

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

**Bakalářská práce**

**MULTIMEDIÁLNÍ PREZENTACE FIRMY**

**KONCEPT SOCIÁLNÍ SÍŤE PRO STOPAŘE**

**David Lázňovský**

Plzeň 2015

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

**Katedra výtvarného umění**

Studijní program Výtvarná umění  
Studijní obor Multimediální design  
Specializace Multimédia

**Bakalářská práce**  
**MULTIMEDIÁLNÍ PREZENTACE FIRMY**  
**KONCEPT SOCIÁLNÍ SÍTĚ PRO STOPAŘE**

**David Lázňovský**

Vedoucí práce: MgA. Jan Morávek  
Katedra výtvarného umění  
Fakulta designu a umění Ladislava Sutnara  
Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2015



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

Plzeň, duben 2015

.....

podpis autora

## OBSAH

<b>1</b>	<b>MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE . . .</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY . . . . .</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>CÍL PRÁCE . . . . .</b>	<b>9</b>
<b>4</b>	<b>PROCES PŘÍPRAVY . . . . .</b>	<b>11</b>
<b>5</b>	<b>PROCES TVORBY . . . . .</b>	<b>13</b>
	5.1 Název. . . . .	13
	5.2 Logo. . . . .	13
	5.3 Barva . . . . .	14
	5.4 Web . . . . .	15
	5.5 Mobilní aplikace . . . . .	16
	5.6 Propagační materiály . . . . .	17
	5.7 Video . . . . .	18
<b>6</b>	<b>TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA . . . . .</b>	<b>19</b>
<b>7</b>	<b>POPIS DÍLA . . . . .</b>	<b>20</b>
	7.1 Záznam cesty . . . . .	20
	7.2 Mapa . . . . .	20
	7.3 Spolujízda . . . . .	22
	7.4 Průvodce . . . . . , . . . . .	22
	7.5 Zed' . . . . .	22
<b>8</b>	<b>PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR . . . . .</b>	<b>25</b>
<b>9</b>	<b>SILNÉ STRÁNKY . . . . .</b>	<b>27</b>
<b>10</b>	<b>SLABÉ STRÁNKY . . . . .</b>	<b>28</b>
<b>11</b>	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ . . . . .</b>	<b>29</b>
<b>12</b>	<b>RESUMÉ . . . . .</b>	<b>31</b>
<b>13</b>	<b>SEZNAM PŘÍLOH . . . . .</b>	<b>33</b>

## 1 MÉ DOSAVADNÍ DÍLO V KONTEXTU SPECIALIZACE

Za dobu bakalářského studia na Fakultě umění a designu jsem pod vedením MgA. Jana Morávka dostal příležitost najít svůj osobitý styl a postupně se zdokonalit. Ateliér multimédii vždy fungoval velice otevřeně a studenti se tak učili jeden od druhého. Někdo se zabýval více technickou stránkou věci, jiný zas dával více důraz na koncept daného díla. Já osobně jsem se nejvíce ztotožnil s funkcí postprodukčního u filmových videí. Ne vždy se nám povedlo sestavit plnohodnotný tým a tak bylo někdy nutné zastat všechny role filmového štábu. Díky tomu jsem si vyzkoušel celý proces tvorby snímku od režiséra přes zvukaře až po střihače a tvorbu speciálních filmových efektů. Řada lidí zastává názor, že to nejdůležitější při tvorbě je prvotní idea, koncept díla, já jsem však přesvědčen, že neméně důležitá je i vizuální stránka, jejíž nedokonalost či nedotaženost může prvotní, velmi dobrý koncept, naprosto shodit. V případě, že se nám nepodaří zaujmout na první pohled, jen těžko dokážeme diváka, uživatele apod. přesvědčit o hloubce a přínosu naší myšlenky. To je hlavní důvod, proč jsem se doposud snažil, aby vizuální stránka věci byla minimálně na takové úrovni jako její koncept. Velkým přínosem pro mne bylo vždy to, že ateliérový vedoucí byl nakloněn i mimoateliérové spolupráci. To nám umožnilo nahlédnout pod pokličku jiným oborům a tyto poznatky následně aplikovat v tvorbě. V dnešní době je velice těžké přijít s něčím originálním a zároveň funkčním, a proto je pro mě velice důležité posunout věci dále a přidat k nim něco nového.

## 2 TÉMA A DŮVOD JEHO VOLBY

Ve výběru témat jsem nejvíce zohlednil to aby práce, kterou vytvořím byla účelná, a mohla být použita v reálném životě. I přestože tvorba filmu a aplikování doposud získaných zkušenosti s tímto odvětvím tvorby byla velice lákavá, vybral jsem si téma tak, abych přišel s něčím pro mě novým, co mě obohatí a umožní mi získat nové znalosti a dovednosti. V létě 2014 jsem začal hledat téma, které by mi bylo blízké a zároveň by se v něm dala využít získaná praxe multimediálního designu. Téma multimediální prezentace je tak obsáhlé, že si lze pod ním představit veškerá digitální média. Pro toto téma bylo důležité propojit více digitálních medií, jako je internet a video, neboť se s těmito médii setkáváme dennodenně a tak je snadnější představit myšlenku veřejnosti. U tématu jsem se nespokojil s vytvořením klasické prezentace firmy, ale pomocí tohoto tématu jsem se pokusil vdechnout život imaginárnímu projektu, který lze v budoucnu považovat za alternativní firmu. Práce díky tomu přesáhla, alespoň v rovině úvah a příprav, téma multimediální prezentace firmy, protože jsem se zabýval i dalšími aspekty, které by teoreticky mohli uvést projekt v život.

