

AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE

FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA

Filmové, televizní a fotografické umění a nová média

Animovaná tvorba

DIPLOMOVÁ PRÁCE

**STUDIUM A PROFESE ČESKÉHO ANIMÁTORA V
PODMÍNKÁCH TRŽNÍ EKONOMIKY**

Hana Kotlářová

Vedoucí práce: Jan Bubeníček

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Přidělovaný akademický titul:

Praha, 2015

ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE

FILM AND TV SCHOOL

Film, Television, Photography, and New Media Animation film

Animation Film

DIPLOMA THESIS

**STUDIES AND A CAREER OF CZECH ANIMATOR IN
TERMS OF MARKET ECONOMY**

Hana Kotlářová

Supervisor: Jan Bubeníček

Opponent:

Defense date:

Assigned academic title:

Prague, 2015

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou/magisterskou/disertační práci na téma

<p>STUDIUM A PROFESE ČESKÉHO ANIMÁTORA V PODMÍNKÁCH TRŽNÍ EKONOMIKY</p>
--

vypracoval(a) samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím uvedené literatury a pramenů.

Praha, dne

podpis diplomanta

UPOZORNĚNÍ

Využití a společenské uplatnění výsledků diplomové práce, nebo jakékoliv nakládání s nimi je možné pouze na základě licenční smlouvy tj. souhlasu autora a AMU v Praze.

ABSTRAKT

Cílem diplomové práce „Studium a profese českého animátora v podmínkách tržní ekonomiky“ je zodpovědět všechny základní, praktické otázky, které si klade student animace či začínající tvůrce s ohledem na svou budoucí kariéru. Dále by měla sloužit jako informační pojítka mezi školou a praxí, informovat o současné situaci na české animované scéně a o praktických dovednostech, které je nutné pro úspěšný start v oboru animace budovat.

Snahou autorky bylo předat nezkrácené, užitečné a realistické informace, a proto může text na některé čtenáře působit překvapivě, upřímně až skepticky. Čtenářovou reakcí by mělo být vytvoření vlastních, na faktech postavených východisek pro práci v oboru animace, a proto je pochopení celé, nepřikrášlené situace fundamentální. Široce pojaté téma obsahuje informace jak o filmové či umělecké animaci, tak o reklamní, zakázkové nebo internetové tvorbě, o fungování animačního studia, animačního průmyslu a ekonomických aspektech tvorby. Dále shrnuje poslání a účel škol a studia včetně „desatera studenta“, zaměřeného na praktické zkušenosti, které by měl student na škole získat.

Obsah práce byl z většiny vytvořen metodou dotazů a rozhovorů s předními tvůrci, producenty a pedagogy, fungujícími na české (i zahraniční) scéně. Přestože studie nepřináší hloubkovou analýzu a jasná řešení konkrétních, specifických problémů, představuje velice praktický úvod do animované tvorby v praxi, díky které by studenti měli získat základní přehled a témata dále individuálně rozvíjet.

ABSTRACT

„Studies and a career of Czech animator in terms of market economy“ answers all basic, practical questions that Czech animation student asks about his future career. It is an information link between school and practice. It delivers facts about current situation on Czech animation scene and presents practical skills which are necessary for setting up an animation career. The goal of a writer was to deliver undistorted information which might be surprisingly realistic or skeptic. Understanding these facts is fundamental, because readers should come up with their own solutions for their future jobs in animation. A broad topic contains information about film or artistic animation, commercial and commissioned jobs, internet animation, basics about animation studios, animation industry and economic aspects of a freelance work. It summaries a purpose of animation schools, including 10 commandments of a student aimed on practical skills to gain during studies.

The thesis content is based on interviews with leading animation creators, producers and lecturers, mostly from Czech republic. Even though the thesis doesn't deliver deep analysis and solutions for specific problems, it is a very practical introduction for animation career. Students will get basic overview and should develop related issues individually.

PODĚKOVÁNÍ

Za pomoc při získávání podkladů a informací k vypracování diplomové práce děkuji následujícím osobám:

Jan Bubeníček, Martin Vandas, Pavel Hruboš, Libor Pixa, doc. Michaela Pavlátová, prof. Jiří Kubíček, doc. Aurel Klimt, Jan Tománek, Martin Hovorka a Lukáš Skalník - studio Eallin.com, Michal Podhradský, Petr Horák, Martin Kotík, Michal Žabka, Bernie Roux, Jakub Obraz, Vladimír Strejček, Lukáš Tomek, Anna Bartošková, Jakub Dvorský, Veronika Jelínková, Eva Marková, Petr Filipovič, Oto Dostál, Jakub Kouřil, Lukáš Gregor, Marek a David Touškové, Aleš Borovan, Stanislav Lhotský, Antonie Urbanová, Martin Šafus, Diana Vam Van Nguyen.

Obsah

Úvod	10
1. Historie a současná situace v české animované tvorbě.....	12
2. Studium.....	17
2.1. Zamyšlení nad studiem	18
2.2. Účel školy	21
2.3. Student a jeho cíl	24
3. Úvod do prostředí profesionální animované tvorby	29
3.1. Co se tedy na české animované scéně děje dnes?.....	29
4. Animovaná tvorba v praxi	37
4.1. Animační a filmový průmysl	37
4.1.1. Animační průmysl	38
4.2. Film krátký, celovečerní a další formáty.....	39
4.2.1. Celovečerní animovaný film.....	40
4.2.2. Krátký animovaný film.....	45
4.2.3. Loutková animace	46
4.2.4. Seriály, mikroformáty, cross-media projekty a dětská tvorba	47
4.2.5. Financování a distribuce filmů a seriálů	48
4.3. Nezávislá tvorba.....	51
4.4. Východiska pro fungování českého animačního průmyslu.....	53
5. Komerční tvorba	56
5.1. Reklama.....	56
6. Internetový obsah.....	60
6.1. You Tube	61
7. Profese animátora v praxi	64
7.1. Freelancer	64
7.1.1. Fakta a mýty	64
7.2. Kreativní management	65
7.2.1. Jak fungovat - úvod do účetnictví.....	65
7.2.2. Jak pracovat - praktické aspekty a workflow.....	67
7.3. Animační režisér - filmový i reklamní.....	73
7.4. Animátor	79
7.5. Animační / postprodukční studio	84
7.5.1. Založení animačního studia	84
7.5.2. Fakta a finance	86
8. Pohled do zahraničí	88
9. Jak nejlépe využít studium?.....	90
9.1. Desatero studenta	90
Závěr	97

Seznam příloh

Příloha č. 1

Biografie osob, které svými názory a znalostmi přispěly k vzniku práce.....99

Úvod

Nejistota ohledně budoucnosti české animace, rozporuplné názory odborníků i tvůrců a velká propast mezi studiem a praxí mě vedla ke snaze zanalyzovat současnou situaci v animované tvorbě. Cílovou skupinou jsou především studenti, kteří v budoucnosti animované tvorby hrají důležitou roli a mnohdy nemají k dispozici dostatek informací. Plánem mé práce bylo přijít s jasnými východisky, díky kterým se budou studenti a mladí tvůrci schopni živit animovanou tvorbou.

Na rozklíčování této tematiky se podílí mnoho činitelů – historických, politických, vzdělávacích a společenských. Mnoho z nich spolu navíc souvisí pouze nepřímo a pro získání dostatečných podkladů by byl nutný rozsáhlý výzkum do útrob problematiky jednotlivých činitelů. Mé znalosti ale nesahají tak hluboko a bez dostatečné analýzy mnoha odvětví, kam animovaná tvorba prorůstá, by mé úsudky a snahy nalézt řešení situace pro celou českou animovanou scénu byly spíše filozofie. Pro tak rozsáhlou studii nebyl časový prostor, a proto jsem se zaměřila na všeobecný, avšak praktický úvod do současné situace v české animované tvorbě, na její základní nedostatky a na východiska, která dnešní doba nabízí absolventům animace ve smyslu pracovních příležitostí.

Většina absolventů českých vysokých škol animace je zaměřena na tvorbu filmů a autorský přístup - ve smyslu scénář - animace - výtvarná podoba - režie a občas i střih. Tyto vlastnosti jsou použitelné pouze v případě, kdy se absolvent rozhodne pokračovat jako tvůrce autorských filmů. Velice pravděpodobně si ale tímto způsobem nevydělá tolik peněz, aby dlouhodobě pokryl své životní náklady. Další pracovní příležitosti se naskýtají buď v animačních/postprodukčních studiích nebo v reklamní a zakázkové tvorbě, mnoho lidí pracují na volné noze, ti, co se chtějí věnovat filmu a charakterové animaci většinou cestují. Možností je mnoho a přestože se stále jedná o obor animace, můžeme pozorovat značné rozdíly v přístupu, znalostech, míře specializace a životním stylu - a ty jsou od způsobu fungování na škole velice rozdílné. Jedním z cílů práce je předložit základní přehled o dělení animované tvorby v praxi (filmová-umělecká, filmová-komerční, nefilmová, reklamní atd.) a popsat hlavní charakteristiky jednotlivých odvětví. Druhým cílem je předložení praktických poznatků a schopností, díky kterým student může svou budoucnost

cíleně formovat a ovlivňovat. Podstatně se zaměřuje na období studia, rozhodovací procesy a nejefektivnější využití tohoto období s ohledem na budoucnost. Většina informací pochází z kombinace analýzy dostupných fakt a publikací a výsledků rozhovorů s asi 40ti českými i zahraničními tvůrci, producenty, lektory, studenty a freelancery.

1. HISTORIE A SOUČASNÁ SITUACE V ČESKÉ ANIMOVANÉ TVORBĚ

„80. a 90. léta - to byla doba, kdy KF měl tolik peněz na produkci programových filmů (do kin), že se nedaly utratit. Nebylo tolik tvůrčího potenciálu, aby se daly vyčerpat. Takže každý, kdo přišel s nápadem, který byl alespoň trochu nosný, měl dveře otevřené...” (prof. Jiří Kubíček)

Ano, v 70. a 80. letech díky propracovanému financování a návaznosti na filmovou, televizní distribuci a školní systém pokračovala zlatá éra české animace, měli jsme tu skutečný animační průmysl. Zajímavé je, že nebyl nikdy financován ze státního rozpočtu, ale z tržeb v kinech a z exportu. Krátký film se díky kontroverznímu řediteli Kamilovi Pixovi rozrostl o nové prostory na Barrandově, o studio Prométheus v Ostravě a nově pod Krátký film spadly i Zlínské ateliéry (v letech 1970-76). Vyráběl až 170 krátkých filmů, 45 filmů do 30ti minut a 150 sedmiminutových dělů Večerníčku. Velké množství filmů však vzniklo jen proto, aby byla splněna „norma“ (natočené metry) nebo byla násilně přestříhána, čímž utrpěla jejich kvalita. Studio Bratři v Triku mělo více než 200 zaměstnanců, studio Jiřího Trnky o trochu méně. KF zaměstnával z tvůrčích profesí jenom některé režiséry, animátory a dramaturgy. Výtvarníci, hudebníci, speakeři, scenáristé a mnoho dalších režisérů byli externí spolupracovníci. Téměř neexistovala reklama, největší objem produkce byly večerníčky, volná programová tvorba (filmy a předfilmy v kinech). To vše ale bylo vykoupeno životem v komunismu.

Přehled vyrobených animovaných audiovizuálních děl

V tabulce je uveden celkový počet vyrobených filmů a seriálových dělů v Krátkém filmu v jednotlivých dekádách. Sekce s filmy jsou ještě rozděleny dle studií, ve kterých vznikly a dle metráže. Všechny filmy z kategorií 30-60 minut, nad 60 minut a cca 90% z kategorie do 30ti minut byly určeny pro kinodistribuci.

rok	celkem filmů	Studio Bratři v triku	Studio Jiřího Trnky	Studio Prométheus	do 30ti min.	30-60 min.	nad 60 min.	seriál
1945-49	44	36	8		42		2	
1950-59	127	76	51		119	2	3	3
1960-69	458	311	147		306	2	3	152
1970-79	1086	473	421	192	323	2	1	762
1980-89	1454	416	616	422	315	28	7	1105
1990-99	583	341	161	81	105	4	2	472
2000-09	61	46	15		21	1	2	37

Zdroj: Soukromá statistika Jiřího Kubíčka

Dnes nejvíce animovaných titulů v České republice stále pokrývá krátký, studentský film. Krátký film všeobecně však není ekonomicky stabilní - jednak se téměř nedá zpeněžit a jednak nemá distribuční síť - většinou je možné ho promítat jen na filmových festivalech a přehlídkách. Nejvíce peněz "protéká" reklamní animací (rozpočítáno na stopáž). Stabilně, i když ne ve velkém, se u nás vyrábí večerníčky a společně s nimi mají největší potenciál (nejširší dopad na diváka) celovečerní filmy.

Filmová produkce od roku 2008:

	2008	2009	2010	2011	2012	2013 ¹
Výrobce filmu						
Soukromé společnosti (studia)	16	13	18	22	6	5
Soukromé společnosti + školy	2	1	10	7	9	
Osoby	3	2	7	2	1	5
Školy	57	105	78	72	75	98
Ostatní	102	101	81	60	91	108
Celkem	180	223	194	163		
Formát						
Krátký film	13	7	24	21	10	
Celovečerní film	1	2	3	1	1	2
Seriál	7	7	8	9	5	
Objednatel						
ČT	8	6	7	2	3	
Soukromé společnosti / investoři	0	0	0	2	2	
Veřejná instituce	1	0	4	2	0	
Koprodukce	1	2	3	2	2	
Osoba	7	7	16	14	7	

Zdroj: Národní filmový archiv, studie Mapování kulturních a kreativních průmyslů v ČR 2015 a statistika Jiřího Kubíčka

¹ Data poskytnutá Národním filmovým archivem za rok 2013 nejsou plně srovnatelná s předcházejícími roky.

Sametová revoluce znamenala konec systémové podpory a průmyslu v českém animovaném filmu. Dnešní situace v porovnání s předchozím obdobím může působit dojmem, že české animované filmy nikdo nechce, a když už ano, shánění financí a výroba je nesmírně náročný a zdlouhavý proces. Komunismus byl nahrazen kapitalismem, přinesl druh svobody se svými vlastními pravidly – a to se samozřejmě odrazilo i ve filmu a kultuře. Se svobodou přichází i odpovědnost, takže sice máme ohromné množství úžasných možností – ať už technologicky či platformou - ale nikdo nám nepředloží jednoduché východisko, musíme se umět prodat, obstát v konkurenci a svou situaci obhájit.

Český animovaný film tuto změnu neustál. Nové podmínky vyžadují změnu přístupu a nový způsob myšlení. Historie nám může být úžasnou inspirací a stále udržuje českou animaci ve světovém povědomí, ale pokračování v jejích principech ke znovuoobnovení českého animovaného průmyslu nestačí - je potřeba se s pokorou nové věci naučit a dohnat, co jsme zameškali. A právě progresivní přístup se z toho, co z české industrie zbylo mnohdy vytratil a někde můžeme pozorovat pasivitu a myšlení zablokované přesvědčeností o tom, že co fungovalo v minulosti bude fungovat i dnes - a bohužel občas tento přístup vidáme i v odvětvích, která mají pravomoc do vývoje situace výrazně zasahovat. Velkovýroba zkosnatěla a u malovýroby, která je dnes velice žádaná, chybí zkušenosti. Lidé nechtějí ztratit své pozice, ale zároveň se jim nedaří udávat směr. A právě toto poukazuje na velice zajímavý (a dle mého názoru zásadní) poznatek - a tím je v současnosti absence vůdčích osobností české animované tvorby - a teď nemám na mysli ani tolik režiséry a výtvarníky, ale především organizátory a producenty s otevřenou hlavou a přirozenou autoritou, kteří jsou schopní cíleně a funkčně směřovat velkovýrobu a vést a inspirovat teamy i jednotlivce. A takové osobnosti jsou potřeba nejen v řídicích pozicích, ale i na školách. Jedním z takových "guru" byl i Jiří Trnka, který se neustále obklopoval mladými, progresivními tvůrci, sledoval trendy (tematické i technologické) - důkazem je velká rozdílnost ve tvorbě z 30. a 70. let. Dokázal se nejprve chytře inspirovat v zahraničí (viz Zvířátka a Petrovští - je patrná inspirace Walta Disneyho) a poté zkombinovat fungující principy s vlastní tematikou. Žil však v jiné době, kdy se mohl plně věnovat tvorbě a nemusel řešit jak projekty ufinancuje.

Naopak veliký nárůst zaznamenává animace nefilmová - reklamní, herní, pro mobilní aplikace, internetová. Vytváří se tak mnoho nových pracovních příležitostí, které s sebou ale nesou i zásadní změny jako konkurence amatérů a všeměľů (animaci ve Flashi vám dnes udělá i dítě na základce) nebo nutnost umět prodat své schopnosti. Nabízí ale veliké možnosti animačním profesionálům. Zdůrazňuji PROFESIONÁLŮM, protože jedním z opravdu zásadních problémů celé současné animované tvorby je neprofesionalita. Je téměř jedno, čemu konkrétně se bude absolvent animace ve svém oboru (nebo i příbuzných oborech) věnovat, ale čím lépe (profesionálněji) svou práci odvede, tím lepší podmínky si vytváří. „Dobře odvedená práce“ přitom může mít jiný obsah v případě charakterového animátora ve studiu, kde je největší důraz kladen na kvalitu řemesla, rychlost a teamovou spolupráci a v případě tvůrce animací pro YouTube, kde kvalita animace zaostává za dovedností oslovit široké publikum a udržet jeho pozornost.

S profesionalitou souvisí i to, že tvůrce umí výborně řemeslně a obchodně odvádět svou práci, nehledě na to, jakou specializaci si pro svou kariéru vybral. Odvíjí se nejen od zkušenosti, ale i od rozhledu a znalosti oboru, zaběhlých postupů atd. Cesta tvůrce nebo studenta k profesionalitě vede jednoduše:

- a) zjisti, co chceš dělat
- b) zorientuj se v prostředí (zjisti, co to v praxi znamená a co ti nabízí realita)
- c) rozhodni se, jak budeš v takovém prostředí fungovat
- d) pracuj na sobě (celoživotně, sbírej zkušenosti)

A protože se tato práce zaměřuje na východiska pro studenty a absolventy a není výjimkou, že studenti se "zasekávají" před druhým bodem, věnuji se v následujících kapitolách zamyšlením nad studiem a stanovením cílů.

Co přinese budoucnost samozřejmě nevíme, ale v současné době není nastavení fungování systému kinematografie ochotno krátké filmy masově distribuovat v kinech ani televizích, natož za ně platit. Současná situace z ekonomického hlediska spíše tedy nahrává filmům celovečerním – ty však v Čechách zdaleka nemají takovou tradici, nebo dětské tvorbě a večerníčkům, kterých se ale vyrábí málo na to, aby uživily tvůrce a studia, která v ČR máme. Snaha výrobu a distribuci animovaného filmu tlačit a prosazovat pomocí grantů, bez dalších obchodních záměrů, mu nechává status umění, které je nevýdělečné a musí se cíleně podporovat. Na jednu stranu animovaný film sám o sobě není pro společnost životní nutností, na druhou je důležitou součástí naší kultury. Druhý

pohled na věc je začít vyrábět takové filmy, které sami o sobě zaujmou široké publikum a naučit se o filmu přemýšlet jako obchodníci (brát film jako umělecký produkt s jasným komerčním potenciálem). Abychom mohli přemýšlet nad tím, jak by se v současných podmínkách mohlo vyrábět více českých animovaných filmů, musíme pochopit jejich ekonomické, ale i technologické a řemeslné principy, které jsou v dnešní době odlišné od těch z 80. let. Je zásadní uvědomit si, jaká jsou velká pro a proti animace, co to vlastně je mainstream, pravidla celovečerního animovaného filmu, jeho největší rozdíly oproti filmu krátkému. Faktem přitom zůstává, že nikde v Evropě není situace s výrobou filmů jednoduchá a stabilní a slovo koprodukce se pomalu stává synonymem výroby animovaného filmu. A tato pravidla si musí osvojit nejen producenti, ale i samotní tvůrci.

Animovaný film je finančně velice náročný. Český fond kinematografie nemá pro animované filmy dostatek peněz, aby pokryly celý rozpočet bytí jednoho celovečerního filmu, je tedy nutné hledat další zdroje financování. Koprodukce výrobu prodražují, ale vyrábět filmy pro širší než jen české publikum je východisko, jak film ufinancovat. Nicméně *"Česká animace to nemá lehké a tvůrci to dělají s velkým nasazením a entusiasmem. A projekt, který nemá dobré podmínky se těžko stává evropsky konkurenceschopným."* (Lukáš Skalník)

2. STUDIUM

Absolventi vysokých škol v oboru animovaná tvorba v letech 2001 – 2013

Vysoká škola	studijní obor ²	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13
Ostravská univerzita	Animovaná tvorba	0	0	0	0	0	0	0	5	3	7	2	2	2
Ostravská univerzita	Animovaná tvorba	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ostravská univerzita	Animovaná tvorba	0	0	0	0	2	4	10	0	0	0	0	0	0
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně	Klasická animovaná tvorba	0	0	0	0	0	0	0	18	23	18	20	19	17
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně	Animovaná tvorba	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	11	5	9
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně	Animovaná tvorba	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	7	7	10
Akademie múzických umění v Praze	Animovaná a multimedialní tvorba	1	1	4	1	4	0	7	4	4	3	4	7	3
Akademie múzických umění v Praze	Animovaná a multimedialní tvorba	0	1	4	5	5	3	5	1	3	4	1	4	4
Filmová akademie M. Ondříčka	Animovaná tvorba	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	3	3	3
Celkem	310	1	2	8	6	11	7	22	28	37	45	48	47	48

Zdroj: MSMT

² Studijní obory zahrnují jak bakalářské, tak magisterské vzdělání.

2.1. Zamyšlení nad studiem

Kam chci celé své snažení směřovat? „Z pohledu studenta se to může zdát příliš přízemní. Nicméně to je téma, které si člověk musí vyřešit poměrně brzo. Jelikož se stává, že člověk nějakým štěstím dostane na začátku pár dobře placených reklam a po velmi krátké době se mu nechce vracet se na nižší úroveň, hledat uměleckou, kreativní práci a začínat na vlastních projektech téměř bez honoráře. Je to obecný problém mojí generace (tvůrci narozeni kolem roku 80) "Nejdřív vydělám na reklamách a pak udělám film." Když tohle nemá člověk opravdu promyšlené a nešetří si peníze na budoucnost, končí v pasti." (Jan Bubeníček)

V době před vznikem ateliéru animace na FAMU (1991) bylo studium animace na škole značně omezené. „Řemeslo“ animace se dalo studovat na Hollarce (Střední umělecká škola Václava Hollara) a "Žižkárně" (Střední uměleckoprůmyslová škola), autorská tvorba na Filmové a televizní grafice na VŠUP. Ohromnou roli zde ale hrál právě Krátký film, který sloužil jako přirozeným pojítkem mezi školou a praxí. Jeho tvůrci vyučovali na středních animačních školách a nejenže financoval absolventské filmy Umprum (poskytl jim animátory, dramaturgy a supervizi zkušených režisérů), ale zároveň nabízel základní pozice (konturista, kolorista, fázař) i nevystudovaným zájemcům, přičemž příchozí zaučil. Toto propojení školy s praxí přestalo v 90. letech fungovat. Dnes mají absolventi situaci komplikovanější – jednak na první pohled není ani kde ani kdy se po škole „zaučit“ a také studenti ihned po škole vstupují do konkurenčního prostředí. Velký kus práce je tedy potřeba udělat už na škole a ke sbírání zkušeností je nutné vyvinout vlastní iniciativu, která ale často přináší ovoce.

"Dříve se hodně dbalo na to, aby studenti při škole nepracovali. Škola to většinou nepovolovala. Dnes ale všichni chápou, že i studenti musí z něčeho žít, a i když to má negativní vliv na studium, nedá se tomu vyhnout" (prof. Jiří Kubíček)

"FAMU není o jednotlivých předmětech – je o tom, aby se studentům otevřely oči, aby se setkali s osobnostmi, které by člověk jinde nepotkal a pochopili ten obor jako celek. Škola nenaučí jednat s lidmi a řešit konkrétní situace. Studenti FAMU se musí starat sami o sebe, nikdo je nikam nepovede, jsou dospělí. Škole chybí peníze a tak je technologicky 3 roky pozadu. V Británii podobnou situaci zlepšila TV stanice Channel 4." (prof. Jiří Kubíček)

Co člověk (i odborník), to mírně odlišný názor na studium. V zásadních věcech se ale většina shoduje (a pravdivost je potvrzená praxí):

Střední škola = základ řemesla a disciplína

Bakalářské studium = pracovitost, disciplína, praxe, komplexní poznání oboru, rozhodnutí, čemu a jak se věnovat

Magisterské studium = specializace v oboru, samostatnost, kontakty, teamová práce, dramaturgie (vedení příběhu a postav) a jasné směřování činnosti do konkrétní praxe

Česká škola není a nemůže být záchranný člun či spása pro naši budoucnost - je to prostor a čas, ve kterém se pro budoucnost můžeme připravit, zorientovat se v oboru a vytrénovat své schopnosti, ale teprve v praxi se je skutečně naučíme využívat. Střední i vysoká škola rozhodně má smysl, protože nám dá pevný řemeslný základ, na kterém později stavíme, ale bez praxe a samostudia bude životem v bublině a naše dovednosti v praxi téměř nepoužitelné. Naopak praxe bez školy možná je, ale znamená možnost poznat pouze malý střípek našeho oboru.

Zároveň je k zamyšlení, jestli koncept českých filmových škol, vedoucích studenty k tvůrčí individualitě má v dnešní době stále smysl - protože uplatnění filmových, autorských tvůrců je na rozdíl od těch specializovaných a schopných teamové práce téměř nulový. Tento koncept je založený na autorské, individualistické tvorbě 70.-80. let, kdy takové filmy byly žádané, měly smysl a animace existovala i jako druh umění. Současné podmínky (rok 2015) téměř neumožňují žít se autorskými filmy.

"Pečlivě zvolená střední škola a obor uměleckého zaměření, studentovi velmi usnadní rozhodování v budoucnu. Osobně jsem vděčný, že jsem si prošel ve výtvarném smyslu klasickým vzděláním už na střední škole – stále totiž považuji klasické techniky (kresba, grafika, malba, fotografie, ...), jako dobrý základ pro animaci. Animace je pro mě stále pomyslný „vrchol“ fúze výtvarného a filmového umění.

V oboru se velmi často pohybují lidé bez výtvarného vzdělání, kteří přirozeně inklinují k 3D. U "klasických" animátorů se ku prospěchu disciplíny rozšiřuje možnost uplatnění (výtvarno, storyboardy, 2D, 3D animace). Specializace je

dobrá pro budoucí uplatnění, ale z mého pohledu bych ji aplikoval až v pokročilém studiu na VŠ, VOŠ.

Model spolupráce pěkně funguje u některých západních škol, kdy se studenti v průběhu semestru učí komunikaci úkolem, kde je nutná týmová spolupráce. Myslím si, že by výsledkem měla být zkušenost -- film, ale ne nutně autorský." (Pavel Hruboš)

"Způsob selekce studentů pomocí talentových zkoušek nepřímo vytváří škatulky, ale zatím lepší způsob neznáme. Škola by měla poskytnout prostor pro umělecký experiment, který už většinou nikdy v životě nezopakujeme. Není důvod, aby fungovala převážně jako příprava na praxi, ale především jako prostor pro zkoumání a sebevzdělávání. Na školách postrádám disciplínu, sebekázeň a plánování. Dnes máme kolem 10 škol, které mají akreditovaný obor animaci, což v důsledku produkuje ročně několik desítek absolventů bez reálného uplatnění. Koncept škol je převážně stejný, klade důraz na výtvarnou estetiku na úkor estetiky pohybu, herectví. Vnímám jako důležité v sobě probudit v průběhu studia specializaci a tu se pokusit rozvíjet.

Většina současných režisérů animovaných filmů pochází z lůna FAMU. Práce které zaujmuly a otevřely dveře náš malý trh, dokázali tvořit na škole, což potvrzuje mou myšlenku specializace a nutného zaměření při studiu." (Pavel Hruboš)

V magisterském studiu už bychom měli řešit základní rozcestník ohledně naší budoucnosti – jestli se přizpůsobíme podmínkám, které nám dané prostředí nabízí (dostaneme za svou profesionalitu adekvátně zapláceno nebo nenajdeme uplatnění? Jakým způsobem budeme v praxi fungovat?) nebo jestli my sami chceme vědět, že máme z výsledku své práce radost (peníze a pohodlí už nehrají hlavní roli).

Na školách je potřeba si uvědomit, že animace není vždy pohodová práce a vyvést je z iluze plus hrnout na lidi inspirace. Jistota není celoživotně možná. Člověk může zvýšit svou cenu tím, že toho na profesionální úrovni umí hodně (např. animační režisér, který obsáhne nejen animaci, ale i příběh a vedení lidí). Ohromně důležitá je schopnost pracovat jak samostatně tak v teamu. Jedno je více o pokoře a druhé o sebevědomí, zkušenosti a dovednostech.

