

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

**Bakalářská práce**  
**MULTIMEDIÁLNÍ PREZENTACE FIRMY**

**Štěpán Kuczman**

**Plzeň 2016**

**Západočeská univerzita v Plzni**  
**Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara**

**Katedra výtvarného umění**

Studijní program Výtvarná umění

Studijní obor Multimediální design

Specializace Multimedia

**Bakalářská práce**

**MULTIMEDIÁLNÍ PREZENTACE FIRMY**

**Štěpán Kuczman**

Vedoucí práce: MgA. Jan Morávek

Katedra výtvarného umění

Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara

Západočeská univerzita Plzeň

**Plzeň 2016**

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2016

.....

podpis autora

<b>1 MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE</b>	<b>5</b>
<b>2 TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY</b>	<b>7</b>
2.1 Principy svobodné firmy	9
2.2 Aplikace principů v praxi	10
<b>3 CÍL PRÁCE</b>	<b>11</b>
<b>4 PROCES PŘÍPRAVY</b>	<b>12</b>
4.1 Fáze přípravy- první část	12
4.2 Fáze přípravy- druhá část	13
<b>5 PROCES TVORBY</b>	<b>15</b>
5.1 Filozofie firmy	15
5.2 Autorský záměr	16
5.3 Jméno	17
5.4 Aplikace a rozbor symbolů v projektu	17
5.4.1 Strom	17
5.4.2 Semeno	18
5.4.3 Kořeny	19
5.4.4 Kmen	20
5.4.5 Větve	20
5.4.6 Plody	20
5.5 Pracovní postup tvorby prezentace	20
5.5.1 Užité softwary a následovné postupy	21
<b>6 TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA</b>	<b>22</b>
6.1 Herní engine Unity 5	22
6.2 Možnosti enginu	23
<b>7 POPIS DÍLA</b>	<b>25</b>
<b>8 PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR</b>	<b>26</b>
<b>9 SILNÉ STRÁNKY</b>	<b>27</b>
<b>10 SLABÉ STRÁNKY</b>	<b>28</b>
<b>11 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ</b>	<b>29</b>
a) Knižní a periodická literatura	
b) Internetové zdroje	
<b>12 RESUMÉ</b>	<b>30</b>
<b>13 SEZNAM PŘÍLOH</b>	<b>32</b>

## 1 MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE

Tvorba jako taková je mi vlastní už od útlého věku dětství. Je to zkrátka proces, který je hnací silou mé osobnosti. Ať už na základě vnitřních či vnějších příčin popudů, je mou bytostnou potřebou vytvářet určité hodnoty.

Počátek cesty, jakož to výchozí bod, od kterého se vše začalo odvíjet, je už dávno minulostí. Pokusím se o menší exkurs.

Jako dítě jsem měl mimo jiné potřebu malovat, kreslit, modelovat z plastelíny nebo stavět modely. Vždy jsem byl zvědavý, jak fungují ty a ty přístroje, to bylo mimo jiné i tím, že můj děda, který se živil jako revizní technik elektrikář, stále v jednom kuse něco opravoval, montoval, měřil, letoval a tak podobně. Čas od času měl brávil s sebou k různým zákazníkům, kteří po něm chtěli vykonat nějakou revizi, předělat elektriku elektrické rozvody apod. Jindy zase sedával za počítačem a psal revizní správy. To ve mně prohloubilo fascinaci technologiemi a tvorbou k tvorbě taktéž.

Někdy na základní škole jsem dostal starší počítač. Nejdříve mě na něm lákaly jenom hry, ale pak jsem shodou okolností objevil Adobe Photoshop a tím vše začalo. Začal jsem více fotit a tak jsem šel studovat fotografii.

Fotografie mě naučila řemeslu, rozvinula v mně cit, donutila mě pozorovat okolí a přemýšlet nad tím, co a proč vytvářím. Ale vždy tu byly jisté tendence jít dál za toto medium.

Tak jsem fotografii začal brát jako výchozí medium pro další tvorbu. Klíčovým bodem mé exprese se stala manipulace obrazu. Především se jedná o digitální zpracování. Vzhledem k potenciálům, který digitální media

nabízejí a tendence kterými se dnešní doba ubírá, tradiční média dozajista pokulhávají. Od dob, kdy Jules Verne a mnoho dalších autorů psalo své romány, scifi příběhy a povídky, jsme se přehoupli do doby, kdy tyto „fantazie“ jsou naším denním chlebem.

Dnešní doba stále nemá jednoznačně ustálenou definici a generace, které v ní žijí, si navykla používat různá označení - postmoderna, křemíková revoluce, doba jedniček a nul, čtvrtá průmyslová revoluce či virtuální doba.

Jedno je ale jisté, chtě nechtě je to doba, kdy tradiční media pomalu odchází do pozadí a bude zapotřebí se s tím určitým způsobem vyrovnat.

## 2 TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY

Volba multimediální prezentace firmy nebyla zas až tak těžká, už nějaký čas jsem se rámcově multimediálním prezentacím věnoval v rámci své pracovní náplně.

Externě jsem připravoval koncepce a realizoval prezentace pro jednu společnost, která postavila svůj business model na multimediálních prezentacích pro domácí i zahraniční klienty.

Jejich systém je však založen na uzavřených platformách, které jsou rozšířeny o plug-in.

Nicméně řešení a možnosti kreativity byly do značné míry ohraničeny. Know-how, na kterém si natolik zakládají, je holubem na střeše, jelikož se na trhu pohybuje více podobných firem/společností, které nejsou možná natolik invenční ale o to více otevřenější.

Firmu, pro kterou jsem se rozhodl zpracovat prezentaci, je reklamní agentura, s kterou jsem před nějakým časem navázal spolupráci za účelem získání praxe.

Lemonade, jak se firma jmenuje, působí na trhu od roku 2005, kdy začínala jako mladá nezávislá firma kladoucí důraz na svobodu práce a rozvoj jedince uvnitř firmy. Byla založena dvěma společníky Michaelem Wagnerem a Petrem Václavkem. <sup>1</sup> „Agenturu založily poté, co odešli z manažerských postů nadnárodní reklamní agentury.“

Svojí agenturu založili na principech takzvané svobody v práci.

---

<sup>1</sup> *Svoboda jako experiment* [online]. Hospodářské noviny HN.IHNED.CZ, 2011 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/petrsc/svoboda-jako-experiment>

Tento princip byl prvně popsán v knize <sup>2</sup> „*francouzské autorky Corinne Mayerové s názvem Lenosti...bud' pozdravena! Aneb o umění a nutnosti dělat toho v práci co nejméně (2005). Stala se bestsellerem a byla přeložena do 25 světových jazyků. Tato sabotážní příručka všech zaměstnanců si vysloužila pochvalu listů Le Figaro i The Financial Times.*

*Byť byla psaná hodně na efekt, velice přesně vyjadřovala pocity lidí zaměstnaných u velkých korporací. Jejich nejsilnějším dojmem bylo, že nemá cenu se snažit jakkoli angažovat, že většinu nápadů zabije soukolí schvalování, že nemá význam konat úkoly, jichž ve výsledku firma nakonec nevyužije, jen o nich povede nekonečné porady''*

Nicméně fenomén svobodných firem poprvé uceleněji popsali americký novinář Brian M. Carney a francouzský psycholog a ekonom Isaac Getz <sup>3</sup> „v knize s příznačným názvem *Svoboda v práci* (anglicky vyšla pod názvem *Freedom, Inc.* v roce 2009, v českém překladu v roce 2012). V roce 2013 vyšla kniha špičkového odborníka na management Garyho Hamela *What Matters Now*.

