vymyšlené a pracuje se na tom velmi intenzivně několik týdnů předem. Na to je třeba dalších týmů. To už nerozhodují já, to rozhoduje klient Nike, protože jsou velký klient a oni mě zaměstnávají. Největší rozdíl tohoto typu focení je v komerčnosti. Já chodím na zakázku a oni vymýšlí co chtějí, zatímco editoriál většinou není placený, kromě nějakých malých financí na produkci, takže já si tam kreativně můžu dělat co chci.

Je pro vás vaše editoriální fotografie umění? Je to diskutabilní téma. Každý má jiný postoj. Například Helmut Newton tvrdil, že jeho práce není umění. Naopak Peter Lindberg říkal, že módní fotografové nahradí malíře. Obě tvrzení jsou svým způsobem polarizovaná. Zajímalo by mě jak se k tomu, ale stavíte vy? Vystavila byste svou módní fotografii třeba v galerii?

No, případ od případu a jak co bych řekla. To, co jsem fotila pro Nike, bych v životě do galerie nedala, protože to je opravdu práce na zakázku. Pro mě to nemá určitou hloubku, která je v té práci potřeba, aby to bylo umění a aby to dávalo nějaký širší smysl.

Na druhou stranu třeba v mé druhé knize *New York New York* je spousta fotek, které jsem fotila na různé editoriály a nebyly publikované v rámci daných editoriálů. To ale nebyl komerční job. Takže komerční joby ne. Za mě to umění není. Je to práce a je to opravdu velmi kolektivní. Takže ne, ale třeba focení pro New York Magazine, který jsem dělala v roce 2019 a bylo hodně rozsáhlé. Fotila jsem strašně moc. Byl to velký projekt a fotila jsem vše sama. Nebyl tam extra styling. Samozřejmě posílali oblečení, ale nebylo to, že jsem pracovala s dalšími deseti lidmi. Spousta mých editoriálů jsou založené na tom, že mě osloví magazíny,

abych fotila to, co fotím ve svojí volné tvorbě a tím pádem fotím svým stylem a do mé volné tvorby se to pak jednoduše prolíná. V rámci tohoto... Ale když jsou to velké joby na zakázku velkých klientů, tak tam ne. Je to opravdu něco jiného a za umění to nepovažuji.

Vzala byste i zakázku, ve které se nějakým způsobem kreativně nevidíte?

Jasný určitě! Každý potřebuje práci. Je to práce. Živit se. Já jsem typ člověka, který se povyšuje na nějaký lepší horší joby. Když je zajímavý klient, беру práci. Určitě jo.

A je práce, kterou byste nevezala?

Asi záleží. Nevím. Zatím ne. Zatím se mi hrnuly samé zajímavé zakázky.

Řekla byste, že vaše volná tvorba má větší váhu než ta komerční?

Jo. Určitě jo. Volná tvorba je to, kde si já realizuji to, co já chci a kde můžu nějakým způsobem komunikovat a vlastně být kreativní. Což v editorialech samozřejmě také. V komerčních zakázkách také, ale na jiné úrovni. V editorialech je ale také spousta kreativity. Volná tvorba je v něčem ještě svobodnější a pro mě určitě výstavy a knížky a projekty, na kterých pracuji dlouhodobě, mají mnohem větší váhu než ty módní projekty, protože ty se všechny dějí tak rychle. V módním světě člověk dostane nabídku, druhý týden je to hotový a třetí týden je to venku. Takže je to úplně jiný proces, než když člověk tvoří dlouhodobě a přemýšlí nad tím. A jakým způsobem to pak tvaruje a prezentuje. Třeba v knize nebo výstavě.

Do žádné své publikace byste svou komerční tvorbu tedy nezařadila?