Pokusil jsem se najít projekt který, zatím neexistuje nebo jen ve formě, která je bohužel nedostatečná a není dotažená do konce. Nakonec jsem se tedy pokusil multimediálním designem obohatit odvětví, ve kterém se rád pohybuji a je mi blízké a to je stopařská komunita. Již

delší dobu jsem přemýšlel, že by se mohl tento jedinečný způsob dopravy, sahající svými kořeny až do 19. století, posunout v době 21. století směrem k internetu a technice. Vytvořil jsem tedy koncept sociální sítě pro stopařskou komunitu, která díky tomu může sdílet své zážitky z cest a také se přiučit od zkušenějších stopařů. Tento posun by také umožnil přiblížit komunitu stopařů dnešní generaci, která nechápe, že i auto-stop může být druhem zábavy a nových dobrodružství.



### 3 CÍL PRÁCE

Cílem mé práce bylo vytvořit platformu, která propojí lidi se společným koníčkem a umožní jim tak obohacovat jeden druhého. Vytvořit místo, které by bylo určeno přímo pro ně a kde by se cítili mezi svými. Další cíl, který je poněkud dlouhodobější, ale v případě spuštění projektu reálný, je postupně vymýtit předsudky o stopařích, kterými nás obklopují informační média. Ta se velice ráda zaměřují jen na tragédie, ale na nic pozitivního. Značná část společnosti si tak myslí, že každý stopař je buď masový vrah nebo narkoman, který nemá prostředky na cestu. Takový strach ale panuje i z opačné strany poněvadž stopař také nikdy neví, jaký člověk mu zastaví. Pomocí různých médií bych tak chtěl rozšířit povědomí o stopování a ukázat, že i stopař může být normální a to i přesto, že někomu se může zdát stání u silnice a vkládání důvěry do cizích lidí v dnešní době bláznovstvím. Dalším cílem také bylo vymyslet způsob, jak přiblížit dnešním dospívajícím možnost dobrodružství v realitě a ne jen ve virtuálním světě. Kvůli tomuto je sociální síť gamifikovaná<sup>1</sup>, aby měl jedinec pocit postupu, který zná ze všelijakých počítačových her. Na této sociální síti ale dostává body za uskutečněné jízdy. Pro starší generaci by mělo toto místo být možností, jak se podělit o své nabyté zkušenosti, získané zážitky apod. Vždy je poměrně těžké vytvořit prostředí pro uživatele více generací, kde ta starší může mít problém s pochopením rychle se vyvíjejícími technologiemi a ta mladší se naopak narodila do doby internetu a život bez něj a dalších technologií si neumí skoro ani

---

<sup>1</sup> Gamifikace = uplatňování herního myšlení a principů do neherního prostředí

představit. Věřím ale, že by se starší stopařská komunita měla podělit o své zážitky, moudra a neměla by se uzavírat před moderními technologiemi, které mohou být ve svém základu uživatelsky velmi přívětivé a snadné. Pokud se tak nestane, tak ve světě budou vždy panovat špatné předsudky a myslím si, že se stopařství stane výsadou čím dál tím méně jedinců.

## 4 PROCES PŘÍPRAVY

Proces přípravy a vytvoření konceptu při této velikosti je velice zdlouhavý proces i pro několika členný tým, natož pro jednoho člověka. Na začátku své práce jsem prohledával internetové stránky, které by mohly mít stejný cíl a funkci jako koncept, který jsem měl v hlavě. Při tomto hledání jsem získal hodně informací o tom, jak je velice důležitá a také tenká hranice mezi funkčností a designem. Nalezl jsem různé sociální sítě které byly funkční, ale za to webdesign byl takový, že dříve či později uživatele odradil od pravidelného používání. Již při přípravě bylo velice důležité uvědomit si, jak moc bude vizualizace dovedená k reálnému využití. To mi pak umožnilo rozhodovat se o tom, v jakých programech budu pracovat. Chtěl jsem, aby veškeré vizualizace vypadaly co nejuvěrohodněji a že zbývá už jen nepatrná část práce k finálnímu spuštění. Z více nabízených programů jsem nakonec vybral ten, který mi umožnil právě zmiňovanou reálnou aplikaci funkčnosti, ale bez omezení tvorby osobitého webdesignu. Pro přípravu layoutu webdesignu bylo nutné vytvořit si představu o aktuálním trendu, který se i na svět webdesignu vztahuje. V dnešní době jsou velice populární tzv. One page stránky<sup>2</sup>, ze kterých jsem si vzal základní myšlenku. Pokusil jsem se web zpracovat zcela jedinečným způsobem s prvky tzv. flat designu<sup>3</sup>, který je velice funkční a používá se po celém světě.

---

<sup>2</sup> One page = způsob tvorby webu, kdy uživatel zůstává stále na jedné stránce

<sup>3</sup> Flat design = čisté minimalistické grafické vyjadřování

Nedílnou součástí přípravy byly i diskuze s lidmi ze stopařské komunity, zda by takový koncept uvítali a také, jaké by měli od mého projektu očekávání. Po oslovení mnoha lidí napříč zmiňovanými generacemi jsem dospěl k názoru, že prostor pro stopařskou komunitu opravdu chybí a mohl by se ujmout.

