



CLONOVÉ ČÍSLO JEDEN JE IDEÁLNE, JEDINEČNÉ, DOKONALÉ, PRVOTNÉ. SÚČASNE JE TO Z TECHNICKÉHO HLADISKA NIEČO TAKMER NEMOŽNÉ, ALEBO LEN S VEĽKÝMI KOMPROMISMI, ŤAŽKO REALIZOVATEĽNÉ RIEŠENIE. SÚ TIETO SLOVÁ O VYSNÍVANEJ A DLHO NEDOSIAHNUTEĽNEJ OPTIKE, ALEBO O PRACOVNOM ŠTÝLE MATÚŠA BENCEHO? NECHÁVAM NA ZVÁŽENIE.



MATÚŠ BENCE

Toto je autor, do ktorého výstavných siení vstupujeme každodenne. Vernisáže jeho nových vizuálov v reklamných kampaniach vidáme za výdatnej a paralelnej podpory všetkých médií. Z toho vyplýva, že by sme ho mali všetci poznať. O to skôr, že je nositeľom prestížneho ocenenia, slovenského reklamného Oscara - ocenenia Filip za kreatívny prínos...

Aj pre mňa bolo stretnutie s týmto pánom, mimochodom kamarátom môjho syna, premiérou. Na prvý pohľad by sa mohlo zdať, že týmto autorom akoby trochu vybočujeme z konceptu. Zdanie však tentoraz nadzovku klame. Matúš nielen skvele fotí, ale vytvára reklamné vizuály ako kompozície z jednotlivých, dobre premyslených záberov, ktoré vo výsledku pôsobia realisticky a dôveryhodne. Jeden podstatný detail ich všetky spája. Normálnymi fotografickými postupmi by pravdepodobne nikdy nevznikli. Úsilie dosiahnuť perfektný výsledok, by to bolo porovnateľné so stavbou a cenou objektívu so svetelnosťou $f=1$.

Vladimír Y.

MATÚŠ V KOCKE

1981 - narodený v Banskej Bystrici

1999 - 2003

- štúdium na Fakulte humanitných vied Univerzity Mateja Bela v BB (Slovenský jazyk a literatúra & Výtvarná výchova)

2004 - presťahovaný do Bratislavy, pracuje ako grafický dizajnér a neskôr art director v reklamných agentúrach Wiktor Leo Burnett, Komplot Advertising, MUW Saatchi & Saatchi

2011 - s Vandou Belákovou založil štúdio MatusBence.com, ktoré sa špecializuje na tvorbu reklamných vizuálov (komplexné vizuálne riešenia, reklamná a produktová fotografia, high-end postprodukcia a retuš, kreatívne 3D/CGI) a ktorému sa naplno venuje dodnes

2015 - cena Filip od ADC za kreatívny počin roka

V súčasnosti spolupracuje s najlepšimi reklamnými agentúrami na Slovensku a pre klientov ako O₂, Telekom, Orange, Tatra banka, Raiffeisen banka, Pilsner Urquell, Zlatý Bažant, Šariš, Volkswagen, Fashion TV, Eset, Slovnaft, Satur, Hubert a mnoho ďalších.

