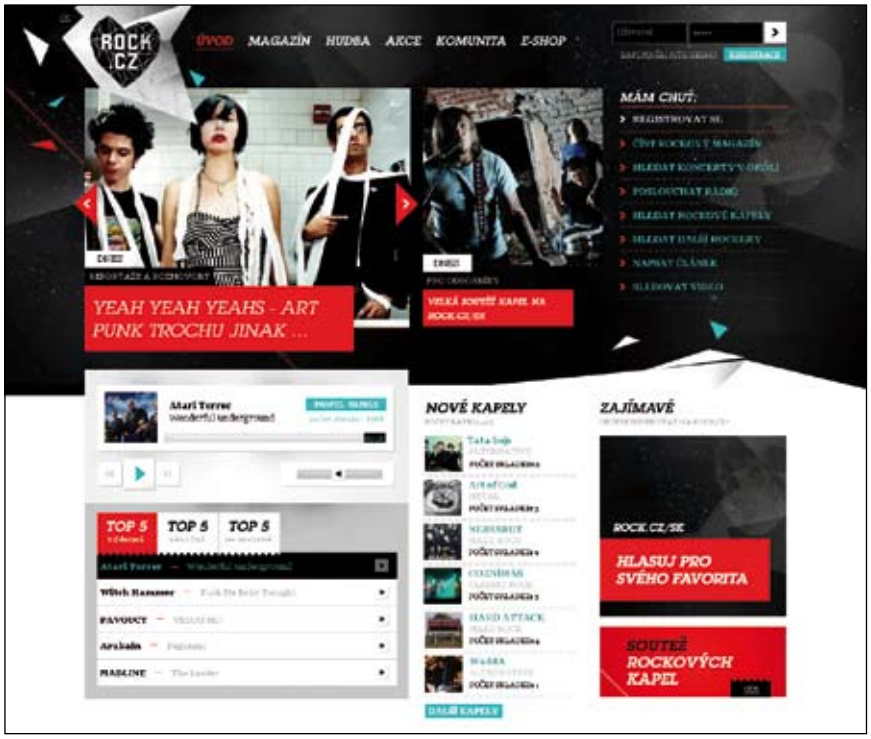
Martin Pospíšil

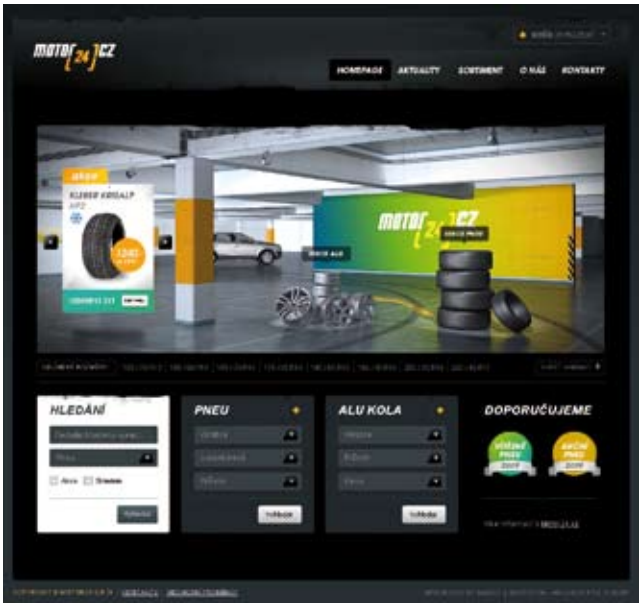
23letý webdesignér a zakladatel zlínské internetové agentury Madeo se k tvorbě webu se dostal v 11 letech díky vychovateli na internátě ve Vídni. Více informací na www.madeo.cz.