## 5 PROCES TVORBY

### 5.1 Název

Nejprve jsem se zaměřil na vymyšlení názvu sociální sítě, který by v tomto případě měl být mezinárodní, vycházející z anglického jazyka, měl by se dobře vyslovovat ve všech světových jazycích a být dostatečně chytlavý. Protože by tato sociální síť měla být zaměřena čistě na stopaře, vytvořil jsem grafické zpracování názvu spojením anglického názvu pro stopování - Hitchhiking, který je odvozen a složen ze dvou anglických názvů:

1. hitch - zádrhel
2. hike - pěší turistika, trampování

Tento název pravděpodobně vznikl z toho důvodu, že v 19. století nebylo možné si mobilním telefonem zavolat taxi, při potížích s autem. Jediná možnost, jak se dopravit do cíle, byla jít pěšky nebo oslovit nějak ostatní řidiče aby zastavili. Zkrácením a zjednodušením tohoto názvu pak vznikl výraz Hitchi.

### 5.2 Logo

Jelikož mé dosavadní zkušenosti, které jsem na škole získal, byly z oblasti videa, využil jsem meziatelierových konzultací s grafickým designem. Díky těmto konzultacím jsem dospěl k tomu, že velice

podstatná a silná část vizuálního stylu je logo, od kterého se mnohé odvíjí.

Tvorba loga<sup>4</sup> prošla dlouhou cestu od zdviženého palce, přes stopující litery až ke své finální podobě. Toto finální logo vychází ze stopařských cedulí, které stopař využívá k tomu, aby řidiči na dálku předal informaci o tom, kam jede. Vždy když stopaři vytváří takové cedule, jedná se o originál, ve kterém promítají zážitky a vzpomínky. Vytváří, hrají si tak s typografií, kterou píšší pomocí lihových fix na koleně u silnice nebo v jedoucím autě. Chtěl jsem tak vytvořit typografické logo, které by se odvíjelo od téhle hravosti a působilo na lidi uvolněně s pocitem radosti. Logo<sup>5</sup> bylo vytvořeno pomocí lihové fixy a kartonu, poté následovalo oskenování a vektorizace.

### **5.3 Barva**

Barevné schéma<sup>6</sup> zelené a bílé je inspirováno a převzato z dálničních cedulí. Skoro po celém světě jsou standardizované barvy pro silniční značení, aby řidiči nebyli zmateni. Oranžová a černá pro objížďky, modrá a bílá pro krajská města a zelená a bílá pro dálniční značení. Toto barevné schéma je tedy blízké jak řidičům, tak i stopařům a vzájemně je propojuje.

---

<sup>4</sup> Příloha č. 1

<sup>5</sup> Příloha č. 2

<sup>6</sup> Příloha č. 3

## 5.4. Web

Webdesign<sup>7</sup> je vytvořen tak, aby vyhovoval dnešním trendům a byl tak responzivní, tedy přizpůsobivý všem zařízením jako je tablet, monitor počítače i mobilní telefon. Inspiroval jsem se tak flat designem a způsobem metro, se kterým přišel Microsoft s operačním systémem Windows 8. Osobně považuji tento design za velice inovující, jelikož umožňuje právě zmiňovanou responsibilitu jak pro ovládní prstem na tabletech, tak i touchpadem<sup>8</sup> u notebooku nebo na stolních počítačích. Webová stránka je spuštěna na doméně hitchi.it. Italskou doménu jsem zvolil z důvodu že it znamená v angličtině “to” a díky této doméně funguje pak název projektu jako pokyn, který říká „hitchni to”. Na této adrese prozatím funguje jen naprogramovaná vizualizace webu, která v této fázi ukazuje jen určité funkce, které by měl web v budoucnu obsahovat. Do spuštění takovýchto stránek bychom poté museli projít poměrně zdlouhavým procesem testování. Po tomto testování by se případně mohl ještě upravit i webdesign, pokud by testování jedinci zaznamenali, že se na webu např. špatně orientují. Právě navigace po webu je poněkud originální a funguje horizontálně namísto vertikálně, na což jsme z drtivé většiny webů zvyklí. Tento typ navigace jsem zvolil z důvodu, že vyjadřuje pohyb vpřed a dává webu dynamičnost. Tato navigace také umožnila udělat web Parallaxový. Díky tomu se při návštěvě načítá obsah jen jednou a uživatel tak není nucen čekat

---

<sup>7</sup> Příloha č. 4

<sup>8</sup> Touchpad= zařízení na notebooku které nahrazuje myš

vícekrát při načítání zobrazení v případě pomalého internetu. Aby se na web vešli veškeré funkce a informace a i přesto zůstal čistý a přehledný využil jsem tzv. lightbox oken, které se otevřou paralelně nad hlavní stránkou (uživatel v rámci mapy webu zůstává stále na stejném místě a nemusí tak nic načítat). V budoucnu by díky tomuto jednomu načtení měl web fungovat po prvním načtení offline a uživatel by tak mohl mít všechny informace při sobě bez internetového připojení. Této funkci příkládám velkou váhu, jelikož při cestování není internet vždy a všude dosažitelný.

## **5.5. Mobilní aplikace**

Mobilní aplikace<sup>9</sup> obsahuje úplně stejné funkce jako web. Aby bylo použití všech funkcí při stopování co nejjednodušší, vytvořil jsem i funkční vizualizaci mobilní aplikace, která by v budoucnu byla hlavním pilířem projektu, jelikož předpokládám převážnou většinu návštěvnosti skrze tuto aplikaci. Design aplikace zůstává v grafické čistotě a jednoduchosti, společně s určitými grafickými prvky koresponduje s webdesignem tak, aby uživateli v podvědomí vznikla asociace, že i přes různá media používá stále stejný projekt.