Zjednodušeně řečeno platí: v klasicky řízených firmách se zaměstnanci dozvídají hlavně, „jak“ mají pracovat, ve svobodných firmách jde spíše o to, „proč“ pracovat. Když společnosti nechají zaměstnance, aby rozhodovali sami, bývá to výhodnější pro všechny“

---

<sup>2</sup> *Svoboda jako experiment* [online]. Praha: Hospodářské noviny HN.IHNED.CZ, 2011 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/petrsc/svoboda-jako-experiment>

<sup>3</sup> *Dejte zaměstnancům svobodu. Budou pracovat lépe* [online]. ekonom, 2013 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://ekonom.ihned.cz/c1-59178830-dejte-zamestnancum-svobodu-budou-pracovat-lepe>



## 2.1 Principy svobodné firmy

- <sup>4</sup>1. Smysl & vize – Když organizace a její zaměstnanci znají důvod proč jejich firma, či projekt existuje a sdílí společný směr.
2. Dialog & naslouchání - Když netrváme na jedné pravdě, ale dovedeme připustit různé úhle pohledu.
3. Fair play & důstojnost – Když se dokážeme chovat ke každému člověku férově, tj. podle jeho zásluh.
4. Transparentnost - Když myšlenky volně plynou a informace sdílíme svobodně a zodpovědně.
5. Zodpovědnost – Když je každý člověk i organizace jako celek zodpovědný jeden druhému i společnosti za své chování.
6. Jednotlivě & společně – Když jednotlivci rozumí a berou za své to, jak přispívají k dosažení společných cílů.
7. Možnost volby – Když organizace podporuje každého zaměstnance k tomu, aby se sám rozhodoval.
8. Celistvost – Když se každý jednatel i organizace jako celek drží sdílených etických a morálních principů.
9. Decentralizace – Když se moc rozprostře do všech úrovní a částí organizace.
10. Reflexe a zhodnocení – Když všichni cítí potřebu průběžné zpětné vazby, potřebu se učit z minulosti.

---

<sup>4</sup> SVOBODA V PRÁCI: HNUTÍ ZA PŘIROZENĚJŠÍ ZPŮSOB PRÁCE VE 21. STOLETÍ [online]. 2012 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.svobodavpraci.cz/svoboda-v-praci/>

<sup>5</sup>O principech svobodných firem hovoří i reportáž jenž byla uvedena na ČT24 v pořadu *Ekonomika+kariéra* (2011)

Kde je mimo jiné zastoupena i reklamní agentura Lemonade.

## 2.2 Aplikace principů v praxi

Právě položené základy těchto hodnot formovaly firmu, až se časem vyvinula v jakýsi živoucí organismus. Svým nevšedním přístupem a rodinou atmosférou se stala vzorem pro mnohé další agentury působící na našem trhu.

Lemonade pevně zakořenila i díky základům hodnot, na kterých byla budována a udržuje je dodnes. Mimo uvedené principy svobody práce to jsou i morální či etické hodnoty. Kupříkladu otázka korporací či klientů, s kterými je etické spolupracovat či nikoli.

Stalo se, že ne jeden manažer tabákové či společnosti zaměřené na lihovarný průmysl odcházel ze dveří firmy s nepořízenou. Ovšem v starších portfoliích nalezneme i spekulativnější případy. Především se však jedná o známé firmy produkující pivo. Zde však vidím jisté pochopení vzhledem ke kulturnímu a geografickému zázemí domácího trhu.

Shrnu-li to, tak důvodem volby tématu byla osobní zkušenost s tvorbou prezentací a sympatie ke konceptu firmy a jejímu fungování v praxi.

---

<sup>5</sup> *Svoboda v práci: ČT24 Ekonomika+kariéra* [online]. Praha, 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/25737389>

### 3 CÍL PRÁCE

Cílem mé práce bylo vytvořit komplexní produkt s potenciálem užití práce pro více platforem, jenž jsou a budou dostupné i za několik let poté. Hlavním kritériem bylo pokusit se vytvořit práci tak, že bude schopná obstát v prostředí, které se s postupem času vyvíjí.

Přijímá nové výzvy, lidi i klienty, zkrátka rozšiřuje své portfolio a pole působnosti.

Proto se rozhodujícím kritériem pro tuto práci stala otevřená platforma poskytující možnost nativního zpracování s důrazem na efektivní schopnost obměny či rozšíření. Cílem tedy nebyla snaha vytvořit novou korporátní identitu, webovou stránku nebo propagační video. Jako prioritu jsem si zvolil zpracovat prezentaci tak, aby interaktivní formou seznámila diváky či potenciální klienty s duchem firmy a zároveň byla inovovatelná.

Dalším cílem bylo dotknut se samotného hodnotového rámce, z kterého firma čerpá.

## **4 PROCES PŘÍPRAVY**

### **4.1 Fáze přípravy- první část**

Klíčovým bodem přípravy se stala hloubková infiltrace do firmy. K tomu jsem zvolil nejjednodušší cestu a to zápis praxe v rámci volitelných bloků, jenž jsou na fakultě umožněny. Tato zkušenost mi pomohla pootevřít dveře k další spolupráci a jako bonus vygenerovat cenné kontakty.

Právě díky nim mi bylo umožněno s firmou čas od času nadále externě spolupracovat a tím prohlubovat zkušenosti a udržovat spojení. Do fungování a chodu firmy jsem se vcelku rychle začlenil.

Po skončení školní praxe jsem se vrátil do firmy již jako stážista. Stáž trvala přibližně od konce druhého semestru do konce prvního semestru ve třetím ročníku, kdy jsem souběžně se studiem a plněním nejrůznějších povinností paralelně docházel i do firmy. Poté už nebylo vzhledem k časové náročnosti a pokročilé přípravě na závěrečné práci nadále možné ve firmě setrávat.

Během doby stáže mi bylo umožněno spolupracovat na jednotlivých projektech a kampaních, účastnit se interních porad a být přítomen i u některých jednání s klienty. Tím jsem se mnohému naučil, jak o fungování v jednotlivých týmech, tak o chodu firmy obecně, nasbíral potřebné zkušenosti a rozšířil síť kontaktů. V podstatě mě tyto všechny věci ovlivnily při volbě samotného tématu bakalářské práce.

## 4.2 Fáze přípravy- druhá část

Další fází v přípravě byl sběr dat, které bych mohl využít při tvorbě prezentace. Při tomto konání jsem čerpal z nejrůznějších materiálů. Především se jednalo o grafické podklady k jednotlivým kampaním, starších firemních identit, mediálních výstupů a jiných dat, které firma za několik posledních let vyprodukovala.

Posléze přišlo ke slovu hledání ideálního media či nástroje vhodného k tomuto účelu.

Jak už jsem popisoval v úvodní stati, měl jsem určité zkušenosti s řešením, jenž bylo postaveno start-up firmou.

Ale vzhledem k ne příliš intuitivnímu mechanismu, podle kterého se prezentace v tomto prostředí tvoří a nutnosti vlastnit licencovanou kopii aplikace, která je schopna konečný produkt zobrazit, vznikala jistá omezení. Postupem práce mi začala tato negativa docházet a bylo zapotřebí se začít ptát, zda-li to není v jistém ohledu sisyfófská práce.

Zde je nutno říct, že jsem nebyl firmou osloven k zpracování prezentace. Firmou, tedy jejími autoritami, mi bylo dovoleno shromažďovat data, komunikovat s lidmi uvnitř firmy a rámcově jich využít k tomu, aby práce mohla vzniknout. Nejsem za zpracování nijak honorován a ani se nebudu pokoušet z výsledného produktu vygenerovat nějaký zisk.

Pro téma a způsob jeho zpracování jsem se rozhodl na vlastní popud. Asi jako každý chci dělat věci, které mě baví a toto je dobrá příležitost, jak ony touhy realizovat.

Ale i přesto všechno je pro mě osobně důležité odvést ve všech směrech co nejlepší práci. To znamená, že i když produkt nebude komerčně

využit, je zde potřeba odvést práci profesionálně. Bez toho, aniž by bylo zapotřebí k jejímu chodu zbytečných „ale“ ve formě nutnosti dodání dalších programů atd.

