

Martin Kalda

Grafickému designu se věnuje profesionálně od roku 1998. Prošel několika agenturami a v současné době pracuje jako Art Director pro společnost Advertures. Mimo design se věnuje psaní článků ať už pro online (Design portál, Grafika.cz, Interval, Lupa) či klasická média (Lidové noviny, Red Hot). Je členem Art Directors Club Czech Republic a držitelem několika ocenění (Golden Drum, Louskáček, iReklama). V roce 2005 založil server DesignPortal.cz, o který se nyní stará z pozice šéfredaktora. Jeho portfolio shlédnete na www.kalda.cz.

Jaká byla tvoje cesta ke grafickému designu?

Asi ve třetáku na výšce jsem sehnal brigádu v internetovém obchodě Shop.cz, to byl rok asi 1997 a Shop.cz byl jedním z prvních internetových obchodů. Já tam zpočátku fungoval něco jako „doplňovač zboží“. Shop.cz tehdy provozovala firma Inet, která se zabývala tvorbou stránek a pracovala tam taková grafická esa jako Mishka, Monkey nebo Teac. Takže od

nich jsem asi to řemeslo trochu nasál a časem jsem dostal možnost vytvořit i pár bannerů. To už jsem měl naivní pocit, že Photoshop dokonale ovládám a začal jsem si hledat studio, kde bych dostal více příležitostí...

Jakou máš zkušenost s prací v tuzemských reklamních agenturách?

Záleží jestli myslíš klasickou full service reklamní agenturu anebo agenturu specializu-



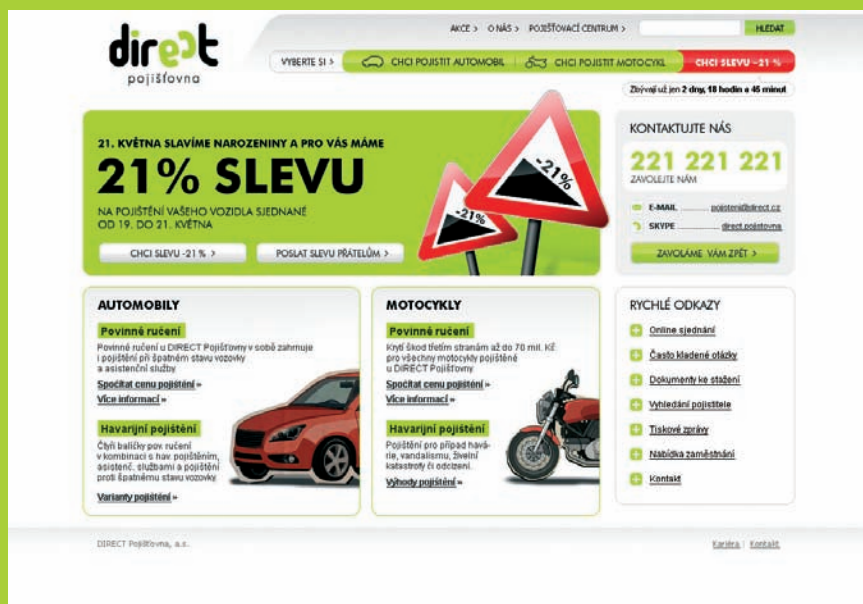
jící se na internet. Prošel jsem si obojí a rozdíl jsou opravdu markantní. U klasických reklamek je stále vidět nedostatek know-how a lidí, kteří o internetu něco vědí. Ve světě už je to jinak, na reklamních festivalech si odváží hlavní ceny v kategorii Interactive i klasické reklamky. Přestože se o internetu stále mluví jako o médiu budoucnosti, tak její klasické reklamky u nás trochu přehlížejí. Má to souvislost i s objemem peněz, který klienti do internetového marketingu investují. Přece jen televize a tisk jsou stále někde jinde.

Premýšlíte opět o práci na volné noze? Co ti agentura nabízí a práce na volné noze nikoliv?

Měl jsem možnost vyzkoušet si práci jak v agentuře tak na volné noze, snad tedy můžu srovnávat. Myslím, že práce v agentuře či studiu je nutnou podmínkou pro dobré fungování na volné noze. Bez rozsáhlé sítě kontaktů a zkušeností načerpaných v agenturách se na volné noze žije těžko. Jednoznačnou výhodou agentury je, že se člověk nemusí starat o provozní věci, ale může se plně soustředit na práci. Pokud jste dopoledne sekretářka, odpoledne grafik a večer účetní, tak to značně ubírá na výkonu. Výhodou práce v agentuře je také možnost práce na větších projektech s větší zodpovědností. Jako freelancer se k takové práci máš šanci dostat jen přes agenturu, a ta si tě často najímá pouze k vyřešení dílčího úkolu. Do celé strategie máš z pozice externisty malou šanci více zasáhnout, zvláště pokud neplatíš za eso v oboru. Teď to vypadá, že preferuji práci v agentuře, ale tak jednoznačně není. Práce na volné noze ti dá více svobody, zakázky můžeš odmítnat a vyděláš si pravděpodobně i více peněz než v agentuře. Na každý pád myslím, že práce na volné noze je pro grafika vhodná pokud patří mezi špičku v oboru.