---

<sup>9</sup> Příloha č. 5



## 5.6 Propagační materiál

Chtěl jsem vytvořit něco praktického pro stopaře a viditelného pro řidiče, kteří jsou potencionální šanci, že vás odvezou do vaší vysněné destinace. Vytvořil jsem tak univerzální stopařskou cedulku<sup>10</sup> s vizuálním stylem celého projektu. Pro stopaře má praktické využití jelikož je vytvořena z materiálu, který je popisovatelný tzv. smazatelným fixem, který je dostupný v každém papírnictví. Díky tomu nemusí stopař shánět kartony, které následně musí pracně ořezat a na ně napsat místo, kam chce jet. Takovýchto kartonů musí mít stopař hned několik, jelikož delší plánované dobrodružství nikdy nekončí jen u jedné cesty. Tato cedulka tak ušetří hned několik starostí, jak s dostupností, tak i zabraným místem v batohu. Myslím si, že pro každého stopaře je cedulka nutností, jelikož už jen tím, že ji používá, dává informaci řidičům, že je na stopování připravený, že to tak plánoval a nepraktikuje stop poprvé. Myslím si, že většina lidí kteří stopují a cedulky nepoužívají je odsuzují právě z důvodu, že mají více negativních vlastností než těch kladných. Tyto problémy by měla právě tato smazatelná cedulka vyřešit. V budoucnu, pokud by se projekt rozrostl a dostal se do podvědomí širší veřejnosti, by takováto stopovací cedulka znamenala to, že se jedná o slušného stopaře který využívá sociální síť Hitchi, což by pro řidiče měla být záruka jistoty a bezpečí.

---

<sup>10</sup> Příloha č. 6

Dále by jako propagační materiály fungovaly placky<sup>11</sup> s logem Hitchi, které si může kdokoliv připnout při cestách na batoh nebo na tričko.

## **5.6 Video**

Pro prezentaci jsem také vytvořil video, abych dokázal divákovi více přiblížit všechny možnosti webu i aplikace a mohl rychle a snadno předvést jejich používání.

---

<sup>11</sup> Příloha č. 7

## 6 TECHNOLOGICKÁ SPECIFIKA

Vybrání správného softwaru je pro projekt velice důležité a je nutné si uvědomit své dosavadní znalosti. Pro tvorbu webu jsem zvolil nový program od Adobe, která nedávno přidala do svého balíčku Adobe Creative Cloud, a to Adobe Muse CC, i přestože je program nový a není tak dotažený jako většina programů, které Adobe vydává. Hlavním důvodem pro volbu tohoto programu bylo, že mi velice pomohl k vytvoření webové stránky i bez znalosti programovacího jazyka, na který se ale posléze stejně dostalo. Další grafické práce jsem tvořil v Adobe Photoshop a Illustrator. Tyto programy jsem zvolil převážně proto, že mezi sebou navzájem komunikují a dá se pracovat napříč všemi, bez jakéhokoliv problému. Další důvod byl také ten, že Adobe je v této oblasti samozvaným softwarovým monopolem, který zatím ani zdaleka nikdo neohrožuje, jelikož jeho technická stránka funkcí je na velice dobré úrovni. Přestože je mnou vytvořená dosavadní verze webové vizualizace plně funkční jen v případě zobrazení na FullHD display (1920x1080), webdesign je vytvořen tak, aby mohl být schopným programátorem převeden pro další zařízení bez velkých problémů a zásahu do layoutu. Pro vytvoření prototypu mobilní aplikace mi byl doporučen online software Marvelapp, který mi umožnil udělat funkční a věrohodnou vizualizaci jak by aplikace fungovala a vypadala na telefonu Iphone 4 s rozlišením 640x960.

## 7 POPIS DÍLA

Celkové dílo tvoří celý koncept sociální sítě, která umožňuje uživateli usnadnit stopování a sdílet tak informace společně mezi sebou. Aby bylo vše uživatelsky přívětivé rozděluje se sociální síť na webu do několika sekcí.

### 7.1 Záznam cesty

První a hlavní část celé sítě je funkce, která umožňuje zaznamenat údaje z cesty. Uživatel vyplní formulář<sup>12</sup>, do kterého je možné vepsat informace pro každé využití auto zvlášť, zaznamenat čas čekání, počasí a mnoho dalšího. Získané informace se následně ukládají a tvoří statistiky které je možné zpětně shlédnout na svém profilu. Profil je veřejný a může tak inspirovat či poučit ostatní uživatele sítě.

### 7.2 Mapa

Další funkcí je také přístupná interaktivní mapa<sup>13</sup>. V této mapě je možné filtrovat data podle vaší potřeby. Je tak možné vidět v mapě body s informacemi o tom, kde je nejlepší místo pro stopování vaším směrem, a jak se k takovému bodu dostat pomocí MHD. Tato funkce je velmi užitečná, jelikož vás často tato forma cestování zavede na místa, které neznáte, a orientace v novém prostředí je občas velice obtížná.

---

<sup>12</sup> Příloha č. 8

<sup>13</sup> Příloha č. 9

Díky této funkci je možné, že stopaři, kteří okolní prostředí znají, nasdílí tuto informaci ostatním, a usnadní jim tak cestu. Další funkce stránky je možnost filtrování, např. čerpacích stanic a jejich nabízeného servisu. To se hodí zejména v případě stopování na dálnicích, protože to umožňuje, aby uživatel věděl, kde má vystoupit a nezůstat na sjezdu dálnice, jelikož řidič nepokračoval vaším směrem. Na takovém místě je velice malá šance, že někdo zastaví a pokud se tak přesto stane, je to velice nebezpečné a to je jeden z důvodů, proč někteří lidé nemají rádi stopaře. Díky nedostatku informací pro cestovatele pak vznikají tyto nebezpečné situace, které ohrožují jak jeho samotného, ale také ostatní a vrhají tak špatný stín na celou komunitu.