Zde vznikl určitý prostoj, který se negativně podepsal na časovém plánu. Nerad se uchyluji k vytváření kompromisů, které jsou v konečném důsledku pouze náplastmi na zlomeniny. Bylo tedy zapotřebí nalézt nejlepší možnou alternativu nebo dokonce nalézt takovou platformu, jenž bude na 100% vyhovovat mému záměru, a znovu uvést kolo v chod.

Proto jsem využil rozličných kontaktů, které by byly schopny posunout celou věc vpřed.

Tímto způsobem vznikla jakási rešerše vhodných prostředků, ze které vzešel ideální nástroj, jenž dokonce předčil kýžené očekávání a proces tak mohl pokračovat. Oním nástrojem, který vyšel z rešerše jako nepříhodnější, byl vývojářský software Unity3D.

## 5 PROCES TVORBY

### 5.1 Filozofie firmy

Prezentaci jsem se snažil postavit do dvou rovin. Za prvé, aby určitým způsobem odpovídala marketingovému obrazu firmy a její filozofii.

Dále uvádím některé příklady z firemní filozofie.

Lemonade je nezávislá komunikační agentura postavená na lidech, kteří dělají jen to, co je skutečně baví.

<sup>6</sup> „Věříme, že nejsilnější stránka každého člověka je jeho tvořivé já.

*Proto nacházíme v každém, byť drobném zadání, stále nové výzvy a přenášíme tak radost z objevování nových souvislostí. Řídíme se principem, že jen člověk, který je šťastný, má potenciál plně pochopit zadání a potřeby klientů, kteří nám svěřují komunikaci svých značek.“*

Limonade stojí na lidech, kteří pro ni chtějí pracovat. Samotná firma je jakýmsi líhništěm talentů, které se snaží pozitivně stimulovat, což vede k příznivému rozvoji. Filozofie, která je ve firmě nastavená, je reflektována v každém zadání.

K zakázkám přistupují individuálně. Co klient, to individuálně sestavený tým z odborníků a talentů. Jednotlivé týmy jsou schopny mezi sebou spolupracovat a tím tak vytvářet produktivní symbiózu.

Uvnitř agentury to funguje jako v jakémsi živoucím organismu. Lemonada jako taková je symbolickou esencí, kterou dostává klient na stůl

---

<sup>6</sup> Zdroj Lemonade, s.r.o. Jankovcova 10, 170 00 Praha 7

## 5.2 Autorský záměr

Za druhé, to byla rovina koncepční vycházející z autorského záměru.

Nosným bodem myšlenky je představení hodnot firmy, jenž se snažím ukázat na parafrázích. Snahou je docílit toho, aby se obě dvě roviny mezi sebou nevyklučovaly ale mohly koexistovat spolu a tím tak tvořit jednotný celek.

Rovina koncepční je založena na studii psychologie archetypu značek. Tato studie logicky vzešla z díla psychologa, psychiatra a lékaře Carla Gustava Junga, který na sebe upozornil na počátku 20. století.

Na tomto díle určitým způsobem participují již zmíněné studie archetypů značek. Kupříkladu kniha *Archetypes in Branding: A Toolkit for Creatives and Strategists* (Hrtwell, Chen, 2012) nebo kniha *The Hero and Outlaw-Building Extraordinary Brands through the Power of Archetypes* (Mark, Pearson, 2001)

<sup>7</sup> „Využití archetypů se dávno neomezuje na obor psychoterapie, kde pomáhají lidem najít smysl vlastního životního příběhu. Archetypy pronikly do pedagogiky, designu i do marketingu a tvorby značek.

*Koncept archetypů v brandingů vychází z předpokladu, že značka stejně jako člověk, má vlastní osobnost a příběh. A jako taková se typicky projevuje.“*

---

<sup>7</sup> [Http://hrivnak.cz/blog/](http://hrivnak.cz/blog/): Archetyp je páteří značky [online]. 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://hrivnak.cz/blog/2015/04/archetyp-je-pateri-znacky/>



K vyprávění příběhu značky jsem se tedy nechal inspirovat již zmíněnou tezí o symbolice archetypů.

### **5.3 Jméno**

Neodmyslitelnou součástí značky je také její jméno. Ať už tomu člověk věří či nikoli, jméno značky je obtěžkáno stejnou magií jako jméno člověka.

Je nositelem identity brandu, reprezentuje myšlenky a fungování značky. Nejinak tomu je i v případě mnou zvolené firmy.

V případě Lemonade je jméno elementem, jenž opravdu vypráví o tom, jaká značka a jaká symbolika je součástí příběhu. Na základě dříve popisovaných zkušeností spojených s rozbořením jména a symboliky vznikla koncepce, na které jsem postavil svoji práci.

Pro připomenutí jeden ze stavebních kamenů této značky, na kterém staví svůj brand, je nezávislost.

Jméno značky Lemonade v první řadě evokuje čerstvost, osvěžení a příchut' něčeho energického. V podstatě je v něm obsaženo vše, čím se firma prezentuje a jakým způsobem je nastavené vnitřní uspořádání firmy. Po jméně přišla na řadu již zmíněná symbolika, která se mi stala inspiračním zdrojem pro od vyprávění příběhu.

### **5.4 Aplikace a rozbor symbolů v projektu**

#### **5.4.1 Strom**

Limonáda je mimo jiné nápoj připravovaný z čerstvých plodů limetek nebo citronů. Tyto plody citrusu vyrůstají na stromě, který

můžeme sám o sobě chápat jako symbol. Symbolika stromu je součástí kolektivního vědomí lidstva.

Ještě před tím, než vznikl Starý zákon, kde je řeč právě o stromu poznání, byly zde staré civilizace a kmeny, jenž stromy chovaly v posvátně úctě.

Tomuto tématu se věnuje dlouhá řada autorů napříč různými žánry. Od seriózních děl po ty řadící se k populárně naučným, esoterickým apod. Strom, jak jsem ho uchopil pro svoji práci, je především stromem reflektující rodinný princip a tvořivou energii sjednocující živly. Rozhodl jsem se strom rozložit na jednotlivé části, které jsou stavebními prvky, a parafrázovat jimi firemní uspořádání.

#### 5.4.2 Semeno

Na začátku stálo rozhodnutí založit firmu a dělat věci jinak, bylo tedy zapotřebí zasadit domnělý strom.

<sup>8</sup> „*Jeden rozsévač vyšel rozsévat. A jak rozséval, padlo některé zrno na okraj cesty; bylo pošlapáno a ptáci ho sezobali. Jiné padlo na skálu; vzrostlo sice, ale pak uschlo, protože nemělo vláhu. Jiné zrno padlo do trní; trní vzrostlo zároveň s ním a udusilo ho. Jiné padlo na dobrou půdu; vzrostlo a přineslo stonásobný užitek.*“ (Nový zákon, Lukáš 8, str. 1333)

Podstatou každého stromu je semeno, které je schopno vyklíčit pouze, padne-li na úrodnou půdu. Je tedy zapotřebí se o něj starat a dodávat mu tolik potřebné živiny, aby mělo silné a pevné kořeny, které drží celý

---

<sup>8</sup> FLEK, A., HEDÁNEK, J., HOFFMAN, P., SÝKORA, Z. *Bible, překlad 21. Století*. Praha: Biblion, 2009. ISBN 978-80-87282-00-7

strom. Semeno je v tomto případě metaforou realizace impulzů, myšlenek a zkušeností stojících na počátku snahy o založení firmy.

Je v něm obsažena DNA obsahující potřebný potenciál, který s dostatkem prostoru a dobrých stimulů dává energii vzniknout něčemu živému a semeno tak začíná pomalu zakořeňovat.