2.2. Účel školy

České vysoké školy vyučující animaci jsou v současné době nastavené tak, že vychovávají spíše autorské osobnosti než animátory či režiséry. Poskytnou studentům spoustu úžasných možností – zahraniční stáže, setkávání s osobnostmi, příležitosti k diskusím, možnost si cokoliv bez rizika vyzkoušet, pevné kontakty a vazby na kolegy z oboru apod. Je ale potřeba si dát velký pozor na tři věci: že autorství by mělo ideálně vycházet z ovládnutí řemesla, že na rozdíl od 70. let není v praxi prostor pro „zaučování se“, ihned vstupujeme do konkurenčního prostředí a v praxi je poptávka především po autorech-řemeslnících (pozor, nemyslím tím „klikače“ ve studiích, ale kreativní osobnosti, schopné pracovat se zadáním a v teamu) a autoři-umělci musí mít sami plán, jak chtějí v budoucnu fungovat / jak se budou živit. Dále je potřeba si uvědomit, že ty nejzásadnější znalosti pro budoucí zaměstnání získáte hlavně na základě vlastní iniciativy, protože škola nabízí prostor, málokdy však pravdivý obraz pracovního prostředí. Velkým podnětem k zamyšlení se nad výše uvedeným je i fakt, že velké množství absolventů se neživí tím, co na škole studovali, ale končí v příbuzných oborech - buď ve studiích typu UPP, které se zabývá postprodukcí, jsou z nich ilustrátoři, učitelé nebo se věnují hrané tvorbě. V téměř všech diskusích, které jsem v rámci své diplomové práce vedla, se došlo k závěru, že nejčastějším problémem českých absolventů je některý z následujících:

a) nejsou dobří charakteroví animátoři (pokud si studio najme charakterového animátora, většinou požaduje perfektní ovládnutí chůze a grimas. Problém bývá v tom, že animátoři-absolventi umí rozhýbat objekty a postavy (jejich vlastním stylem), ale ne vždy pohybem a hereckou akcí vyjádřit charakter postavy)

b) neumí týmovou spolupráci (lidé jsou zvyklí pracovat jako individualisté, u čehož je možné práci plánovat a vymýšlet na základě vlastního pracovního postupu, který nemusí nikdo jiný chápat. U teamového projektu si lidé navzájem nevidí do hlavy, každý musí chápat jeho cíl a svou roli. Je to hodně o empatii, kdy jsou lidé schopní využívat schopnosti ostatních nebo těmi svými pomoci režisérovi/vedoucímu v realizaci projektu a ne "bojovat" za svou pravdu. Je důležitá exaktní komunikace a profesionalita ve smyslu "co řeknu, to splním")

c) chybí důležité vlastnosti režiséra (vedení projektu, asertivita, komunikační a organizační schopnosti)

d) tvůrci na sobě málo pracují (neberou jako samozřejmost, že je neustále nutné se učit nové postupy, programy, technologie, trénovat a rozvíjet se i mimo

pracovní dobu)

e) absolventi neumí nabídnout a prodat své schopnosti (chybí zdravé sebevědomí, sebe-prezentace a asertivní komunikace)

f) absolventi často mají problém správně pracovat se zadáním (často nevědomě odevzdají jiný projekt/animaci/treatment, než se po nich žádá. Bývá plný dobrých nápadů, ale ne vždy splňuje požadavky zadavatele. Neví jaké otázky klást zadavateli, aby se v projektu zorientovali apod.)

Řešení konkrétních nedostatků dále rozvedu v následujících kapitolách.

Výjimku tvoří velice nadaní a pracovití jedinci, kteří (podle jejich slov) „měli štěstí být ve správný čas na správném místě“ – což jinými slovy znamená, že na základě jejich úspěšných školních filmů dostali příležitost, kterou BYLI SCHOPNI úspěšně využít a na jejím základě se rozeběhl koloběh podobných příležitostí, protože lidé ve filmu i reklamě si o takových lidech mezi sebou řeknou. Tito lidé ihned po škole „naskočili“ do procesu, ve kterém své schopnosti neustále zlepšovali a vypracovali se na pozice, kdy je možné alespoň částečně tvořit „autorsky“ (tvořit dle vlastních námětů/režie/scénáře/výtvarna). Druhou „výjimkou“ jsou absolventi, co už během studia sami aktivně přemýšleli o své budoucnosti a nabrali zkušenosti z praxe.

Způsobů, kterými se po škole dopracovat ke svému cíli (ať už je to vlastní tvorba, filmová tvorba, práce na kvalitních či dobře placených zakázkách, vlastní studio nebo spojení práce s cestováním atd...) je několik, nicméně základní dovednosti, které všechny úspěšné tvůrce spojují, jsou pro všechny cesty stejné: kreativita, skromnost (neegocentričnost), ochota, píle a pracovitost, umění „prodat“ svůj talent, chopit se a využít příležitosti, aktivita a neopovrhování lidmi a jejich přístupem.

Možností, jak se dopracovat alespoň částečně k vlastní animované tvorbě je několik. U všech je naprostou nutností intenzivně pracovat na různých projektech, které vás k cíli přibližují, protože talent, který se nebuduje, upadá.

Tvůrce, jehož cílem je psát nebo režírovat filmy (a přirozeným vyústěním by byl celovečerní film) nesmí přestat tvořit filmy, hledat inspiraci a učit se od jiných, mít rozhled a neztrácet nadšení - zkrátka maximálně investovat do svých praktických schopností a mít připravené projekty k realizaci (v praxi to znamená

umět "psát do šuplíku". Umět si zpracovávat a formulovat nápady na papír tak, aby je bylo možné prezentovat v případě, že se naskytne příležitost). A právě to bývá u mnoha lidí veliký problém – v praxi to znamená pracovitost, zprvu skromný život s malými životními náklady, orientace v grantech, prezentace svých projektů při hledání investorů a třeba i ochota práce v zahraničí. Ne všem se tímto způsobem povedlo prosadit, ale mnoho světově úspěšných režisérů má právě tento příběh. U nás podobným způsobem začali fungovat např. Aurel Klimt, který ještě na škole přišel se svým připraveným (a částečně zafinancovaným) projektem Pád do Krátkého filmu zrovna ve chvíli, kdy studio shánělo projekty k realizaci a dostal šanci. Michala Žabku oslovila na základě jeho bakalářského filmu produkce animačního studia s žádostí o rychlé vypracování a prezentaci treatmentu na animovanou reklamu pro britského zadavatele - obsahovala i pitching v londýnském studiu a mnoho dalších "nových" postupů. Projekt byl vypracován v polních podmínkách, ale tender nakonec vyhrál.

Naučit se pracovat autorsky v rámci zadání. Lidé, kteří umí svou kreativitu využít v rámci zadání a možností teamu jsou jedni z nejoceňovanějších. V praxi to znamená tvůrce, který projekt obohatí o svůj vlastní autorský vklad či signifikantní rukopis (to mají zadavatelé velice rádi), ale zároveň zadání nemění. Nepokládá si otázku „Co by se mi líbilo?“, ale „Co by se jim líbilo?“ (v mezích únosnosti)

Pro mladé tvůrce bez závazků je ideální možností kombinace minimalizace životních nákladů a dobře placené práce (komerční a rychle zpracovatelné zakázky všemožného typu), díky které získají volný čas, pro tvorbu „vlastních věcí“. Pravidlem bývá, že ty nejlepší zakázky na internetu neobjevíte – a proto je důležité udělat vše proto, aby za vámi mohly přijít samy - udržovat sociální kontakty a dávat o sobě vědět. Tímto způsobem funguje např. Jakub Kouřil, jehož filmy M.O. a Malý Cousteau vyhrály řadu významných ocenění. Dle jeho slov si vybírá rychle zpracovatelné zakázky se slušným honorářem, kde nemá žádné autorské ambice - zkrátka k nim přistupuje jako ke zdroji příjmu (většinou animace efektivními technikami, videa nebo kombinace s hraným obsahem). V kombinaci s nízkými životními náklady mu to umožňuje mít dostatek volna na svou vlastní tvorbu.

2.3. Student a jeho cíl

Zjistí, co opravdu chceš dělat

V ideálním případě by student měl vědět, co chce a co od svého života a práce očekává – a to je na čistě osobní rovině. Častými důvody pro studium animace jsou osobní zájmy – člověka rád vypráví příběhy, rád kreslí, baví ho hry a filmy... to jsou ty nejlepší předpoklady pro úspěch, protože člověk je dobrý většinou jen v tom, co ho baví. Ale víte skutečně, čím se po škole chcete živit? Víte, jaké jsou možnosti a jak se v nich zorientovat? Jestli ne, jistě to už v průběhu studia! Protože jinak vaše studium nebude efektivní, nevyopilujete se právě v dovednostech, které jsou pro vás podstatné a budete se zabývat se věcmi nedůležitými a po studiu si tuto otázku budete klást znovu – s rozdílem, že už nebude čas se na ty důležité dovednosti intenzivně soustředit. Škola totiž nabízí široké možnosti napříč zaměřeními a lidem, kteří vědí, co od studia (a nemluvím jen o škole samotné) očekávají, nabízí spoustu času pro efektivní cílení jejich úsilí tím správným směrem – především v magisterském studiu. A věřte mi, že ten rozdíl je obrovský. Nejde totiž jenom o dovednosti, ale o způsob myšlení. Stejnou věc totiž v mozku přijímáte jinak, pokud už dopředu víte, k čemu vám bude dobrá – jinak bude animovaný film vnímat charakterový animátor a jinak scenárista. Když víte, co chcete a jaké informace potřebujete, začnete vše zasazovat do kontextu. Přirozeným pokračováním všeobecného nastavení studia je animátor, který umí „od všeho trochu, ale nic pořádně“ nebo „absolvent, který čeká, kam ho osud po škole zavane“. Když mají takoví lidé „štěstí“ a jsou talentovaní, tak se v praxi uchytlí, ale nemohou si příliš vybírat. Mnoho z nich také skončí v úplně jiné profesi. Nechci vybízet k naprosté specializaci už na škole, protože člověk by měl sledovat a pochopit obor jako celek, ale minimálně **je důležité vědět, jestli se chce živit jako tvůrce, schopný věci „odsedět“ a vytvořit (animátor, výtvarník, tvůrce znalý technologií) nebo vymyslet, zorganizovat a řídit (scenárista, dramaturg, režisér) nebo projekty vyrábět a na celou výrobu dohlížet (producent, supervizor, art-director)**. Nezapomínejte, že aby vaše cílení mělo smysl, musíte vědět, jaké jsou v praxi, za zdi školy, reálné možnosti.

Prvním důležitým krokem je pochopit, co to skutečně znamená žít se animací. Je potřeba si uvědomit, že animace je a vždy bude profesionální, kreativní, řemeslná práce. Je to krásné, ale nejisté a dynamické zaměstnání, kde své schopnosti a dovednosti je neustále potřeba zdokonalovat a trénovat, a ze začátku vyžaduje plné nasazení.

Animace se může tvářit jako jeden komplexní obor, ale je spousta faktorů a individuálních priorit, které určují, co skutečně bude naším zaměstnáním. Způsobů uplatnění je mnoho, ale dělat naplno své filmy a do toho se živit komercí nejde. Přesto můžete do velké míry žít a pracovat způsobem, který si sami zvolíte – je to jenom o tom udělat několik základních rozhodnutí. Zodpovězení následujících otázek vám v začátcích pomůže si tu správnou cestu vybrat:

Proč dělám animaci?

Umění, koníček nebo zaměstnání? Co mě na tom konkrétně baví? Jsou pro mě peníze důležitější než vlastní tvorba vykoupená skromným životem? Jsem ochotný vydělané peníze šetřit na vlastní projekty a brát komerční zakázky jen jako prostředek na cestě k vlastní tvorbě? Jsem z počátku ochotný investovat mnoho času a úsilí do projektů „bez honoráře“, protože je pro mě důležitý výsledek a vidím v tom smysl do budoucna? A jsem ochotný toto podstoupit, i když projekt nakonec nevyjde? Většina dnes známých tvůrců (např. Jakub Dvorský) začínali od nuly, jen s vlastním talentem, nadšením a vírou ve svůj projekt. Úspěch je ale často ve hvězdách. Studovat školu s tím, že chci dělat filmy je v pořádku, ale je nutné vědět, že to nebude jednoduché a co to konkrétně bude pro život absolventa znamenat.

Spousta mladých lidí pochopitelně nechce zapadnout do koloběhu, ale pracovat na vlastních projektech – a to je jediné dobře, protože absolvent téměř bez závazků má možnosti takové projekty zkusit a získat zkušenost. Musíte být ale ze začátku ochotni žít skromně. Pokud ale už na škole víte, že vašimi projekty nebudete „žít a dýchat“, místo elánu vás takový život bude vyčerpávat, nemá smysl věci lámat přes koleno. Práce v kolektivu ve studiu na nějaké z dílčích profesí přináší méně starostí a odpovědnosti, často inspirující kolegy a spoustu zkušeností, které byste sami dlouho pracně objevovali, na druhou stranu bude vaše kreativita a organizace pracovní doby podřízená produkci.

Zvládnou pracovat s lidmi nebo sám?

Díky internetu vzniká spousta pracovních příležitostí pro živnostníky, kdy si malé firmy nechávají zpracovat celou zakázku u jednotlivce. Práce z domu má své výhody – ušetříte za pronájem, nemusíte dojíždět, pracovní den si organizujete podle sebe, počítač a internet můžete mít téměř kdekoli. Nevýhodou jsou vlastní náklady na hardware a software. Rozhodně ale není pro každého, protože

s sebou nese i velkou sociální izolaci. Nic vás nenutí dodržovat pevný režim jako brzy vstát či se převléknout z pyžama, nemáte kolem sebe kolegy, u kterých hledat inspiraci nebo radu, celý tvůrčí proces je jen na vás. Je prokázáno, že efektivita práce je při domácí kanceláři nižší nehledě na to, že oddělit domov a zaměstnání je psychicky náročné. Aby vám práce z domu skutečně vyhovovala, musíte být schopní pracovat samostatně, organizovaně a efektivně. Pokud takový typ nejste, lehce se může stát, že vás taková práce – bez ohledu na její náplň – přestane bavit a nic pořádného za celý den neuděláte. Z mé statistiky vyplývá, že více než polovině tvůrců práce z domu z výše uvedených důvodů nevyhovuje.

Na druhou stranu třeba práce režiséra je druhý extrém – musíte umět správně komunikovat s lidmi a vést tým, neustále dělat rozhodnutí, řešit dotazy, plánovat, být vždy k dispozici a rychle přicházet s řešením problémů, leží na vás velká zodpovědnost za celý projekt.

Co mě naplňuje?

Je vytváření hodnot kreativní uměleckou činností důležitou součástí mého života? Chci tyto schopnosti dál budovat, věřím v ně? Nebo chci mít dost peněz, pracovat s inspirujícími lidmi, méně starostí, cestovat, oddělovat práci a volný čas? Zvládnou život v nejistotě?

Velká postprodukční (ale i herní) studia často mají zájem o ambiciózní a kreativní osobnosti. Nabídnou jim slušný plat, inspirující kolegy a odbornou, ale „servisní“, jednotvárnou práci. Mnoha lidem to vyhovuje, někteří tvůrci po několika letech smutně zjišťují, že peníze nenahradí možnost naplňovat své tvůrčí ambice, někteří si zvyknou, někteří včas odejdou a zůstane jim cenná zkušenost. Cesta zpět je po letech strávených na stejné pozici náročná, způsob přemýšlení o tvorbě se totiž změní.

Chci do světa?

Chci spojit práci s cestováním? Jet "na zkušenou" a vrátit se se zkušenostmi zpět? Je mým cílem pracovat v zahraničí?

Spojení práce s pobytem v jiné zemi člověku vždy neuvěřitelně rozšíří obzory – ty osobní i profesní. Ať už jsou cílem proslulá animační studia, granty ve Francii nebo práce animátora v různých studiích po celém světě, vaší důležitou zbraní bude kvalita řemesla, jazyk, kontakty a portfolio.

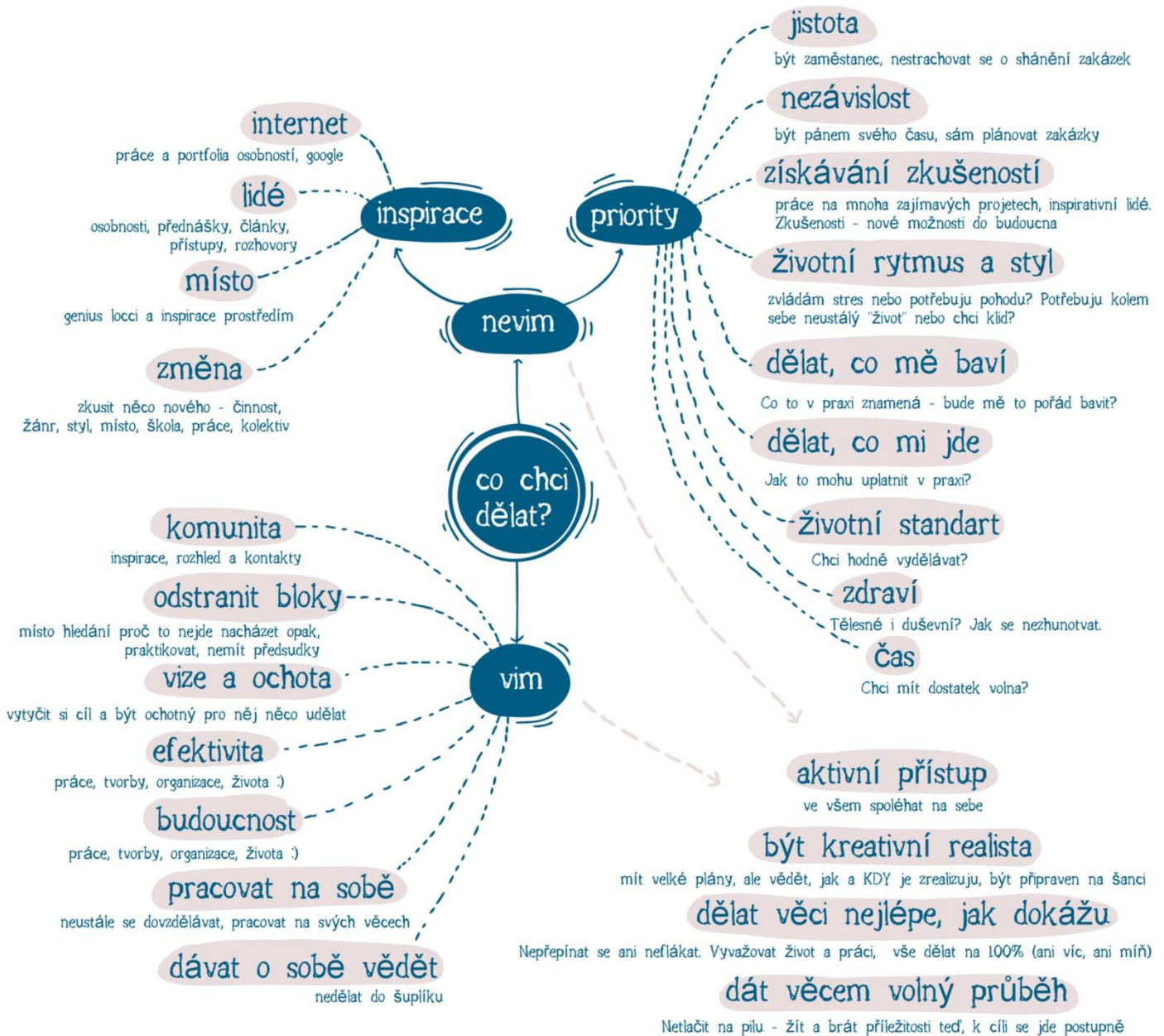
Co všechno jsem ochotný pro svou vlastní tvorbu udělat?

Jsem ochotný v případě potřeby pracovat zadarmo? Jsem ochotný v případě potřeby pracovat o víkendech, bude práce i mým koníčkem? Jsem ochotný investovat svůj čas a peníze do vlastních projektů? Jsem ochoten jít s kůží na trh?

Zvládnou sedavou práci?

Některé specializace v animaci znamenají veškerý čas soustředěně strávený před obrazovkou. Trpí oči, záda, šlachy v zápěstí a celý pohybový aparát. Už mnoho studentů na škole má drobné zdravotní problémy. Těm se sice dá předcházet způsobem sezení a cvičením, ale ne stoprocentně.

Pokud jste na úplném začátku a je pro vás těžké zjistit, čemu se opravdu chcete v animaci věnovat a následně dát věci do pohybu tak, aby se začaly vyvíjet ve váš prospěch, může vám pomoci následující schéma. Vychází ze všeobecných principů, založených na aktivním přístupu a dalo by se aplikovat na různé činnosti - jeho výsledkem je radost z činností, které vykonáváme a vidíme v nich smysl. Obrázek níže je specifikovaný přímo pro rozhodovací proces v kariéře animátora. Myšlenková mapa je subjektivní, vychází z mých osobních poznatků, proto je předkládám spíše jako inspiraci či model, který lze zaplnit vlastním obsahem. Proces vždy začíná položením základní otázky (zde: Co chci v animaci dělat?). Odpovíme-li "ne", odkazuje na principy a další otázky, díky kterým nalezneme správný směr (tedy "víme") a můžeme rozvíjet naše schopnosti a návyky. Vše pak vede k heslům v pravém dolním rohu, díky kterým směřujeme k našemu cíli a nestaneme se pasivními.



3. ÚVOD DO PROSTŘEDÍ PROFESIONÁLNÍ ANIMOVANÉ TVORBY

3.1. Co se tedy na české animované scéně děje dnes?

V současné době se u nás vyrobí kolem 100 animovaných děl (krátké, celovečerní filmy a seriály) ročně, z čehož je cca 8 seriálů. 90% procent krátkých filmů vznikne na školách. Každý rok z bakalářských a magisterských stupňů více než 6ti vysokých škol zaměřených na animaci absolvuje kolem 60ti studentů - a logicky není možné, aby se všichni pouze filmovou tvorbou v ČR v uživili.

Televize je jediným zadavatelem a výrobcem původní tvorby, ale nevyrobí toho tolik, aby se tvůrci pouze z jejích projektů uživili. Každý rok se vyrábí paralelně 3-4 večerníčky (kolem 7mi dílů po 7mi minutách, což je mezinárodně velice špatně prodejné). Řešením je koprodukce - v minulosti se běžně koprodukovalo např. s Německem - dnes ale ČT koprodukce nepraktikuje a bývá výhradním zadavatelem nebo výrobcem. Má vlastní studio animovaného filmu, kde se natáčí kreslené večerníčky, ale animátoři pracují z domu a komunikují s režisérem, který opět sídlí jinde (takto se vyrábí např. večerníček Anča a Pepík, režie Michal Žabka). Občas televize koprodukuje animované filmy a podporuje začínající tvůrce. Zajímavý je progresivní team, který má na starosti grafiku a televizní znělky. Je tvořen asi 50ti lidmi a v mnohdy časově vypjatých podmínkách zde vznikají originální a technologicky pokrokové animované jingly a úvodní znělky pořadů. Dětský kanál ČT:D také nepřináší mnoho nové tvorby - je tvořen ze 45% animovaným obsahem, z čehož asi čtvrtina ročně jsou premiéry. 80% pořadů je "z dovozu", 20% česká produkce. Přestože postoj televize může mít veliký dopad na celkovou situaci v animované tvorbě, aktivně ji příliš neovlivňuje a přistupuje k situaci opatrně.

"Nepostačíme si pouze s tradicí, ale je nutné se s pokorou podívat do zahraničí - máme totiž malou sebereflexi. U nás se zakořenil názor, že "dobrý je ten, kdo je autor" a ostatní jsou ti "kolbenkáři" - a takové přesvědčení přežívá do dnes. Ale zapomíná se, že autorství by měla být nadstavba za tvrdou práci a možnost udělat si vlastní film "za odměnu", po několika letech práce na cizích filmech. Nejsem si jistý, že by se takové autorské pozice měly systematicky vytvářet, protože podle mě vzniknou v praxi samy."(Petr Horák)

"Animátoři si musí přiznat, že potřebují pomoct. Musí mít pokoru nechat si poradit, po škole nezačínat jako režisér, ale na pozici animátora, snažit se učit v prostředích, kde ty zkušenosti jsou. Pokud se dostatečný počet animátorů nenaučí know-how v zahraničí a nevrátí se zpět, aby tu vytvořili kvalitní jádro, co školí a nabaluje další tvůrce se stejným zájmem, tak to nepůjde. Lidé si v hlavě dělají mentální bariéry (např. Disney = kýč), které jim překáží v tom, aby byli dobří." (Martin Kotík)

„Aura animace jako poetického umění nebo politického statusu už téměř vyhasla, umělecká animace téměř přestala existovat a stalo se z ní hlavně řemeslo. Opravdu schopných řemeslníků ale mnoho nemáme." (Vladimír Strejček)

Animací se v ČR uživit rozhodně dá, ale je nutné dělat komerční zakázky (což je v jiných zemích považováno za normální - Češi měli v minulosti nevídanou, výjimečnou možnost se naplno živit filmovým uměním). Představa, že animace bude výdělečný byznys rozhodně nefunguje, takový úspěch se nedá naplánovat. Většinou na jeho počátku ale stojí několikaleté nadšení a úsilí dělat věci jak nejlépe tvůrce dovede bez ohledu na peníze.

Jistota neexistuje – v naprosté většině případů se jedná o práce na živnostenský list. Studia animovaného filmu vznikají a zanikají a nabírají/propouští tvůrce na základě jednotlivých projektů. Většina tvůrců tak „migruje“ po různých projektech a studiích. Podobné to je u živnostníků, kteří pracují „na sebe“, kdy období práce od rána do večera mohou střídát dlouhé dny bez práce.

Česká republika je „malý rybník“. Velkých projektů je málo a studia o ně soupeří, zároveň se v oboru všichni znají a panuje někdy zdravá, někdy nepříjemně neupřímná konkurence.

Animace dnes není jenom film – zažíváme ohromný nárůst **komerční a nefilmové animace** (reklamy, internet, hry, spoty, efekty, videomapping). Reklama je dnes hlavním zdrojem příjmů většiny freelancerů i studií.

Financování, distribuce (a u velkých projektů i výroba) animovaných filmů je dnes obtížná, protože jednotlivé složky jsou **decentralizované**. V Českých

podmínkách si na sebe téměř žádný český film nevydělá. Spousta hraných filmů ze situace „vybruslí“ tím, že sníží náklady na výpravu (odehrávají se v jednoduchém prostředí) a přidají dialogy – a vzniknou tak ideově i ekonomicky levné – avšak divácky oblíbené – filmy středního proudu. Nutná výroba animatiku a samotná animace je však i v úsporné formě stále vysokou položkou v rozpočtu. Kina byla dříve hlavně nositelem kultury, dnes je i kultura brána tržně. Animované předfilmy, které byly dříve běžnou součástí filmových projekcí, nahradily reklamní bloky. Více než polovina ceny vstupenky zůstává multiplexu, zbývající částka se dále dělí mezi distributory, malá část jde zpět na uhrazení nákladů a teprve potom se dá hovořit, že film jde do zisku.

Mladí lidé téměř nemají televizi. Narůstá poptávka po internetovém obsahu, kde si diváci mohou sami vybrat na jaké pořady a kdy se budou dívat. **Způsob distribuce filmů a pořadů se pomalu mění** - stejně jako éra klasického kina a televize směřuje k digitalizaci a "videu on demand", neustále se vyvíjí přístroje pro virtuální realitu. Aby filmy vydělávaly na internetu není snadné - přispívá k tomu i fakt, že Češi nejsou za internetový obsah zvyklí platit a internetové pirátství stále vzkvétá.

Roku 2012 byla založena **Asociace animovaného filmu** (ASAF) - nekomerční sdružení, jež se chce zasazovat za zlepšení podmínek pro vznik, výrobu a distribuci animovaných filmů jak u nás, před oficiálními institucemi, tak i ve veřejném prostoru. Je to běh na dlouhou trať, ale vznikla v době, kdy byla kontinuita české animované tvorby v ohrožení a snaží se přijít s řešením situace systémově. Jejím pro tvůrce nejhmatatelnějším počinem je organizace Visegrad Animation Fora v rámci Anifilmu v Třeboni - největší středo a východoevropské platformy sloužící ke vzdělávání profesionálů, vytváření koprodukčních vztahů, získávání příležitostí k financování projektů a v neposlední řadě také k prezentacím toho nejúspěšnějšího, co za poslední období v regionech vzniklo. Jak pro krátké animované filmy, tak pro televizní seriály se VAF snaží přinášet možnosti setkání autorů, producentů, broadcasterů, distributorů a filmových profesionálů ze západních a východních zemí. Akce se účastní producenti, televize a tvůrci z různých koutů Evropy a přátelská atmosféra Třeboně nabízí nespočet příležitostí prezentovat a své projekty a získat cenné kontakty.

3D animace v různých formách (charakterová animace, vizuální efekty, motion capture) nabízí mnoho pracovních příležitostí a stává se běžnou součástí filmové a animační produkce.

Volně se na českém trhu objevuje několik typů animačních zakázek:

a) Zakázková tvorba pro Českou televizi

- Večerníčky a krátké spoty, jingly

málo zakázek se skromným rozpočtem (většinou běží paralelně výroba 2 nových večerníčkových seriálů), na druhou stranu Večerníčky nabízí práci pro animátory většinou na více než rok

- Televize si vyrábí sama ve studiu ČT nebo zadá práci jinému studiu

- Přímá spolupráce s režisérem, jinak zakázku zpracovává animační studio, které si dále najímá freelancery

b) Animované filmy a seriály

- od roku 2008 u nás vzniká průměrně 1-2 celovečerních animovaných filmů ročně, k tomu občas nějaký seriál (nyní např. Legendy staré Prahy a Veliká dobrodružství Dary a Rosy). Většina je technologií loutkové nebo 3D animace

- právě u počítačové animace (hlavně 3D) je problém sehnat dobré české animátory - animátorské teamy tvoří až z 50% cizinci.