Je také velmi užitečné vědět o meteorologické předpovědi. Podle včasných informací o počasí je tak cestovateli umožněno pozměnit svou trasu nebo najít rychle útočiště v případě špatných podmínek. Proto jsou do map implemetována data s aktuálními meteorologickými úhrny srážek. Tyto informace je možné získat samozřejmě i z jiných zdrojů a medií. Ale Hitchi se snaží o co nejvíce přehledných informací pohromadě, tak aby si uživatel nemusel stahovat více dat a dělat si starosti, kde zrovna takové informace hledat.

Dále Hitchi využívá data z již existujícího serveru, který je přizpůsoben pro takzvaný couchsurfing,<sup>14</sup> který funguje na principu poskytnutí cizincům ubytování zdarma u vás doma . Tato síť tak umožňuje ušetřit náklady na cestování, ale také poznat cizí kultury z blízka. Nechtěl

---

<sup>14</sup> Couchsurfing = největší internetová služba bezplatného ubytování

jsem vytvářet něco, co již existuje a funguje a z toho důvodu tak Hitchi pracuje s jejich databází, na kterou posléze odkazuje.

### **7.3 Spolujízda**

Další sekce<sup>15</sup> Hitchi nabízí možnost najít přátele pro společné cestování v případě, že nechcete stopovat sami.

### **7.4 Průvodce**

V případě že Hitchi navštíví nový uživatel, může mu pomoci sekce průvodce<sup>16</sup>, díky níž se může postupně seznámit se stopováním. Pro tuto funkci by v budoucnu byla vytvořena krátká videa, například o tom, jak se obléci při stopování a jak správně vybrat místo kde stopovat. Také zde najde stručné informace o státu, který by chtěl navštívit, dále užitečné odkazy, které by mu mohly pomoci a usnadnit rozhodování. V případě že by chtěl získat aktuální informace, může využít možnosti rozvést diskuzi s ostatními stopaři pomocí příspěvku na zed'.

### **7.5 Zed'**

V okamžiku, kdy uživatele zaujal nějaký příspěvek od jiného člena sítě, a chtěl by dostávat pravidelné informace o jeho aktivitě v rámci Hitchi, existuje pro to takzvaný following system. V případě že začnete

---

<sup>15</sup> Příloha č. 10

<sup>16</sup> Příloha č. 11

někoho “sledovat” jsou jeho příspěvky upřednostněny před ostatními na vaší zdi<sup>17</sup>, kde se všechny zobrazují. Na tomto místě je možné takové příspěvky komentovat a rozvést tak debatu na dané téma jak s nováčky, tak s lidmi, kteří stopují dlouho.

V případě úspěšného spuštění celé této sociální sítě by se postupně přidávaly další a další funkce, jako například podpora přátel na cestě nebo vyfiltrování kempů či supermarketů v mapě a další užitečné informace, které jsou složitě dohledatelné.

Celé dílo je tak vizualizace velkého projektu v plenkách, který má hodně před sebou, aby mohl být spuštěn v takovém rozsahu, jak ho vizualizace ukazuje. To je hlavní důvod, proč se prozatím jedná jen o koncept. Rád bych ale vše v rámci možností dokončil, aby tato práce neskončila v teoretické rovině. To ale také znamená i větší finanční podporu, jelikož projekt v takové velikosti je zcela nereálné dokončit bez peněz a týmu schopných lidí. Ohledně financování tohoto projektu jsou dvě možnosti.

První možnost je oslovit stopařskou komunitu pomocí crowdfundingu<sup>18</sup>, kde by si zaplatila vývoj projektu sama komunita a lidé kterým se nápad líbí. Další možností je získat sponzora, což by mohla být například cestovní pojišťovna, která by tak měla přímý kontakt

---

<sup>17</sup> Příloha č. 12

<sup>18</sup> Crowdfunding = typ financování za pomoci jednotlivců, kteří přispívají menší obnos peněz

s potencionálními zákazníky cestovního pojištění a uživateli by to přineslo výhody a zjednodušení zařízení pojištění v rámci aplikace.



## 8 PŘÍNOS PRÁCE PRO DANÝ OBOR

Celý projekt je osobitým zrealizováním vize, která za pomoci všech sfér multimediálního designu tvoří komplexní a funkční celek. Myslím si, že přínos pro multimediální design a tvorbu větších projektů je nutnost uvědomění si toho, že je důležité vytvářet projekty z vlastních zkušeností, které přinesou projektu osobitou tvář. Nevěřím v budoucnost jedné velké sociální sítě, která se snaží obsahovat pokud možno vše pro velkou masu lidí. Podle mě uživatel na takové síti zcela ztratí svou identitu a raději vyhledá službu zaměřenou čistě pro jeho potřeby.

Můj projekt právě dokazuje tuto potřebu vytvářet služby pro určité cílové skupiny, neboť jen tak je možné správně zacílit funkce, aby s nimi byl každý, kdo je vyhledá spokojený.

V dnešní době se většina lidí stala pouhými konzumenty, kteří se spokojí s tím co jim je předloženo. Důležité je tak ukázat, že za pomoci dnešních digitálních prostředků je vcelku snadné vytvořit nové věci, které budou přesně podle vašich představ a nebudete tak jen čekat, zda váš nápad zrealizuje někdo jiný.