### 5.4.3 Kořeny

Následující částí stromu jsou kořeny. Ty slouží jako kotevní prvek kmene.

V půdě, ze které vyrůstají absorbují živiny, které jsou v ní obsaženy a rozvádí je dál do stromu.

<sup>9</sup> „*Kořeny to v mnoha případech táhne nejdříve do středu Země, první pohyb klíčícího semene směřuje dolů. Až poté začíná vývoj kompletního oddenku (pařezu).*“

Toto směřování růstu kořenů lze též chápat jako navracení se k předešlým zkušenostem, jenž zakladatelé nabyli z předchozích pozic v nadnárodních korporátních agenturách. V samotné práci jsou kořeny brány jako metaforické ztvárnění pro vedení firmy.

Jenom silné kořeny jsou schopny držet strom, aby se nevyvrátil. Díky těmto pevným kořenům může celý strom prosperovat.

---

<sup>9</sup> HAGENEDER, Fred. *Moudrost stromů: historie, lidová tradice, symbolika, léčení*. Vyd. 2. Překlad Wanda Dobrovská. Praha: Knižní klub, 2012. ISBN 978-80-242-3520-2.

#### **5.4.4 Kmen**

Jak je známo, z kořenů vyrůstá kmen, jenž je hmotou, která se každým rokem více rozpíná a zhušťuje. Díky kořenům vedoucím živiny kmen zesiluje a roste a tím je lépe připraven čelit nepříznivým podmínkám.

#### **5.4.5 Větve**

Obrazem lidí působících v jednotlivých týmech uvnitř firmy jsou větve. Ty jsou prodlouženými pažemi, které konají v zájmu celku. Tím vytváří hodnoty, které udržují firmu při životě.

#### **5.4.6 Plody**

Větve jsou mimo jiné nositelkami plodů. Zde se rozumí plodů práce, které jsou skrze týmy přinášeny do firmy. Plody jsem pojal jako prezentaci vybraných prací pro některé klienty. Jsou to právě plody, které jsou důležitou esencí, ze které vzniká koncentrát, podle kterého se firma pojmenovala.

### **5.5 Pracovní postup tvorby prezentace**

Nejprve bylo zapotřebí navrhnout jednoduchý 3D model stromu, složený z co nejmenšího počtu polygonů a prostředí, v kterém bude scéna zasazena. To hlavně kvůli náročnosti početních úkonů při spuštění prezentace a pohybování se v ní. Engine obsahuje real-time renderer, který neustále pracuje.

Aby tedy vše fungovalo plynule a jak má, kladl jsem důraz na zachování co nejmenšího počtu polygonů ve scéně.

### 5.5.1 Užité softwary a následovné postupy

K modelování jsem užíval software Maya 2015 od společnosti Autodesk.

Ta produkuje profesionální 3D softwary zaměřené na zábavní průmysl, hry, filmy, animace, programy pro architekturu apod.

S Mayou jsem se setkal poprvé na fakultě v rámci hodin 3D modelování, které jsou součástí povinného bloku specializace multimedii. Nicméně zkušenosti s 3D softwarem, konkrétně s 3Ds Maxem od stejné společnosti, jsem sbíral už dříve jako samouk.

Dále bylo potřeba zpracovat 2D podklady pro scénu. Zde jsem využíval program Adobe Photoshop CS6. V Photoshopu jsem vytvářel grafiku pro jednotlivé scény, ovládací tlačítka, grafiku, textury pro modely atd. Především bylo zapotřebí stále pamatovat na optimalizaci prezentace a tomu přizpůsobit i výstupní formáty pro Unity.

Posléze bylo na pořadu fotografování lidí uvnitř firmy a úprava fotografií tak, aby odpovídaly vizuálnímu stylu prostředí a prezentace jako takové.

Potom, co jsem měl hrubou kostru scény a připravené grafické podklady, začala mravenčí práce s přípravou scény, integrováním ovládacího rozhraní, nastavování kamer ve scéně atd. V průběhu práce jsem přicházel na další možné způsoby, jak dané části prezentace vylepšovat. V tom mi byl nápomocen jeden ze zmíněných kontaktů. Především se jednalo o vyhlazení skriptu tak, aby co nejlépe vyhovoval představám, podle kterých byla navrhována mechanika ovládání a výsledného zpracování projektu.

## 6 TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

### 6.1 Herní engine Unity 5

Engine je ve zkratce počítačový software primárně sloužící jako nástroj pro tvorbu multimediálního obsahu, her pro desktopové zařízení, mobilní rozhraní všech operačních systémů, konzolí a dnes je čím dál více užíván i pro virtuální realitu.

<sup>10</sup> „Hlavním tahákem tohoto nástroje je jeho porovnatelnost na jednotlivé mobilní formáty. Software totiž lehce zvládá převádět hotový produkt na platformy Android, iOS, Windows Phone 8 a BlackBerry. Unity samozřejmě zvládá i vývoj pro PC, PS4, Xbox One a starší konzolové systémy, i tak se ale dá říct, že se jedná především o engine vhodný pro vývojáře her pro mobilní zařízení.“

Mimo tato pozitiva podporuje import nejrůznějších formátů od 2D po 3D soubory a tím se stává nástrojem s ohromným potenciálem, který je prakticky bez omezení. Jediné omezení je autorova / programátorova kreativita.

### 6.2 Možnosti enginu

Tím se dotýkáme tématu programování. Dnešní poslední verze tohoto programu je natolik uživatelsky přívětivá, že je možné se bez použití z některého programovacího jazyka, které Unity podporuje, víceméně obejít.

---

<sup>10</sup> VFX cz český web o vizuálních efektech: BITVA HERNÍCH ENGINŮ – UNREAL, CRYENGINE, UNITY NEBO SOURCE? [online]. 2014 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://vizualniefekty.cz/bitva-hernich-enginu-unreal-cryengine-unity-nebo-source/>

## Podporované jazyky

- JavaScript (UnityScript)
- C#
- Boo

Program je primárně zaměřen na tvorbu her, ale je ho možné použít jako nástroj pojící multimedialní obsah a tvorbu interakcí obecně. Samozřejmostí je, že aby vývojář mohl vůbec něco vytvořit, musí ovládat mimo jiné disciplíny jako je 3D modelování, bitmapové softwery typu Adobe Photoshop, Corel apod.

Základem však zůstává autorův záměr, poté už vše záleží na způsobu a zvoleném postupu, jakým se rozhodne projekt přivést k životu.

Engine mimo jiné nabízí možnosti implementace elementů jako je umělá inteligence, dynamika, vlastnosti, kolize, vývoj prostředí a mnohé další užitečné prostředky.

Program, jak už bylo zmíněno, je v jistých ohledech intuitivní a uživatelský přívětivý, to z něj činí nástroj s ohromným potenciálem. Pro účely své práce jsem musel navrhnout koncepci mechaniky, podle které se skript napíše. Vzhledem časovému tlaku nebylo možné věnovat úsilí snaze učit se během všeho programovat. Dozajista by to byla zdlouhavá a trnitá cesta bez jistého výsledku.

Oslovil jsem proto svého známého, jenž se živý vývojem her pro mobilní zařízení a tablety. Představil jsem mu projekt, který mám v úmyslu realizovat. Koncepce projektu byla pro něj odlišná od toho, čím se

zabývá a k čemu je primárně program určen. Nicméně ho to nadchlo až svolil k tomu, že skript napíše. Tímto mu patří neskonale díky za ochotu, kterou projevil.

Dále už se jednalo o proces přecházení z jednoho softwaru do druhého. 3D modelování, texturování, tvorba grafických podkladů, fotografování apod.

Dle mého skromného názoru se enginy brzo stanou součástí základních dovedností, které by měl multimedialní umělec 21. století ovládat. Samozřejmostí je, že si tato teze najde své odpůrce, stejně tak své publikum. Zkrátka časy, kdy si mnozí vystačí se základními procesy postprodukce, pomalu ale jistě začínají stagnovat.