S láskavou podporou spoločnosti

Canon

VÁŽENÍ PRIATELIA! ŠTASTNÝM RIADENÍM OSUDU MÁM TÚ ČESŤ JA, VLADIMÍR YURKOVIC, PREDSTAVIŤ VÁM POSTUPNE 12 PROFESIONÁLOV VO SVOJOM ODBORE. AKO UŽ Z NÁZVU VYPLÝVA, PÓJDE O FOTOGRAFOV, KTORÝCH SPÁJA NAJMÁ TO, ŽE MAJÚ CELÝ SVOJ PROFESNÝ ŽIVOT SPOJENÝ PRIMÁRNE S FOTENÍM A ROBIA TO NADMIERU ÚSPEŠNE. IDE O ĽUDÍ Z OBOCH BREHOV RIEKY MORAVY, KTORÝCH SOM MAL TÚ ČESŤ SPOZNAŤ POČAS SVOJEJ KARIÉRY A KTORÝCH PRÁCU REŠPEKTUJEM. ZA POMOC PRI SPOVEDANÍ TÝCHTO MAJSTROV SVOJHO REMESLA ĎAKUJEM VLADAVI SLIVKOVI. TEŠÍ MA, ŽE SOM VĎAKA JEHO ROZHOVOROM MOHOL BYŤ NA CHVÍĽU S NIMI A DOZVEDEL SA O NICH NIEČO NOVÉ. PRAJEM VÁM PRÍJEMNÝ VIZUÁLNY AJ ČITATEĽSKÝ ZÁŽITOK!

MOJA VOĽBA:

Vyberám niečo z Matúšovej vlastnej tvorby. Nieže by ma prepadal dáky pesimizmus, ale to šumenie na obrazovke má veľmi silný a nesmierne aktuálny náboj. Treba sa pripraviť na chvíľu, kedy to tak už bude na všetkých kanáloch... Myslím, že je najvyšší čas sústrediť sa na to, čo je v poličkách okolo telky.

Matúš Bence:
Old People Project,
2013



antalis ^{EM}
Just ask Antalis

Tlač seriálu foto|grafik|um No. 02_2018 je realizovaná na papieri Olin Regular Cream 150 g/m² od Antalis, a.s.

A black and white portrait of a man with a beard and mustache, looking slightly to the left. He is wearing a dark jacket and a watch on his left wrist. The lighting is dramatic, highlighting his facial features. The background is dark and out of focus.

MATÚŠ BENCE | MOJE ZADANIA SA OBVYKLE NEDAJÚ
NORMÁLNE NAFOTIŤ.

Q09

DEVÄŤ OTÁZOK MATÚŠ BENCE

1

PREDSTAV SA NÁM TROMA VETAMI...

Som Matúš, žijí ma reklamná fotografia, občas hrávam ako DJ experimentálnu hudbu, New York je moje mesto, rád kreslím a miešam doma drinky, čuch je môj najslabší zmysel a všade si všímam, ako sa svetlo odráža od rôznych materiálov a premýšlam nad tým, ako by som to dokázal nasimulovať v 3D softvéri.

2

ČO JE TO DOBRÁ FOTOGRAFIA?

Kritériá sa asi menia pre každý typ fotografie, inak vnímam fotografiu v galérii, inak reklamnú fotku. Pre mňa je „dobrá“ fotka taká, ktorá sklbi dokopy správny mix vizuálneho trendu, skvelého technického prevedenia, konceptu, momentu, nápadu a dokáže vo mne vzbudiť nejakú emóciu, baví ma alebo prekvapí. Alebo našťve. Ja mám rád aj „zlé“ fotky!

3

TVOJA RADA ZAČÍNAJÚCEMU FOTOGRAFOVI?

Všímať si detaily, drobnosti, javy a súvislosti medzi nimi. Technika je dôležitá, ale netreba ju preceňovať. Univerzálna rada neexistuje, každý sa k svojmu cieľu môže snažiť dostať inou cestou. A na tej ceste môže toho objaviť a objavovať nekonečne veľa.

4

MÁŠ SVOJE RITUÁLY PRI FOTENÍ?

Veľa kreslím. Snažím sa vždy mať všetko premyslené, ale zároveň sa viem na seba spoľahnúť aj pri určitej miere improvizácie, takže pred fotením nemávam stres. Iba občas z ľudí (haha) - keď robím s niekým prvýkrát, ale to je skôr o akejsi zvedavosti - najdôležitejšia je pre mňa na svete totiž pohoda, klud a dobrý vibe, a podľa toho si aj vyberám ľudí, s ktorými spolupracujem. Mám rád, keď je fotenie zábava, akokoľvek je náročné. V priebehu fotenia si dám aj 10 káv, 4 sa mi podarí vypíť, zvyšných 6 väčšinou ostane nedotknutých a odložených na rôznych miestach v ateliéri. Niekedy od sústredenia zabudnem jesť, takže deň v ateliéri zavřím nejakou epickou večerou.