- studio je schopno nabídnout plný úvazek na 1-2 roky práce.

c) Televizní animované reklamy a reklamní kampaně

- těchto dobře placených zakázek se u nás objevuje málo. Na základě vítězství v tenderu je zpracovává (prostřednictvím reklamní agentury) animační studio ve spolupráci s režisérem. Vše se zpracovává profesionálně, důraz je kladen na kvalitu a spolehlivost.

d) Animované spoty pro internet, interní či propagační potřeby firem a institucí

- na českém trhu se objevuje tento typ zakázek ve velkém množství, práce se často předává „po známostech“ a kvalita projektu a přístup/sofistikovanost klienta je různorodá.

- tyto projekty s menším rozpočtem jsou určeny pro freelancery či malé skupinky a přichází nárazově

- Všeobecně nejvíce práce v animaci je v hlavním městě, mnoho mladých animátorů a absolventů se do Prahy za práci stěhuje či na základě kontaktů zpracovává pražské zakázky na dálku. Obecně je Praha místem mnoha možností – a to platí i o animaci.

V současné době je u nás několik možností, jak se animací konstantně živit:

A) Režie animovaných filmů, znělek, reklam a klipů

- profesionální práce na zakázku nebo s agenturou a producentem
- malá skupina čítající spíše jedince. Působí zde hlavně absolventi filmových škol
- např. Michal Žabka, Libor Pixa, Pavel Koutský, Martin Duda, David Súpup, Maria Procházková

B) Profesionál, zaměstnaný ve studiu

- živnostníci, co se nechávají najímat studii trvale nebo na základě jednotlivých projektů. Obecně platí, že
- největší nabídka je ve velkých postprodukčních a herních studiích, která ale nabízí méně prostoru pro různorodou a kreativní práci, vyžadují lidi řemeslně a technicky zaměřené.
- velká poptávka je i po šikovných animátorech u filmů, seriálů a reklam
- patří sem početná skupina absolventů animace a technicky zdatných samouků

C) Freelancer

- práce samostatně, příležitostně spolupráce se studii nebo dalšími freelancery
- animátor nebo univerzální tvůrce (režisér, scenárista, výtvarník a animátor v jednom), který je schopný sám nebo v malé skupince zpracovat celý projekt malého rozsahu
- prostor pro individuální a „všeumělskou“ práci na nárazových projektech

D) Autorský tvůrce

- jednotlivec, který sám, s producentem nebo malou skupinkou pracuje na svých vlastních animovaných filmech či hrách financovaných převážně z grantů.
- nutný přivýdělek komerční tvorbou

Celkově se situace v české animované tvorbě začíná pomalu zlepšovat – v procesu je nadále nutná iniciativa nejen státu a škol, ale z velké části i samotných tvůrců a studentů. Také se připravuje novela audiovizuálního zákona, která by mohla znamenat skutečnou státní podporu kinematografie – a to by se mohlo projevit na výrobě a především vývoji animovaných filmů.

Nejsou animátoři nebo animátoři nemají práci? Často jsem v posledních letech slýchávala právě tento paradox. Obě strany ale mají nakonec pravdu. Přestože v ČR neexistuje industrie ani studia, která by konstantně nabízela animátorům práci, občas se velký animovaný projekt v ČR zpracovává (např. seriál nebo celovečerní film) a vyžaduje najednou třeba 15 animátorů. Ideálně animátorů zkušených a specializovaných, ochotných být k dispozici po delší dobu. Takové projekty však často přichází po odmlce, kdy se žádná podobná práce na české scéně nevyskytuje, a tak schopní animátoři nečekají na Godota a začnou pracovat jinde nebo v zahraničí. Ostatní animátoři, kteří se k takovým projektům dříve nedostali se živí "jak to jde" - často na bázi autorské tvorby a jsou tím pádem pro projekt příliš málo specializovaní, neumí pracovat v teamu nebo neovládají potřebné programy. Navíc mnohdy animátoři od projektů po určité době odcházejí dobrovolně z přirozené nutnosti po dlouhé monotónní práci změnit prostředí. Situace tak často končí tak, že celý animační team se v ČR téměř nikdy nepostaví a velká studia si tak najímají animátory ze zahraničí a schopní čeští animátoři skutečně nemají zajištěný konstantní práci ani dostatek příležitostí se v prostředí vypracovat.

"Je u nás hlad po dobré charakterové 2D (kreslené) a 3D animaci - mám na mysli pro reklamu, vidím v tom díru na trhu. Lidi to chtějí a jsou ochotni za to zaplatit. Češi navíc neumějí udělat dobrý charakter design, což je polovina úspěchu u animace. A opravdu málokdo umí udělat i dobré charaktery i je dobře naanimovat. Když už se tu někdo ukáže, jde pryč, protože dostane lepší podmínky. U spousty českých projektů je ten problém vidět." (Strejček)

Co v ČR zatím moc neumíme

Placení za internetový obsah

Internetové pirátství je stále běžnou součástí české národy. Komplikuje život mnoha tvůrcům, jejichž filmy jsou ilegálně stahovány (=kradeny) ve velkém.

Nepomáhá ani velice nízko stanovená cena DVD nebo legálního stažení. To nastavuje velice špatné podmínky do budoucna, kdy bude zřejmě (placený) internetový obsah hlavní doménou kinematografie. Je smutné, že samotní producenti/režiséři zjišťují, že vydělají (na základě reklamy) více, když svůj film dobrovolně umístí na internet než se snaží levně prodávat DVD. Situace se lepší, ale velice pomalu.

Placení za vzdělání

Na rozdíl od většiny ostatních států u nás často nepřipadá do úvahy hradit si školní i mimoškolní vzdělání – kurzy, workshopy, online školy apod., nevidíme v tom příliš perspektivu. Nabídka je široká a často výborná, ale cena a úsilí je na naše zvyklosti příliš vysoké

Neumíme lehce zpracovat velké zakázky

Pokud se na českém trhu objeví velká zakázka typu celovečerní 3D animovaný film nebo seriál, nemáme tu dostatečnou základnu zkušených lidí pro její zpracování. Vždy je značná část teamu tvořena zahraničními tvůrci, kteří jsou v často považováni za pracovitější, skromnější, lépe připraveni pro práci v teamu a mají více zkušeností.

Filmový mainstream

Česká kinematografie je mnohdy srozumitelná pouze pro české publikum, čímž se stává evropsky nekonkurenceschopnou. Chybí nám scenáristé, kteří by byli schopni vytvořit mezinárodně srozumitelné scénáře a u celovečerní animované tvorby především scénáře pro děti a rodinný film.

Schopnost vyvážit autorství s požadavky producentů a koproducentů, schopnost podívat se na věci z nadhledu a v diskusi dospět k prospěšným či neškodným změnám.

V rámci svého výzkumu jsem se snažila dopátrat hlavní příčiny toho, že u nás vzniká málo animovaných filmů a tím pádem i málo příležitostí pro absolventy filmové animace. Následně jsem chtěla přijít s funkčním východiskem. Problém je velice komplexní a jednoduchý zároveň – v současné době nejsou v ČR díky malému publiku, způsobu financování a omezené distribuci dobré podmínky pro vznik filmů. Hrané i animované filmy často prodělávají (v lepším případě se tak tak udrží na nule). Aby se tu natáčelo více animovaných filmů, musí být evropsky

konkurenceschopné (v potaz beru i tvůrce jako je Jan Svěrák, který má schopnosti takový film natočit, ale v českých podmínkách to zkrátka není možné) Dokud se podmínky pro vznik animovaných filmů nezlepší, budou vznikat neprofesionálně, nízkonákladově či z entusiasmu – což je samozřejmě lepší než aby nevznikaly vůbec, ale je jich málo a jejich výroba trvá tak dlouho, že se beztak tvůrci musí živit komerční tvorbou a nemají možnost se plně soustředit na celovečerní projekty. A to se odrazí v jejich kvalitě. Zároveň je málo práce = málo získaných zkušeností = "nevytočenost". Filmy si na sebe buď musí umět vydělat – což znamená přiblížit se světovému mainstreamu (pozor nemyslím napodobit americký mainstram, ale využít jeho pravidel), nebo být bohatě financovány státem či z koprodukcí. Důležité je si uvědomit, že „vytvořit podmínky pro vznik filmů“ znamená velkou investici do know-how, do vzdělání, přípravy distribučních cest atd. Jsme fascinováni světovou špičkou, ale neochotní experimentovat a přemýšlet v mezích rozpočtu. Ačkoli vznikají snahy takové podmínky vytvořit, je to velice dlouhodobý proces a zatím je v Čechách nemáme. Nemohou to být však primárně tvůrci, kteří se o lepší podmínky zasadí – a proto jediným východiskem pro české absolventy je naučit se orientovat v komerční/nefilmové tvorbě, kde budou své filmové dovednosti aplikovat a pěstovat nebo vyhledávat pracovní zkušenosti v zahraničí. V mnohém totiž mají filmové a nefilmové projekty stejného jmenovatele – v profesionalitě a teamové spolupráci, řemesle, animaci - tyto vlastnosti se u komerčních projektů trénují. Určité profese u celovečerních filmů – jako scénář, dramaturgie, režie, produkce, workflow se dají pěstovat pouze u jiných filmových projektů a jsou o dlouholeté zkušenosti a množství projektů.

"Je dobře, aby tvůrci točili animované filmy a celovečeračky. Absolvent po škole se ale musí nějak živit - a většinou to znamená nutnost práce v reklamě nebo komerční tvorbě. Pokud neumí její pravidla, neobstojí. Zkušenosti z práce na komerčních projektech jsou často východiskem pro další tvorbu, protože aby tvůrce sehnal na svůj film peníze, tak nestačí, když je pouze skvělý, ale musí umět svůj názor obhájit." (Bernie Roux)

4. ANIMOVANÁ TVORBA V PRAXI

4.1. Animační a filmový průmysl

Filmový průmysl v 70. a 80. letech s sebou nesl větší tvůrčí svobodu a menší vliv kapitalizmu, ale zdaleka to neznamenal, že by všichni zaměstnanci měli příležitost pracovat na vlastních projektech. Organizovanost, teamová práce namísto individuality a řád byl a zůstává nutností nezávisle na režimu.

Industrie je systém, co funguje na základě známých pravidel, ty se dodržují, předávají a fungují. Dříve u nás vedle průmyslu fungovala i umělecká tvorba - její součástí v 70. a 80. letech bylo vybočovat ze systému (což v té době dávalo smysl, protože systém se považoval všeobecně za špatný, většina lidí nesouhlasila s ideologickou platformou, snažila se vůči ní vymezit, a tak se dělaly filmy, které vybočovaly a lidé ty filmy vyhledávali). Tento prostor pro autorskou tvorbu v 90. letech zmizel a *"...dnes je jiná doba a přežije a atraktivní je ten, kdo pravidla dokáže naplnit a ne se vůči nim vymezit. Má se za to, že diktátem je komerce, ale ta je základní platformou existence čehokoliv v kapitalistické demokracii. Když se chce odvětví animace popularizovat, musí se principiálně přiblížit mainstreamu nebo najít cestu k dostatečnému množství diváků. Tato změna ale musí nastat postupně - a rozhodně to neznamená, že se animace stane kýchem. Umí to třeba Jan Svěrák, který dodržuje principy Hollywoodu."*(Martin Kotík)

"Česká situace v animované tvorbě je nyní podobná, jako před zhruba 25ti lety v západní Evropě. Tam si tehdy uvědomili, že kreativní industrie je průmysl schopný generovat slušný zisk a zároveň do něj není potřeba žádných přemrštěných hardwareových investic. A uvědomili si ještě jednu - mnohem důležitější věc - že pokud nebudou mít vlastní (lokální) dětskou tvorbu, tak v průběhu generace vymizí publikum i pro lokální filmy hrané. Diváci nebudou zvyklí sledovat tuzemské dramatické postupy a místní filmovou řeč - a když si zvyknou na americký mainstream, nebudou pak lokálním filmům rozumět. To je prokázané a už se to v některých státech odehrálo. Už od roku 1928 se v Evropě řeší ekonomická stránka lokální filmové industrie - ve smyslu "Proč bychom se měli orientovat na americkou audiovizuální kulturu, když si můžeme vytvořit filmy vlastní a investovat tak do vlastní ekonomiky i kulturní identity zároveň." V mnoha zemích Evropského společenství vzešlo pragmatické rozhodnutí o ustanovení zákonů, které korigují činnost národních televizí, televizních subjektů

a utváří síť industriálních platforem pro realizaci filmů s dětským kontentem. Od té doby jde tento průmysl raketově nahoru. Je atraktivní, generuje prostředky ale také významně zvedá kvalitu produkce i samotných autorů. V ČR se pomalu o situaci začínáme bavit. Nejsou ustanovené nejenom vhodné zákony nebo industriální systém podpor, ale chybí nám zatím i to elementární, jako definice, názvosloví, nebo obecná představa o problematice." (Michal Podhradský)

"Podpora průmyslu musí přijít z politické úrovně, je v ní potřeba nastavit fungování tak, aby se u nás vyráběly filmy a iniciovaly projekty - např. Dánové to zvládli. A také je podle mě velice přínosné, aby zahraniční tvůrci jezdili učit do ČR, místo aby naši lidé odjížděli studovat a pracovat do zahraničí." (Jakub Obraz)

"Chybí nám jednoznačně dobří scenáristé - hlavně u tvorby pro děti. V ČR máme mnoho talentovaných režisérů, ale často mají zkušenost pouze s reklamou - a tak jim jednak chybí zkušenosti s velkou metráží a jednak jsou navyklí přemýšlet a fungovat jiným způsobem. Když chcete dělat film, je potřeba se mu věnovat naplno a neodbíhat k dalším typům projektů." (Petr Horák)

4.1.1. Animační průmysl

Co to znamená?

Že filmová animace bude umění v rámci byznysu, spojeného i s dalšími odvětvími jako je merchandising, knihy, hry, aplikace apod. Že bude pro tvůrce animace trvalý přísun práce ve filmové i komerční sféře tak, aby byli schopní se jí dlouhodobě živit a věnovat. Budou se vyrábět celovečerní, krátké filmy, seriály. Individualitu nahradí specializovanost a teamová práce a celkově se pozvedne kreativní průmysl. Ten má v dnešní době daleko větší ambice pozvednout ekonomiku národa než jiné (například automobilové) průmysly.

Abychom pochopili, co je pro znovuoobnovení průmyslu z hlediska tvůrců potřeba, je důležité znát základní profese, nutné k výrobě animace ve velkém. Rozdělení profesí, utvářejících v současnosti industrii ve 3D a 2D animaci, vypracovali ve spolupráci s českými tvůrci Marek a David Touškové následovně:

- 3D charakterový animátor
- Animátor charakterové kreslené animace
- Producent animovaného audiovizuálního díla
- Produkční animovaného audiovizuálního díla
- Počítačový 3D grafik

- Výrobce digitálních 3D charakterů pro animovaná audiovizuální díla
- Režisér animovaného audiovizuálního díla
- Animační režisér
- Výtvarník animovaného audiovizuálního díla
- Storyboardista
- Kompozitor obrazu
- U 3D filmů počítačový inženýr se zaměřením na mediální projekty

4.2. Film krátký, celovečerní a další formáty

"Způsob myšlení je u animovaného krátkého, celovečerního filmu a seriálu naprosto rozdílný. Jedná se o jinou kosmologii, kde platí pravidla mnohdy naprosto opačná - to, co funguje v krátkém filmu je smrt u celovečerního. Ať už do actingu figur, výstavby příběhu nebo point gagů - ty už mohou být v krátkém filmu určitým způsobem stylizované a nastavené, ale v celovečerním filmu zkrátka nefungují." (Martin Kotík)

Vnímání diváka

Abychom pochopili základní rozdíly v přístupu ke krátkému a celovečernímu animovanému filmu, musíme si uvědomit starou známou pravdu o dvojitě kódování animovaného filmu (a) výtvarná stylizace, kterou divák často vnímá jako metaforu b) filmové výrazové prostředky (jako u hraného filmu)). Výtvarná stylizace nám dává prostor pro vtipné gagy a vizuální přitažlivost, ale neumožňuje diváka vtáhnout do příběhu a ztotožnit se s charaktery - je to pro něj podobné, jako sledování akvária s rybičkami - 80 minut to nevydrží. A proto nejběžnější cestou k jeho pozornosti je využití prostředků hraného filmu a charakterové animace (která díky novým technologiím dokáže překonat bariéru emočního propojení s charakterem).

Příběh a výstavba charakterů

U krátkého filmu může být příběh založený na rozvětveném gagu, jednoduché myšlence nebo situaci či na vizuální hříčce. Divák se nepotřebuje emočně spojit s postavou ani sledovat rozvětvený příběh, stačí mu skeče a vtip. Čím více nadsázky, tím více funguje stylizace. Bohatě se obejde bez dialogů. **Celovečerní film** naopak potřebuje silné téma, kolem kterého je dle určitých a často velice sofistikovaných filmových pravidel vystavěn děj. Prostředky jsou například principy „cesty hrdiny“, který musí po filmové expozici, jež určí určitá pravidla,

udělat rozhodnutí následovat nějaký cíl – či být k jeho následování donucen okolnostmi (většinou za účelem sebepoznání) a po cestě překonávat překážky při snaze o (znovu)nastolení rovnováhy. Vidíme tak postupný vývoj postavy a zobrazení jejího vnitřního světa, motivací a jeho aktivní přístup. Tato pravidla samozřejmě ovlivňují i způsob užití animace a výtvarnou stylizaci.

Animace a stylizace

Krátký animovaný film může být, na rozdíl od celovečerního, postaven na

a) rozvětveném gagu a situačním humoru

- při krátké stopáži se divák nepotřebuje emočně napojit na postavu a sledovat hlubší příběh, stačí když se baví. Animovaná akce postavy může být založena na vnějších příčinách a důsledcích, nepotřebujeme vidět vnitřní svět a aktivní jednání hlavní postavy.

b) výtvarném projevu

- Animace a myšlenka filmu také může být založená na **výtvarném projevu**. Celá myšlenka filmu může být založena na vizuální hříčce. U dlouhé metráže naopak potřebujeme znát vnitřní motivace hlavní postavy.

4.2.1. Celovečerní film

Celovečerní animovaný film je s krátkým filmem neporovnatelný z několika hledisek:

- **přístup k filmu a jeho cíl** – celý film je kombinace obchodu, umění a řemesla, přičemž řemeslo jednoznačně převládá nad uměním. Je to samostatný žánr, který vyžaduje dokonalou organizaci a teamovou spolupráci. Naprosto zásadní rozhodnutí, které často určuje diváckou a ekonomickou úspěšnost celého filmu je „Chci si natočit svůj film“ (chcete-li artový film) nebo „Chci natočit film pro současné diváky“ (využití pravidel mainstreamu).

- náročnost celého procesu:

- **ČAS** - Celý proces přípravy a výroby filmu trvá minimálně 5 let. První rok se intenzivně pracuje pouze na vývoji filmu – tvoří se pevná myšlenka filmu, která musí vycházet z žánru a cílového publika, ta se následně rozvine v základní děj. Vytvoří se detailní charakteristika jednotlivých postav, jejich motivace, způsob chování, vztahy, psychika. Vypracují se základní výtvarné návrhy postav a prostředí, zvolí technika a pokud čas a finance dovolí, udělají se animační testy/vyzkouší technologie. Stanoví se rozpočet filmu. V tomto stádiu je film připraven pro Pitching fóra a prezentace producentům a je to nejdůležitější

součást celého procesu. Jeho poctivé zpracování do velké míry determinuje úspěšný/neúspěšný finální výsledek. Poté většinou následuje několikaleté náročné období shánění financí / domlouvání koprodukcí. Pro samotnou výrobu je nutné zázemí vybaveného studia animovaného filmu, které je schopno celou výrobu technicky zorganizovat a poskytnout team odborných profesí. Výroba trvá kolem 2.5 roku a v evropských podmínkách nabízí dlouhodobé pracovní pozice pro team v průměrném počtu kolem 25-ti lidí.

- **FINANCOVÁNÍ** – Animovaný film má ve srovnání s hraným filmem středního proudu vyšší rozpočet – pohybuje se kolem 40ti milionů Kč (záleží na technologii - tato částka je pouze pro hrubou představu). Finance se při cílení pouze na české publikum většinou nevrátí, protože návštěvnost v kinech není natolik vysoká. Aby se filmu pokryly náklady na výrobu pouze z kinodistribuce, je při rozpočtu 40 mil. Kč nutná návštěvnost kolem 300 000 diváků. Dva divácky nejúspěšnější animované filmy - Čtyřlístek měl 270 tis. diváků a Kozí příběh 350 tis. diváků. Pro srovnání nejúspěšnější film roku 2014, Tři bratři režiséra Jana Svěráka, navštívilo v kinech 661 378 diváků.

Animovaný film je tedy automaticky považován za nevýdělečný, v lepším případě neprodělá. A to je jeden z důvodů, proč jeho financování není jednoduché. Největší část rozpočtu tvoří dotace (v ČR Státní fond kinematografie a Česká televize), další prostředky bývají prostřednictvím sponzoringu (často výměnou za product placement) a zbytek od soukromých investorů.

- ZKUŠENÍ TVŮRCI

Znalosti, které tvůrci (především producenti, scenáristé a režiséři) celovečerního animovaného filmu potřebují, jsou tak komplexní, že se nedají teoreticky naučit - musí vycházet z předchozí zkušenosti.

Prověřeným a nejzásadnějším faktem je, že **dobrý celovečerní, animovaný film natočí jen ten, kdo už ho někdy natočil**. "Postup práce je tak sofistikovaný a vychází ze zkušeností, které žádný entusiasmus nenahradí. Jedná se o příliš komplikovanou a obsáhlou znalost - je to jako kdyby čerstvý absolvent medicíny chtěl udělat bypass. Musíte být nejdřív v teamu, kde vidíte třeba 3x jak se to dělá - a pak si v hlavě srovnáte, jestli máte dost zkušeností, abyste to zvládli. A to samé u scenáristů - nemůžete vymyslet něco, co je výsledkem práce spousty generací lidí před vámi. Je to jako s matematikou - vy si

nevymyslíte násobilku nebo exponenciální rovnice. Vy se to naučíte a pak dále používáte. Hlavní, co chybí je, že u nás není kdo by předával knowhow." (Martin Kotík). Již Edgar Dutka ve své knize Minimum z historie české animace (AMU, 2006) zmiňuje, celovečerní animovaný film je v českém prostředí neprozkoumanými vodami.

Tahouni celovečeráku

Scénář - pokud do 20ti minut nedojde k rozvinutí zápletky směrem, aby předjímal další děj, průnik toho, kam film směřuje, film přestává bavit. Nezáleží přitom na technologii, ale pokud neuspokouje základní požadavky – ztotožnit se s hlavní postavou, jeho problémem a myšlenkou o kterou usiluje a motivací, tak film nemá čím komunikovat, divák ho nepřijme. Základní východisko divácky oblíbeného mainstreamu je „**character driven story**“ – emoce a komediální reliéf. Dalším je **big cimentography** (filmová kamera pro kino, styl záběrů) - což musí být patrné už ve storyboardu. (Poznámka: Čeští storyboardisté často dělají televizní kameru. Je zde jiná kompozice, kam se staví postavy, pohyb kamery. Je to o zkušenosti s plátnem.) Každý první krok do nových vod je vratký a nejistý, často se šlápne vedle, ale jinak se k cíli nedojde. Všechny tyto známé postupy se při výrobě nemusí nutně dodržovat, ale je potřeba je znát a přesně vědět, proč si je můžeme dovolit porušit. Vědět, proč můžeme mít nějakou stránku filmu slabší a které elementy nám naopak film drží pohromadě.

"Myslím, že je opravdu důležité ve výrobě filmů neustat, ale nepostačíme si pouze s tradicí. Trochu jsme si natloukli s celovečeráky nos, ale pokud se poučíme v zahraničí (máme totiž často malou sebereflexi), vidím budoucnost optimisticky. Jsem navíc přesvědčený, že celovečerák nemůže utáhnout pouze výtvarno, musí být založený na herecké akci. Pomocí technologie se tak animovaný film přibližuje hranému." (Petr Horák)

Potřeba zkušenosti s produkcí pro kina však prorůstá i do ostatních profesí, a tak nám tu chybí charakteroví animátoři (lidé s přístupem k animaci jako k HERECTVÍ, nikoliv jako k rozpohybování kresby a lidé se schopností animovat postavy na základě vnitřních a ne vnějších příčin), storyboardisté (kteří dokáží rozlišit přístup a principy při tvorbě pro televizi a kino) nebo třeba IT odborníci, schopní vytvořit technické zázemí a strukturu výroby pro velké mediální projekty.

Vzhledem k tomu, že se u nás celovečerní animované filmy v posledních desetiletích téměř netočily, nemáme od koho se tyto znalosti učit. Zbývají nám 2 možnosti

- a) Nabít si nos při prvních pokusech, u kterých se poučíme
- b) Inspirovat se v zahraničí a tam získat know-how u cizích projektů

Celovečerní filmy - co obnáší výroba, struktura výroby u 3D filmu - postup výroby:

- Treatment a režisérská explikace = námět / myšlenka filmu / žánr / cílové publikum. Kolem 30ti stran textu, vysvětlující všechny záměry a základní cíle filmu a filmového příběhu
- Scénář
- Návrh postav a prostředí - už převedené do 3D
- Storyboard
- Nahrávání dialogů / hudba
- Animatik
- Detailní development postav a prostředí
- Technický a organizační plán výrobního procesu
- Shooting board nebo detailní vizualizace scén – scéna obsahuje všechny elementy, prostředí, postavy, finální kompozici a velikost záběrů, pohyb kamery
- Příprava záběrů
- Postavy – modelování, riggování, texturování
- Prostedí – modelování, texturování a mattepaint
- Rekvizity – modelování, riggování a texturování
- Layout = Příprava jednotlivých scén pro animátory. Vychází ze shootingboardu nebo animatiku. Výsledkem je připravená scéna s pevně stanovenou délkou, správně nastavenou kamerou, naimportovaným prostředím včetně všech elementů a postavami, připravenými ve správné výchozí kompozici.
- Výroba záběrů
- Animace
- Kompoziting
- Svícení
- Render
- Obrazová postprodukce

- Efekty, barevné korekce
- Zvuková postprodukce
- Finální dohrávání / mix zvuku a dialogů, finální hudba
- Finální mix
- Grafika a propagační materiály, marketing
- Výroba DCP, DVD, merchandising

Team/štáb:

- producent
 - produkční
 - scenárista
 - tvůrce myšlenky filmu
 - tvůrce drobných příběhů okolo
 - art department
 - návrh postav
 - návrh prostředí (postavy a prostředí se často vyvíjejí odděleně)
 - převedení do 3D
 - režisér
 - storyboardisté
 - kreslíř-animátor-kameraman (animatik)
 - organizátor - stanovení pipeline
 - studio/studia
- modeláři
- riggeři
- texturáři
- programátoři
- layoutisté
- animační režisér
- animátoři
- kompozitoři
 - render team
 - VFX
 - hudební skladatel
- zvukové studio
 - dabéři
 - zvukaři

4.2.2. Krátký animovaný film

„Největší rána pro český animovaný film je – a jsem o tom přesvědčený – že krátký film zmizel z kin a nemůže se tam vrátit. A když nikdo krátké filmy nechce, nenajdou se ani producenti a finance. Dělat filmy jen pro festivaly nejde. Kdyby se krátké filmy vrátily do kin, začaly by se znovu točit. Ale bylo by třeba, aby se točily ve velkém, jako tomu bylo. Dokud tomu tak nebude, nebudou dobré ani celovečerní filmy, které se nyní točí, protože u krátké metráže tvůrci nabírají důležité zkušenosti.“ (prof. Jiří Kubíček)

Animované předfilmy v kinech nejsou dle dostupných informací dnes nereálné, ale systémově ji nabízejí jen artová kina (a tím pádem limitovanému počtu diváků). Za distribuční úspěch předfilmu by se dalo považovat jeho zařazení před "áčkový" film v kině, což je ale produkčně velmi náročný proces a přístup jak producentů hlavního filmu, tak distributorů má mnohá úskalí. Jako lepší řešení než se snažit už hotový "kraťas" přilepit k existujícímu celovečeračku se dle některých producentů jeví spolupracovat s producentem celovečerního filmu už v rané fázi výroby, natočit nevtrávný film do 5ti minut, který už při svém vzniku koresponduje s hlavním filmem a nabízet pak tyto dva filmy do distribuce společně. Tato strategie ale není ani bezproblémově funkční, ani výdělečná, ani samospásná.

Co tedy dnes s krátkým filmem dělat? "Kraťasy" samy o sobě nemají podmínky pro distribuci ani v kinech ani v televizích, jsou vlastně neprodejná a nevýdělečná. A přitom jsou důležitou součástí filmového průmyslu, protože právě na nich se trénuje tým, technologie a nabírají zkušenosti. Opravdu málo krátkých filmů se u nás tvoří v profesionálních podmínkách a výsledkem je, že 95% produkce krátkých animovaných filmů vychází ze škol.