Ale i zde platí to, že je na každém z nás, co považuje za cestu a co nikoli a v rámci multimedialního designu to platí obzvlášť. Jádrem věci by měla být snaha konat z vnitřního přesvědčení, věci, které nás naplňují i přesto, že to je mnohdy velice obtížně.



## 7 POPIS DÍLA

Jedná se o interaktivní multimediální prezentaci pojící marketingovou identitu společnosti a koncepční rovinu vycházející z autorského záměru. Koncepční rovina je reflexí principů a hodnot, na kterých firma staví. Tyto hodnoty jsou metaforicky promítnuty do celku jednotlivých částí stromu, jenž nesou určité symbolické podstaty, které se pojí do jednoho celku a ten je jakýmsi archetypem samotné značky.

Od semene po plody má každá jedna část stromu své opodstatnění v kontextu příběhu firmy, kdy jednotlivé symboly přesně odpovídají vnitřnímu nastavení firemní filozofie a zároveň svým způsobem reflektují to, jakým způsobem pracují lidé uvnitř agentury.

## 8 PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR

Největší přínos v rámci multimediálního designu vidím ve využití výše popsaných softwarů, které jsem za účelem realizace zpracování práce užil. Každý z jednotlivých nástrojů, které jsem pro realizaci projektu použil, je ze své podstaty mocným pracovním nástrojem s velkým potenciálem.

I když byl v práci užit malý zlomek toho, co je možné dosáhnout propojením jednotlivých prostředků, byly nástroje částečně užity v nových souvislostech.

To by mohlo sloužit jako obohacující inspirační zdroj pro další tvůrce v rámci multimedií tak i mimo ně.

## 9 SILNÉ STRÁNKY

Silnou stránkou mé práce je naplnění obsahu zvoleného tématu a použití nového způsobu komunikace, který navíc skýtá potenciál udržitelnosti práce i z dlouhodobé perspektivy.

S průběhem práce vyvstávaly určité predikce, pro které bylo nutno při tvorbě funkčnosti mechaniky prezentace nalézt jistá řešení.

Z toho důvodu je práce postavena tak, že v případě nutnosti zásahu do práce z nejrůznějších příčin, bude možné bez větších problémů data aktualizovat.

Další z silných stránek práce vidím v rovině víceúrovňové struktury projektu. V práci se dle mého podařilo docílit rovnováhy mezi obsahem a formou, kdy se nijak výrazně jednotlivé roviny nepřebíjí. To v konečném důsledku ještě více umocňuje komplexnost celého díla.

## 10 SLABÉ STRÁNKY

Sebereflexe je pro mě jedna z nejdůležitějších hodnot jak v životě, tak i v práci. Navíc jsem dosti kritický a ve většině případů nespokojený s konečnou podobou svých prací. V mnoha případech je to zapříčiněno stanovením vysokých cílů a ne moudře rozvrhnutím časového plánu.

Mnohdy se stává, že na úkor efektivity práce trávím spoustu času laděním detailů, to se v konečném důsledku negativně podepisuje na ostatních částech. Ani tato práce není v tomto ohledu výjimkou.

Vysoké cíle jsou ušlechtilá věc, nicméně je potom těžší jich dosáhnout bez toho, aniž bych jako autor cítil jistou frustraci z toho, že se ne vždy podaří práci zrealizovat tak, jak byla na začátku zamýšlena.

V případě této práce se jedná především o vizuální stránku scény, která mohla být o dost propracovanější. Bohužel díky nejružnějším příčinám docházelo ke komplikacím, které se na konečné podobě práce podepsaly.

## 11 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### a) Knižní a periodická literatura

1. FLEK, A., HEDÁNEK, J., HOFFMAN, P., SÝKORA, Z. *Bible, překlad 21. Století*. Praha: Biblion, 2009. ISBN 978-80-87282-00-7
2. HAGENEDER, Fred. *Moudrost stromů: historie, lidová tradice, symbolika, léčení*. Vyd. 2. Překlad Wanda Dobrovská. Praha: Knižní klub, 2012. ISBN 978-80-242-3520-2.

### b) Internetové zdroje

1. *Svoboda jako experiment* [online]. Hospodářské noviny HN.IHNED.CZ, 2011 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/petrsc/svoboda-jako-experiment>
2. *Svoboda jako experiment* [online]. Praha: Hospodářské noviny HN.IHNED.CZ, 2011 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/petrsc/svoboda-jako-experiment>
3. *Dejte zaměstnancům svobodu. Budou pracovat lépe* [online]. ekonom, 2013 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://ekonom.ihned.cz/c1-59178830-dejte-zamestnancum-svobodu-budou-pracovat-lepe>
4. *SVOBODA V PRÁCI: HNUTÍ ZA PŘIROZENĚJŠÍ ZPŮSOB PRÁCE VE 21. STOLETÍ* [online]. 2012 [cit. 2016-04-16]. Dostupné z: <http://www.svobodavpraci.cz/svoboda-v-praci/>
5. *Svoboda v práci: ČT24 Ekonomika+kariéra* [online]. Praha, 2011 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/25737389>
6. <http://hrivnak.cz/blog/>: *Archetyp je páteří značky* [online]. 2015 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://hrivnak.cz/blog/2015/04/archetyp-je-pateri-znacky/>
7. *VFX cz český web o vizuálních efektech: BITVA HERNÍCH ENGINŮ – UNREAL, CRYENGINE, UNITY NEBO SOURCE?* [online]. 2014 [cit. 2016-04-20]. Dostupné z: <http://vizualniefekty.cz/bitva-hernich-enginu-unreal-cryengine-unity-nebo-source/>

## 12 RESUMÉ

The theme of my bachelor thesis was multimedia presentation of a company.

In the thesis I decided to fully use my previous experience in the field of specialization and combine it with findings I possessed during the preparation, when for a long period of time I attended to the company which was the subject of my thesis.

The formal medium which I chose to process my presentation in was developing software Unity 5.0.

The data for Unity were prepared in other programs, namely Adobe Photoshop CS 6 and Autodesk Maya 2015.

Photoshop served me as a tool for preparation of the graphical sections of the presentation and Maya helped with creation of 3D models that I used in my work.

The next step was creating the interactive part of the project, which corresponds with the content form, using Unity engine.

This form is a fusion of findings and experience gathered during my educational stay in the aforesaid company.

Thanks to that I was able to introduce to the project my own point of view on chosen issue.

The source of inspiration in this section was a study of symbol archetypes from the beginning of the 20<sup>th</sup> century, which was based on work of a physician, psychologists and psychiatrist Carl Gustav Jung.

During the process of creation I set myself priorities which I aimed to reach.

I put the accent on the integrity of my thesis and the sustainability of work in the future.

That corresponds with the chosen way of processing using aforesaid platform.

Because of my confident goals and complications that occurred during the process, some negative aspects of work arouse.

The main downside of the whole thesis is imperfect visual style of the presentation environment.

As for the positive aspects I reckon the content form and potential for the further development.

Despite the drawbacks which occurs in some parts of the work, the thesis is certainly a contribution to the field specialization.

I earned a lot of experience during the process and realized many things that will be useful for my work in the future.

That will surely lead to more effective methods and better way of expression.