5

NAJBIZARNEJŠIA ZÁKAZKA?

Raz ma oslovila agentúra s už hotoovou fotografiou od iného fotografa, na ktorej bol muž od hlavy po päty olepený kúskami mokrého záchodového papiera a chceli odo mňa, aby som všetok ten papier retušou odstránil. Trvalo mi to celý deň, ale podarilo sa.

Reklamná fotografia, ktorej sa komerčne venujem, je ale predurčená na chytnie bizarných zákaziek! Väčšinou ma oslovujú so zadaniami, ktoré majú nejaký háčik - buď vizuálny alebo technický (nedajú sa normálne jednoducho odfotiť). Pri mojej práci

je fotografia často len časťou finálneho obrazu, robím preto veľa s 3D grafikou, montážami, náročnou postprodukciami. Preto ma len tak ľahko niečo nezaskočí a ak áno - teším sa z toho, lebo je to výzva - mám veľmi rád tú fázu, kedy musím vymýšľať a hľadať spôsob, ako urobiť niečo, čo sa za normálnych okolností javí ako technicky nemožné. Na rozdiel od fotografov, ktorí sa venujú viacmenej jednej téme či štýlu, pre mňa je každý projekt úplne odlišný, a preto ma to baví.

Veľmi rad fotím napríklad nápoje - je to veľmi špecifický druh produktovej fotografie, málokto si uvedomuje, aký dlhý a zložitý proces fotenia a postprodukcie je napríklad za jednou fotkou pivového pohára s vyšplechnutou penou, chrumkavým orosením a vírom tancujúcich bubliniek zmrazených v čase, a to všetko v super obrazovom rozlíšení.

6

TVOJA SRDCOVÁ FOTOGRAFIA?

Ja mám celý život takú vlastnosť, že veľmi nelpiem na veciach z minulosti, aspoň nie v takom sentimentálnom zmysle, nezabúdam na ne, ale vždy sa snažím explorať niečo nové. Preto nikdy neviem pomenovať obľúbenú pesničku, obraz, fotografiu. Buď poviem, že žiadna, alebo by som potreboval 30 strán.







Grape Festival - 2017



Zlatý Bažant - 2013



Wilsonic - 2013



Tatra banka Cymatics - 2015



Manhattan - 2014



Editoriál s Melisou - 2015

7

FOTOGRAF, KTORÉHO TY OBDIVUJEŠ?

Moje fascinácie sú väčšinou sezónnou záležitosťou a aj keď vedia intenzívne zasiahnuť, časom začnem inklinovať zase k niečomu inému. Viem však s určitosťou povedať, kedy ma fotografie zasiahli naposledy. V berlínskej C/O gallery nedávno skončila retrospektívna výstava Joela Meyerowitza s názvom „Why color?“. Meyerowitz je známy najmä ako street fotograf, vyrastal a žil v Bronxe 40 rokov a veľká časť jeho tvorby sa venuje pouličnému New Yorku (moje srdcové mesto a miesto). Veľa experimentoval s farbou, technikami, to všetko so sugestívnym citom pre detail. Muž kráčajúci s pudlom v náručí, zbierka portrétov ryšavých ľudí, ruiny padnutých dvojčiek. Ten dôraz na farebnosť situácií a schopnosť jeho pohotovej reakcie sú fascinujúce.

8

JE NEJAKÁ VYSNÍVANÁ FOTOGRAFIA, KTORÚ SI EŠTE NENAFOTIL?