Jaká byla tvoje cesta k tvorbě webových prezentací a grafice obecně?
V dětství jsme se s rodiči několikrát stěhovali. Často jsem kvůli tomu měnil školu, měl jsem možnost žít rok ve Švýcarsku a od šesté třídy studovat čtyři roky ve Vídni. Ve všech těchto případech jsem měl pocit, že úplně nezapadám do prostředí. Ve Švýcarsku jsem byl „klukem z Československa", když jsem se vrátil do ČR, byl jsem „ten Švýcar". To se opakovalo i v případě studia v Rakousku a následně třeba i na Baťovce na grafickém designu, kde mě určitě nikdo nepovažoval za správného „arťáka". Myslím si, že to docela úzce souvisí i s webdesignem, protože tam taky balancuješ mezi prací technickou (programátorskou), prací kreativní a v mém případě tak trošku i obchodně-manažerskou. Proto mi toto prostředí vyhovuje a strašně mě baví.
K webu jsem se dostal díky našemu vychovateli na internátě ve Vídni Albertu Weichselbraunovi, který dnes působí jako profesor na TU Wien. Už je to asi 12 let zpátky, co jsem se začal zajímat o počítače (tj. uměl jsem změnit velikost písma ve Wordu) a Albert se mě a kamaráda z Maďarska rozhodl naučit během dvou let základy HTML, programování nebo administraci serverů běžících na Linuxu. Vtipné je, že až s odstupem času jsem pomaličku začal chápat některé úkoly, které jsme tehdy plnili přesně podle jeho instrukcí. Ničemu jsme nerozuměli, ale strašně nás to bavilo.
Po návratu z Vídně do Česka jsem se chtěl webu dále věnovat a přesvědčil jsem Katku a Michala z tehdy vznikajícího studia PeckaDesign, aby mi dali šanci pracovat u nich přes letní prázdniny. Tam jsem se vyprofiloval spíše jako tvůrce designu a technické řešení šlo stranou. Časem jsem začal více freelancovat a navázal jsem spolupráci s většími agenturami (např. WDF nebo Internet Projekt). S tím se objevily i první „mimowebové" poptávky na tvorbu loga.
Ke grafickému designu jsem se dostal přes počítače a tím pádem jsem se nikdy nenaučil pořádně kreslit, batikovat, vyšívat, modelovat z hlíny nebo jaké jsou dnes běžné starty mnoha budoucích grafiků :).



Momentálně vedeš vlastní internetovou agenturu Madeo. Jakou máte historii a kolik vás je?
Historii madea lze rozdělit na dvě období. Doménu madeo.cz jsem jako studentík jazykového gymnázia registroval kolem roku 2005, protože jsem chtěl nějakým způsobem zastřešit práci pro okruh klientů, pro které jsem vytvářel weby jako jednotlivec. Měl jsem tehdy pocit, že bude lepší nespojovat práci přímo s mým jménem. Zní to jako klišé, ale od začátku jsem měl jasno v tom, že madeo bude usilovat o kvalitu, nikoliv kvantitu. Internet se rozvíjí neuvěřitelně rychle a bez specializace na konkrétní činnost při vývoji webu a tedy i týmu lidí, kde každý perfektně ovládá svůj díl práce, je velice těžké kvality dosáhnout. Já si vybral práci designéra. Druhé období probíhá asi od začátku tohoto roku, kdy jsme se přestěhovali do nových kanceláří a já dokončil prezenční studium grafiky. Souvisí s tím i posílení týmu, který dnes společně s vývojovým oddělením portálu rock.cz/sk tvoří šest interních a tři externí pracovníci.

Nedávno jste spustili hudební portál Rock.cz. Můžeš nám tento projekt přiblížit?
Rock.cz je zatím největší webová služba, na které jsem měl možnost se podílet. Duchovním otcem projektu je můj otec Michal Pospíšil aka Mike Poss (www.mikeposs.com). Před několika lety se nám podařilo výhodně odkoupit doménu rock.cz a s určitým časovým odstupem mně i otci začalo být líto, že není využívána. Nejsme spokojeni se současným stavem české hudební scény, kde sice existují tisíce talentovaných muzikantů, ale mají velmi omezené možnosti prezentace. Po vzoru



větších hudebně-komunitních serverů v zahraničí jsme se pustili do přípravy rockového portálu. Dopracovali jsme se k pravidelně aktualizovanému e-zinu, komunitní platformě a týmu 10 lidí, kteří se o chod každý den starají. Uživatel serveru má možnost publikovat vlastní články, nahrávat a sdílet fotky, navazovat kontakty s dalšími fanoušky rockové muziky. Realizace celé myšlenky by nicméně nebyla možná, kdybychom nezískali perfektního partnera, který vývoj projektu zajistil finančně.