Funkce krátkého filmu

Je jasné, že vyrábět krátké filmy jen pro krátké filmy samotné dnes nejde a nelze na takovém předpokladu stavět. Jsou spíše součástí cesty ke vzdálenějšímu cíli, který už je schopný vložené finance vydělat zpět. Funkce filmů mohou tedy být následující:

- **Součást developmentu** u větších projektů, přičemž se na krátkém filmu vyzkouší technologie, team, fungování workflow apod. Výsledkem může být trailer, pilot k seriálu nebo i zjištění, že se musí zvolit úplně jiná cesta.
- **Demonstrace schopností.** Především u studentů jsou krátké filmy extrémně důležité, protože jsou důkazem potenciálu tvůrce nebo studia. Jsou to cenné položky v portfoliu, které navíc při festivalových oceněních přinesou pozornost, nové možnosti spolupráce a otevírají cestu k větším filmovým projektům.
- **Trénink** pro scenáristy, režiséry i producenty. Schopnosti tvůrců jsou do jisté míry "motorické" a závislé na neustálém zdokonalování se a "opakování". Krátké filmy jsou výzkumnou laboratoří, která posouvá možnosti teamu a umožňuje na malém formátu vycílit problémy, které by u velké metráže způsobily velké komplikace. Spousta projektů, které leží v šuplíku nikdy dobré tvůrce nevychová, protože zásadní jsou zkušenosti z praxe.

4.2.3. Loutková animace

Samostatnou kapitolku věnuji loutkové animaci, která zůstává stále jednou z „typicky českých“ animačních technologií a v dobách své největší slávy inspirovala řadu světových jmen. Studia zaměřující se na loutkovou animaci u nás vznikala v době, kdy spolehlivým zadavatelem byl stát a od chvíle, kdy Krátký film skončil, ztratila z různých důvodů svou soběstačnost a dnes se v prostorách téměř netočí. Loutková animace má jednu nevýhodu - jedná o techniku, která je v dnešní „rychlé, počítačové“ době zdouhavá a výrobně náročnější a nemůže v komerční sféře (reklama) příliš konkurovat 2D a 3D počítačovým animacím - a nejvhodnějším formátem pro ni zůstává film. A pokud má v dnešních podmínkách animovaný film obstát, musí umět alespoň částečně vygenerovat zisk a znamená to celovečerní film nebo seriál. A opět se dostáváme k jádru problému - a sice, že k výrobě takového filmu je potřeba schopný producent, „industrie“ a team profesionálů. A český loutkový film stále zůstává i v celovečerním formátu dominantou autorských tvůrců. Krátké filmy jsou neprodejné a ty celovečerní nelze zpracovávat autorsky, musí se s tímto žánrem (nazývám tím celovečerní formát) umět pracovat. Díla jsou umělecky velice hodnotná, ale zacílená na úzkou skupinu diváků - a tím pádem nevýdělečná a špatně mezinárodně prodejná. Nevýhodou loutkové animace oproti jiným současným technikám je kromě časové náročnosti její nepřenositelnost - k dispozici je často jeden ateliér a jedna technika - na rozdíl od počítačové animace, kde může na filmu současně pracovat 30 animátorů na různých

scénách, se loutková animace musí natáčet postupně a duplikování scén není jen o zkopírování dat. Největším kamenem úrazu však není její „analogovost“, ale především absence producentů, jejichž roli dnes zastupují sami tvůrci. A produkce a prodej se umělecky zkrátka dělat nedá.

4.2.4. Seriály, mikroformáty, cross-media projekty a dětská tvorba

Zamyšlení nad dětskou tvorbou:

"Česko je teď ve stádiu, ve kterém byl západ před zhruba 25ti lety. S dalšími tvůrci a producenty usilujeme o industrii, protože to je jediný způsob, jak dlouhodobě může animace jako obor fungovat. Pokud se na animovanou audiovizuální tvorbu díváme jako na průmyslové odvětví, tak má mnoho nesporných výhod. Primárně nevyžaduje investice do těžké infrastruktury, nemá energetické a surovinové nároky. Staví na inteligenci a vzdělání, tím je vysoce efektivní. To souvisí také s politikou zaměstnanosti. Velký společenský význam má budování kulturní identity, prosazování kulturních hodnot a jejich vývoz. V neposlední řadě: absence vlastní dětské audiovizuální tvorby, znamená likvidaci příští generace diváků schopných porozumět lokální kinematografii a jejímu specifickému kulturnímu jazyku. Pokud si děti zvyknou na styl amerického mainstreamového filmového jazyka, tak mu zůstanou věrni po zbytek života. V západní Evropě před lety proto padlo rozhodnutí, že chtějí mít vlastní tvorbu pro děti a uzpůsobily strukturu zákonů tak, aby vytvořili podmínky pro vlastní produkci. My nemáme zákony které by umožňovali něco podobného. Celkově jsme v začarovaném kruhu. Neexistující trh nevytváří žádné projekty - neexistence projektů negeneruje nové autory a realizační zázemí. Neštěstím všech východních zemí tedy je, že zde v podstatě neexistují producenti animace, pouze autorští tvůrci. Na nich nelze animační industrii postavit. Jejich práce - dlouhodobě - nemá bez animační industrie smysl. Sóló autoři nemají možnost dalšího uplatnění a tím i ekonomické existence.

Náhradním řešením může být realizace tzv. Produkčních clusterů: účelné spojování produkčních subjednotek tak, aby dočasně - na daný projekt - vytvořili organizovanou výrobní skupinu.

Děti chtějí sledovat věci, které korespondují s jejich současným světem
Např. k mnoho let starým večerníčkům už děti nepřilnou. Je to trochu neštěstí

nekonečných večerníčkových repríz. Svět se změnil, ale archivní obsah nikoliv. Proto např. Francouzi neustále vytváří nový animovaný obsah. Mění se skladba obyvatel, imigranti, kulturní a společenský život – musí ukazovat kulturní skutečnost, která tam je a komunikovat ji s dětmi. Pokud nebude kontent mít vztah k současnosti, nevzniká k obsahu adekvátní vztah. Tím nevznikne ani vztah k způsobu komunikace a až dětská generace vyrostle nebude mít náladu chodit na francouzské filmy později." (Michal Podhradský)

4.2.5. Financování a distribuce filmů a seriálů

Průměrný rozpočet celovečerního, animovaného filmu se pohybuje kolem 40ti milionů Kč, u profesionálního krátkého filmu je to potom přibližně 1 milion. Sehnat finance není jednoduché, často to trvá několik let (není výjimkou, že 5 a více) a téměř nikdy peníze nepocházejí z jednoho zdroje. Mezinárodní koprodukce zvyšují celkový rozpočet, ale zároveň je to jediná cesta, jak celovečerní film nebo seriál ufinancovat.

Dělení tržeb v kinech:

- a) Cca 50-60% zůstává kinu
- b) 10-18% si bere distributor
- c) odečtení MG
- d) dělení tržeb podle koprodukčních vkladů jednotlivých koproducentů (průměrně se jedná o 4-5 subjektů - producent, ČT, postprodukční studia, finanční partner). Producent by měl vyúčtovat svůj vklad a poté odvádět část peněz zpět do Fondu kinematografie.

Možnosti:

Fond kinematografie

- získat podporu může téměř jakýkoliv projekt (navíc 1 z cílů fondu je podpora nových tvůrců a krátkých filmů), který dokáže dobře podat přihlášku (pozor, hodně projektů vyhoří právě na tomhle) a odprezentovat projekt (pitching). Hodnotí se scénář, originalita, přínos díla, adekvátnost rozpočtu, štáb, plánovaná distribuce atd. Zkrátka celková kvalita a připravenost projektu a je možné získat grant na pokrytí až 50% rozpočtu. Všechny podmínky a hodnotící kritéria jsou popsána na webu Fondu kinematografie, včetně návodů a posudků k prostudování.

Výzvy jsou vypisovány většinou 1x za rok a je možné zvlášť požádat na vývoj, výrobu a distribuci audiovizuálního díla, dále na oblast technického rozvoje, propagace, publikační činnosti, vzdělávání a výchova a filmové festivaly a přehlídky.

Fond kinematografie získává do svého rozpočtu každoročně přibližně 0,5 miliardy Kč, z čehož tvoří 2% z příjmů z reklam z komerčních televizí, 10 mil. Kč 1 % z každé vstupenky do kina, 40 mil. Kč za užití děl vyrobených 1965–1991, k nimž fond vykonává práva, 10 mil Kč za audiovizuální služby na vyžádání (od r. 2016), 25 mil Kč za poplatky ve výši 1 % z ceny za poskytnutí převzatého televizního vysílání.

- V roce 2015 byl celkový rozpočet pro výrobu animovaných filmů 15 milionů Kč.

České filmové centrum

- filmy nefinancuje, jen distribuce filmů a propagace v zahraničí. Komunikace s festivaly a koproducenty. Pořádá promítání a turné krátkých filmů.

iShorts

- velká distribuční síť pro krátké filmy

Aerofilmy

- podpora předfilmů (ideální stopáž kolem 2 minut, filmy s pointou, vtipem a snadno pochopitelným příběhem nebo tématické k celovečerním filmům).

Media

- program Evropské unie pro podporu celé řady projektů (vývoj filmů, her, televizních programů a interaktivních/internetových obsahů, podpora distribuce, filmových festivalů, vzdělávání, práce s publikem, kin, koprodukčních fondů). Nabízí paušální částky nebo hrazení až 50% nákladů.

Eurimages

- 4 fondy financování:

podpora koprodukcí

podpora distribuce

podpora kin / promítání

podpora digitalizace

Česká televize

- spolupráce s ČT je často zdlouhavá a nesnadná. Vyrábí toho poměrně málo, a pokud dává peníze, často si nárokuje většinu práv na dílo. Je ochotna hotové dílo koupit, ale málokdy financovat už jeho výrobu. Je výrobcem původních večerníčků (paralelně se vyrábí 4 série po 6-8mi dílech, výroba série trvá 1-3 roky), které jsou ale díky svým parametrům neprodejné a koprodukovat televize

většinou na projektech nechce. Výrobu večerníčků buď zadá studiu nebo má vlastní studio animovaného filmu (avšak jen papírově, protože spolupracuje s režisérem a animátory - freelancery, kteří pracují doma). Ačkoliv proces je náročný a zdoluhavý, televize má zájem o nové nápady na vlastní dětskou tvorbu pro hlavní cílové skupiny - a těmi jsou děti 0-8 let a 8-12 let. Největší zájem má o televizní série založené na charakteristických hlavních postavách, kdy každý díl je minipříběh s jasným začátkem a koncem.

Pitching fóra

- místa setkávání tvůrců, producentů a distributorů. Místa, kde se uzavírají koprodukce a můžete získat finance nebo producenta pro svůj projekt. Většinou je možné prezentovat filmy v developmentu, výrobě, postprodukcí a hotová díla (která shání distributory). Příprava a účast projektu v pitching fóru je časově (a mnohdy i finančně) náročná, protože podklady musí být výborně připravené (a účastnický poplatek u těch nejvýznamnějších je vysoký). Ať už je film v jakékoliv fázi, je nutné mít naprosto jistě srovnané v hlavě základní cíle projektu, rozpočet, cílové skupiny, synopsi, žánr, formy distribuce a dostatek vizuálních ukázek. Ideální je mít za sebou celý náročný proces psaní scénáře, treatmentu, přípravy, výzkumu a testování.

Crowdfunding

- Zahraniční přístup bývá mnohdy takový, že autor/producent na své náklady natočí trailer/ukázkou/pilot/nejkratší část povídkového filmu, a pak se teprve vydá hledat peníze na zbytek produkce - má lidem co ukázat a skládá rozpočet postupně po malých částkách. Zním studenty, kteří takto potřebovali zafinancovat školu - a prodávali třeba své výtvarné návrhy jako pohlednice nebo plakáty - nebo tvůrce, kteří výrobu svého filmu rozdělili na etapy a postupně shání finance na jednotlivé části.

- Obecně platí, že dnes je většina crowdfundingů zahlcena projekty. Je důležitý osobní přístup a projekt musí "v davu" zaujmout - není to jednoduché, ale zdaleka ne nemožné.

Koprodukce nefinančních partnerů

- televize a studia do projektů vstupují bez financí, ale umožňují používat vybavení, software, případně i práci svých zaměstnanců.

Zahraniční koprodukce

Koprodukce nebo finanční vstup distributora

Tax shelters

Financování z vlastních zdrojů

- velké množství tvůrců však k financování přistupuje úplně jinak. Jednoduše se snaží minimalizovat náklady a tvoří ve svém volném čase. Během roku si vydělávají různými způsoby na nárazových zakázkách a ušetřené peníze pak investují do vlastních projektů. Je to nejlepší způsob, jak se vypracovat a autorsky tvořit - především v začátcích, kdy absolvent má stále nízké životní náklady. Tvořil tak např. Aurel Klimt.

Mikroplatby a tzv. Freemium verze

- varianta financování především mobilních her, které jsou buď ke stažení zdarma, ale nabízí reklamu (kterou je možné za poplatek "vypnout") nebo uživatel dostane základní verzi zadarmo, ale může si dokoupit další obsah, "levely" nebo bonusy (např. strategická mobilní hra Clash of Clans má rekordní tržby, je bez reklam, zdarma a uživatelé platí pouze za urychlení průběhu hry).

4.3. Nezávislá tvorba

Největším prostorem pro nezávislé tvůrce animované tvorby je dnes na poli her. Udělat dobrou hru nebo sestavit dobrý team sice není nic jednoduchého, ale hry často jednak nejsou omezené na lokální trh a např. distribuce her pro mobilní platformy je celosvětově centralizovaná. A tak na rozdíl od filmů je pravděpodobné, že dobrá hra bude schopna vydělat. O herním průmyslu a o tom, jak v tomto odvětví začít, jsem si povídala s jedním z nejinspirativnějších českých tvůrců - Jakubem Dvorským z Amanita Design.

„Motivace tvořit by nikdy neměla být založena na penězích, ale na vnitřní radosti a touze dělat projekty, kterým člověk věří – protože to podle mě dělá skutečnou kvalitu projektu a zákazník to vždy pozná.“ (Jakub Dvorský)

"Pokud chtějí lidé vydělat vlastní indie hrou peníze, tak se je snažím upozorňovat, aby to nedělali – protože s největší pravděpodobností se tak nestane. Dříve bylo hodně peněz ve velkých herních produkcích, ale to se dnes mění – áčkových, velkorozpočtových her je málo, ale jsou v nich ohromné rozpočty (např. Call of Duty). Ty střední třídy – studia kolem 100 lidí – už velice upadávají. Mnoho mladých lidí to dělá ze zábavy a ve volném čase. Pak je ohromná platforma malých smartphonových her zadarmo – a to nemá s uměním nic moc společného, většinou jsou kýčovitá a záměrem je zisk. Rychle přijdou rychle odejdou. Jakmile se objeví nějaká úspěšná hra, okamžitě vznikne spousta kopií, které už ale většinou tak úspěšné nejsou a nestojí za nic. Je tu mnoho míst

pro animátory a výtvarníky, ale je podle mě jen otázka času, kdy tak masová produkce upadne a zůstanou jen menší Indie studia, která se mírně rozšíří, a velcí producenti. Celkově udělat úspěšnou hru ale často vyžaduje několikaletou práci v podstatě zadarmo a kvalita se tady cení, protože aby hra uspěla, musí být opravdu dobrá – musí hráče bavit, být vizuálně zajímavá a dotažená technicky. Je důležité na první dojem zaujmout, protože lidé si dnes hry stahují i na základě traileru nebo úvodního obrázku. Ve chvíli, kdy udělá studio herní demo, začne hru propagovat a dávat o ní vědět a také může jít za investorem. Ale ani tam není vyhráno, protože spousta plánů ztroskotá na tom, že dobrou hru zkrátka studio nezvládne vyrobit nebo má nevyvážený team – silný výtvarník a slabý programátor nebo naopak.

Hra musí mít většinou jednoho programátora na plný úvazek – výjimkou jsou hry, založené na jednoduchém, ale geniálním nápadu. Nesou si s sebou ale i nevýhodu, že jsou jednoduše zkopírovatelné – a jelikož herní nápad si nelze patentovat ani vytvořit copyright, během týdnů vznikají klony. Hry Amanity mají výhodu, že jsou kreslené a tím pádem nestárnou a prodávají se léta (hru Machinarium z roku 2009 si stále denně stahuje 500 uživatelů - pozn. autorky), ale jsme velká výjimka, většinou studia spíš přežívají. Je u nás čím dál více lidí, kteří chtějí pracovat na vlastních projektech a zjišťují, že dělat krátké filmy rok nemá smysl, protože jim to nepřinese žádné peníze ani mnoho diváků. Hra má daleko větší dosah a naději, že přinese peníze.

Propojit dobrého programátora a výtvarníka je v Čechách náročné, protože profese se přirozeně se na školách nebo v praxi nepotkávají. Programátory musí tak náročný projekt jednoduše bavit a grafiků a výtvarníků, kteří jsou schopní vytvořit typické (kýčovitě) výtvarno je mnoho, ale málokdo přijde s originálním a neotřelým designem (což je zase silnou stránkou animátorů).

Propagace není o reklamě, ale o ježdění na festivaly, nabízení her novinářům a recenzentům. Šanci se uchytit má podle mě výtvarně zajímavá hra – a pokud obsahuje kvalitní animaci, najednou to není jen o řešení rébusu, ale o příběhu. A pokud je hra po všech stránkách dotažená, lidé si o ní řeknou – a to je ten nejlepší a nejtrvanlivější marketing, který vám hru bude prodávat i po letech. Hry zdarma znamenají instantní zábavu do volných chvil, ale pokud si pc hru kupuje, očekává, že si udělá klid a chce kvalitní obsah – a proto se tu kvalita cení. Hry na telefonech a tabletech mají automaticky nižší cenu, protože lidé zatím nechtějí za takové hry platit, jsou považovány za rychlou, nenáročnou

zábavu. Dražší, prémiové hry jsou vzácné, ale začíná se pomalu chápat jejich hodnota.

Herní průmysl je dnes daleko perspektivnější než filmový, ale stále není natolik zaběhlý, aby se sami od sebe tvořily komunity. Navíc hry nemají mezinárodní bariéry a jejich výroba i export jsou pro stát výhodné. Ve Skandinávii nebo Holandsku mají pro hry státní granty. Lidé dostanou zkušenost si hru vyvinout a získají velké know-how, využitelné i v ostatních oborech. V ČR je v současné době jediná možnost získat grant na hru podpora Média (může ale žádat jen právnická osoba, která už nějakou funkční hru vydala – takže pro mladé a nadšené lidi, kterým by grant skutečně pomohl je to komplikovanější).

Osobně vidím velkou mezeru v digitálních učebnicích a je tu prostor pro malá interaktivní studia – myslím, že už to tu mělo být dávno, ale oficiální cestou vždy všechno dlouho trvá." (Jakub Dvorský)

Další možnosti

Animace se v posledních letech často objevuje ve formě projekcí - např. při hudebních show a často i v divadelních představeních.

4.4. Východiska pro fungování českého animačního průmyslu

Vybudování průmyslu je vždy běh na dlouhou trať, na druhou stranu kreativní průmysl jako takový je velice dynamický a výdělečný byznys. Tvorba filmů se na začátku neobejde bez grantů, investic do vývoje, získávání know-how, zkušeností a tvrdé práce, na druhou stranu pokud se projekt uchopí i brandově a marketingově, je schopný generovat zisk i mimo kina či následně v reklamní tvorbě.

Pokud by se měl systematicky podporovat a obnovit celý průmysl, je na místě inspirace v zahraničí. Mnoho západních zemí s podobným systémem a počtem obyvatel (a potenciálních diváků) bylo, co se animované tvorby týče, před 20ti lety ve stejné situaci jako je nyní Česká republika. Průmysl nyní poměrně dobře funguje např. v Dánsku. V ČR se stále často setkáme s rezignovaným přístupem a celkově moc neumíme hrát na sebe a přiznat si, že potřebujeme situaci aktivně změnit. Hrát na sebe přitom znamená nestavět vzdušné zámky, ale pracovat a stavět na reálných možnostech, výhodách a omezeních, které u nás máme.

Nezbytnou nutností je akce a iniciace nových projektů. Mluvíme-li o velice nákladné animované tvorbě (celovečerní filmy a seriály), která není primárně tvořena na základě zisku, ale je součástí lokální kultury a umění, tak se neobejde bez grantů, koprodukcí a vstřícného postoje státu či televize (mám na mysli rozhodnutí do této oblasti investovat). Celkové situaci prospějí nejen aktivní jedinci, kteří by jeli do zahraničí získat praktické zkušenosti a kontakty, ale i aktivní přístup státu - např.: po SŠ by mohli studenti vyjet na financovanou jazykovou stáž, kde se naučí jazyk. Na VŠ potom jet na pracovní stáže a budovat si vztahy a "networking" (sít mezinárodních potenciálních spolupracovníků), protože poté v praxi na takové „sranda věci“ nebude mnoho příležitostí. Druhou variantou je přitáhnout zkušené zahraniční tvůrce k nám, jako to třeba dělá David Toušek se svými kurzy 3D animace. Těmito akcemi se otevřou nové pohledy a možnosti pro vznik projektů, ale také vylepší schopnosti tvůrců takové projekty vytvářet. Aktivní přístup a snaha musí být na všech stranách.

Naopak u menších projektů, které vznikají v teamu několika jednotlivců, nemá smysl zdlouhavě řešit situaci globálně a rozhodně není východiskem stěžovat si na špatné podmínky a čekat na podporu státu. Je důležité soustředit se pouze na svůj projekt a nespoléhat na nikoho jiného než na sebe. Vždy to nějak jde. Příkladem jsou např. projekty Jakuba Dvorského (Amanita design). Stejná situace platí u projektů pro mezinárodní publikum. Takový úspěšný projekt pomůže celkové situaci v české tvorbě daleko více než teoretický boj za lepší podmínky.

Východiskem tedy není v animaci čekat na spásu a podporu, ale varianta vlastního, aktivního, vzdělávacího přístupu a vlastní iniciativy s výsledkem dokončených animovaných projektů.

Shrnutí:

Aby se zde znovu začaly animované filmy vyrábět, musí se stát 3 věci:

- **Státní politika:** Stát se musí rozhodnout, že chce mít animovaný film jako kulturní a reprezentační součást a zároveň vidět potenciál kreativního průmyslu. Znamená to uvědomit si širokou problematiku oboru, že výroba animovaného filmu je tak časově, finančně a na znalosti náročná, že se v začátcích bez státní (nejen finanční) podpory neobejde. Musí vzniknout podmínky pro tvorbu a vysílání animovaných filmů – a tato strategie musí zahrnovat nejen studia, ale i vzdělávání a v distribuční kanály.

- **Diváci/cílový trh:** Uvědomit si, že Česká republika má tak malé publikum, že téměř není možné, aby se samotný film určený pouze pro český trh zaplatil. Jediná možnost je udělat film pro mezinárodní trh a připravit distribuční cesty - a s tímto předpokladem také film vyrábět. V současné době je u nás kinematografie LOKÁLNÍ a tím pádem nekonkurenceschopná. Mezinárodní kinematografie vyžaduje filmy pojmout tak, aby měly především mezinárodně srozumitelné scénáře a styl vyprávění.

- **Tvůrci** – potřebujeme dostatek lidí, kteří takové filmy umí vyrobit a nebojí se je propojit komerčními záměry. Chybí schopnost spolupráce a organizovanost, celá řada odborných profesí a zkušených tvůrců. V současné době i kdybychom dostali peníze, zřejmě se nám nepodaří mezinárodně úspěšný animovaný film vyrobit.

- **Aktivní přístup** a vlastní iniciativa tvůrců a producentů

"Česká republika je malým producentem animovaných filmů, a proto úspěch jednoho filmu je do jisté míry úspěch pro všechny. Je to vzájemná motivace a příprava pro budoucí spolupráci. Každá zkušenost se počítá. Na druhou stranu, "Když natočíte špatný film, poškodíte tím všechny v našem průmyslu, protože úspěch či neúspěch se přenáší na všechny." (Martin Vandas)

5. KOMERČNÍ TVORBA

Komerční = vytvořený za účelem zisku – tedy i našeho platu.

Jsou tvůrci, kteří automaticky považují komerční tvorbu za něco podřadného, laciného a neuměleckého. Mají pocit, že komerce omezuje kreativitu. Pravda je přitom v naprostém opaku a toto tvrzení spíše omlouvá jejich neschopnost pracovat s omezeními. V komerci je velký prostor pro umění – nikoliv ve smyslu autorské neomezenosti, ale pro originalitu, kreativitu, nové technologie a řemeslnost, se kterou se pracuje v rámci zadání. A předložené zadání samo o sobě je mnohdy volné, rámcové a zadavatelé ochotní vést diskusi – pokud jsme ale schopni naše stanoviska podložit hodnotnými argumenty. Není tomu tak vždy, samozřejmě narazíte i na velmi tvrdohlavé zadavatele, u kterých je nutné jednat asertivně nebo se podřídit.

5.1. Reklama

Situace se oproti minulosti, kdy bylo v reklamě celkově veliké množství peněz, změnila – zvedla se konkurence a rozpočty na reklamy klesly. „V ČR se velkorozpočtové, animované reklamy dělá málo na to, aby uživila všechna studia. Je podhodnocená, není čas na development (a bez něj těžko vzniká výjimečná věc – řemeslně i kreativně). Také se stává, že u agentur je animovaná reklama považována za levnou variantu hrané. Kreativní ředitelé v agenturách nemívají takovou autoritu, aby klienty přesvědčili o síle animovaného média. I na tom se snaží naše studio pracovat.“ (Lukáš Skalník, Eallin.com)

V ČR je cca 50 velkých firem (banky, automobily, řetězce, pivovary), které pravidelně zadávají asi 90% všech velkých, komerčních zakázek. Dříve vždy zadávaly zakázku reklamní agentuře, která vypracovala koncept a zprostředkovala zakázku dalšímu studiu - samozřejmě za poměrně vysokou provizi. Firmy jsou ochotny zaplatit, ale rády ušetří - a tak se způsob fungování klasických reklamních agentur se v posledních letech mění - především je znát snaha eliminovat "články" ve výrobním řetězci a do projektu nezahrnovat tolik subjektů.

Objevuje se několik trendů:

Velké společnosti přestávají využívat klasické služby reklamních agentur a najmou do svého marketingové oddělení pro tyto účely zkušeného produkčního / art buyera (vyjde je to ve výsledku levněji), který jim výrobu efektivně zajistí - zná prostředí, jak to funguje, ceny. Od reklamky si nechají vypracovat pouze koncept a ten pak realizují. Nebo firmy chtějí vidět faktury, kolik skutečně za výrobu animačnímu studiu zaplatili a provizi za zpracování jim nabídnou jen pár procent.

Reklamní agentury si přímo pod sebou vytvoří malý team, který je schopný jimi navrženou zakázku zpracovat a tím pádem se nepředává k exekuci přímo studiu. Někdy pod sebou fiktivně vytvoří produkční studio.

Studia mají pracovníky, kteří jsou schopni celou zakázku pro klienta navrhnout - a tím pádem plnit funkci reklamní agentury. Mají své copywritery, koncept-artistry a storyboardisty.

"V Českých poměrech se signifikantní umělecký přístup k reklamě příliš neoceňuje. Myslím si, že dnes už se v reklamě nechce, aby měla výrazný autorský rukopis, ale aby zapadala reklamního konceptu. Klienti nechtějí, aby z reklamy "lezl" tvůrce, ale výrobek. Režisér je tu spíš kreativní organizátor. Pokud se jedná o 3D reklamy, je navíc těžké se výtvarně odlišit." (Michal Žabka)
ČR je zkrátka malá země, a tak ty nejlépe placené zakázky získávají studia (ale i freelanceři) od zahraničních klientů - a to je drží nad vodou.

U velkých televizních zakázek a animovaných kampaní vždy klient pracuje přes reklamní agenturu, která vymyslí scénáře a strategii kampaně. Poté komunikuje (někdy ještě přes produkčního) se studiem, které má na starosti výrobu. Objem peněz je někdy takový, že zaměstná celé studio na několik měsíců. Velké peníze si naučtuje i agentura, ale stále je to v porovnání s celkovým rozpočtem na pronájem reklamních ploch a vysílacích časů pro klienta malá částka. Agentura je pro ně záruka, že se zakázka vyrobí a dodá včas a zároveň řeší spoustu komunikačních, produkčních a administrativních záležitostí.

Zároveň ale výrazně roste komunita lidí/malých firem, které chtějí animovanou reklamu „pro sebe“ (propagace značky, identifikace, prezentace, internet), mají příjemný rozpočet, ale nemohou si dovolit zaplatit drahou agenturu nebo zkrátka chtějí komunikovat přímo s tvůrcem - a tak je pro ně ideální volba řešit celý průběh zakázky s freelancerem nebo studiem. Přístupy klientů se liší - někteří jsou tvrdohlaví, jiní si rádi nechají poradit - ale ze strany tvůrce je zásadní

profesionalita (asertivita, argumentace, ale i poctivě připravené smlouvy, znalost oboru a reklamní tvorby...), která spolu se správnou komunikací a kreativitou vede k oboustranné spokojenosti.