Mnoho! Ja stále bojujem s časom - a snažím sa popri komerčných projektoch robiť aj na svojich vlastných autorských. Ale baví ma venovať sa veľa rôznym veciam aj v rôznych iných oblastiach, a tak často skáčem z jednej veci na druhú a potom mám pocit, že nič nestíham robiť poriadne.

9

NAJBLIŽŠIA VÝZVA?

Momentálne som zavalený prácou, takže tie najbližšie výzvy súvisia

s reklamnými kampaniami, ale tento rok by som strašne chcel dať road-trip naprieč Európou, snažím sa veľa cestovať a uvedomil som si, že by som mal „svoj“ kontinent spoznať lepšie. Chcem sa naučiť lepšie pracovať so svetlom. A chcem začať hrať na banjo!



PRÍBEH FOTOGRAFIE

Jedno z tých zadaní, ktoré majú všetko, čo ma na reklamnej fotke baví. Agentúra chcela predstaviť novú kartu Tatra banky, na ktorej bola operná speváčka. Vymysleli koncept, ako preniesť speváčkin hlas do vizuálu - pomocou technológie kymatiky (vizualizácia zvukov/frekvencií pomocou materiálov - farby, prachu, atď.).

Prípravou sme strávili asi týždeň, spolupracoval som pri tom s chalanom, ktorý študoval mastering a zvukovú techniku v Holandsku. Ten naprogramoval vlastný softvér a postavil špeciálny hardvér, ktorý umožnil v reálnom čase meniť speváčkin hlas z mikrofónu na špecifické zvukové frekvencie, ktoré potom rozvibrovali membránu, na ktorej boli kvapky farieb a tie „explodovali“. Pri takomto fotení chce človek mať všetko vopred odskúšané, keďže do hry vstupuje extrémne veľa faktorov. Museli sme riešiť viacero problémov. Experimentovali sme s rôznymi výkonnými reproduktormi, nakoniec sme hodinu pred fotením išli kúpiť ešte o trochu výkonnejší reproduktor. Veľký faktor bol aj hustota farieb, ich množstvo, konzistencia. Samotný jav, výšplechnutie farby, trvá strašne krátko, je to zlomok sekundy, a farby sa hýbu tak rýchlo, že

bežný čas záblesku štúdiových svetiel nestačí na zmrazenie pohybu - čiže sme museli „hacknúť“ technicky aj fotosvetlá (pred pár rokmi ešte bežne neboli dostupné highspeed fotoblesky, teraz už také mám). Trvalo dlho, kým sa nám podarilo zosynchronizovať všetky elementy tak, aby sme dosiahli žiadúci efekt. Aj ateliér sme slušne „vymalovali“.

Samotné fotenie však už bolo veľmi zábavné, bolo milé sledovať, ako sa celá Cvernovka rozozvučala hlasom Adriany Kučerovej, a zvedaví ľudia sa chodili pozerať, či počúvať. Podobný vizuál by sa možno dal vytvoriť/nafejkovať aj jednoduchšie, ale my sme cítili veľké zadostučenie, že sa nám to podarilo „naozaj“, celý systém fungoval v reálnom čase bez akýchkoľvek trikov, je z toho aj zaujímavé making of video.

A výsledná fotografia sa potom ocitla na špeciálnej edícii platobnej karty TB.

ZNAČKA FOTOAPARÁTU
CANON EOS 5DS R
CANON EOS 5D MARK III
CANON EOS 3000
FUJI X100S
OBJEKTÍVY CANON A SIGMA

STUDIO EQUIPMENT
SVETLÁ PROFOTO D2,
PROFOTO B1 A ĎALŠIE
VYBAVENIE OD ZNAČIEK
PROFOTO, ELINCHROM,
MANFROTTO, AVENGER, GITZO

**POSTPRODUKČIA
& COMPOSITING HW & SW**
APPLE MACBOOK PRO
ADOBE CREATIVE SUITE

techQ