Díky dnešním médiím je také možné přiblížit se k reálné tvorbě, která se praktikuje velkými korporacemi v případě vytváření nových projektů, neboť média která používají nejsou moc odlišná od těch, která se dají užívat běžně na internetu.

Projekt také ukazuje nutnost si v rámci multimediálního designu rozšiřovat obzory ve všech médiích stejně, nezaměřovat se tak jen na jedno médium, které kreativce baví nejvíce. Po nějakém čase je tak možné vytvářet komplexnější projekty, které mají větší šanci na úspěch v reálném životě.

## 9 SILNÉ STRÁNKY

Podle mého názoru je silnou stránkou mé bakalářské práce komplexnost a spojení všech věcí, které jsem se za dobu studia naučil. Pomocí spojení médií se mi povedlo znázornit koncept a funkce přesně tak, jak jsem si je předem představoval a předal jsem tak tuto vizi dalším, kteří se o takovouto práci zajímají. Abych docílil právě oné komplexnosti a umožnil zájemcům poznat přínos mého projektu, musel být web a aplikace naprogramovány tak, aby bylo možné na všechno kliknout a vidět to tak, jak by to ve skutečnosti mělo fungovat. Mezi silnými stránkami bych také uvedl myšlenku projektu, která se od malého nápadu po čase rozrostla do obsáhlého projektu, který má budoucnost a může se dále rozrůstat.

Dále bych vyzdvihl neustálou konzultaci této práce s oddělením grafického designu pod vedením MgA. Kristýny Fišerové, která projektu také věnovala svůj čas.

Myslím si, že se úspěšně povedlo vytvořit koncept pro komunikační prostředek, který propojuje lidi a pomáhá udržovat a rozšiřovat komunitu.

## 10 SLABÉ STRÁNKY

Mnoho věcí, které považuji za silné stránky, lze také zmínit i ve slabých stránkách. To je důvod, proč zde lze uvést snahu udělat aplikaci i web funkčně naprogramovaný.

Právě kvůli tomu, že jsem se snažil, aby každý mohl vidět jednotlivé funkce tak, jak by vypadaly po spuštění, jsem musel věnovat spoustu času naučit se základy programovacího jazyka a pracovat s úplně novými softwary, které jsem do té doby ani neznal. Všechno tento čas jsem mohl ušetřit jen obrázkovou prezentací.

Snaha dovést vše k dokonalosti ohledně funkčnosti webu či aplikace mě často zavedla do slepých uliček, kde jsem si musel říci, že se vzdávám a že něco nedokážu. Tato situace pro mne byla vždy velice demotivující. Díky těmto situacím jsem se ale také naučil to, že je nutné krotit svou představivost a že není možné zrealizovat vše, co máme v hlavě, pomocí kódu.

## 11 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### A. Knižní a periodická literatura

PINCAS, S., LOISEAU, M. Dějiny reklamy. Praha: Slovart, 2009. ISBN 978-80-7391-266-6.

KENNETH, E., Baack, D. Reklama, propagace a marketingová komunikace. Praha: Computer Press, 2008. ISBN 978-80-251- 1769-9.

KLEON, Austin. Krad' jako umělec. Brno: Jan Melvil Publishing, 2012. ISBN 978-80-87270-36-3.

GUILLEBEAU, Chris. Startup za pakatel: objevte způsob, jak pracovat na sebe a žít s tím, co vás baví. Vyd. 1. V Brně: Jan Melvil, 2013, 308 s. Žádná velká věda. ISBN 978-80-87270-59-2.

### B. Internetové zdroje

Hitchwiki. In: [online]. [cit. 2015-04-25].

Dostupné z: [http://hitchwiki.org/en/Main\\_Page](http://hitchwiki.org/en/Main_Page)

GUIDELINE COLOUR. . [online]. 25.4.2015 [cit. 2015-04-25].

Dostupné z: <http://guidelinecolour.com/>

Muse resources. [online]. 25.4.2015 [cit. 2015-04-25].

Dostupné z: <http://museresources.com/mulibs.html>

Run away guide. [online]. 25.4.2015 [cit. 2015-04-25].

Dostupné z: <http://www.runawayguide.com/>

## 12 RESUMÉ

For my bachelor thesis I have chosen the topic “Multimedial Company Presentation”. My choice was mostly affected by the decision to create something that would have a purpose and could be useful in real life. The simple creation of a company presentation was not satisfactory for me, as I attempted to develop an imaginary project that could be considered an alternative company in future. My work was therefore able to cross the treshold of mere theory and preparation of the presentation, because I was dealing with other aspect that could breathe life into my project. In the end I attempted to apply the multimedial design on a topic that is close to me - the hitchhiking community.

My main goal was to create a platform which would be able to connect people with this particular hobby and give them the ability to enrich one another with their experience. To create a place for them where they could feel at home and among friends.

The complete project creates a whole concept of a social network (Hitchi), which makes hitchhiking easier for the user and gives him an opportunity to share info with others. This is achieved via many functions, such as interactive map with data filtering, travel records, ability to find a Hitchmate and sharing knowhow. A web visualisation was programmed for this particular project, as well as an app and graphic layout.

By applying all kinds of multimedia design, this project is a complex and functioning realisation of my vision.