„Co se režisérů týče, u agentur to funguje podobně jako u festivalů – když uděláš dobrou reklamu, agentury si o tobě řeknou a tvůrce dostává další nabídky.“

(Michal Žabka)

"Je potřeba smazat rozdíl mezi komerčním a nekomerčním. Je to jako mentální blok, který nás omezuje. Člověk se pak uvolní a začne tvořit, nemá tendence si dělat škatule dobrá – špatná práce. Je důležité to tolik nerozlišovat a řešit jen to dobré." (Lukáš Tomek)

Příklad průběhu velké reklamní zakázky:

- Klient si najme agenturu, která mu vypracuje brief (text, který obsahuje základní myšlenku reklamy / strategii / dlouhodobý koncept, příběh/scénář, hlavní postavy, cílovou skupinu, způsob propagace, najde reference, doporučený rozpočet...)
- Agentura osloví studia, která jí nabídnou režiséry. Na základě jejich předchozích prací agentura zvolí ty režiséry, které by chtěla do projektu zahrnout.
- Oslovení režiséři obdrží brief a v krátkém rozhovoru s agenturou se mohou doptat na další informace. Každý z nich pak vypracuje treatment (scénář, storyboard, výtvarné návrhy (nebo reference), tempo, styl animace, vysvětlení technologie a režijní explikaci).
- Produkční ve studiu pak na základě treatmentu sestaví rozpočet, většinou spolupracují s režisérem, se kterým diskutují o podrobnostech jeho plánu – režisér by tedy měl mít jasnou představu o všech aspektech předneseného návrhu.
- Jednotlivé treatmenty a rozpočty se pošlou agentuře, která (někdy ještě vyselektované) návrhy předloží klientovi - a na základě jeho volby studio/režisér získají zakázku. Do této chvíle se tedy pracovalo „zadarmo“. Velice často se stává, že klient nebo agentura vznesou požadavky na snížení rozpočtu / dodání výsledku v kratším čase.
- Od tohoto momentu začne režisér detailně zpracovávat projekt a spolupracovat s výtvarníky, animátory, 3Dčkaři apod. Pomocí referencí nebo vlastních návrhů vytvoří detailní podklady pro další členy teamu, udělá storyboard a ozvučený animatik a klient nebo agentura si schvaluje každou fázi výroby. Pokud se jedná o zakázku ve 3D technologii, nejprve se vytváří návrhy postav v programu typu

ZBrush, teprve po schválení se postava vymodeluje a vytvoří se rig (rigger spolupracuje s animátorem) a animátor udělá animační test. Následně se postavy spolu s návrhy prostředí hrubě naanimují (blocking) a sestříhané, ozvučené video se opět posílá agentuře. Po schválení se vytvoří finální verze. Komunikace téměř vždy probíhá zprostředkovaně – agentura často hovoří za klienta a komunikuje s produkčním, který přizve režiséra. Režisér pak komentáře předává produkčnímu teamu.

- Takto náročný postup vyžaduje profesionální přístup všech zúčastněných a výbornou komunikaci.
- Zlaté pravidlo reklamy: **"Platící zákazník, náš pán."**

U středně velkých zakázek v českých podmínkách je tendence na režisérovi šetřit a nezřídka kdy se stává, že u projektu vůbec není - a jeho roli přebírají pak přímo tvůrci ve studiu. Ne, že by nebyli schopní projekt dotáhnout, ale chybějící dohled jednoho režiséra, který má celý projekt jasně v hlavě se na výsledku musí logicky podepsat. Dalším častým jevem je, že do projektů v průběhu výroby mluví až moc lidí (a tím pádem se původní koncept rozsype) nebo že zadavatelé (a občas i reklamní agentura) dodají podklady, podle kterých se spot nedá vyrobit nebo komentáře, které se nedají jednoduše zpracovat.

U Menších zakázek, které se nezpracovávají prostřednictvím agentury, ale klient jedná přímo s "výrobce" se objevuje poměrně hodně. Jedná se především o explainery (videa, která mají za úkol vysvětlit funkci služby/výrobku), videoklipy, prezentační videa (mnoho nabídek je ve vědě nebo medicíně), banery. Nabízejí příležitosti pro menší teamy i freelancery, kteří musí být ale připraveni celý proces patřičně zvládnout - administrativně, produkčně, komunikačně, přístupem. O tom, co všechno to obnáší se rozepisují v pozdějších kapitolách.

6. INTERNETOVÝ OBSAH

YouTube a internetový obsah znamená revoluci ve vysílání, protože to, co se bude vysílat neurčuje televize (svůj internetový kanál si může vytvořit kdokoli) a přináší možnost distribuce po celém světě za nulové náklady. U některých pořadů (např. živé sportovní přenosy, aktuálního zpravodajství) starý koncept s pevně danou vysílací hodinou pravděpodobně stále fungovat bude, ale u artového a lifestyleového obsahu si lidé chtějí vybírat den a čas dle svých preferencí. Mladé a dětské publikum si rádo aktivně brouzdá a vybírá mezi pořady, starší publikum stále raději konzumuje z předpřipravených programů.

Online platformy jsou dokonalým prostředkem pro sebe prezentaci a distribuci, vhodný převážně pro nové projekty a začínající tvůrce, ale spolu s tím přináší nová pravidla. Ohromnou výhodou je demokratizace - přestaly existovat diktáty televizí, které určovaly, co se bude vysílat a je zde prostor i pro netypický obsah. Zároveň diváci mohou být kdekoli na světě a pokud budou fanoušci právě netypického obsahu, bez problému se k němu dostanou. Druhou stranou mince je zahlcenost internetu a tím pádem větší konkurence a fakt, že většina obsahu je zdarma. A tím pádem se internetová média stávají spíše **prostředkem pro získání pozornosti a diváků** než samotným klíčem k výdělku. Ještě nedávno byl samotný obsah videí na YT schopný tvůrci generovat zisk, ale je to velice rychle a dynamicky se vyvíjející médium a dnes slouží spíše k marketingovým účelům – získanou diváckou pozornost je nutné záhy přesměrovat jinam – především k souvisejícím produktům, které si může divák koupit (placeném vysílání ve vyšší kvalitě, službám filmům, hrám, merchandisingu...) Je tedy důležité strategicky přemýšlet nad tím, co se získanou pozorností plánujete udělat – ať už to je získání financí na vlastní projekt nebo budování brandu. Různě po světě vznikají celé seriálové produkce zaměřené právě na YouTube – testuje se zde divácká atraktivita a pokud jsou náklady na výrobu nízké, tak můžou i generovat zisk. Univerzální rada pro to, jak na internetu uspět neexistuje a liší se projekt od projektu. Je tu prostor jak pro lacinou mainstreamovou zábavu a domácí videa, tak pro umělecký obsah. Úspěch na internetu se nikdy nedá předvídat, ale většina úspěšných animovaných projektů splňuje jeden z následujících faktů:

- Obsah musí chtít diváci sdílet mezi sebou nebo na sociálních sítích. Většinou je to krátký, zábavný nebo fascinující obsah nebo "oddechovky", domácí videa apod
- Brand – originální, líbivá postava, která zaujme, především u dětských kanálů. Pohádky a dětská tvorba všeobecně.
- Často nerozhoduje technická kvalita ani kvalita animace – zásadní je celková atraktivita a levná, rychlá výroba.
- Lidskost a zábavnost - témata, která s diváky přímo rezonují.
- Trendy - videa věnující se aktuálním tématům (ať už politickým, zábavním nebo technologickým novinkám)
- PR - podpora propagace a divácké atraktivity

Rozvíjet strategie úspěchu animovaného, internetového obsahu je téma pro samostatnou diplomovou práci. Kromě tvorby samotného obsahu je nutná propagace a udržování divácké pozornosti, což je ze začátku velice časově náročná činnost. A proto shrnuji alespoň základní informace o tom, jak dnes fungují internetové trendy a strategie největší internetové video platformy, Youtube.

6.1. You Tube

Doby, kdy byl YT trochu chaotickým skladištěm všeho možného jsou dávno pryč. Přestože strategie nelimitování obsahu zůstává stejná, strukturování obsahu, internetových kanálů a vyhledávacího algoritmu prošel velkou změnou. Nabízí ochranu a zpeněžení originálního obsahu a jelikož je součástí společnosti Google, v nabídce se objevují úžasné možnosti jak obsah spravovat, analyzovat a propagovat.

Vyhledávací **algoritmus** YT dříve fungoval na základě "počtu shlédnutí" - čím více jich video mělo, tím častěji se zobrazovalo ve vyhledávání nebo jako doporučené video. Dnes je algoritmus velice komplikovaný, založený na tzv. "watchtime" - kolik minut divák vydrží sledováním jednoho kanálu. Dále na základě podobnosti obsahu, který divák rád sleduje - a to je často na základě klíčových slov v popisu. Věrohodnost videa také zvyšuje jeho výskyt na sociálních sítích a na jiných webech. Dalším faktorem je, kolik obsahu divák shlédne - pokud video po chvíli vypne, algoritmus to zaznamená a přestane

video zobrazovat. Nový obsah má větší šanci než video nahrané před několika lety. Rozhodně se tedy vyplatí mít přehled o tom, jaká slova jsou na YT nejčastěji vyhledávána, jaké jsou trendy a pečlivě video "otagovat". Pomocníky můžou být např. nástroje jako Google Analytics, SEO (Search Engine Optimization - označení metodiky vytváření a upravování webových stránek takovým způsobem, aby jejich forma a obsah byly vhodné pro automatizované zpracování v internetových vyhledávačích) nebo Google Trends, který mapuje oblíbenost vyhledávaných slov a navštěvovaných stránek na internetu.

Vlastníci autorských práv mohou využívat systém nazvaný **Content ID**, který jim umožňuje snadnou identifikaci a správu jejich obsahu na YouTube.

Videa nahraná na YouTube jsou porovnávána s databází souborů, které nám vlastníci obsahu odeslali. Vlastníci autorských se musí rozhodnout, co se má stát, když obsah ve videu na YouTube odpovídá dílu, které vlastní - mohou video zakázat nebo zpeněžit.

Monetizace = výdělek z reklamy u vašich videí. Originálnímu obsah, na který vlastníte autorská práva, můžete povolit zobrazování reklamy. Zisk z reklamy se pak dělí mezi vás (55%) a Google. Výtěžek z reklamy se liší dle zemí, ve kterých je reklama zobrazována (resp. z jaké země diváci video sledují) a jak populární je video nebo kanál mezi inzerenty (čím větší zájem, tím vyšší cena). Zároveň jak autor, tak divák si může do jisté míry regulovat, jakou reklamu bude chtít zobrazovat. Rozhodující je ve výsledku počet shlédnutí videa a zásadní je mezinárodní dosah.

Pokud je vaším cílem vytvořit si pro svou tvorbu publikum nebo generovat zisk, pak základním východiskem pro nahrávání obsahu je **vytvoření kanálu** a partnerského účtu. Kanál by se dal přirovnat k internetové televizní stanici, která nabízí jednotlivá videa. Vaším cílem by mělo být přivést a udržet diváky na vašem kanálu při sledování videí co nejdéle a zároveň je motivovat k tomu, aby se na kanál vraceli (stali se odběrateli). Abyste získali nové diváky, musíte je a) oslovit nebo jim umožnit, aby na vás ve vyhledávání narazili b) zaujmout je.

Vás kanál by tedy měl být:

- přehledný a na první pohled zajímavý - důležitá je i volba ukázkových obrázků, protože to je často to jediné, co nový divák vidí. Jedním slovem branding.

- obsahovat správná klíčová slova v popisu kanálu i videí - protože právě díky nim se videa dostanou do popředí vyhledávání.

- propojený s jinými kanály, weby a sociálními sítěmi

Aby se diváci na kanál vraceli, je nutné **pravidelně** přidávat nový obsah, ideálně alespoň 1x týdně. A nemusí to být nutně nový animovaný film. Populární jsou videa "z natáčení", medailonky o tvůrcích a jejich práci nebo videa, která udržují diváky natěšené na výsledek filmu.

7. PROFESE ANIMÁTORA V PRAXI

7.1. Freelancer

7.1.1. Fakta a mýty

- Když budu dobrý, najdou si mě? Ne, je potřeba se o to starat. Svět je plný velice talentovaných tvůrců, ale klienti dnes nechtějí ani tolik výrazné osobnosti, jako profesionálně odvedenou práci.
- Jsou lidé, kteří vám chtějí pomoci, jen čekají na správný talent – Ne, musíte svůj talent prokázat a obhájit a sami se aktivně o práci zajímat. Lidé jsou ochotni vám dát příležitost (ale často jen jednou). Pokud příležitost využijete a prokážete své schopnosti, budou se k vám zadavatelé rádi vracet.
- Ve studiu je to jistota. Ne, protože jistota neexistuje. Jednak je animace velice dynamicky se vyvíjející obor, odrážející spoustu nových trendů, které obor sám o sobě mění, a jednak studia nemají stálý příjem práce, vznikají a zanikají. Nezbytné je mít svůj plán B a sledovat trendy, protože tvůrce, který nedokáže své schopnosti "přehodit" do nové technologie je schopný pod křídly staršího studia ještě nějakou dobu "přežít", ale ve chvíli, kdy studio skončí jsou téměř bez šance v oboru pokračovat.
- Nejlepší zakázky jsou ze známosti. Částečně ano, protože mnoho práce se nikde neinzeruje, ale předává ústně - a pokud oslovený tvůrce nemůže, předává zakázku dál. Nejlepším způsobem, jak může freelancer získat práci ale je, že ho klienti sami oslovují - a to se většinou po několika úspěšných zakázkách v oboru začne stávat. Neznamena to, že se tvůrce musí pravidelně účastnit všech večírků (i když i to je funkční cesta), ale dávat o sobě vědět (už třeba prostřednictvím školních filmů), být ve veřejném povědomí (díky svým pracím) a především pracovat tak, aby si ho lidé dále mezi sebou doporučovali.
- Student nebo čerstvý absolvent dostane jen levné zakázky. Ne. Spousta zadavatelů samozřejmě zkusí nezkušeným tvůrcům nabídnout práci téměř za nic nebo za zkušenost, ale sami tvůrce někdy snižují cenu za svou práci. Existuje totiž zvláštní pravidlo, že každý typ zakázky na sebe váže další zakázky podobného ražení - náplní práce, klientem i financemi. Pokud se o freelancerovi "rozkřikne", že pracuje levně, klidně po nocích a o víkendech a na určitých projektech (které ani samotného tvůrce nemusí táhnout), velice těžko se tato reputace napravuje - pozor na to.

Freelancer rovná se ve své podstatě živnostník. Kromě svého řemesla musí umět samostatně pracovat a fungovat. Musí umět komunikovat a argumentovat s klientem, shánět si a zpracovávat zakázky, spravovat svůj osobní rozpočet, spolupracovat s kolegy či delegovat práci. Jedná se o velice důležité znalosti, bez kterých si začátečník často dost nabije nos - a přitom by stačilo opravdu několik fundamentálních znalostí. Pro studenty a začínající tvůrce jsem ve spolupráci s Vladimírem Strejčkem z ilustrátorského studia Drawetc připravila základní přehled o tom, jak pracovat a fungovat jako freelancer a živnostník.

7.2. Kreativní management

7.2.1. Jak fungovat - úvod do účetnictví

Umělci (spisovatelé, herci, zpěváci, umělečtí fotografové, výtvarníci, animátoři apod.) podnikají podle autorského zákona a nepotřebují tak ke své činnosti živnostenské oprávnění. Nestanou se tudíž plátcem DPH. V praxi ale většina animátorů a freelancerů pracuje na živnostenský list.

Příjmy z autorských práv, pokud nejsou součástí příjmů ze závislé činnosti, jsou považovány za příjmy podle § 7, tedy příjmy z podnikání. Ani v případě, že by šlo o příležitostný příjem, nemůže být posuzován jako ostatní příjem podle § 10, jelikož se nejedná o živnost.

Příjem do 10 000 Kč měsíčně od jednoho plátce (může být i několik příjmů měsíčně do 10 000 Kč, ale od různých plátců) je zdaněn srážkovou daní u zdroje (tedy plátce ji zdaní 15%, příjemce dostane částku poníženou a neuvádí ji do daňového priznání). Neplatí se tak žádné sociální pojištění.

Se zdravotním pojištěním je to jinak: každý občan musí být zdravotně pojištěn, t.zn, že buď je osobou bez zdanitelných příjmů – pak platí měsíčně 1242 Kč, nebo je zaměstnancem, pak se dělí o platbu se zaměstnavatelem, nebo je osobou podnikající (buď na základě Živnostenského listu nebo osoba bez živnosti) a pak platí minimálně 1797 Kč nebo více, pokud vyjde vyšší vyměřovací základ ze zisku nebo je osobou, za kterou je v zákonem vymezených případech plátcem stát. (např. student, příjemce důchodu i invalidního apod.)

Příjem nad 10 000 Kč měsíčně musí zdanit příjemce ve svém daňovém přiznání. V daňovém přiznání uplatní buď skutečné výdaje nebo 40% paušál ke snížení příjmů a z rozdílu (tedy zisku) vypočte 15% daň. Každý poplatník má nárok na slevu na dani – ročně 24840 Kč. Zaplatí tedy to, co zbude po odečtení slevy. Zde musí platit alespoň minimální zdravotní pojištění 1797 Kč a minimální soc. pojištění 1943 Kč.

Mohou nastat tyto možnosti:

Zaměstnanec s pracovní smlouvou: vztah podle Zákoníku práce, tzn. podřízený vztah zaměstnavatel – zaměstnanec, např. HPP, VPP, DPP, DPČ. Jsou to tzv. příjmy ze závislé činnosti.

Ze mzdy se platí 13,5% zdravotní pojištění, 31,5% sociální pojištění. Z toho zaměstnanec platí 4,5% zdravotní a 6,5% sociální, zbytek platí za zaměstnance zaměstnavatel. Ze superhrubé mzdy (tj. hrubá mzda povýšená o zdravotní a sociální pojištění) se vypočte 15% daň z příjmu. Daň je ponížena o slevu ve výši 2070 měsíčně, tzn., že zaměstnanci se strhne ze mzdy to, co je vyšší než 2070. I jako zaměstnanec může (dohodne-li se se zaměstnavatelem) pobírat část mzdy jako příjem z autorských práv.

Při vyjednávání o výši autorské části mzdy nezapomenout, že zaměstnavatel ušetří 9 % za zdravotní pojištění, a dále, je-li autorský honorář vyšší než 10000 Kč měsíčně 25% za sociální pojištění, které by musel za vás odvést ze mzdy.

OSVČ podnikající podle autorského práva bez živnosti: pracuje na základě Smlouvy o dílo, vztah podle Občanského zákoníku – rovnocenný vztah dodavatele a odběratele.

Při výplatě honoráře do 10 000 Kč upozorní plátce, že odměna podléhá srážkové dani. Podává-li daňové přiznání, může uplatňovat skutečné výdaje, uplatní vystavené faktury, pokud využije

výdajový paušál 40 %, (limit je 2 mil. příjmy bez odečtení výdajů, čili 2 mil. x 40% je 800 tis. zisk) může si vyžádat Potvrzení o autorských honorářích zdaněných srážkovou daní a zahrnout je do celkových příjmů a uplatnit slevu na dani. Podá-li daňové přiznání, stane se plátcem zdravotního a sociálního pojištění alespoň v minimální výši. (tj. 1797 a 1943 Kč měsíčně tj. celkem 3740).

OSVČ podnikají dobrovolně se Živnostenským listem: stejný princip, rozdíl je: může se stát plátcem DPH, může využít výdajový paušál 60%.

- **základní výdaje:** 1943 Kč SP, 1797 Kč ZP, 1242 Kč ZP - osoba bez zdanitelných příjmů, 1863 Kč dobrovolný plátce SP.

Výpočty:

SP: vyměřovací základ nesmí být nižší než 50% daňového základu za předchozí rok, sazba 29,2% vyměřovacího základu – (tedy 14,6 ze zisku), ale minimální záloha je 1943 Kč.

ZP: stejný vyměřovací základ, sazba 13,5%, (tedy 6,75 ze zisku) minimálně 1797 Kč.

Daně: Jednotná sazba daně z příjmu 15%

Smlouvy a pracovní poměry: DPP,DPČ. Dohoda o provedení práce do 300 hodin ročně u jednoho zaměstnavatele, do 10 000 Kč bez platby zdr. a soc. pojištění, do 5 000 Kč sražena srážková daň 15 %, nad 5 000 Kč daněno 15% zálohovou daní. Dohoda o pracovní činnosti do 1/2 plného pracovního úvazku (ten je 8 hodin denně), do 2 500 Kč měsíčně se neplatí SP a ZP, přes 2 500 Kč se platí zálohy stejně jako v hlavním poměru, daněno do 5 000 Kč srážkovou daní 15%, nad 5 000 Kč zálohovou daní 15%, po dohodě lze danit jen zálohovou daní – zaměstnanecký vztah dle Zákoníku práce – mzda). Zálohová daň znamená, že lze požádat o roční zúčtování daně ze mzdy a přeplatek bude vrácen. Srážková daň znamená, že je sražena jednou provždy.

Smlouva o dílo – vztah podle Občanského zákoníku – dodavatel – odběratel - fakturace.

7.2.2. Jak pracovat - praktické aspekty a workflow

Zde uvádím základní přehled témat, která by měl mít freelancer podchycená. Více je rozvíjet nemá smysl, protože přístup je individuální v závislosti na druhu činnosti a náplni práce - jedná se tedy spíše o šablonu.

Sebeprezentace - základní nutnosti:

- **Oficiální web** na vlastní doméně, na které je portfolio a showreel. Existuje spousta šablon zdarma, pomocí kterých si web jednoduše vyrobíte. Navíc třeba Behance nebo LinkedIn umožňuje i sdílení portfolio s dalšími uživateli a pracovní příležitosti. Je nutné ho pravidelně aktualizovat.

- **Portfolio** – mělo by obsahovat výběr takových prací, které budou jasně ukazovat vaše dovednosti. Není ani tak důležitý profesionální vzhled webových

stránek (i když je samozřejmě výhodou), ale především strukturovanost dle "animačních" profesí. Je vhodné na webu zvlášť prezentovat charakterovou animaci, zvlášť výtvarné projekty a designy a zvlášť třeba sketchbook. To, co vidí návštěvník webu mu vytváří často jediný obrázek o schopnostech tvůrce.

Pravidlem je nedávat online úplně vše, ale vybrat jen to nejlepší, udělat širší výběr stylů, neopakovat se.

- **Showreel** - vyplatí se vyrobit několik typů showreelu (např. zaměřený na řemeslnost - charakterová animace, animační schopnosti, technický nebo výtvarný - zaměřený u 3D na modely, rigging, u 2D na výtvarnosti či režisérský)

Být v povědomí a propagovat se - sdílení – sociální sítě apod. Facebook, LinkedIn

- postovat, komentovat a propagovat svou práci (i rozpracovanou)

- Nutnost mít přehled o základních výdajích za software a hardware.

Jak oslovit klienty/zaměstnavatele a jak se dostat do povědomí?

Na základě známosti/viditelnosti (klienti vás sami osloví)

- to je nejideálnější způsob, protože to často znamená, že si vás klienti doporučují a jsou s vašimi schopnostmi spokojeni.

Na základě přímého kontaktu

Nováček nebo freelancer potřebuje oslovit klienty, studia, agentury - a nabízet sebe. Důležité je neposílat portfolio na info email společností, ale zjistit si, kdo je zodpovědný za přijímání nových lidí nebo rozdělování práce - je to většinou art buyer, art director nebo kreativní ředitel. A jednat pak přímo s nimi.

Na základě tenderů

Je to možnost, ale ne jistota. Pokud pár tenderů poctivě zpracujete a nevyhraje, může to být likvidační.

Základní pravidla absolventa, usilujícího o práci:

- **Stanovit cíl** - postup univerzálního animátora v případě, že žádáte o stáž nebo práci u studia ne vždy funguje. Velice často se po vás bude chtít jasné stanovisko na co se chcete v budoucnu zaměřit či co je vaše nejsilnější stránka. Může tím být např. režie, animace, art-direkce, technická zručnost, kreslení (storyboardy) apod. Cílem pak může být filmová tvorba, reklamní tvorba, hry apod.

- V začátcích je důležité **jít především po zkušenostech**. Nečekat, že si vás zájemci najdou, ale snažit se cílit na studia a projekty, u kterých byste chtěli v budoucnu pracovat. Neplakat nad tím, že hned ze začátku nedostanete vysněnou práci, ale šanci naplnit portfolio a dostat se do komunity, ve které můžete dále růst.
- Zahraniční pracovní **stáže** bývají často neplacené, ale otevírají cestu k dalším zakázkám a spolupráci se studiem.
- Nebrat finančně podhodnocené zakázky, leda v případě, že výsledek bude výrazným bonusem ve vašem portfolio / zkušenostech / kontaktech.
- Čím více autorsky budete pracovat a chtít zpracovávat celé zakázky, tím musíte být univerzálnější. Naopak čím větší produkce s více články, tím větší specializace a méně "starostí se vším okolo".
- Pravidlo komerční tvorby - náš zákazník, náš pán - neodporovat mu, ale mít své hranice. Existují asertivní metody, jak ho přesvědčit o své profesionalitě, získat víc peněz a zároveň ho uspokojit. Studovat metody komunikace a asertivního, společenského jednání.

Teamová spolupráce

Jak být vedoucím teamu

- Lídr musí mít přirozenou autoritu založenou na tom, že ví, co dělá, co má mít kdo na starosti a v jakém stavu práci dodá. To, že je tvůrce dobrý animátor neznamena, že bude dobrým vedoucím teamu, který určuje pravidla, protože se jedná o specifickou dovednost, založenou na přirozené autoritě a schopnosti řešit problémy a projekty dotáhnout do úspěšného konce.
- Vedoucí musí vždy dostat hotovou práci - ne polotovary, které dodělává. Je to pro lidi demotivující. Naopak motivací je práce na zajímavém projektu, spolupráce s konkrétním vedoucím nebo finance.
- Šéf musí umět práci okomentovat tak, aby kritika byla oprávněná, konstruktivní a jasná. Ne ve smyslu, že za si za každou cenu bude prosazovat svou, ale vědět, co se musí v projektu změnit, aby byl lepší - a když je to pravda, lidé to akceptují a budou vedoucímu věřit.
- Musí umět jasně rozdělit práci ve smyslu kdo-kdy-co. Lidé vám do hlavy nevidí, je potřeba jasně vysvětlit vše a rozhodnutí respektovat. Musí umět jasně vysvětlit myšlenku, perfektně zadat práci a vysvětlit role.

- Musí umět poskládat workflow a časový harmonogram realizace, rozdělit kdy, kdo a co udělá. Vhodnou komunikací se musí předcházet situacím, kdy spolupracovník není schopný ani po několika opravách dodat finální práci. Chyba může být jak na straně vedoucího projektu/režiséra, tak u spolupracovníka - v druhém případě nemůže spolupracovník v teamu úspěšně fungovat a odejít. Naopak existují neuvěřitelně pracovití, loajální tvůrci, kteří jsou pro projekt hotové "zlato" - pracovití, schopní, snaživí a splehliví - ale špatný vůdce zapříčiní, že sami nakonec z projektu odejdou. Vedoucí, režiséři i freelanceři, komunikující s klientem, musí být suverénní ve svých požadavcích a podmínkách, které ostatním nabízí.

Jak rozumět svojí roli v teamu

Malý tým může fungovat společně a rovnocenně jen do chvíle, kdy nastane nějaký problém. V té chvíli je nutné, aby jeden člověk dělal rozhodnutí a ti druzí ho následovali. Nejde přitom o osobní ego, ale o výsledek. Delegování rolí by mělo být jasné od začátku, vycházet z přirozenosti jednotlivých tvůrců a ať už jsou pravidla stanovená jakkoliv, je zásadní aby o nich všichni měli jasno.

Komunikace

Základní pravidla pro komunikaci s klientem a formality při zpracování zakázky:

- Vždy (klidně mailem), dodržovat pracovní postup komunikace mezi klientem a výrobcem, který udrží ve všem pořádek:

zadání poptávky

nabídka (treatment - v pár větách stačí popsat jakým způsobem bych zakázku zpracovávala, jak dlouho mi to bude trvat a kolik bude stát konkrétní výroba - ukázat kolik je v tom skryto práce.) a rozpočet (položkový, jasně rozepsaný, obsahující i splatnost zálohy).

- objednávka

- předávací protokol

- faktura

Vždy jasně stanovit, kde jsou hranice toho, na co má klient nárok a kam už ho nehodlám pustit.

Peníze

Kolik stojím? Výpočet je poměrně jednoduchý - spočítat, kolik potřebuji peněz, abych byl schopný podat určitý výkon, žít a pracovat.

Co všechno do hodinové sazby zahrnout

- všechny provozní výdaje a lidskou práci (produkční atd)
- pronájem prostor / techniky
- počítače, software (rozpočítané na životnost/dobu pronájmu)
- provoz studia/kanceláře (pronájem, tiskárna, telefony, elektřina, uklízečka...)
- plat (nakolik si cením své práce, kolik chci, abych měl čistý zisk)
- externí výdaje na lidskou práci (právník, produkce, zvukař, animátor)
- to vše rozpočítané na 1 pracovní hodinu. Studia mají cenu 1 pracovní hodiny animátora, ilustrátora 1 - 2 tisíce Kč.

Jak spočítat cenu celé zakázky

cena práce (hodinová sazba) vynásobená počtem hodin, které budou pro zpracování zakázky potřeba + cena licence (dle užití)

Rozpočet se vypracovává před objednávkou. Zvlášť za užívání licence, zvlášť za výrobu. Pokud klient odsouhlasí výrobu na základě rozpočtu, není nutná smlouva, psaná forma je důkaz a doklad.

Položkově rozepsaný rozpočet působí profesionálně, protože přesně ukazuje na co budou peníze použity - a když to lidé "uvidí", bude to oficiální. Čím podrobnější, tím věrohodnější (může obsahovat skicování, výroba technického scénáře, kresby pro technický scénář, design, character design, animatik, hrubá stopa, mezifáze, kolorování, postprodukce, casting, komentář, zvukové studio, pronájem techniky...).

Smlouvy

Smlouvu je vždy nutné uzavírat, pokud jde o hodně peněz a jedná se o dlouhodobější zakázku. Měla by vždy obsahovat objednávku, cenu a způsob a rozsah užití licence. Na druhou stranu pokud se klient prostě rozhodne nezaplatit, udělá to smlouva nesmlouva - a pokud by došlo na nějaký soudní spor, bude se u něj jen slovíčkařit o tom, co bylo ve smlouvě míněno. Můžete se krýt tím, že vystavíte zálohovou fakturu (na pokrytí nákladů před začátkem výroby), provozní zálohu (v průběhu zakázky) a konečnou fakturu, splatnou po odevzdání. Důležité

(!!!) je jednat s klientem tak, že mu představím svou nabídku, rozpočet a požadavky na cenu a splatnost jasně, ve smyslu ber nebo nech být.