## **13 SEZNAM PŘÍLOH**

**Příloha č.1:** Pracovní prostředí enginu

**Příloha č.2:** Rozložení úvodní vizualizace

**Příloha č.3:** Pohlede na model stromu

**Příloha č.4:** Vizualizace kořenů

**Příloha č.5:** Vizualizace kmene

**Příloha č.6:** Větev kreativního týmu

**Příloha č.7:** Větev produkčního týmu

**Příloha č.8:** Větev mediálního týmu

**Příloha č.9:** Portfolio s klienty

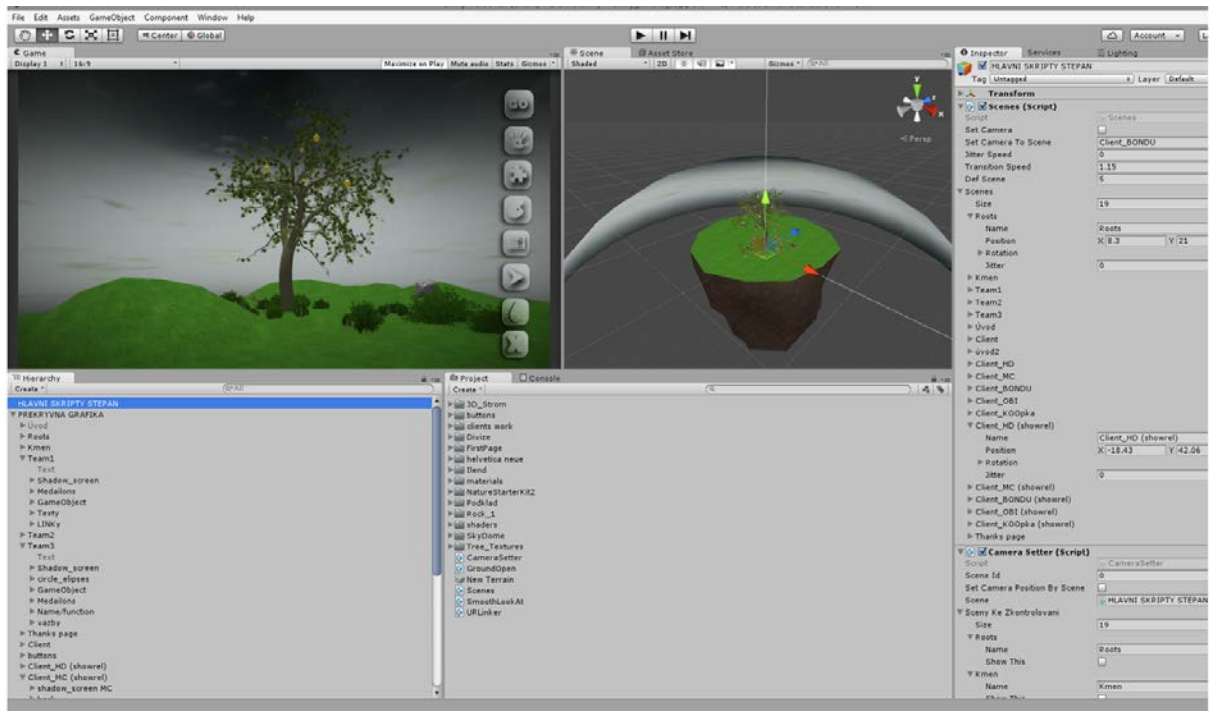
**Příloha č.10:** Vizualizace scény s klientem

**Příloha č.11:** Závěrečná vizualizace prezentace

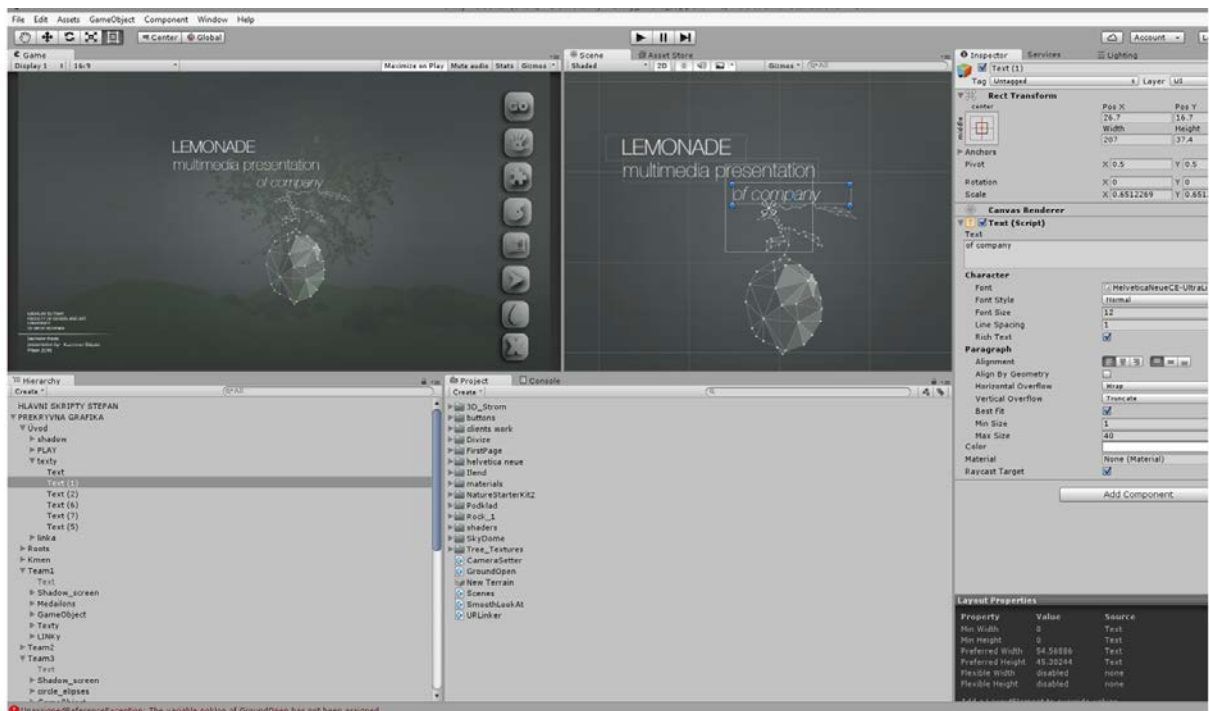
**Příloha č.12:** Exportování projektu pro PC platformu



## Příloha č.1: Pracovní prostředí engine



## Příloha č.2: Rozložení úvodní vizualizace



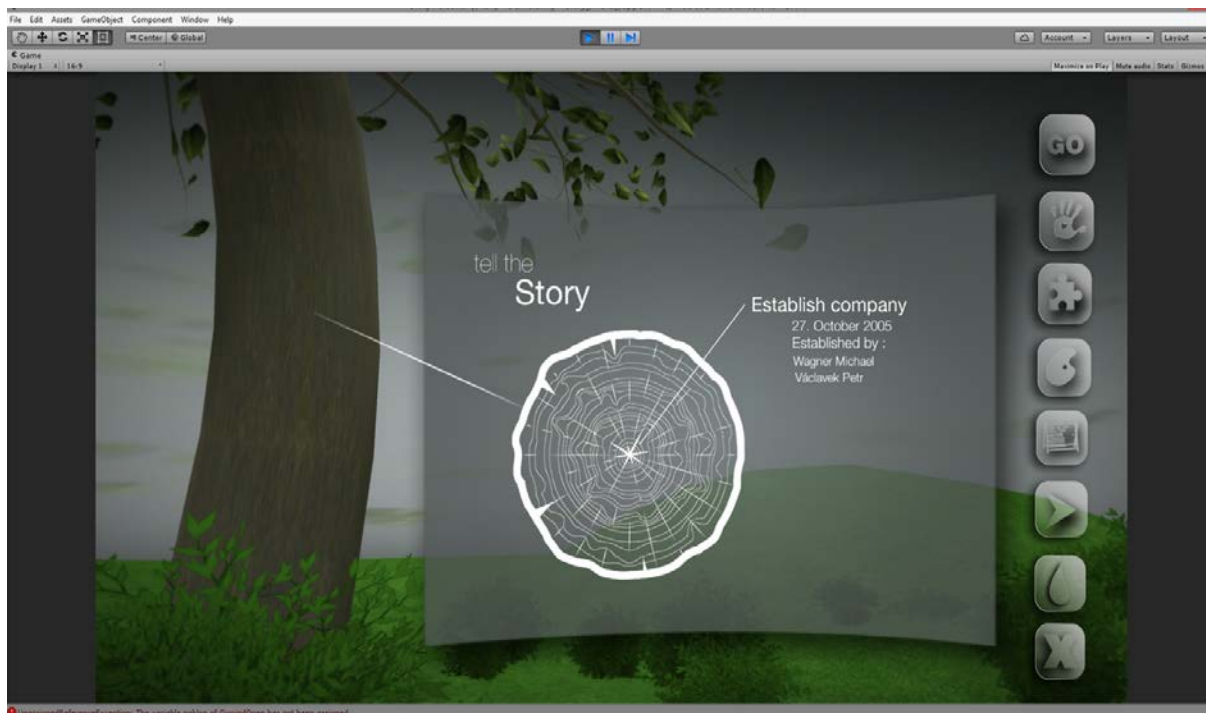
### Příloha č.3: Pohledy na model stromu