## 13 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1

**HITCHI**

**HITCHI**

 **hitchi**

 **hitchi**



HITCHI

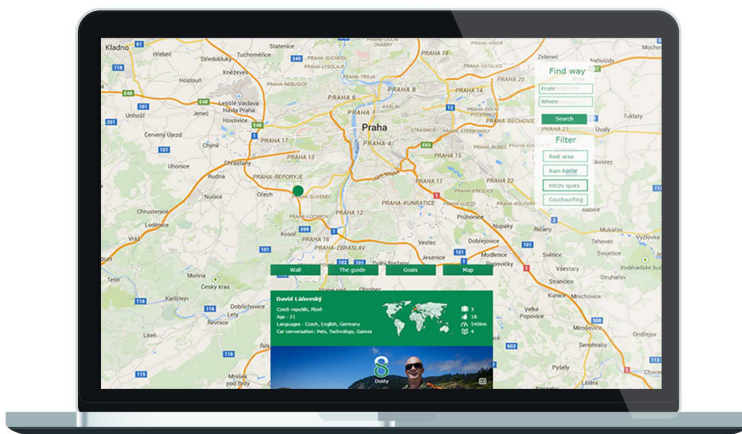
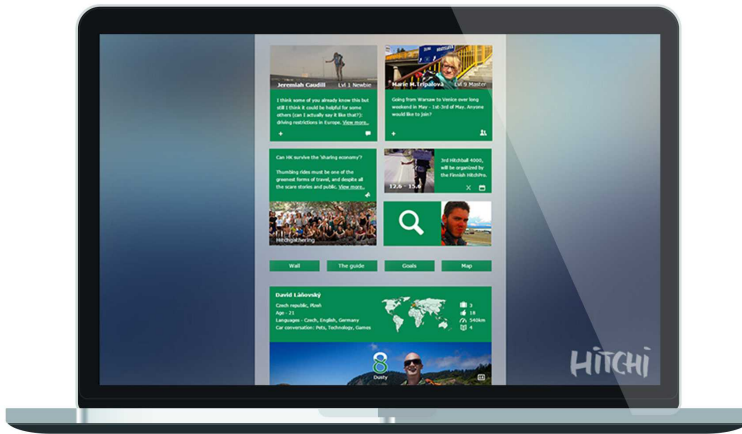
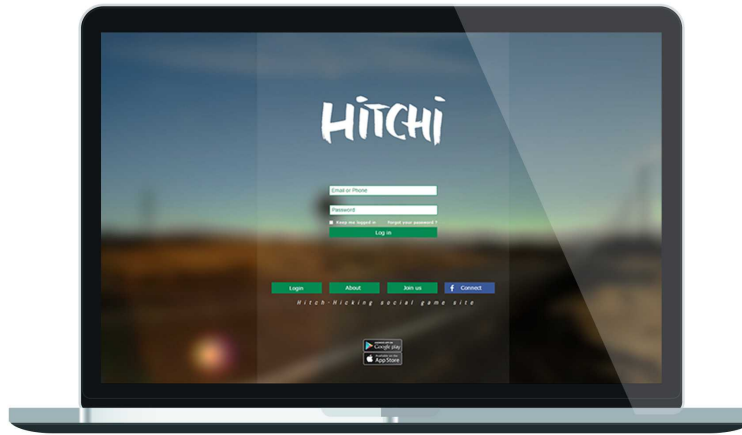
HITCHI