Pokud smlouvu vypracovává klient, bude ji zákonitě chtít vypracovat ve svůj prospěch. Vypracování profi smlouvy právníkem stojí 3-7 tisíc. Je dobré si s klientem dopředu domluvit, kdo bude vypracovávat smlouvu a případně si cenu za vypracování rozpustit v rozpočtu.

U menších zakázek nebo stálých klientů může smlouvu nahradit klasická objednávka emailem, která obsahuje stejné položky jako smlouva.

Profesionalita

Profesionalita = opak amatérismu a vychází ze zodpovědnosti, zkušeností a odborných znalostí. Kromě schopnosti bravurně řemeslně odvést práci se projevuje při komunikaci s klienty, zbytkem teamu, organizaci práce a loajalitou. Profesionál se nepodřizuje ani neprosazuje za každou cenu svůj názor, ale je schopný konstruktivní diskuze, ve které jasně stanoví své požadavky, vysvětlí svá stanoviska (a především jasné důvody PROČ si za nimi stojí), nebojí se diskutovat, ale zároveň nikdy nezapomene, že výsledkem snažení má být spokojený, platící a vracející se klient. Dokáže klientovi poradit a navést ho v diskuzi k tématům, která by měl při výrobě zakázky a při zpětné komunikaci řešit a jak by měla profesionálně zpracovaná zakázka probíhat. Dokáže mu "amatérsky" popsat celý proces (protože mnoho klientů zkrátka neví, jak animace vznikají). Umí popsat pro a proti jednotlivých rozhodnutí a na začátku spolupráce jasně stanovit své požadavky a nabídnout své služby. Po uzavření smlouvy by měl vynaložit maximální úsilí, aby zakázka byla zpracovávána a dodána přesně podle uzavřených dohod (a pokud ne, celou situaci včas komunikovat a řešit). Mít všechny náležitosti, smlouvy a dohody - pořádek dělá přátele. Všechny tyto vlastnosti zvyšují cenu a renomé freelancera. Výsledkem takové spolupráce je spokojenost na obou stranách a klient přesvědčený o tom, že skutečně víte, co děláte, může se na vás spolehnout a zároveň respektuje vaše požadavky.

7.3. Animační režisér - filmový i reklamní

Mnoho absolventů animace chce být režisérem. Co taková profese ale v praxi doopravdy znamená a jaké jsou nejdůležitější vlastnosti dobrého režiséra? To jsem se snažila zjistit u předních animačních režisérů, působících v ČR.

Předpoklady dobrého režiséra samozřejmě vycházejí z bravurního ovládnutí základních znalostí (práce s příběhem a žánry, budování dramatické linky, filmová řeč, vztah technologie-výtvarno-scénář, vedení herců (animace) apod.), ale také ze schopnosti svá rozhodnutí vysvětlit, obhájit a projekt celý projekt ukočírovat.

V ČR režie animace neznamena pouze režii animovaných filmů, ale také režii zakázkové tvorby. Zatímco u filmů někdy může být režisér osloven na základě jeho předchozí tvorby, u reklamy často musí vyhrát tender, ve kterém předkládá režiséřský treatment, soutěží s dalšími návrhy a musí umět prodat svou myšlenku klientovi. Práce režiséra tedy rozhodně není pouze o schopnosti pracovat s filmovými prostředky, ale především o kreativitě, organizaci, správném úsudku a schopnosti asertivně o svých záměrech komunikovat. Opět platí, že lidé jsou ochotni dát nadějnému režisérovi příležitost, ale v konkurenci je těžké prosadit nového tvůrce – a pokud režisér nedokáže příležitost využít a své schopnosti neustále prokazovat, nebude o něj zájem.

Režiséři často pracují jako freelanceři a mají kontakty v různých agenturách a studiích, které je oslovují s nabídkami tenderů.

„Režisér musí vědět, co chce, musí mít přehled o tom, co umožňují technologie a kam se posouvají, musí umět komunikovat, prodat své schopnosti a nápady agentuře a klientovi a následně ji vysvětlovat lidem, kteří na projektu pracují. Nemusí umět animovat, ale je to velká výhoda, protože vidí animační chyby a dokáže je lépe interpretovat.“ shrnuje Michal Žabka, který vnímá režii komerčních i filmových projektů jako vzájemně velice blízké: *„Reklama je malý film velkoryse natočený, krátký příběh odvyprávěný filmovým jazykem.“* Všichni oslovení režiséři se shodují, že režie je motorická schopnost, kterou je nutné neustále trénovat a to nejhorší, co se může režisérovi stát je, že přestane „točit“, protože vypadne z tempa a začne své schopnosti ztrácet.

Shrnutí nejdůležitějších schopností režiséra:

A) Originalita a flexibilita

Pokud jde o zakázkovou tvorbu, agentury hledají někoho nového neprovařeného, koho si sami vyberou a kdo jim v rámci zadání projekt vylepší, ale zároveň bude tvárný, schopný se přizpůsobit. Tvůrce, co dokáže

- a) držet svou tvůrčí individualitu
- b) poskytnout ji pro to dané zadání.

"Noví autoři by měli být odvážní v tom, co navrhují, ale návrh by vždy měl mít základy na tom, jak ta jejich vize bude fungovat pro klienta. Je důležité přinést něco originálního, ale velkou roli hraje i zkušenost. Když nováček přijde s něčím, co je vkusné pro klienta, přinese nové řešení, co je funkční, tak může dostat práci." (Lukáš Skalník)

B) Schopnost udržet a dotáhnout celý projekt (nebo několik projektů)

Režisér je jediný ze štábu (kromě producenta-pokud je do projektu zahrnut), kdo musí přesně vědět, jak má projekt v každé fázi a ve výsledku vypadat a jakou cestou se k výsledku dopracuje. Musí přitom ctít požadavky klienta, rozpočet, čas a možnosti teamu a **rychle, operativně a efektivně přijít s řešením problémů** (komplikace nastanou vždy) a být schopný si svá stanoviska obhájit. Ale také umět komukoliv z teamu věcně odpovědět na jeho dotazy. Velice často musí být schopný takto komplexně „držet v hlavě“ i několik projektů naráz, komunikovat na dálku a nenechat se vyvést z míry stresem. Protože když se v projektu ztratí režisér, celý projekt se veze s ním. Tato vlastnost se dá trénovat, ale je to spíše otázkou osobnosti a „kapacity mozku“. Další nutností je umět projekt naplánovat tak, aby **se stihl vyrobit v termínu a za daný rozpočet**.

C) Schopnost komunikovat s lidmi a vést team

"Režie je hodně o porozumění lidem – „Je to o kompromisu mezi tím, co se mi líbí a co se líbí klientovi, o vyprávění příběhu, který chce říct klient, ale neví jak nebo o příběhu, který chce vidět divák“ (Bernie Roux)

Režisér musí umět popsat všechny „proč“, které se u projektu objeví a musím umět interpretovat všechny své myšlenky srozumitelným způsobem. Pokud sám nemá všechny otázky zodpovězené, musí je umět alespoň zformulovat a využít kreativitu ostatních členů štábu. Ideálem je, pokud režisér pracuje s lidmi, kteří nemají problém se na jeho vizi napojit a následovat ji. To se dá časem u teamu

vybudovat, ale bohužel, v praxi se tak téměř nikdy neděje – lidé si interpretují zadání jinak a nedostatečně vysvětlená podstata i detaily vedou k rozepřím. Proto je nutné dokázat svou myšlenku lidem v teamu či klientům interpretovat pro ně a) pochopitelným způsobem (naučit se dívat na věci z jejich pohledu), b) způsobem, aby to lidi v teamu bavilo, měli prostor pro kreativitu. Samozřejmě přístupů k vedení lidí je mnoho – třeba autorský, kde režisér tvrdě prosazuje svou nebo přesně ví, co chce a nutí lidi pracovat pod tlakem. Ale pokud funguje teamová spolupráce a spojení interpretace – pochopení a celý team projekt baví, je to na výsledku ohromně znát. Je však potřeba umět správně odhadnout, který přístup v konkrétním případě použít a jak lidem své myšlenky interpretovat a jak je inspirovat – a právě tady je velký prostor pro kreativitu – jazyk, reference, příběhy...

"Příběh, který nevidíme určuje pravidla příběhu, který vidíme. Stanovte pravidla pro postavu v jeho přirozeném prostředí, pak ji vezměte a dejte ji do jiného prostředí – a nechte animátora, ať vymyslí, co se bude dít." (Bernie Roux)

D) Schopnost dělat kompromisy a rozhodnutí v rámci možností a zachování cílů projektu

Režisér se často bude dostávat do situace, kdy zjistí, nastaly komplikace (schopnosti teamu, čas, technika, požadavky producenta nebo klienta...) znemožňující realizaci vize, kterou si na začátku zvolil. Musí umět „z fleku“ změnit scénář/postup, opravit storyboard a dělat rozhodnutí. V takové situaci musí být schopný rychle vybrat to nejlepší z mnoha řešení (např. vyměnit část teamu, přibrat lidi, asertivně komunikovat s klientem nebo i změnit scénář). Nejčastější omezení, se kterými musí v rámci projektu umět pracovat, jsou **nedostatek času a peněz.**

E) Schopnost prezentovat a přesvědčovat, prodat nápad a myšlenku

Důležitá úloha režiséra je umět napsat dobrý treatment neboli režijní explikaci. Patří sem i schopnost správně si přečíst brief/zadání a na jeho základě zformulovat ideu, kterou pak předá klientovi. Může se to zdát jako banalita, ale právě správně napsaný treatment je často velkou režiséřskou slabinou.

F) Musí mít přehled

Režisér by měl mít poměrně velký všeobecný přehled o svém oboru – měl by sledovat trendy ve filmu i reklamě a vývoj technologií (ty jsou často užívány

právě v reklamě). Musí vědět, kam šáhnou pro inspiraci nejen pro sebe, ale i pro další spolupracovníky – výtvarníky, animátory, zvukaře.

Z výše popsaných vlastností režiséra vyloženě vyplývá, že není možné se režii skutečně naučit na škole, protože zásadní jsou zkušenosti, které se získají pouze praxí. Tím nejdůležitějším, co musí umět čerstvý absolvent s režisérskými ambicemi je řemeslo (schopnost kreativně a v krátkém čase přijít s **realizovatelným** nápadem/**funkčním** řešením a rozvinout ho), mít přehled, schopnost komunikovat, umět „všechny své záměry a důvody srozumitelně hodit na papír“ a natočit pár školních filmů.

Ještě pro jistotu rozvedu co si představit pod pojmem řemeslo: Samozřejmě by mělo být ovládnutí práce s žánry a filmovým jazykem:

- jak se filmovými a výtvarnými prostředky buduje napětí, atmosféra, žánr...
- stříhová skladba
- jak vybudovat charakter postavy
- chápání souvislostí mezi jednotlivými profesemi v teamu
- chápání rozdílu mezi internetovou, televizní reklamou a filmem

Treatment

Treatment je nejen součástí tenderu u veřejných i cílených zakázek, ale i nutností prezentace filmového projektu - ať už za účelem představení projektu a stanovení jeho cílů nebo při žádosti o granty a na pitching fórech. Schopnost jeho vypracování je základní dovedností režiséra, nicméně častým jevem je pravý opak.

U zakázkové tvorby vždy treatment vychází z briefu - což je na několika stranách vypracovaný záměr a cíl projektu. Často obsahuje už i scénář, storyboard a je zpracováván buď agenturou nebo samotným klientem. Účelem treatmentu není brief popsat vlastními slovy, ale na jeho základě co nejpodrobněji vysvětlit jak bude vypadat realizovaný projekt, charakter postavy, technologie a proč je vybrané řešení pro projekt nejvhodnější. Je požadováno, aby režisér projekt obohatil, ale neměnil zadání - to znamená, že zásadní je umět briefu správně rozumět. Nastudovat ho tak, aby si člověk nevytvářel žádné domněnky, ale jasnou a pravdivou představu. A pokud něco není v zadání srozumitelné, tak se doptat zadavatele na podobnosti. Treatment filmového/vlastního projektu je

jednodušší v tom, že nemusí vycházet s briefu - nicméně náležitosti, které musí splňovat jsou stejné.

Napsat dobrý treatment vlastně znamená schopnost převést režisérovo originální, funkční a dostupné řešení srozumitelně do textu a obrázků, zodpovědět všechny otázky „proč“ a svá stanoviska vysvětlit a obhájit. Je to o předpokladu, že zákazník je nezasvěcený a potřebuje jednoduše vysvětlit všechny detaily tak, aby si dokázal finální spot jasně představit - zkrátka "Říct to holou větou". Je nutné umět dobře používat jazyk a vhodná slovní spojení - pokud je treatment v angličtině, na přesně vystihující slova je obzvláště nutné dávat pozor. Ne vždy je na něj dostatek času, někdy si musí režisér vystačit i se 2ma dny.

Obsah treatmentu

Jeho součástí je co nejdůležitější režiséřská explikace, např. u 30ti sekundové televizní reklamy to může znamenat kolem 10ti stran textu a obrázků. **Měl by obsahovat:**

- úvod (poděkování za oslovení a vysvětlení nejsilnějších stránek spotu dle briefu)
- Storyboard, ze kterého bude jasné jak bude celý spot a chování postav vypadat.
- Popis volby záběrů a střihu (tempo, velikost záběrů, styl kamery)
- Character design - pokud existuje, tak detailní rozbor vzhledu a jak se s ním bude pracovat a hrát (jestli bude vzhled, chování a velikost realistické nebo stylizované, jakým způsobem se budou postavy animovat, jak proběhne interakce...) pokud design neexistuje, tak přijít s novými návrhy - navrhnout skici postav v jednotlivých pózách. Vytvořit finální výtvarný model nebo přidat co nejvíce obrázků nebo podobných referencí.
- Výtvarné pojetí postav s prostředím - popsat barevnost, atmosféru, realističnost prostředí a rekvizit a jak budou fungovat s postavami.
- Popis technologie (2D/3D/ hraná akce - vysvětlit přesně proč je technologie nejvhodnější a jak bude pro daný výtvarný styl fungovat) - použít obrázky, skici a reference. Přitom platí, že obraz mluví lépe než text – vše, co je možné ukázat obrazově by mělo být jasně znázorněno – schematicky nebo moodboardem. Použití referencí nebo vytvoření originálních návrhů je velké plus.

- Pokud je čas, ideálně poslat i animační test, který bude demonstrovat nejen technologii, ale i styl animace a výtvarnou stylizaci.
- V popisu je ideální vždy nejprve detailně zmínit vzhled a vlastnosti postavy/prvku, připsat co to konkrétně znamená a zároveň vysvětlit jaký to má pro celkové vyznění význam.

Reference jsou nutností a často i tou nejlepší inspirací. Režiséři často mají na disku osobní složky plné stovek obrázků a odkazů na cokoli, co jim přijde zajímavé a vytváří si tak obrazovou databázi – a to je ohromná studnice inspirace i pomocník při práci s námětem i treatmentem. Je to systém, který funguje ve chvílích, kdy díky stresu či jiným povinnostem tvůrce není schopen držet v paměti všechny zajímavé práce, co kdy kde viděl. Jejich soukromé obrazové banky obsahují množství různých výtvarných a animačních stylů, dobových fotografií, reklam, videí atd.

Pitching

Naučit se "pitchovat", prezentovat a obhajovat by měla být základní dovednost všech tvůrců. Pitching = osobní prezentace našeho nápadu nějakému publiku - klientovi, zadavateli, potenciálnímu producentovi. Často to bývá kombinace obrazové prezentace doplněné naším komentářem a na prezentaci je omezený čas (10-30 minut).

Nejzásadnější u každého pitchingu je:

- **průzkum** (znát zadavatele nebo producenty, vědět, že jim nabízím to, co hledají)
- **nadšení a přesvědčivost** (prezentovat projekt tak, aby bylo jasné vidět, že autor projektu věří)
- **příprava**. Dobře připravená prezentace = srozumitelně a jasně sdělené důležité informace - nezahltit diváky všemi informacemi, ale vybrat jen ty podstatné. Použití mnoha vizuálních prvků – prezentace obsahující méně textu a více obrázků, vizuální ukázky, návrhy postav i prostředí znamená mnoho plusových bodů.
- dokonale **znát svůj projekt** – tzn.
 - ukázat a odprezentovat svůj talent
 - znát cílové publikum
 - znát distributory

- znát charaktery svého příběhu
- nekopírovat slovy to, co je v prezentaci, ale doplňovat informace
- vložit krátce do prezentace svou osobnost / příběh - pozadí a motivace proč se projektu věnujete
- vyzkoušet si prezentaci několikrát nanečisto

Tip

Pokud se jedná např. o krátký film, je fundamentální znát synopsi a žánr. V prezentaci je pak dobré krátce uvést něco o autorech/studiu, příběh, vysvětlit charakter a motivace hlavních postav, výtvarné návrhy, cílové publikum, rozpočet a plánovanou distribuci. Výhodou je již mít ověřenou zpětnou vazbu publika či distributorů nebo uzavřenou koprodukční smlouvu nebo grant. Důležité je poskytnout dostatek vizuálních ukázek a velkým plus je mít hotový trailer nebo animační testy.

Pitching fóra se konají několikrát za rok na různých místech Evropy (i světa). Jsou zásadním odrazovým můstkem pro nové filmové projekty. Lze na nich získat cenné kontakty i sehnat producenty, koproducenty a především dát o sobě vědět. Největšími evropskými akcemi je Pitching fórum v Annecy a série Cartoon. Pro Čechy nejdostupnějším je VAF v Třeboni, které nabízí kontakt se západo i východo-evropskými producenty a navíc nevybírá poplatky za účast.

7.4. Animátor

Dnešní animace s sebou nese velké propojení s technologiemi, které by však vždycky měly animátorovi sloužit, nikoliv ho zotročovat. Mám tím na mysli, že základem je stále 12 principů animace, které fungují napříč technikami, ale často se stává, že animátor technologii neovládne dostatečně na to, aby v ní tvořil to, co chce a omezuje se na to, co mu jeho znalost programu dovolí. Především stále více používaná 3D animace přinesla pro animátory – v Čechách do té doby zaměřené především na výtvarnou a loutkovou animaci – velkou nutnost začít o animaci uvažovat jinak – více technicky a poprat se s novými nástroji. Česko je ve 3D animaci pozadu, protože zatímco jinde se stala běžnou součástí praxe i školní výuky, naši tvůrci (i školy) ji ignorovali a velice pomalu a neochotně vše dohání, protože 3D je nutností i budoucností. Je v ní daleko větší prostor pro

specializace, protože celý proces, výroba 3D postavy – animace – render, málokdy dokáže obsloužit jedna osoba.

Animovaná tvorba (řemeslo) tak, jak se učí na škole, se v praxi dělí na několik dalších specializovaných podsekcí. Pomineme-li autorský přístup, všeobecné dělení je následující: - Charakterový design, grafický a motion design, modelování 3D postav, rigování 3D postav, vizuální efekty – simulace, Motion Capture, loutková animace, 2D charakterová animace, 3D charakterová animace (která se dále dělí na Cartoon animaci (stylizované postavy), Creature animaci (realistické animace 3D postav). Většina tvůrců ve své praxi kombinuje několik podsekcí, ale všeobecně platí, že čím univerzálnější animátor je (vrcholem je pak autorský přístup k celému projektu), tím více limituje kvalitu, kterou je schopný dodat. Na druhou stranu ale musím napsat, že neschopnost teamové spolupráce též kvalitu výsledku táhne ke dnu.

"Animace v praxi může existovat na týmovém nebo autorském přístupu. V teamu se musí tvůrce naučit kompromisu, vnímat sám sebe jako důležitou součást jednoho ústrojí, kdy jedna část bez druhé nefunguje, vše však musí mít charakter celku. Při autorské tvorbě je vystaven svobodě, jenž je vykoupena pouze nedostatkem času, který vede často k bolestivým kompromisům." (Pavel Hruboš)

Po škole absolvent většinou zjistí, že to, co řešil sám autorsky na škole ve výsledku řeší celé studio – např. u výtvarna udělá výtvarník jen návrhy a dále postavy modeluje a riguje někdo jiný. Animátor jako autorský tvůrce, který zpracovává celé zakázky může dnes fungovat hlavně na poli 2D animace. Pokud chce takovou roli plnit 3D animátor (sám mít na starosti produkci, modelování, animace, svícení, render a někdy i zvukovou režii), je to téměř nemožné nebo se to logicky podepíše na kvalitě.

Specializace vs. Univerzálnost

Specializace v animaci je dnes velmi žádaná, a přestože se za ni dobře platí, specialistů je u nás málo. Celý obor animace se ale velice dynamicky vyvíjí, a tak je zásadní, aby si především specialisté udržovali přehled o nových trendech v animaci a neustále se vzdělávali. Je to podobné jako v jiných řemeslech –

můžete být nejlepším nábytkovým truhlářem na světě a vyděláte si velké peníze, ale jen do chvíle, kdy si všichni začnou kupovat plastový nábytek. Příkladem budiž mnoho osudů nejen animátorů z Krátkého filmu, ale i od Disneyho, kteří se sice po 30ti letech vypracovali na ty nejzkušenější animátory, ale dnes je běžně potkáte jako řidiče tramvají (naštěstí většinou spokojené), protože se nedokázali přizpůsobit technologiím a na trhu práce začínají od začátku. Americký animátor Will Finn ve svém článku „WHY YOU SHOULDN'T WANT A JOB IN ANIMATION“ shrnuje, že je důležité během kariéry měnit zaměstnavatele – protože vás to donutí přemýšlet nad tím, jaký bude váš plán „B“ ve chvíli, kdy současné zaměstnání ztratíte. Nazývá tento rozdíl „mít zaměstnání“ a „mít kariéru“. Můžete se specializovat, ale neztrácejte přehled, protože znalosti animátora, aplikované pouze jedním, úzkým způsobem, budou vždy zhodnoceny jen tehdy, bude-li po nich momentální poptávka. Rozhodně nezastávám názor, že specializovat se v animaci nemá smysl – opak je pravdou. Ale musí se na to jít chytře. Specializace v animaci s sebou nese svá pro i proti:

Pravděpodobně nebudete pracovat samostatně, protože vaše umění bude vázáno na teamové projekty a pracovní nabídky od studií.

Nebudete muset řešit fungování studia, nákup techniky a softwaru, organizační věci ani získávání zakázek

Bude nutné držet krok s technologiemi, nejžádanější dovednosti ve studiích je 3D animace a charakterová animace všeobecně

Možnost cestování mezi projekty a studii po Evropě, světě (studia často nabírají pro nárazové projekty lidi celosvětově)

Základní dovednosti teamového animátora:

Asertivita, komunikace, odolávání manipulace, schopnost rozhodování, stát si za svým názorem pokud jsem o něm přesvědčený, aktivní přístup. Člověk se nemůže pouze přizpůsobovat, protože ho pak budou ostatní názorově utlačovat. *"Člen týmu se musí naučit hledat kompromisy, ale zároveň dokázat být pevný - velmi lehce se totiž může stát obětí manipulace. Základem je adekvátní komunikace, kdy se snaží předejít nedorozuměním v pracovním procesu. Důležitá je diskuse s výtvarníkem, jak bude jeho koncept fungovat s animací, nebo co může zbytečně přidávat práci. Musí být schopen správně komunikovat s riggerem při výrobě loutky – konstruktivně vysvětlit, jak potřebuje 3D rig nastavit, aby mu usnadnil animaci. Musí tedy umět předvídat a znát své silné stránky, které*

asertivně prodá v teamu. V praxi českého prostředí, především u malých projektů, režiséři nemají vždy dostatek času, věnovat se všem aspektům vývoje. Velmi podstatná je v tomto směru samostatnost jednotlivých tvůrců, což je ve výsledku přínos pro celý projekt. Režisér sice musí umět nahlížet do všech oborů, ale má-li team, který mu v této úloze pomáhá a sám se navzájem spolu-řídí, posouvá to možnosti projektu i lidí vpřed. V důsledku klienta nezajímá, "jak se to udělá", ale ptá se, "proč to tak není". Dovednosti spolupráce se dají naučit pouze v praxi." (Pavel Hruboš)

Animátor – herec:

- perfektní ovládnutí 12ti principů animace, chůze, grimasy, herectví, animace různých výtvarných stylů, efektivita, dále pak navazuje (nikoliv je nadřazená) technologie a znalost animačních programů a technik atd.

Obrazové vidění a cit pro timing. Pokud se autor hlásí do studia jako charakterový animátor, nepotřebuje mít u filmu skvělý příběh. Důležité je umět hereckou akci, monolog, dialog.

- výhodou je umět vedle 3D animace trochu modelovat a rigovat – pomůže to lépe spolupracovat s ostatními profesionály, ale je to jiný druh dovednosti.

Animátor – výtvarník:

- schopnosti tvůrčí činnosti a fantazie

Umět kreslit (protože to se dá „prodat“ i samostatně – např. u storyboardů).

Storyboard musí být takový, aby mu všichni rozuměli a nemuseli se na nic ptát. Musí tam být jasná kamera, záběrování. Někdy jsou storyboardy brány i jako součást výtvarna - a tím pádem i prostor pro animátory-výtvarníky. Ti mají schopnost vnímat stylizaci storyboardů objektivně, na rozdíl od ostatních hraných oborů.

- Character design je neoddělitelný od charakterové animace a opravdu málo tvůrců dokáže dobré postavy jak navrhnout, tak naanimovat. Tato oblast se podceňuje a přitom téměř polovina úspěchu animace je dobrý character design.

"Pokud se tvůrce ve specializaci stále zdokonaluje, navyšuje svou cenu na trhu práce, zvyšuje svoji konkurenci schopnost a rozsah uplatnění. Aktivní přístup k práci sebemotivuje a ubírá na únavě z dlouhodobé práce. Na škole se vyplatí vybudovat všeobecný přehled, o který se kdykoliv můžete opřít." (Pavel Hruboš)

Tipy a triky

- charakterová animace vždy vychází primárně z herectví (ať už lidské nebo zvířecí postavy), které stylizuje – a proto by tvorba a hledání referencí mělo být denní rutinou každého začínajícího animátora. Nespoléhejte na to, že akci „nějak vymyslíte“. I ti nejlepší profíci s X lety praxe mají na animačním stole zrcadlo a každý den pracují s video-referencemi. Pokud si hereckou akci sami přehrajete, tak nejenže skutečně pochopíte návaznost jednotlivých fází pohybu, ale také vstanete ze židle a osvěžíte tělo i psychiku a budete pak pracovat efektivněji. Nebojte se si akci několikrát přehrát před zrcadlem, natočit se na video a to potom zkoumat, Především u 3D animace, složitých pohybů a obličejových výrazů.

Zdraví

- animace je hodně „sedavá“ práce. Mnoho animátorů tráví u počítače více než 8 hodin denně – a přitom je prokázáno, že už polovina času každodenního sezení u počítače má na tělo neblahé následky a nejlepší pracovní výkon podá neunavený, zdravý člověk. V začátcích je „dřina“ nevyhnutelná, ale po pár letech se u nás všech projevují bolesti zad, zápěstí, problémy s očima... Pokud se animátor chce v životě žít animací, v jeho zorném poli by rozhodně měla být snaha o rovnováhu mezi prací a fyzickým i psychickým zdravím. Trávit celý den před obrazovkou často znamená snížení efektivity a produktivity, méně elánu, kreativity a zdravotní komplikace. Každý, kdo se o tuto problematiku zajímá, nalezne kvanta rad, navíc ne všem funguje stejný postup. Proto uvádím jen pár základních tipů:

- pravidelné přestávky bez počítače – vstát, chodit, protáhnout se, zacvičit si - 5 minut každou hodinu a alespoň 45 minut mezi každými 4mi hodinami. Důležité je „vypnout“ a soustředit se na psychické i fyzické uvolnění a osvěžení.
- uvolňovací cvičení – jednoduché a přesné cviky na bázi jógy (ideálně na míru od fyzioterapeuta), cvičené 2x denně často vyřeší různé zdravotní komplikace – na rozdíl od klasických sportů, které rozsezenému tělu spíše škodí
- čerstvý vzduch – kyslík se podceňuje – a přitom je zásadním palivem pro mozek a naši psychiku
- pozice u počítače je ideální střídat. Ergonomické židle jsou fajn, ale dle fyzioterapeutů jediným funkčním řešením je střídání pozic u počítače – např. chvíli stát, sedět na židli, na klekačce a na balančním míči.

7.5. Animační / postprodukční studio

7.5.1. Založení animačního studia

Několik šikovných lidí má po škole jasnou vizi - rozhodne se, že chtějí fungovat jako stabilní team se stabilním zázemím, pomocí komerční tvorby určitého typu (ideálně ryze animační projekty) si vybudovat silné portfolio a získat prostředky a paralelně s tím vyvíjet vlastní animovaný - a nevyhnutelně úspěšný - projekt. Jsou do toho ochotní investovat velké množství energie a času. Toto rozhodnutí, kromě prvotních výdajů za prostory, vybavení, software a hardware, znamená i nutnost každý měsíc vydělat na provoz studia + plat pro jednotlivé členy teamu. Tvůrci každou zakázku dělají na 150% s cílem zařadit práci do showreelu a získat renomé. Takto vypadá typický start nového animačního studia. Vize i víra jsou silné, bohužel, začátky často bývají nesnadné. Nováčkovci bez zkušeností, s vyhraněným stylem a bez zaběhlých kontaktů se v českém prostředí často nedaří sehnat dostatek zakázek, aby studio konstantně užíval způsobem, který si tvůrci vytyčili. Kvalitní zakázky rozhodně nepřicházejí samy od sebe. Ať už se bavíme o dnes úspěšných a zaběhlých studiích a studijkách či projektech, které se dlouho neudržely, jejich příběh bývá často podobný.