Pokud bys mi měl ze své tvorby ukázat jedinou práci, která by to byla a proč? :-)

Těžká otázka. To je jakoby ses matky zeptal, který dítě má nejraději. :-). Vážím si práce na oficiálních stránkách pro Českou republiku (www.czech.cz). Probíhala tam nekonečná jednání s Ministerstvem zahraničních věcí a Sidez, ale svůj koncept jsme si nakonec dokázali obhájit. O tom, že jsme nešlápli vedle,



svědčí ocenění v soutěžích, pochvaly, které chodí z celého světa a několikanásobné zvýšení návštěvnosti.

Mezi další zajímavé projekty by určitě patřily věci pro České radiokomunikace, MasterCard, Vichy či Nokii. Zajímavá je i práce pro Tesco, pro které, mimo hlavní web, čas od času realizujeme mikrostránky či hru, kde nám nechávají trochu volnější ruce.

Jaký je tvůj pohled na český trh očima designéra?

Pokud bych hodnotil design celkově, tak myslím, že na tom Česká republika není vůbec špatně. Pokud bych se ale měl držet svého řešení, tedy grafického designu pro nová média, pak už bych takový optimista nebyl. Evergreenem je stěžovat si na klienty, kterým se vycítá malá odvaha k realizaci nápadů kreativců. Bohužel pravda je taková, že jim často svoje nápady nedokážeme odprezentovat v takové podobě, abychom je pro náš nápad získali. Klientům jde primárně o zisk a pokud jim svůj nápad nedokážete odprezentovat reálnými přírůsky, je předem ztracen.

Určitě jsi měl již řadu možností pracovat v zahraničí. Uvažuješ o práci v cizině?

Chuť určitě byla a je, ale nakonec mě to vždycky nějak minulo a naskytl se něco zajímavějšího v Čechách. Po výšce jsem na dálku pracoval pro agenturu v USA. Poté jsem nastoupil do firmy, která pracovala pro německé klienty, a měl jsem odjet do Mnichovské pobočky. Nakonec jsem se ale různými klikkami přes další reklamku dostal k Advertures, kde pracuji dodnes. Teď s malým dítětem se už o přestěhování rozhoduje hůře, ale nikdy neříkám nikdy, možná bych někdy v budoucnu ještě nějakou krátkodobější zkušenost uvítal. Na druhou stranu se v Čechách dost často setkávám s tím, že si lidé už předem sedají na zadek z cizinců, kteří spíše než svojí práci oslňují adresami svých přechodných pobytů. To, že někdo pracoval v Londýně, z něj opravdu ještě nedělá grafika. Stejně jako u nás, jsou ve světě lidé šikovní a ti méně nadaní. Hodnotit je třeba vždy jen podle odvedené práce.

Jaký byl podnět pro vznik Design portálu?

Velice jednoduchý a určitě to jako grafik znáš ze své zkušenosti. Při práci jsem se setkával a setkávám s velkou spoustou zajímavých informací, které jsem si nechtěl nechávat pro sebe. Byl rok 2003 a moc stránek, které by se věnovaly grafickému designu nebylo, tak jsem začal psát blog. Po pár měsících jsem zjistil, že ty moje zápisky mají slušnou návštěvnost a o informace je zájem. Tak jsem se rozhodl dát tomu nějakou obecnější formu, která by byla přístupná více lidem.

Koncem roku 2005 jsme spolu s tehdejšími kolegy Pavlem Mužíkem (www.berusky.cz) založili Design portál. V současné době máme návštěvnost kolem 1500 lidí denně a kolem dvacítky občasných či pravidelných příspěvo-



vatelů a to vše prakticky bez jakékoli reklamy či propagace. O rostoucím významu svědčí také naše mediální partnerství (Architecture Week, Filmový festival Sokolov) či citace v České televizi.

Kam chceš DP směřovat do budoucna?

Směr je jasný, více interaktivity mezi čtenáři. V tom cítím velký dluh, který je dán i tím, že



Design portál dělám jako svoji „bokovku“ při práci a nemám tolik času, kolik by portál o designu vyžadoval. Diskuze ke článkům a diskuzní dórům bude doufám na světě už ve chvíli, kdy budete držet nový Font v ruce a další funkce budou brzy přibývat.



Jistě máš své zdroje a způsoby inspirace. Mohl bys nám je přiblížit?

Hrozně rád čtu odpovědi designérů na to, co je inspiruje. Sám jsem na to asi ještě nepřišel. Dokážu tvořit, když jsem v naprosté pohodě i když jsem jsem naštvanej. Ať mám klid, kolem mluví lidi anebo mám ve sluchátkách naplno muziku, všechno jedno. Když to jde, tak to jde, a když to nejde, tak se zvednu a jdu dělat něco jiného. :-). Důležitý je sledovat trendy, což mi dobře umožňuje práce pro Design portál, ale ještě důležitější je nenechat se tím příliš ovlivňovat a zůstat svůj.

Jakého projektu či typu zakázky by ses v budoucnu rád zúčastnil – a co profesní růst?

Dělat zajímavé věci pro velké klienty je asi snem každého grafika. Já si jej splnil díky práci pro Advertures, včetně možnosti vést svůj tým a přinášet do zakázky nové myšlenky, které se netýkají jen grafiky. V budoucnu bych se rád zúčastnil projektu, který více propojí online s offline světem, možnosti k tomu už jsou, škoda, že si je jich tak málo klientů uvědomuje. Co se znalostí týče, tak zdokonalení v postprodukci videa je pro tuto chvíli mým nejbližším úkolem.

Jakub Krčmář, whitwa.net