Co se týče editoriálů, tak některé fotky z různých editoriálních projektů se objevily na výstavách i v knihách. Ale co se týče komerčních zakázek a focení celebrit, tak to moc ne. Vlastně to ještě probíhá stylem, že když člověk fotí někoho známého, tak s nimi podepisují papír, že fotky bez jejich svolení nemohou být nijak jinak použity.

Co vás vedlo k vycestování do Ameriky a jakým způsobem jste se zde etablovala jako fotografka?

Do Ameriky jsem odjela, protože jsem po škole nevěděla co dělat. Vystudovala jsem malbu a učit jsem jít nechtěla, takže tam moc jiných možností nebylo. Tak jsem si říkala, že odjet a ani nevím proč Amerika. Nikdy to nebyl můj sen, odjet do Ameriky, ale z nějakého důvodu jsem jela do Ameriky. Občas se stane takové intuitivní rozhodnutí. V ten moment si člověk jenom řekne, že něco zkusí a uvidí, jak to dopadne. A vliv to na nás má pak obrovský, aniž by to člověk v ten moment nutně kdy věděl nebo rozeznal. Odjela jsem pár měsíců po tom,

co jsem dokončila magistra a myslela jsem, že budu v Americe třeba půl roku a bylo to nakonec doteď. Odjela jsem do Severní Karolíny jako Au-pair. To byla jediná cesta jak jsem věděla, jak se do Ameriky dostat, protože jsem tam neměla žádnou rodinu ani známé. Rok sem tam bydlela. Pak jsem bydlela v Upstate New York dva roky a pak se přestěhovala do města, zůstala tady a začala fotit, protože jsem viděla výstavu Francescy Woodman, fotografky, která mě moc oslovila a říkala jsem si, proč jsem nikdy nezkusila fotku. Tak jsem se zapsala na hodiny fotografie. Zjistila jsem, že mě to strašně baví, a tak jsem začala.

A mohla byste nějak přiblížit tamější fotografickou scénu?

No...

Jde to vůbec nějakým způsobem charakterizovat?

V dnešní době v New Yorku je každý fotograf, každý je model nebo modelka, každý má agenta a takhle bych to asi řekla. Konkurence je obrovská. Každý v dnešní době fotí. Ale jsou tady ti klasičtí OG fotografové, jako Ryan McGinley, Nejen Goldin... Tihle všichni tady v New Yorku jsou a nějakým způsobem se tu objevují a tvoří. Spousta lidí mé generace a pak spousta mladých lidí. Nejvíce to sleduji na Instagramu. New York je strašně velký. Tady člověk nenarazí na ty lidi tak často. Není to tak koncentrovaný. V Downtownu na Manhattanu jsou samozřejmě akce, který si člověk vychytá a potká stejné lidi znovu a znovu, protože je to malý rybník, když se člověk pohybuje v určitých místech. Myslím si, že fotografická scéna je zde hodně hodně diverzní. Hodně veliká. Strašně moc lidí fotí módu nebo lidi.

Má na to vliv tamější umělecká scéna?

Myslím si, že s uměleckou fotografií je to horší, než to je s módní fotografií. Je spousta skvělých mladých, starších fotografů. Fakt spousta lidí, kteří fotí módu. Není tu tak moc umělecké fotografie, kterou bych viděla. Fotka není ještě pořád tak ceněna jako malba nebo instalace, socha a tak dále.

A myslíte si, že má umělecká scéna vyloženě nějaký vliv i na módní fotografii? Jsou tam nějaké společné trendy nebo tendence?

Myslím si, že to jde ruku v ruce, co se týče módy a umění. Móda se vždy inspiruje uměním. Více než umění módou. Ale tendence... Myslím, že teď všichni sledujeme, že to je o tom fotit takové raw (syrové pozn.překlad) fotografie na film a není to moc stylizovaný. Není

žádný super glam... Ale to se vše bude zase měnit. Jde to ve vlnách. Vše jde ve vlnách i styly, a to v rámci umění i v módě. Všichni říkají, že to tak v umění není, ale taky je to trendy.