Prvních pár let je ve znamení kompromisů, mnoha práce, učení se a mnohdy i naivity a skromného života či osobních konfliktů. Aby se nové studio s přílišnými ambicemi a výdaji užívalo, zpracovává i projekty, které na začátku brát nechtělo (postprodukce, hrané reklamy, zakázky od problematických klientů apod.) a na vlastní projekty nezbývá mnoho času ani pomyšlení. Zásadní roli hraje osoba produkční, která umí sehnat zakázky. Popřípadě si tvůrci shání drobné zakázky "na sebe", ale už vystupují jako 1 studio - což může fungovat jako alternativní řešení do začátku. Jednodušší situaci mají studia, která vznikají "odštěpením" od již zaběhlých studií - mají know-how i klientelu.

Obecně je tedy nutné počítat s tím, že na začátku tvůrce nečeká žádný med - bude to o píli, skromnosti a otevřené hlavě. Záměrem předešlého textu však rozhodně nebylo kohokoliv od zakládání animačního studia odradit, protože příležitosti pro malé a šikovné skupinky u nás rozhodně jsou - jen je potřeba k celému projektu přistupovat realisticky.

Malých studií do 5ti lidí je u nás poměrně dost. Jsou schopny kompletně zpracovávat středně velké zakázky (produkce, animace, výtvarno, hrané části,

zvuk, v případě 3D i rigy a render), komunikovat s klientem, mají svého produkčního a malý a šikovný team, zároveň externě spolupracují s freelancery. Všeobecně zde platí, že členové teamu musí být velké míry univerzální a zastat více "profesí" - často se jedná o kombinaci režisér, animátor, výtvarník, produkční. Pokud se navíc jedná o 3D animaci, 1-2 osoby často zastávají celý proces výroby a s klientem většinou komunikují napřímo, občas přes agenturu.

Objevují se ale i projekty, které vyžadují větší team specialistů, rychlejší zpracování zakázek a naprosto profesionální přístup - jedná se například o projekty pro významné klienty (typu Coca-cola), celovečerní filmy či většinu animovaných televizních zakázek či kampaní s vysokým rozpočtem. Tyto zakázky jsou zpracovávány prostřednictvím reklamní agentury a vyžadují realizaci ve větším studiu. Způsob fungování takového studia je s předchozím typem, kde může společně fungovat nezávislá parta freelancerů v jedné místnosti, diametrálně rozdílná - a to nejen co se velikosti týče, ale i ceny zakázek a objemu peněz, které se ve studiu "protočí". Na stálo se ve studiu užívá několik produkčních, IT specialistů, účetní, recepční a menší team animátorů, kompozitorů, programátorů, matepaintařů/2Dčkatů a 3D generalistů, externě spolupracují režiséři. Všeobecně platí, že čím větší studio, tím specializovanější tvůrce vyžaduje a téměř podmínkou, že do portfolia takových studií spadá 3D animace. Tvůrcům nabízí dobré platové podmínky a zázemí a vyžaduje od nich profesionálně zvládnutou práci. Úzce specializovaní tvůrci jsou zde velice žádaní a dobře zaplacení, ale studio si je často najímá nárazově na základě aktuálního projektu a po jeho skončení spolupráci rozváže.

V současné době v ČR dokáží soběstačně fungovat pouze větší studia, zaměřená na 3D animaci - a to jen díky tomu, že zpracovávají zahraniční zakázky - ze zahraničí plyne až 70% jejich příjmu. Českých, rozpočtově a stylově atraktivních, animovaných projektů, které studiu přinesou zisk (mám na mysli projekt s rozpočtem kolem 1 milionu - např. televizní reklamy a kampaně) se v ČR objevuje jen asi kolem deseti ročně.

Dnes úspěšně fungující tvůrci a studia se shodují v následujících radách pro nově začínající studia:

- začínat s vědomím, že začátky nebudou jednoduché. Česko je malý rybník a práce v animaci je též poměrně málo
- ze začátku minimalizovat náklady na provoz studia

- jasně formovat svou vizi, a být připraven, že se bude v průběhu času měnit a k jejímu dosažení bude potřeba trpělivost. Na projektech pracovat s pílí a nadšením.
- nezačínat s velkými ambicemi. Cílem by nemělo být „vydělat velké peníze“, ale pracovat určitým způsobem nebo na určitých projektech – peníze většinou přijdou až postupně.
- ideální je začít pracovat v malém teamu o pár lidech
- snažit se do budoucna cílit i na zahraniční zakázky

Prvních pár let se mnohdy finanční i psychické stránce velice náročných.

7.5.2. Fakta a finance

Rámcové rozpočty zakázek a náklady animačního studia

Pro velice hrubou představu jsem zpracovala fungování studia i po finanční stránce. Náklady a rozpočty se liší projekt od projektu a každé studio má jiné náklady. Jako modelový příklad jsem vzala studio o počtu 15-20 zaměstnanců, které sídlí v moderních prostorách. Skládá se z recepce a foyer, produkční místnosti, zázemí pro IT technika a servery, konferenční místnosti, střižny / projekce a větší open space kanceláře (či několika menších) vybavené cca 15ti počítači.

- **1500-2000 Kč** - "Člověkožidle" - cena 1 hodiny práce 1 zaměstnance studia (normální pracovní doba 8-10 hod). Obsahuje rozpočítané veškeré náklady na provoz studia včetně lidské práce. **650 Kč** u malých studií, která se snaží o naprosto minimální náklady.

- **200 - 300 Kč** - průměrná hodinová sazba pro animátora a podobné freelance profese. U opravdu schopných nebo specializovaných lidí se může se vyšplhat až na 500 Kč.

- **200 000 Kč** - minimální cena za 30s internetového spotu

- **600 000 Kč** - cena za 30s televizní reklamy

- **80 - 300 tis. Kč** - plat režiséra televizní reklamy (30 sekund)

- **50 - 200 tis. Kč** - plat výtvarníka pro spot v televizi a na internetu. Cena je opravdu velice orientační, protože závisí na rozsahu použití licence, na počtu

postav/prostředí, na tom, jaké "jméno" tvůrce v branži má apod. Může se vyšplhat až k půl milionu.

- **500 tis - 1 milion Kč** - klasický rozpočet 3D animované televizní reklamy.
- **30 000 Kč** - 1 výkonná pracovní stanice pc
- **250 000 Kč** - počítač pro online sřih
- **statisíce až miliony** - roční investice do hardwaru a softwaru

15-20:1 - to je průměrný poměr tenderovaných / získaných zakázek u většího animačního studia.

60-70% příjmu animačního studia (specializovaného na tv reklamu) je ze zahraničí

- Rozpočet zakázek se odvíjí od "velikosti" klienta - Velká klient je ochoten za "nadstandart" zaplatit, ale očekává naprostou profesionalitu a náročnější proces schvalování v průběhu zakázky.

- Studia většinou tvůrce nezaměstnávají na stálý pracovní poměr. Jedná se spíš o spolupráci na základě živnostenského listu.

- Nejvýhodnější zakázky pro studia jsou takové, na kterých se bude pracovat měsíc a déle.

- Někdy se může zdát, že velká studia typu UPP od tvůrců vyžadují prosté splnění zadaného úkolu bez vlastního kreativního vstupu. Často to záleží na produkčních či lidech ve vedoucích pozicích. Všeobecně platí, že čím větší studio, tím méně prostoru pro kreativitu a vyšší nároky na specializaci nabízí. Ve výsledku ale často právě aktivní, kreativní přístup - aktivní zájem o celý proces, samostudium, návrhy na zlepšení work-flow, vlastní nápady pro efektivnější práci prováděné V PRAXI (nikoliv jen teoreticky) a schopnost přijít s řešením ve chvíli, kdy se schyluje " k maléru", dělají z tvůrců opravdový poklad pro středně velká studia. Další zásadní a oceňovanou vlastností je profesionalita - dodání práce včas a schopnost konstruktivní argumentace je mnohdy důležitější než samotný talent.

8. POHLED DO ZAHRANIČÍ

Výsledkem rozhovorů s tvůrci, kteří se pohybují mezi zahraničními studenty a v zahraniční praxi, bylo stanovisko, že absolventi vysokých škol v západní Evropě (a často i zájemci o studium) působí ve srovnání s českými rozhodněji, informovaněji, lépe dokáží komunikovat a jsou řemeslně zručnější – zkrátka vytrénovanější. Je velice nesnadné bez hlubších znalostí popsat důvody, proč tomu tak je, ale určitě ke všemu přispívá mentální nastavení celého národa, kdy jsou lidé navyklí vlastní snaze a iniciativě. Lidé na školách jsou zvyklí na sobě neustále pracovat – skicují, tvoří osobní projekty bokem. Celé studium je postaveno na disciplíně, výuka často probíhá formou intenzivních kurzů, kdy vyučují lektoři z praxe s velkým soustředěním na animační předměty. Studenti mívají jasný přehled o tom, jak jejich obor funguje v praxi. Pokud se chtějí věnovat vlastní filmové tvorbě, jsou navázaní na producenty, umí své projekty prezentovat a mají přehled o jednotlivých, specifických znalostech, které u projektu potřebují. I v případě, že se chtějí věnovat režii, ovládají řemeslo animace a další obory. Studenti zaměřeni na animaci (charakterová animace, VFX apod.) si aktivně vyhledávají stáže, mají přehled o studiích, která je potenciálně mohou zaměstnat. I v případě, že se chtějí věnovat autorské tvorbě si jsou vědomi profesního dělení v animaci a znají základní charakteristiky jednotlivých profesí. Často jsou po škole připraveni začít pracovat na nižších pozicích (asistenti animátorů, koloristé, clean-up apod.) a postupně se propracovávají výše. Začínající režiséři dále pracují na svých filmech, snaží se sehnat finance a producenty. Opět je na místě zmínit Francii, ve které režiséři buď pracují na svém projektu, nebo se nechají zaměstnat od jiného režiséra, kterému pomáhají s animací v období, kdy připravují svůj projekt nebo čekají až se rozjede výroba.

U freelancerů, kteří se živí animací a v zemích s alespoň částečně fungujícím animačním průmyslem je poměrně jasná specializace a dělení oboru animace na další odvětví. Např. fungují komunity klasických 2D animátorů a 3D animátorů, kteří se specializují na celovečerní filmy (charakterová animace), cestují po světě a navzájem si doporučují projekty. Podobná situace je v malé komunitě loutkových animátorů, kde se téměř všichni tvůrci znají a taktéž putují od projektu k projektu. Další specializace můžeme pozorovat v motion designu a VFX efektech, potom herní animaci (práce s motion capture apod.). Ve 3D

animaci jsou jednotlivé specializace běžnější než ve 2D – jsou to hlavně tvůrci 3D postav (modelování, rigování), animátoři, specialisté na render.

U režisérů můžeme pozorovat dělení na filmové a reklamní. Pokud se specializují na 2D animaci, jsou často výtvarně zdatní a mají přesah do ilustrace. 3D režiséři jsou zase více techničtí. Reklamní tvorba se často kumuluje ve větších městech – typicky např. v Londýně a New Yorku. Všichni se i po škole stále vzdělávají, navštěvují kurzy (které si platí), mladí filmoví režiséři soutěží se svými projekty na pitching fórech – jsou aktivní, energičtí a vědí, že nedostanou nic zadarmo.

Celkově ale v žádné evropské zemi (nejlépe je na tom Francie) není jednoduché se animací trvale živit a shánět finance na filmové projekty. Taktéž nikde není animace považována za „velký byznys“ – platy jsou příjemné, ale na místní poměry standartní. Např. v Holandsku se plat může pohybovat kolem 400 Eur/den při reklamních zakázkách (od částky je však nutné odečíst daně) a 250 Eur/den u filmových projektů. Za naprosto běžnou součástí animované tvorby se považují hry a interaktivní tvorba.

Hlavním a základním slovem spojeným s animací je však téměř všude po Evropě KOPRODUKCE.

9. JAK NEJLÉPE VYUŽÍT STUDIUM?

V momentě, kdy student absolvuje, vstupuje do konkurenčního prostředí s účelem své znalosti konečně proměnit v peníze. Už to není hřiště, kdy o nic nejde. Je to boj, kde vám nikdo nic zadarmo nedá. Sice tu čeká spousta lidí s kupou peněz, ale vy je musíte svými schopnostmi přesvědčit, že je má dát právě vám (mám tím na mysli, že za opravdu dobré věci jsou lidé ochotní zaplatit). Konkurovat vám bude celá řada vašich starších a zkušenějších kolegů. V tomto momentě už opravdu nebude čas zjistit, jak fungují 3D programy nebo se třeba doučit anatomii – na to vám zbude jen volný čas. Naplno se projeví vše, co jste na škole zanedbali. Nedostanete příležitost natočit film, pokud neprokážete, že to umíte (nezaujmete-li zadavatele už tím, co jste natočili na škole), nedostanete práci ilustrátora, pokud neprokážete, že umíte špičkově kreslit atd... Je potřeba investovat maximum času a energie do praktických dovedností a řemesla, využít unikátní čas, kdy máte status studenta a v lepším případě i podporu rodičů. Máte-li možnost při studiu nepracovat, udělejte to a pracujte až ve chvíli, kdy se nemusíte soustředit na několik projektů naráz. Animace na škole je velká dřina, která se vám ale brzy zúročí, protože skutečně dobrých, mladých tvůrců je tu málo a je po nich poptávka.

9.1. Desatero studenta

V rámci své diplomové práce jsem vedla rozhovory s více než 40ti tvůrci, režiséry, producenty, zakladateli animačních studií, českými i zahraničními pedagogy, studenty a absolventy a přečetla mnoho článků. Na základě pečlivé analýzy praktických a aktuálních informací doplněných o vlastní zkušenost jsem sestavila seznam poznatků, jenž jsou pro studenta animace, který se chce později animací živit, klíčové. Čím více se mu podaří následující body naplnit, tím vyšší bude šance, že jeho přechod do praxe bude bezproblémový – a je téměř jedno, kterým směrem se nakonec vydá.

1. Disciplína

- Nestěžuj si. Vést dialog o fungování školy a školních cvičení má smysl, ale studium by se nikdy nemělo zvrhnout jen v komentování bez akce. Vždy se najde důvod proč si stěžovat, ale to není cesta. Místo hromady řečí raději ber situaci jako výzvu, pracuj, jak nejlépe dovedeš a snaž se najít východisko aktivním přístupem. Jednej.

- Uměj se rozhodnout. Nelze myslet "undo" metodou. Uzavírej za sebou etapy, pouč se z nich, zvažuj pro a proti a bezdůvodně se nevracej zpátky, realizovat všechno pořád znovu a znovu.
- Nauč se projekty dotahovat do konce - nesnažit se udělat "nejlepší film na světě", ale dokončit ho v termínu.
- Nauč se respektovat zadání. Vždy si udělej průzkum a zjisti o tématu co nejvíce. Neanimuj filmy místo cvičení, ale uvažuj efektivně - snaž se zadání splnit na 100% a co nejlépe dovedeš, ale nedělat nic navíc ani zadání měnit.
- Nedělej 10 projektů naráz a všechny napůl. Snaž se věnovat jen věcem, které zvládneš a těm se věnuj naplno. Neboj se, že ti něco uteče, ale soustřeď se na dnešek a realisticky plánuj budoucnost.
- Nauč se efektivně přemýšlet a zabrat, když je to potřeba.

2. Dostaň maximum ze školy

- nauč se tvořit, animovat, hledat inspiraci, mít přehled (žánry, o čem jsou jednotlivé profese), najdi si svůj styl, nauč se programy, vyhledávej inspirující osobnosti. Využij školní čas jako investici do sebe, své osobnosti, do budování návyků, dovedností, portfolia a všeobecného rozhledu. **Co je na škole jako takové skutečně zásadní?**

a) Nauč se pořádně své řemeslo

At' už je to animace, kresba nebo režie – naplno se tomu věnujte. U animace to znamená např. perfektní ovládnutí 12ti principů animace, chůze, grimasy, herectví, animace různých výtvarných stylů, efektivita, dále pak navazuje (nikoliv je nadřazená) technologie a znalost animačních programů a technik atd. U režie práce s žánry a charaktery, se zadáním, pochopení nejen animace, ale i ostatních filmových složek a profesí, mezilidská komunikace, filmová řeč, spolupráce, práce s příběhem, prezentace myšlenky atd. U výtvarného zaměření jsou to hory pokreslených skicáků, anatomie, vlastní, ale flexibilní výtvarný styl apod.

b) Buduj vlastní styl. Zorientuj se, najdi si své vzory, neboj se vyhranit, a zaměřit se. Neboj se, že ti něco uteče, když nebudeš dělat všechno najednou. Lepší dělat jednu věc pořádně než 10 napůl.

c) Inspirace – zde použijí výrok Lukáše Tomka, který dle mého názoru mluví za vše:

„Na VŠ jsem se cítil roztržštěně – nevěděl jsem, jestli se věnovat animaci, která mi nešla nebo zvuku (Lukáš v té době věnoval VJingu) nebo jen výtvarnu, které jsem měl rád od mala. Dost jsem přemýšlel, že bych se věnoval kresbě. Na Erasmu ve Finsku jsem se setkal s úplně jiným způsobem učení. Měli a) techniku, takže si člověk mohl úplně cokoliv vyzkoušet a za b) vedoucí byl hodně zcestovalý člověk (i jako učitel měl stáže po Evropě i v USA) a neustále na nás sypal inspiraci, se kterou se v životě potkal. Vytahoval vzpomínky ze stáží i práce. Všechno věděl a i když mi neseděl charakterově, tak jsem z každé hodiny odcházel plný inspirace. I ty největší studenti-lenoši dostávali takovou dávku inspirace, tak si uvědomili, kterým směrem se chtějí vydat. Po semestru jsem měl inspiraci na 2 roky.“ (Lukáš Tomek)

- Nemáte inspiraci na škole? Hledejte ji a ptejte se po ní. Budte aktivní. Sdílejte inspiraci, vyhledávejte akce a osobnosti, jeďte na cizí školy a festivaly. Nebojte se mluvit s lidmi a na všechno se zeptat. Sledujte inspirující práci. Nestydte se hledat reference. Inspirovat se neznamena krást nebo kopírovat. Člověk se tak vyhne mnoha chybám.

d) Komunita

- právě na škole budete mít dostatek času a příležitostí najít vaše budoucí kolegy. Chodte na společné akce, poznejte je, všimněte si jejich talentů, spolupracujte. Najděte si přátele i mimo váš obor – zvukaře, střihače, produkční. U animátorů poslední dobou mizí zvyk pracovat společně v ateliéru – navzájem nad věcmi přemýšlet a diskutovat, a to je hrozná škoda. Animace je časově náročná a práce v izolaci tvůrcům neprospívá – při práci v komunitě se člověk totiž naučí zformulovat odpovědi na velice důležité otázky – Co, proč a jak dělám. Lidé se navzájem motivují a inspirují. Neberte si svou práci domů, nebojte se ukázat rozpracované projekty a naučte se o ní konstruktivně diskutovat se spolužáky – je to to nejlepší, co můžete udělat.

e) Příležitosti

- ještě o nic nejde – máte možnost si cokoliv bez rizika vyzkoušet a jít do věci bez omezení a naplno – ať už mluvíme o technice, mezioborové spolupráci, režii. Když se nepovede, nic se neděje. Navíc velká výhoda FAMU je, že dostanete rozpočet na natočení filmu. Pokuste se školní cvičení a filmy udělat jak nejlépe dovedete – ale hlavně myslete na to, abyste cvičení stihli dokončit. Na škole je také prostor skutečně objevit své silné a slabé stránky. Zjistěte je a na těch slabých buď pracujte nebo si najděte spolupracovníky, kteří udělají práci za vás a lépe..

3. Nauč se jazyk

- Angličtina je v našem oboru nezbytná. Je velice pravděpodobné, že budete po škole komunikovat se zahraničními kolegy či klienty – ať už v rámci networkingu na festivalech či při pracovních záležitostech. Většina počítačových programů je v angličtině. Ohromná spousta studijních materiálů, Erasmus pobytů, úžasných workshopů a online kurzů taktéž. I jakýkoliv další cizí jazyk je veliké plus. Nicméně angličtina vám dá o 200% více možností jak nejen v animaci fungovat, pracovat a vzdělávat se.

4. Studijní a pracovní stáže

Alespoň jedna studijní a jedna pracovní stáž by měla být automatickou součástí studia. Programy Erasmus a Freemover atd. nabízí studijní pobyty na výtečných evropských školách jednoduše, bez zbytečné administrativy a většinou zdarma. Pobyt na zahraničních školách jsou jedním z největších přínosů, které vám studium může nabídnout – otevře vám oči, naučíte se jazyk, inspirujete se, poznáte sami sebe.

Pracovní stáž (anglicky „internship“) by měla být dalším zásadním krokem ve vašem vzdělání. V 80. letech nabízel Krátký film spoustu placených pracovních míst pro absolventy, kteří se mohli zaučit a dostávali normální plat. To si firmy a studia dnes téměř nemohou dovolit. Velká výhoda pracovní stáže na škole je, že jste stále pod záštitou školy a máte nárok na grant, který vám pokryje většinu nákladů, spojenou s pobytem v cizí zemi – a vy se tím pádem můžete plně soustředit na získávání pracovních zkušeností a zároveň nebudete vašeho zaměstnavatele stát další náklady. O pracovní stáže v zahraničí ale bývá poměrně velký zájem. A protože domluva tohoto typu stáže probíhá individuálně, musíte mít připravené silné portfolio a být při hledání stáže vytrvalí. Je běžné, že na 90% vašich emailových žádostí nepříjde žádná nebo záporná odpověď. Nevěštěte hlavu a vytrvejte! Je to o dobrém portfolio, štěstí a kvantitě.

- Pracovní stáže nabízejí i česká studia, je ale potřeba vyvinout vlastní iniciativu.

5. Sleduj, co se děje a buď připravený na šanci

- Sleduj fóra, filmy, festivaly, čti (i anglické) články a eseje. Udržuj si přehled o trendech a tvůrcích.

- Netvoř jenom v hlavě. Nauč se formulovat a sepisovat své nápady a ukládej si je - a buď připravený když se naskytne příležitost je realizovat. Příležitost přijde,

ale málokdo je na ni připravený. Čti knihy a přemýšlej, kterou natočit a proč. Měj plán na zázemí.

6. Sebe prezentace

- Přestaň o svých projektech uvažovat jako že „nejsou ještě dost dobré, abys je někomu ukázal“. Udělej si (klidně úplně jednoduchý) web a sdílej své práce, nápady, inspirace, články, kresby. Ukaž, že jsi animátor. Nauč se o svých projektech mluvit a prezentovat je v každé fázi vývoje a dokázat je vysvětlit i laikovi. Naučí tě to dávat o sobě vědět a především schopnosti tvé nápady formulovat slovy. Když uděláš film, posílej ho na festivaly – i když si myslíš, že není světový. Vytvoř si showreel a ten každý rok aktualizuj.
- Nauč se o své tvorbě a schopnostech mluvit nahlas a jít s kůží na trh. Všechny tyto věci se budou nesmírně hodit a přinesou někdy nečekané spolupráce. Inspirací může být třeba kniha „Show your work“ od Austina Kleona.
- Zjišťuj, jak dostat svou práci k lidem, co je pro lidi atraktivní apod. Vytvoř si publikum a komunitu, se kterou můžeš své projekty konzultovat.
- Vytvoř si základní web s portfoliem a showreelem a práce pravidelně aktualizuj. Komunikuj o svých projektech na sociálních sítích.

7. Kontakty a spolupráce

- Jezděte po festivalech, bavte se s tvůrci, studii i producenty a sbírejte kontakty. Máte-li možnost promluvit s nějakou osobností, oslovte ji. Sdružujte se, všimněte si talentovaných tvůrců a spolužáků kolem vás. Nikdy nevíte, kdy se vám budou takoví lidé hodit.
- Naučte se na projektech pracovat v teamu a respektovat svou roli. V praxi to znamená naučit se určitému druhu empatie, komunikace na lidské rovině a využití kreativity ve prospěch všech místo považování svého názoru za jediný správný. Např. při spolupráci režisér – animátor je důležité, aby a) režisér byl schopný neprosazovat svou myšlenku násilím, ale jazykem animátora, dostatečně mu vysvětlil smysl záběru a nechal ho udělat jeho práci a b) aby animátor byl schopný vnímat záměr režiséra, snažil se pochopit jeho způsob myšlení a zpracoval záběr klidně podle sebe, ale dle zadání. Naučte se projekt obohacovat, ale nerozsbíjet. Dovolí-li vám to čas a možnosti, aktivně vyhledávejte a iniciujte různé projekty.

8. Profesionalita

- Talent se cení – ale spolehlivost, dobrá komunikace, dodržování termínů, přístup ke klientovi a pracovitost má hodnotu mnohdy ještě vyšší.
- Spolehlivost - nauč se držet slovo a neházet vinu na jiné. Pravidelně bez zpoždění odpovídej na emaily i na dotazy (i na ty hloupé)
- Komunikace - umět formulovat principy jednou větou. Lidé ti do hlavy nevidí. Psát emaily kolegům i klientům se může zdát jako banalita, ale spousta lidí to neumí. Umět napsat životopis a motivační dopis.
- Organizace - nauč se dělat pořádek v projektech a složkách tak, aby byly srozumitelné nejen tobě, ale i jiným. Plánovat a plán dodržovat, dokázat odhadnout čas, který je k výrobě potřeba. Nebát se tabulek a formulářů.
- Argumentace - umět zdůvodnit proč tak či tak a vést dialog, přijímat argumenty, se kterými dále pracuješ. Umět pracovat s novými návrhy a komentáři, naučit se je zapracovat (a své myšlení také) do celkového konceptu projektu.
- Skromnost - neurážet se a neopovrhovat, ale přicházet s řešením
- Nauč se na základní formáty a práci na počítači! (Ti, kdo umí prominou). Extrémně důležitá maličkost, se kterou pořád mnoho tvůrců bojuje. Mailovat, updatovat stránky, posílat soubory přes FTP, jak udělat DVD, nahrát jednoduchý zvuk, sestříhat a vyexportovat video, převádět formáty. Vědět co je to PAL, HD, kdy použít jaký framerate, co je to DCP, gama, jak vygenerovat PDF. Vědět něco o kompresi a co dělá s obrazem atd.

9. Nauč se stanovit cenu, základy kreativního managementu, marketingu a autorského práva

- Téměř nikdo to nemá rád, ale základní povědomí o smlouvách, autorském právu, jak stanovit cenu, odhadnout, kolik vám práce zabere času, jak delegovat práci, jak komunikovat s klientem, jak připravit workflow, jak získat zakázky... je to nutnost.
- Poučuj se z vlastní práce - timing práce, neopakovat chyby, recyklace podkladů pro další práci

10. Aktivní přístup

- Nauč se spoléhat na sebe a nikoliv na školy, stát, asociace, podpory.
- Nauč se o věci sám zajímat, vyhledávat a využívat příležitosti. Neustále se sebevzdělávej.

- Nechci tvrdit, že všichni studenti, kteří předešlé zásady ignorují jsou bez šance, ale první roky budou hodně bolet, protože všechny tyto věci se budou muset pracně doučit. Ono to „nějak jde“, pokud má člověk kontakty, tak se uživí i když nemá pořádnou základnu ze školy. Pravidla vychází z principu ne se „nějak uživit“, ale pracovat na pěkných a adekvátně finančně ohodnocených projektech a schopnosti takový projekt profesionálně zpracovat.

10. ZÁVĚR

Ve své diplomové práci jsem se snažila zodpovědět všechny důležité otázky, které si budoucí absolvent při studiu klade a vyplnit informační mezery, se kterými se potýká student bez dlouhodobé praxe v oboru. Snažím se objektivně mapovat historii a současnost animované tvorby - a to především z pohledu jednotlivce, ale i ve vzájemných souvislostech a z celkového pohledu. Protože rozdíl mezi všeobecným pojetím studijních plánů na školách a nutností specializace v animaci v praxi je značný, nebylo možné se dopodrobna zabývat všemi animačními profesemi. Student si však často svou specializaci vybírá až v průběhu studia a tato práce by mu měla sloužit k vytvoření základního přehledu o oboru jako celku. Obsahuje všeobecný úvod do většiny základních specializací v animaci, mapuje profesionální model výroby včetně rozpočtů, principů a dovedností tvůrců. Ve většině případů jsem se snažila neopomíjet ekonomické hledisko a popisovat takové principy, které v praxi fungují a mohou generovat zisk. Pro detailní informace je nutná vlastní hloubková analýza.

Při sběru dat a rozhovorech jsem se často setkávala se skeptickým a pesimistickým názorem na situaci v české animované tvorbě, ale zároveň pochopila, že úspěch v tomto oboru nezávisí ani tolik na štěstí a okolnostech, ale především je za tím velký kus práce, aktivní snaha nalézt pro své projekty cestu a nespolehat se na systém. Progresivní přístup a "snaha vždy dělat něco navíc", neustat ve vzdělávání, získávání zkušeností (a to nejen u tvůrců, ale i producentů, distributorů a státu) a umět se přizpůsobovat situaci jsou jedinými způsoby, jak současnou situaci zlepšit a v případě jednotlivců se stabilně animovanou tvorbou živit. Informace obsažené v práci jsem se snažila získávat od progresivních tvůrců, kteří hledí s úctou do minulosti, ale zároveň chápou rozdílnou situaci dnešní doby.