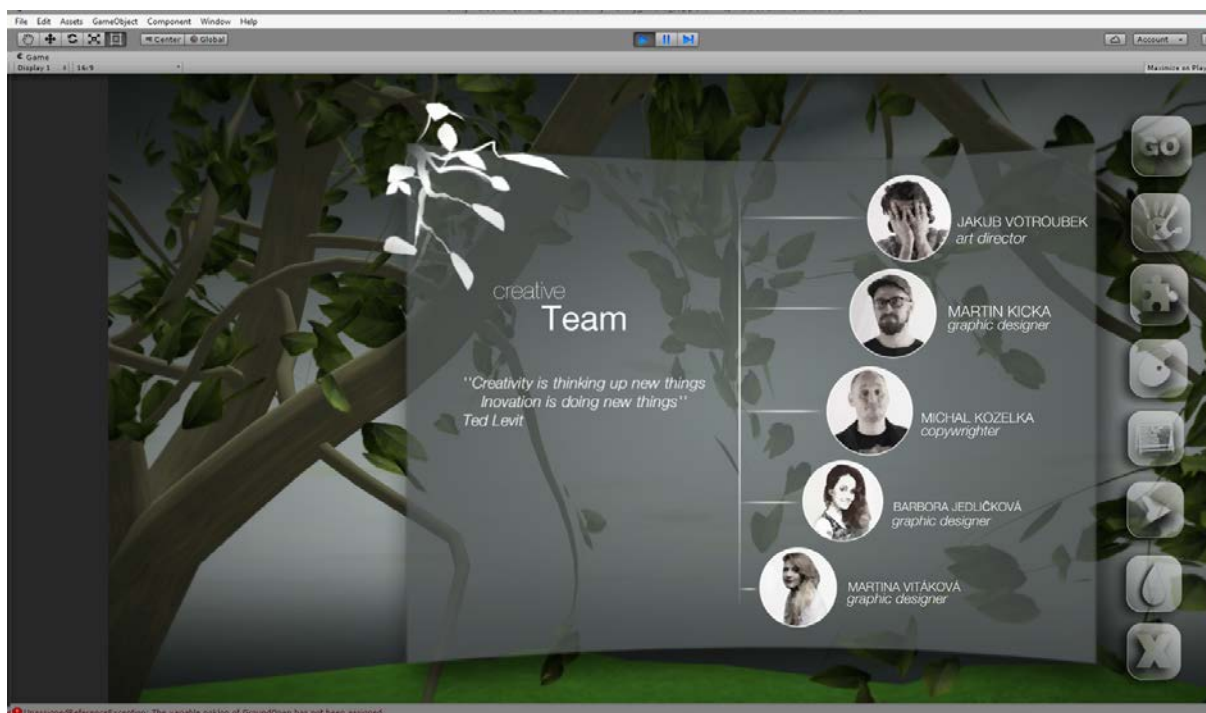
### Příloha č.4: Vizualizace kořenů



## Příloha č.5: Vizualizace kmene

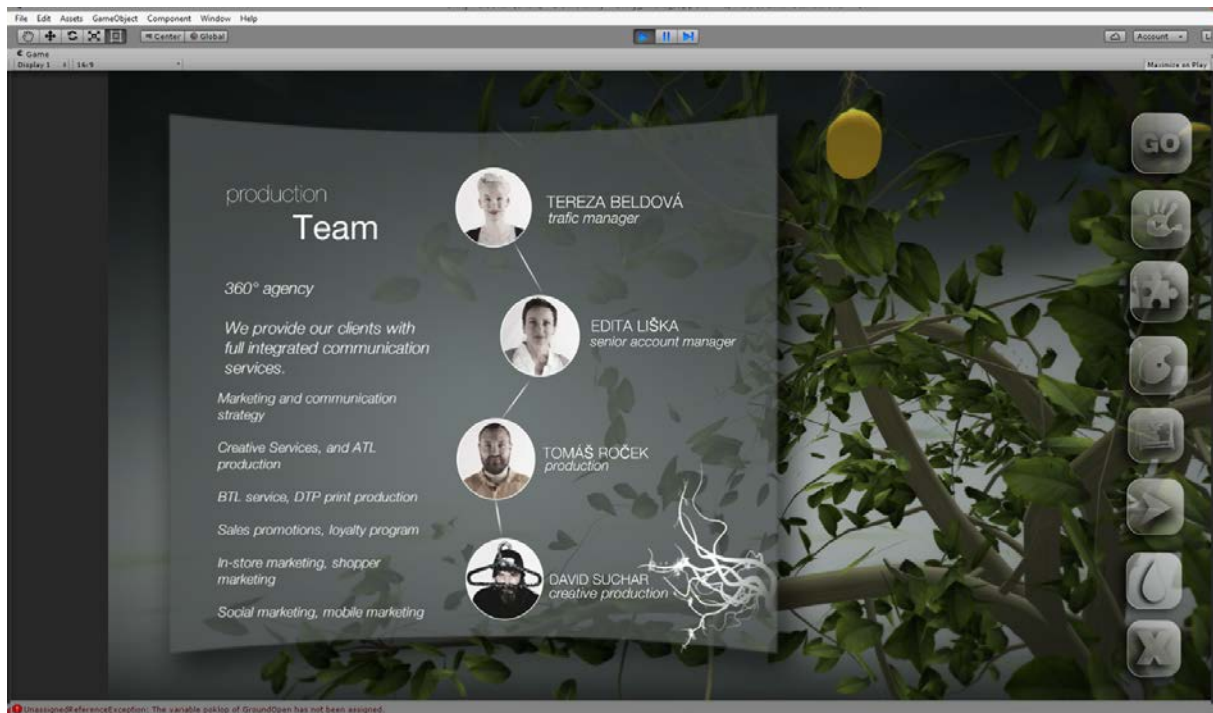


## Příloha č.6: Větev kreativního týmu

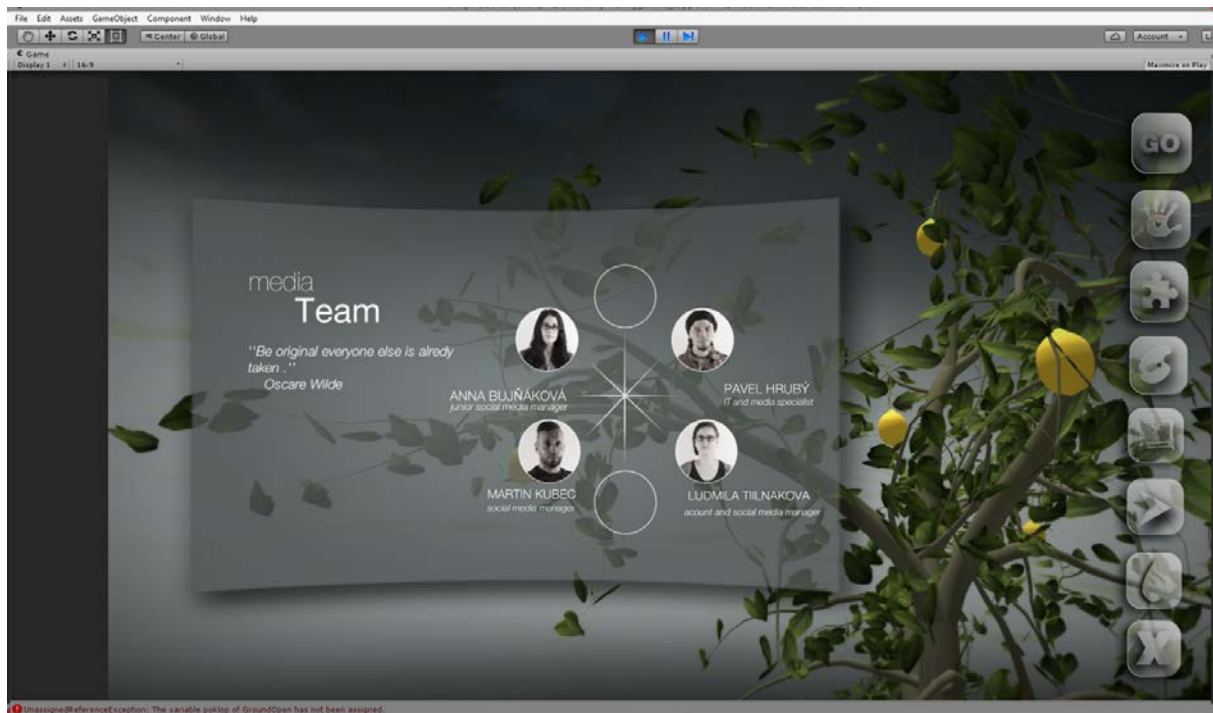




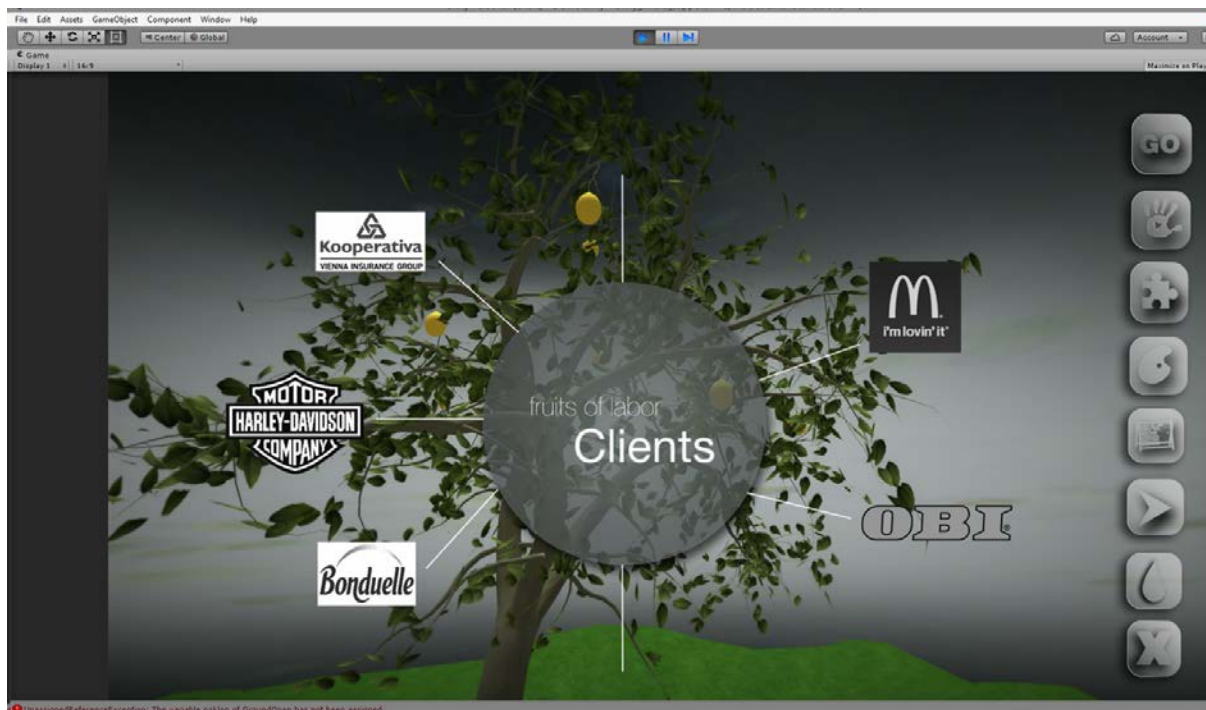