Příloha č. 3

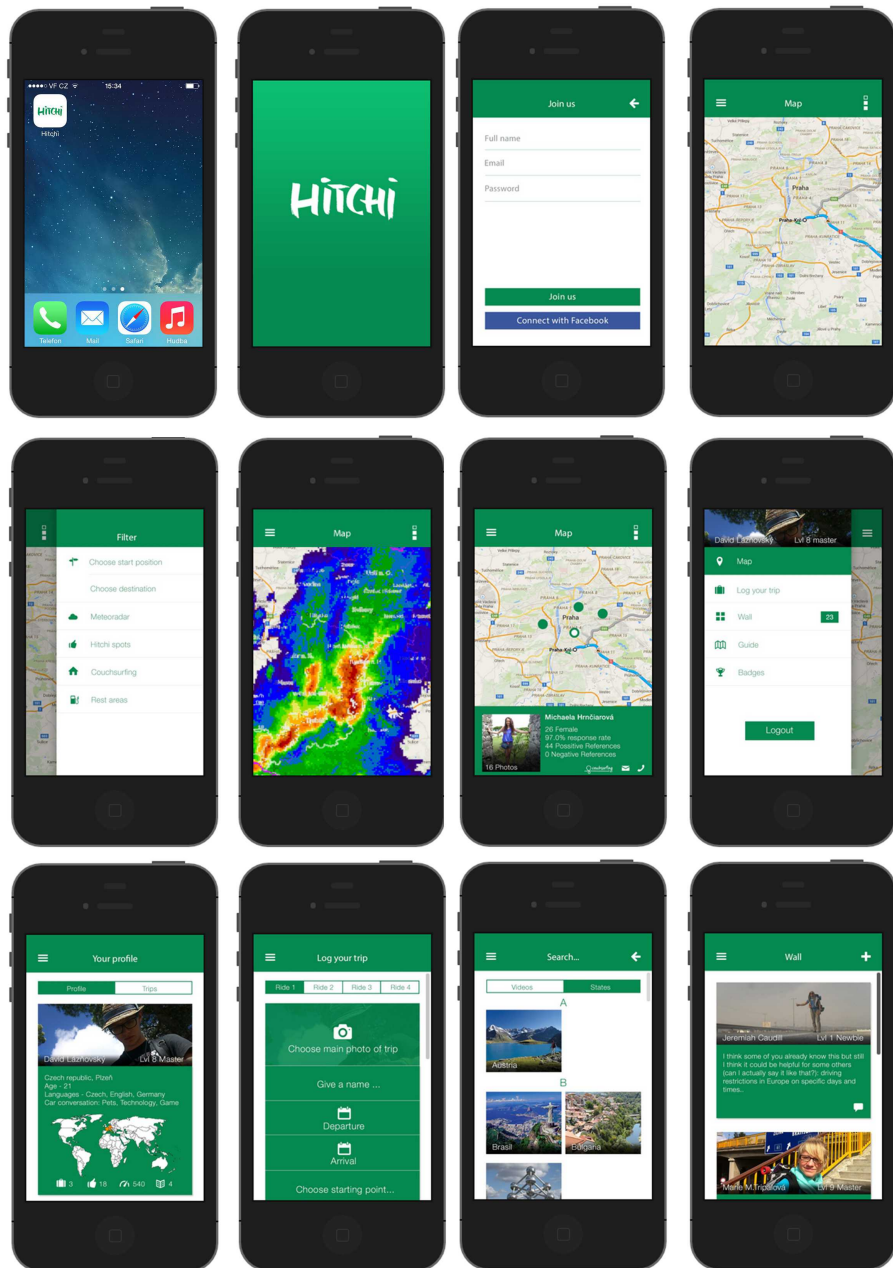


#008951

# Příloha č. 4



# Příloha č. 5



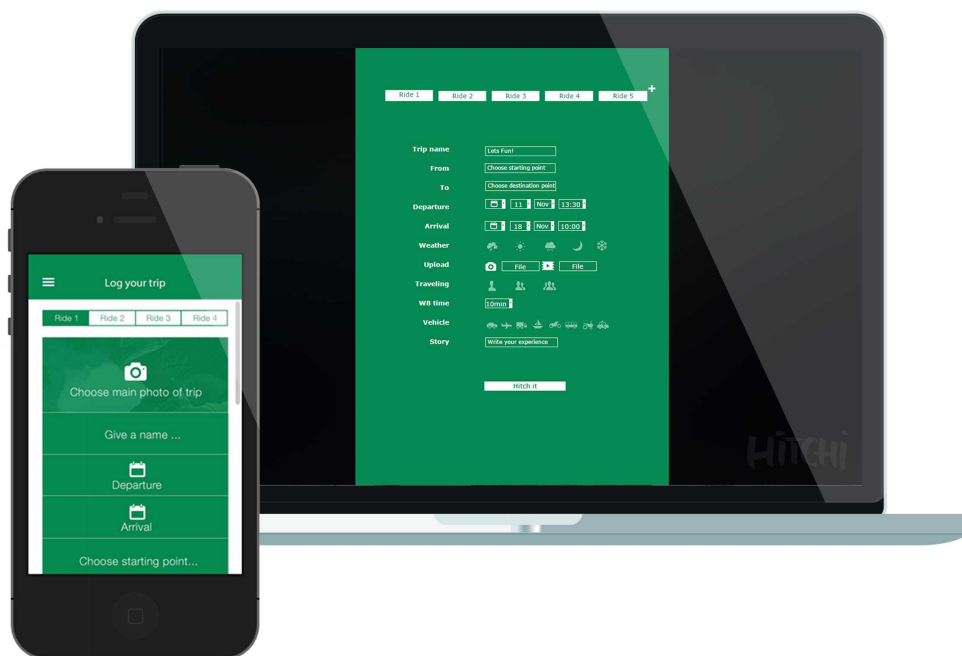
Příloha č. 6



Příloha č. 7

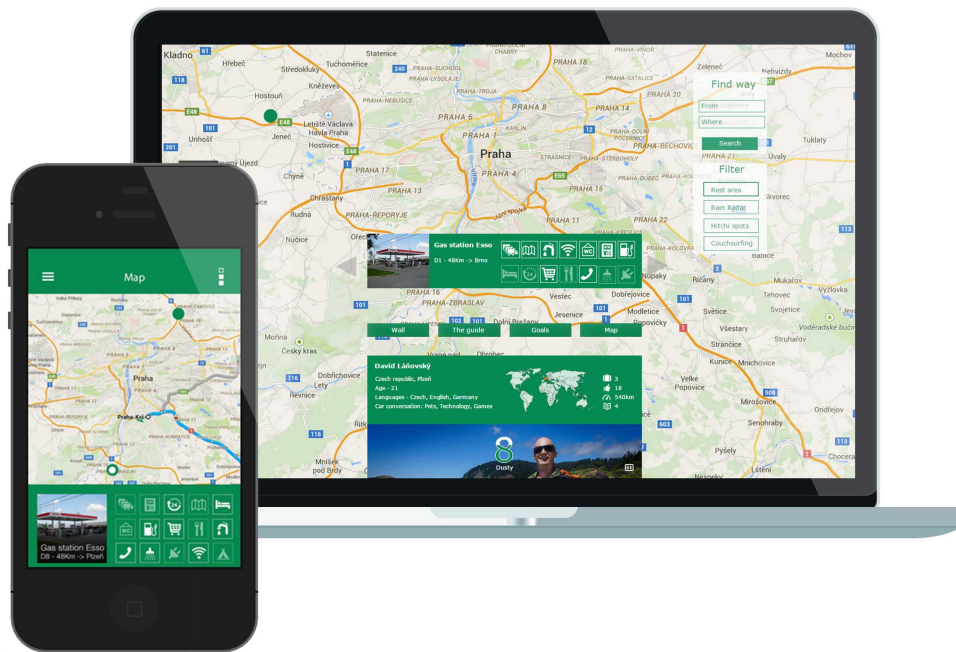


## Příloha č. 8





# Příloha č. 9



# Příloha č. 10



# Příloha č. 11



# Příloha č. 12