Jak vnímáš aktuální trendy a vidíš budoucí vývoj v oblasti webdesignu? Máš v tomto oboru i nějaké své autority, jejichž výstupy sleduješ?
Není to tak dávno, co si většina lidí pod pojmem webdesignér představila člověka, který umí podtrhnout a modře obarvit text, na který lze následně kliknout. Web byl primárně určen k propojení informací. Za jeden z dnešních trendů považuji snahu oprostit se ve vhodných případech od tohoto principu a nabídnout internetovému uživateli zábavu. Na internetu se objevují hry, 3D, video, augmentovaná realita. Toto všechno jsou techniky, kterými se počítač s připojením stává plnohodnotným soupeřem televizní zábavy. Naopak samotné informace se stávají lépe dohledatelné, méně anonymní a jejich publikování na „síti" je jednodušší. Za další trend přesně na opačném konci se tedy dá považovat snaha o lepší organizaci obsahu na internetu.
Sledování novinek v oboru je pro každého „webaře" nutností. Já monitoruji především zahraniční tvorbu a za velké autority považuji tvůrce, kteří se nebojí experimentovat nebo naopak perfektně zvládají řemeslo. Patří mezi ně např. Rus Yusupov, Robert Lindström a jeho studio North Kingdom, Joe Steward z Huge Inc. a spousta dalších. Baví mě sledovat blogy internetových studií a jejich firemní kulturu.

V současné době spousta mladých lidí, kteří na střední začali s webovou grafikou, to často neúspěšně zkoušejí na umělecky zaměřených školách. Jak ty hodnotíš své nedávno dokončené bakalářské studium grafického designu na UTB?
Jde o stimulující prostředí, kde máš kolem sebe obrovské množství inspirace a podobně uvažující kolektiv. Je tu zdravá soutěživost mezi studenty a je zajímavé srovnávat různé výstupy spolužáků na jedno zadané téma. Máš možnost vyzkoušet si věci, na které v praxi nezůstává čas.
V oblasti výtvarna jsem byl až do nástupu

na VŠ samoukem, takže jsem si studiem rozšířil teoretické znalosti o umění. Na věci se naučíš dívat v kontextu a to je rozhodně pozitivum, kvůli kterému se roky strávené na škole vyplatí.

Amilocar.cz spolu s kompletním vizuálním stylem a interiéry je také tvé dílo. Jak práce na něm probíhala?
Spolupráce s osvíceným klientem, který má naprosto jasnou představu o profilování společnosti na trhu a zároveň se orientuje v oblasti e-commerce a marketingu, projekt přímo předurčuje k úspěchu.
Amilo Car je novou společností v porfoliu firem skupiny Amilo Group a v přípravě vizuálního stylu zde nebyly žádné limity, protože jsme společně s logem Amilo Car připravili i systém značek pro další divize skupiny. Jednotlivé symboly v logu navazují na charakteristický tvar budovy tvořený dvěma bloky – oba se štítem. V každém bloku sídlí jedna divize: Amilo Mobile (prodejce baterií a servis mobilních telefonů) a Amilo Car (prodejce zánovních vozů). Logo resp. identita jednotlivých divizí je dostatečně silná, aby mohla být aplikována samostatně. Symboly jsou ale tvarově provázané. To podporuje obraz silné společnosti, i když jsou jednotlivé činnosti skupiny nesourodé.
Na interiéru a exteriéru autosalónu jsme spolupracovali se dvěma studenty prostorové tvorby z FMK UTB a podařilo se nám přenést základní prvky grafické identity i do prostoru. Na tyto práce pak navázala webová prezentace a naprogramování systému pro správu objednávek.

A závěrem – jakým směrem se do budoucna hodláš posouvat? Máš nějaký konkrétní cíl?
Cílů je spousta. Byl bych rád, aby se madeo stalo synonymem pro špičkový webdesign. Co se týče blízké budoucnosti, tak s několika dalšími subjekty pracujeme na založení Zlínského internetového klastru, který by měl firmám i jednotlivcům v regionu přiblížit podnikání na webu. Budeme usilovat o navázání úzké spolupráce s univerzitou i městem. Nabízí se zde velký počet možností, jak činnost sdružení uchopit, ale primárními cíly jsou osvěta a sdílení poznatků z oboru. Já osobně bych se chtěl více věnovat módní značce Lichi fashion, kterou založila má přítelkyně a její kamáradka. Mám také spoustu úkolů a velké ambice v případě portálu rock.cz. Vše bych chtěl stihnout do konce světa v roce 2012, takže hurááááá do práce :-) Uvidíme, co nám do té doby přinese internet, který mě neustále překvapuje svými možnostmi.

Jakub Krčmář