## Příloha č.7: Větev produkčního týmu



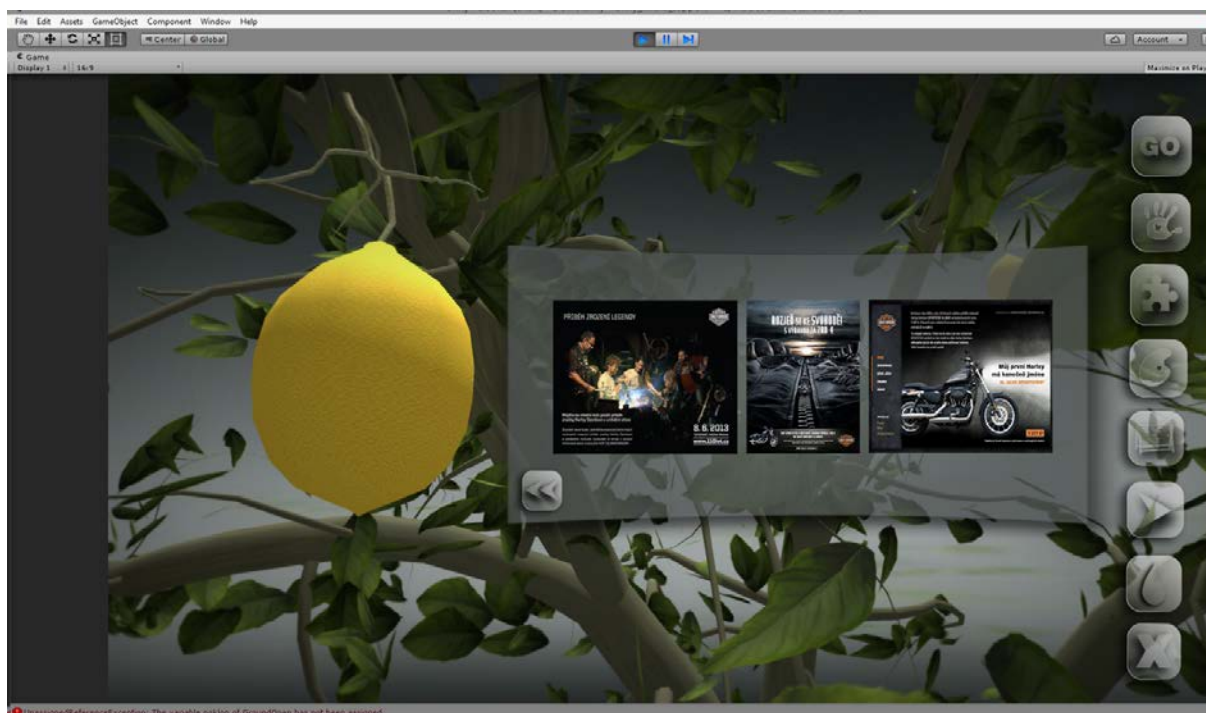
## Příloha č.8: Větev mediálního týmu



## Příloha č.9: Portfolio s klienty



## Příloha č.10: Vizualizace scény s klientem



## Příloha č.11: Závěrečná vizualizace prezentace