Část o současné animované tvorbě má účel informovat. U filmové tvorby mapuji výrobní, organizační a ekonomické aspekty výroby animovaných filmů včetně možností financování. V kapitolách, zabývajících se reklamou a komerční, nefilmovou animací, popisují fungování animačního studia včetně ukázkových rozpočtů a analyzuji dovednosti a schopnosti jednotlivých tvůrců na poli animace a animační režie. Okrajově se zabývám i internetovou a nezávislou (herní) animací, která je dnes důležitou součástí animované scény.

Velká část práce se věnuje úvahám a analýze období studia na škole - a to především z pohledu jednotlivce. Snažila jsem se na základě rozhovorů s tvůrci, absolventy, kantory i studenty předložit nejdůležitější otázky a odpovědi, kterými by se měl s ohledem na svou budoucnost student zabývat. V "Desateru studenta" nabízím pečlivě vypracovaná, praktická východiska z pohledu efektivního využití studia. Narážím nejen na profesní problematiku, ale i na lidskou a osobnostní, protože některá rozhodnutí se vším úzce souvisí.

Jedním z největších přínosů pro čtenáře této práce (tedy mladé tvůrce a studenty) by mělo být pochopení praktických rozdílů mezi animovanou tvorbou jako uměním či tvorby, kterou děláme pro zábavu a profesionálním zaměstnáním, kde musíme umět nabídnout a prodat své schopnosti (což také může být zábava).

Tím nejdůležitějším sdělením všem čtenářům však je pobídka k disciplíně a snaze aktivně k příznivé situaci v animované tvorbě přispívat, iniciovat své projekty a budovat dobré pracovní podmínky pro své projekty. Nespoléhat na školy a stát, ale jít si za svým. Otevřít oči bez růžových brýlí, oklepat se z případných rozčarování, zmapovat si situaci a pustit se do akce s vědomím všech výhod i potencionálních překážek. Nespoléhat se, že to vždy bude jednoduché, ale bude to stát za to. Žijeme v době, kdy animace už není uměním, které se štědře podporuje, ale musí se o svou existenci poprat - na druhou stranu jsme animací obklopeni na každém kroku, a to našemu oboru nahrává. Pokud bude toto sdělení pochopeno, otevírá nám mnoho nových dveří a možností.

Biografie osob, které svými názory a znalostmi přispěly k vzniku práce

U všech tvůrců je uveden krátký životopis, popř. filmografie a u některých z nich i stručný názor na současnou situaci v animované tvorbě a sdělení studentům či mladým tvůrcům.

Jan Bubeníček

Narodil se 7. 3. 1976 v Praze. V letech 1994 – 1995 pracoval ve studiu Bratři v triku jako kolorista kresleného filmu, 1995 – 2002 vystudoval katedru animované tvorby FAMU, 2000 – 2003 byl režisérem studia Eallin animation (spolu s Norem Držiakem, Davidem Súkupem, Tomášem Luňákem a Martinem Dudou), 2003 – 2008 pracoval jako digital matte painter, 3D animátor, 3D supervizor v postprodukčním studiu UPP. V roce 2009 v roli on set vfx supervizora se podílel na vzniku celovečerního animovaného filmu Alois Nebel (režie T. Luňák) – TOBOGANG. V letech 2010 – 2011 pracuje na vlastních filmech Antonio Cacto de la Tebaida Mortifera a Na draka II a od roku 2011 pro postprodukční studio RUR.

Vedoucí práce mi poskytl nejen mnoho výborných podnětů, tipů a rad při mém "boji" s tématem, ale také velkou spoustu praktických informací, získaných mnoholetou praxí v oboru reklamním, postprodukčním i filmovém. Práci velice prospěl jeho přehled a schopnost vnímat českou i evropskou animovanou scénu nejen z pohledu tvůrce, ale i z praktického hlediska. Řešili jsme spolu nejčastější chyby u studentů a začínajících tvůrců, jak být konkurenceschopným a fungovat v dnešním prostředí, co potká tvůrce, kteří si chtějí založit animační studio a jak prakticky fungují velká animační studia. Získala jsem mnoho inspirace nejen do filmové tvorby, ale i pro práci v teamu a v komerčním prostředí, probrala všechny schopnosti, které škola nenaučí a zjistila, jak je důležité na škole vytvořit reprezentativní filmy.

"Pořádně se zorientuj a neboj se najít si svůj styl, zaměřit se a vyhranit, najít si své vzory a ty pak skutečně následovat. Měj oblíbené tvůrce a říkej si "chci být jako oni". Inspirovat se neznamena věci kopírovat."

Martin Vandas

Absolvent katedry produkce na pražské FAMU, produkuje a koprodukuje animované filmy, působí v Asociaci animovaného filmu. Roku 2003 spoluzaložil produkční společnost MAUR film, která se systematicky věnuje animované tvorbě. Společnost MAUR film je od roku 2012 zakládajícím členem Asociace animovaného filmu, od roku 2007 členem Asociace producentů v audiovizí a členem Evropské filmové akademie. Produkovala filmy Fimfárům 2 (2006), Fimfárům do třetice všeho dobrého, Jedné noci v jednom městě nebo krátké filmy Lucie Sunkové Nová Dobrotivost či Strom. V současné době připravuje celovečerní film Jedenáctka nebo film Přes Hranici.

Martin Vandas mi pomohl nastínit a definovat hlavní příčiny problémů v českém animovaném filmu a odkázal mě na mnoho lidí z různých odvětví animace. Díky jeho iniciativě jsem měla možnost získat přehled o tom, jak samotní tvůrci mohou získat na své projekty peníze, účastnila se několika Pitching fór, kde bylo mnoho možností naučit se najít a prezentovat silné stránky svého projektu a získat přehled.

Pavel Hruboš

Pavel roku 2006 absolvoval animaci na Univerzitě Tomáše Bati, poté pracoval jako animátor a storyboardista u 2K Czech na hře Mafia II, charakterový animátor u Autopohádek a Fimára 3D a od roku 2011 jako charakterový animátor a storyboardista ve studiu Eallin.com. Pravidelně pořádá odborné přednášky a píše blog o animované tvorbě.

Pavel je pro mě Pan charakterový animátor. Probírali jsme profesi animátora v českém i evropském měřítku a poskytl mi mnoho zasvěcených vhledů do této specializované profese. Kromě teamové práce a pracovních příležitostí jsme rozebírali školní systém a způsob, jakým efektivně využít studium, o chybějící disciplíně na školách, ale i jak si dnes stojí poměr 2D a 3D animace a jak je život animátora pevně spoutaný s technologiemi.

"Současnou animaci bych charakterizoval jako postpubertální věk digitální éry. Z opojení digitálního zpracování s kterým animace přišla před cca patnácti lety, se vytvořilo 3D odvětví, které odsunulo ostatní techniky do pozadí. Český trh je obecně malý a rozštěpený, ustrašený. Za funkční se dají považovat malá filmová

studia, agentury reklamního bahna a studia herního obchodu. Profesi animátora tu ořezává trh jak finančně tak pracovně (časové nároky, kvalita), ale díky hernímu odvětví se mu daří relativně dobře. Spíše by prospěly státní pobídky pro zahraniční kapitál, jenž by mohl dovolit vzniku konkurenci schopnému studiu. S obecným zvyšováním kvality projektů a vzdělávání však vidím situaci jako optimistickou."

"Animaci považuji i při vysoké specializaci za uměleckou disciplínu, která stojí znalosti tradičních uměleckých řemesel (kresba, herectví, režie). Studium uměleckého zaměření, především v nižších ročnících, dovolí vytvořit dostatečný prostor pro experiment, který považuji pro studenta jako elementární, především pro jeho další profesní vývoj. Pro experiment je podstatné hledání vlastního uměleckého projevu, který je člověku nejbližší a vytváří tak nepřímou představu o náplni své budoucí profese. Proto při studiu doporučuji každou vhodnou příležitost využít k tvorbě (volná tvorba, stáže, workshopy, praxe, mimo oborová spolupráce), jenž obohatí mozaiku dovedností. Často i zdánlivě slepá myšlenka má své opodstatnění a náhodná či bezvýznamná setkání mohou člověka nevědomě nasměrovat k hlubšímu zájmu o jednu ze složek animace. Tedy studium pomocí experimentů je pro mě odpověď na otázku, jakým směrem nejlépe do hloubky rozvíjet talent. Osobně bych v průběhu vyšších ročníků vytvořil větší prostor úkolům s individuálním zaměřením, které studentské práce přiblíží poptávce na trhu. Je to pro mě jedna z metod, jak zmírnit náraz s realitou, kterému se vyhne jen malé procento absolventů."

"Čím širší znalosti a souvislosti student ke specializaci má, tím lepší uplatnění na trhu práce najde. "

Libor Pixa

Absolvoval bakalářské studium výpočetní techniky, výtvarné umění na Jihočeské univerzitě a animovanou tvorbu na FAMU. Vytvořil několik krátkometrážních animovaných filmů, pracoval na mnoha reklamách a 3D večerníčku pro Českou televizi. Za svůj film PsiCHO získal mnoho festivalových ocenění, poslední studentský film Graffitiger získal Cenu Magnesia Českého Iva 2011 za nejlepší studentský film. Specializuje se na 3D počítačovou animaci, kterou také vyučuje na pražské FAMU.

Povídali jsme si, jaké jsou schopnosti a možnosti absolventa animace FAMU, jaké jsou u nás pracovní příležitosti pro freelancery a jak funguje malé animační studio.

"Studenti na škole často nevěnují dostatek času svým filmům a škole celkově - a to je dost špatně. Přitom udělat dobré filmy na škole je pro absolventa jediná vizitka a když ji nemají, mají úplně jiné postavení. Umět 3Dčko je výhoda. Navíc lidé nejsou zvyklí makat - hlavně na škole a to je problém. Neuvědomují si, že to vždycky bude boj. Je to i hodně o štěstí dostat nějakou zakázku nebo udělat úspěšný film, být v dobrou dobu na správném místě. Je nutné pozitivní uvažování a odolnost vůči stresu a nejistotě. Konexe a kontakty jsou nutné - není to ani tolik o večírcích, ale o štěstí."

doc. Michaela Pavlátová

Absolventka ateliéru filmové a televizní grafiky na VŠUP, režisérka, animátorka, pedagog. Její krátké autorské filmy (Řeči řeči, řeči, Repete, Až navěky, Karneval zvířat, Tramvaj), získaly řadu ocenění na mezinárodních festivalech (nominace na Oscara, Annecy Cristal, Grand Prix v Hirošimě, Espinhu, Tampere, atd.). Režirovala také celovečerní hrané filmy Nevěrné hry a Děti noci, spolupracuje s divadlem.

Vedly jsme rozhovor o životě, přínosech i mínusech života autorského tvůrce.

"V současné situaci nejsme tím mocným a určujícím proudem, jak tomu bylo v minulosti, v době státem financovaných studií. Ale máme kvalitní školy, kvalitní a ambiciózní studenty i absolventy, máme stále dobré autory, podporu Fondu kinematografie, v dětské tvorbě se snaží i ČT. Naše filmy vyhrávají festivaly, čas od času se objevují v distribuci. Animace rozšiřuje pole své působnosti z pláten kin a obrazovek do počítačů a jiných médií, přináší nové možnosti uplatnění. Mám pocit, že nám nechybí autoři, jako spíš zapálení producenti i distributoři, kteří by animaci milovali a neviděli by v ní jen zboží. Chybí nám nějaké pozitivní nakopnutí. Někdy je to v jednom člověku nebo v zapálené skupině lidí, spolužáků, kteří rozjedou novou vlnu. Budoucnost vidím optimisticky."

"Studenti, využijte co nejaktivněji dobu svého studia. Využívejte tvůrčí prostředí školy, je to místo setkávání a inspirace. Využívejte konzultací s pedagogy – kdo

jiný vám nezištně dá své nejlepší know-how? Budte aktivní. Zajímejte se o všechno v oblasti umění, nejen o animaci. Sdružujte se, navazujte kontakty i se spolužáky z jiných kateder a jiných škol, hodně celoživotních pracovních svazků pochází z mládí. Budujte si okruh spřízněných duší a (budoucích) spolupracovníků. Myslete na to, že už na škole si budujete "pověst", svými výsledky, svým přístupem k práci, svým zaujetím. Cestujte. Kreslete, pište. Nebojte se ničeho. Když se vám něco nepovede, povede se vám to příště. Nečekejte, že ihned po absolutoriu získáte dobře placenou práci jako režisér svého vlastního filmu. Jste na začátku, člověk se učí a formuje ještě dlouho po škole. Pokuste se najít to, co je vašemu srdci nejbližší, (látku, divácký okruh, techniku), ale neuzavírejte se do jednoho stylu, buďte otevření všemu. Mějte připravený nějaký uskutečnitelný projekt, látku, která vás zajímá. Přihlašujte se do soutěží, vyhlížejte šťastnou náhodu, vyhledávejte příležitosti. Umějte se prezentovat. Nebudte pasivní. Nebudte vlezlí! Každý je utvořen jinak a každý najde své uplatnění – je to na vás.

Snažte se, aby jste vždycky měli ze své práce radost. Hodně štěstí a šťastných náhod."

Prof. Jiří Kubíček

Jeden z nejvýznamnějších současných odborníků a teoretiků české animované tvorby. Narozen 1944, Absolvent DAMU - katedry loutkářství. Dramaturg Krátkého Filmu Praha, vedoucí Studia Bratři v triku (studio kresleného filmu). Člen výkonného výboru ASIFA. Scenárista mnoha animovaných filmů a televizních seriálů, spoluzakladatel katedry animované tvorby na FAMU. Filmografie: Lakomá Barka, Dobrodružství Robinsona Crusoe, námořníka z Yorku (celovečerní film), Black and White, *werichovské scénáře (Lakomá Barka, Až opadá listí z dubu, Rozum a štěstí), ...a je to! (TV seriál)...*

Dramaturgie: Zaniklý svět rukavic, Krysař a Švankmajerovy Možnosti dialogu

Divadelní režie: Dějiny kontra Spejb (1969) v Divadle S+H - Hra vyhrála tehdy 1. Skupovu Plzeň a s pauzami se hraje dodnes.

Pan Kubíček laskavě poskytl informace o středo a vysokoškolské výuce animace a jejím propojení s praxí před rokem 1990 a statistiky výroby a zaměstnanosti v Krátkém filmu. Také jsme mluvili o studiích o tom, že chybí dobří scenáristé a o současných možnostech uplatnění absolventů a potřebách a vyhlídkách české animované scény.

Doc. Aurel Klimt

Narozen 1972, Absolvent FAMU - katedry animované tvorby, filmový tvůrce a vedoucí katedry animace na FAMU (aktuální k roku 2015). Filmografie: Maškin zabil Koškina, eastern - Krvavý Hugo, O kouzelném zvonu, Pád, Fimfárum, Franta Nebojsa, Sklárna, Hrbáči z Damašku

Probírali jsme koncept studia animace na vysoké škole a jak by škola měla reflektovat reálné podmínky. Narazili jsme na důležitost praxe už během studia a problém s nerespektováním zadání školních cvičení.

"Nikam se nehrňte, je potřeba dělat jednotlivé kroky postupně a nekousnout si moc velké sousto. Nedá se skákat od 5ti minutového filmu k celovečeráku. Také je potřeba o filmu diskutovat už během výroby a nebát se o ztrátu autorství. Nepočítejte s tím, že hned po škole máte otevřené dveře k celovečerákům – když už, tak pouze jako člen štábu.

Pro začátek bych poradil tvořit menší, nevýdělečné projekty, které budou mít za cíl upoutat veřejnost."

Jan Tománek

Narozen 1978. V roce 1996 dokončil střední uměleckoprůmyslovou školu Václava Hollara. Od roku 1999 do roku 2005 studoval na Akademii výtvarných umění v Praze u profesora Michaela Bielického obor Nová média. V roce 1997 vytvořil první krátký film Petperuum mobile, kde je použito kombinace počítačové animace s reálnými herci. Od té doby vytváří krátké filmy, a to jak hrané, tak animované a kombinované. Spolupracuje se svými rodiči v rodinném studiu – Art And Animation Studiu – na řadě dětských filmů, a animovaných večerníčků pro Českou televizi. Je autorem a producentem prvního 3D celovečerního českého filmu Kozí příběh - Pověsti staré Prahy. V roce 2012 dokončil pokračování filmu Kozí příběh se sýrem.

Tématem byly příčiny nevýdělečnosti českých filmů, složitá situace při shánění financí na výrobu, produkce celovečerního filmu, a že dobrý charakterový animátor nemusí potřebovat školu, ale trénink. Probírali jsme problém s nelegálním stahováním, úpadku návštěvnosti kin a začátek digitální, internetové platformy, ale také špatnou úroveň filmové kritiky.

Martin Hovorka a Lukáš Skalník - studio Eallin.com

Eallin vznikl jako animační, kreativní studio, které zastupuje režiséry a výtvarníky nejen z ČR ale i ze světa, což v roce 2000 v Čechách vůbec nebylo. Animované zakázky se zpracovávaly částečně v postprodukčních studiích nebo u animátorů-jednotlivců. Věnuje se jak české, tak (především) mezinárodní televizní reklamě, specializuje se na charakterovou animaci. Koprodukuje i krátké filmy, připravuje vlastní projekty a vyrobilo 2 série 3D večerníčků Nejmenší slon na světě.

Diskutovali jsme o důležitých vlastnostech současných tvůrců, režisérů a animátorů, o tom, jak prorazit jako nový tvůrce a výhodách a nevýhodách tvůrců ze zahraničí. Probrali jsme českou i mezinárodní komerční scénu, o co jde v televizní reklamě, o tom, jací jsou klienti a agentury a problémy českého individualismu. O tom, co obnáší fungování profesionálního animačního studia, proces zpracovávání zakázek a jak vypadá práce reklamního režiséra.

"Poradil bych studentům, ať jedou do zahraničních studií a naberou zkušenosti. Ať už se jedná o specialistu v jakékoliv dílčí profesi, musí tam být talent, ale zároveň i pokora a přijetí své role v teamu a schopnost projekt posouvat kýženým směrem - ve 3D je totiž nutné pracovat v teamu. Co se týče schopností, tak počítač je nutný, ale nemyslím si, že absolvent bez znalosti 3D nemá šanci, jen bude mít značně méně možností." (Lukáš Skalník)

Michal Podhradský

Producent a produkční, jeden ze zakladatelů loutkového animačního studia Animation People (především Pat a Mat). Na české scéně funguje od devadesátých let. Je aktivním členem Asociace animovaného filmu - ASAF a Asociace producentů v audiovizí - APA.

Našimi tématy byla loutková animace, někdy až příliš autorský přístup k celovečerním filmům a důležitost existence animační industrie. Bavili jsme se o strategiích západních i Asijských zemí, krocích a způsobu, jakými lze v zemi vybudovat animační průmysl.

Rada pro mladé tvůrce - naučit se myslet žánrově. Vědět, co, proč a pro koho dělám. Dnešní problém není ani tolik o technice nebo technologii, ale o způsobu interpretace konkrétní látky konkrétnímu divákovi."

Petr Horák

Petr Horák začínal jako tvůrce 3D vizualizací u architektury, přes vizuální efekty se propracoval k animované reklamě, až založil studio Alkay a začal tvořit 2D a 3D filmy. Dnes je ve studiu, tvořím především celovečerní filmy a večerníčky, vedoucím výroby a technologem.

Petr Horák animaci nikdy nestudoval, ale má o současné animační scéně a výrobě animace velký přehled. Probrali jsme problémy 2D animátorů při nástupu 3D technologie, situaci v České televizi, různé přístupy režisérů a producentů a vytváření pipe-line při výrobě celovečerního 3D filmu. Narazili jsme na nedostatečně kvalifikované animátory, scenáristy i producenty a nutnosti následovat technologické trendy, zkušenosti a poznatky, které studio získalo při výrobě celovečera. Mluvili jsme o snižování rozpočtu reklam a nedostatku filmových projektů.

Martin Kotík

Narozen 1974. Scenárista, režisér a producent. Studoval filmovou vědu na Filozofické fakultě UK a produkci na FAMU, kde absolvoval rozborem struktury a strategie multiplexů. Jeho tvorba zahrnuje především komediální žánry od situačních grotesek po konverzační komedie. V roce 1998 založil produkční společnost Major K International, od roku 2009 se plně věnuje animované tvorbě a s velkými ambicemi připravuje celovečerní film Hurvínek ve 3D, vyráběný s rekordním rozpočtem v mezinárodních koprodukcích.

Pan Kotík mě fascinoval svou profesionalitou, entusiasmem, přehledem, evropským smýšlením a množstvím energie a přesvědčení, které vláká do svého posledního projektu. Několik let vzdělávání a developmentu vedly k jasné představě, jaký výsledek od svého filmu a štábu očekává. Podělil se se mnou o zkušenosti, nabrané při spolupráci s předními českými, dánskými i ruskými tvůrci, o rozdílech v přístupu ke krátkým, celovečerním filmům a seriálům a o principech celovečerního filmu. Mluvili jsme o problémech současného animačního ne-průmyslu a školství, a o výhodách animovaného filmu oproti hranému.

Michal Žabka

Narozen 1965. Vystudoval animaci na Vyšší odborné škole filmové ve Zlíně a animaci na FAMU. Jeho loutkové, školní filmy Babalón a Prasavci objely světové festivaly a získaly řadu cen. Od té doby se Michal Žabka žíví jako výtvarník a režisér animovaných loutkových, 2D i 3D filmů a reklam. Další filmografie: Paní G, Tři Prasátka, Autopohádky (Účetní a víla), Čtyřlístek ve službách krále, Vánoční příběh, Anča a Pepík.

S Michalem Žabkou jsme mluvili o vztahu štěstí a připravenosti vzít příležitost za pačesy a o důležitosti úspěšných školních filmů. O tom, jaké jsou nejdůležitější vlastnosti režiséra, co ho čeká při tvorbě jak reklamy, tak celovečerního filmu a o situaci v české televizi. Jak probíhá výběrové řízení a spolupráce s agenturou, o současné reklamě a animačních profesích a hlavně o tom, jak se z režie nezbláznit.

"Ve světě na nás pořád ještě vzpomínají. Zůstává „Velká trojka“ Švankmajer, Pavlátová, Koutský, i když už netočí tolik filmů, jako v minulosti. „Česká škola“ je stále pojem, ale je to jako u hraného filmu, na ramena se jí časem vyšplhala škola britská, francouzská, japonská a jiné. Dnes se u nás točí mnohem méně filmů než tenkrát, takže dokázat kvalitu je těžší. Ale tvůrců, kteří se snaží pokračovat v tradici pořád ještě pár je. Další nastupují, hlavně na školách dnes vzniká plno skvělých filmů. Snad budou mít šanci dokázat světu, že česká animace stále žije."

Bernie Roux

Animační režisér na volné noze. Pochází z Jižní Afriky, kde studoval film a design, postupně se přes kresbu a filmové profese dostal k animovaným projektům a založil vlastní studio. Pracoval na Novém Zélandě jako animátor a animační režisér, dále pro Singapore a studia v Austrálii. V současné době režíruje především televizní reklamy pro studia v USA, Londýně, Stockholmu a Praze.

Mluvili jsme o práci reklamního režiséra, o tom, jak probíhá tenderování zakázek, jak by měl vypadat správný treatment a jak komunikovat se členy teamu. O různých cestách k profesi režie, o schopnostech a náhodách a o různých přístupech a podmínkách v různých částech světa.

Jakub Obraz

Vystudoval animaci na ostravské univerzitě a před více než 10ti lety spoluzaložil kolínské animační studio Kluci ve spolek, zaměřené na animaci, grafiku a video. Animují především technikou digitální plošky, kterou kombinují s různými dalšími technikami.

Diskutovali jsme o profesích, které v ČR chybí pro vytvoření animačního průmyslu, o tom, kam se vyvíjí česká tvorba pro děti a jakým způsobem uspět s animací na internetu. Zabrousili jsme do problémů s vývojem vlastního televizního seriálu a o důležitosti marketingu a merchendingu.

Vladimír Strejček

Vladimír vystudoval animaci na FAMU, poté v roce 2002 založil studio Drawetc, asi nejznámější české, ilustrátorské studio, které nyní poskytuje celistvé zpracování vizuálních zakázek. Živí se komerční tvorbou a podniká mnoho ilustrátorských akcí ve všech možných formách, učí o ilustraci a kreativním managementu, je znalcem ilustrátorské scény, tvoří komiksy.

S Vladimírem jsme probírali nutnost na sobě tvrdě pracovat už na škole jako způsob, jak obstát v konkurenčním prostředí a o konceptu, jak by mělo fungovat studium. Povíдали jsme si o dovednostech v komerční tvorbě a profesi freelancera a o absenci charakterových animátorů a characterových designerů. O tom, jak komunikovat s klienty, jak stanovit workflow a kolik si účtovat za svou práci. Zeširoka jsme probrali všechny důležité aspekty a postupy, které musí absolvent *na začátku své kariéry znát.*

" Já sám hecuju všechny studenty, aby na sobě makali - hlavně 3.ročník na SŠ a 2. a 4. ročníku na VŠ by měl být zaměřen na budování portfolia a získávání zkušeností z praxe. Člověk, co vyjde školu, by měl být konkurenceschopný a místo toho jsou často pro praxi naprosto nepřipravení. 80% lidí to pak vzdá a jdou dělat něco jiného a zbytek dostává první 2 roky hodně přes prsty, vyžerou si vše, co je ta škola nenaučila."

Lukáš Tomek

Lukáš Tomek absolvoval katedru animace na UTB ve Zlíně, přelomová byla jeho studijní stáž ve Finsku. Po škole chvíli fungoval se spolužáky v mladém studiu Kouzelná animace a nyní již několik let působí v ilustrátorském duu Tomski Polanski. Má za sebou řadu zajímavých projektů jako např. ilustrace v interiéru hotelu Emblem nebo charakter design pro animované reklamy.

Celý Lukášův příběh je velice inspirativní - již v posledním ročníku na škole vynikal svými kresbami a pracovitostí. Mluvili jsme o přínosech i nezdarech nadšených, začínajících tvůrců a o tom, že ty správné zakázky přicházejí právě ve chvíli, když člověk začne věci tvořit od srdce a přestane tlačit na pilu. Že úspěch se dostaví ve chvíli, kdy má člověk srovnané i další věci v životě. Rozmlouvali jsme nad důležitostí pracovitosti a elánu, efektivitě práce i odpočinku. A také o propojení komerční a umělecké tvorby.

"Dělej co tě baví a dělej to jak nejlépe dovedeš. Měj rád, měj se rád a buď pokorný."

"Domluva zněla tak: Uděláme portfolio, zviditelníme ho, řekneme, že jsme co jsme - ilustrátoři, že kreslíme, že jsme řemeslníci a budeme každý projekt tak, abychom si ho mohli dát od toho portfolio." A najednou se začaly šířit takové informační kruhy, lidé se o nás dozvěděli a my zjistili, že spousta firem nechce spolupracovat s velkou firmou, ale s jednotlivcem, skoro v rodinné atmosféře. Řemeslo je důležité, musíme z něj vycházet. Nedělali jsme zprvu věci, které jsme si nejvíce přáli, ale ony za námi nakonec samy přišly. "

Anna Bartošková

Anna je osoba s neuvěřitelným elánem a neustále pozitivní náladou. Od roku 2011 se pohybuje v nových médiích, digitálním a internetovém obsahu, pracovala jako stratég a manažer ve společnosti Google, od roku 2014 má na starosti obsahy a Partnerské účty pro Youtube v několika evropských zemích.

Anna mi poskytla úžasný úvod do světa Youtube a internetového, animovaného obsahu. Mluvily jsme nejen o tom, kterým směrem se dnes internetová tvorba ubírá, jak lze efektivně využít YouTube k propagaci a jak monetizovat a popularizovat kanály. Také o tom, jak své video správně popsat a zviditelnit, ale

také jak analyzovat a testovat webový obsah a spravovat YT kanály. Uvedla mě do základních vlastností vyhledávacích algoritmů a poskytla neuvěřitelnou hromadu praktických rad a odkazů na úspěšné animované internetové kanály.

Jakub Dvorský

Jakub Dvorský ohromil již svou absolventskou hrou na VŠUP, Samorost (2003). Ihned po škole založil studio Amanita design a po pár letech následovaly úspěšné tituly jako Samorost 2, Machinarium, Botanicula a Samorost 3, které znají a stahují lidé po celém světě. Spolupracuje s výjimečnými výtvarníky a hudebníky, avšak i přes svůj světový úspěch zůstává skromným a s nohama na zemi.

Jakub mi poskytl milý a zasvěcený pohled do světa současných her na různých platformách. Mluvil o tom, jak náročné je vyvinout úspěšnou hru, jak jednoduše se vytváří kopie her založených na skvělém nápadu (a tím pádem kradou nápady), o výhodách a nevýhodách levných, mobilních her a důležitosti začít projekty dělat z nadšení a nikoliv pro peníze.

Veronika Jelínková

Veronika absolvovala svým filmem "Nekudrň" v roce 2011 na katedře animace na UTB ve Zlíně. Již na škole podnikla několik zahraničních stáží na školách ve Skandinávii. Pracuje jako charakterová animátorka na volné noze, cestuje po různých evropských animačních studiích. Začala jako stážistka ve studiích v Londýně, Holandsku i Praze, věnuje se jak 2D, tak 3D animaci. Neustále se ve svém oboru vzdělává, má ze sebou několik kurzů 3D animace Anomalia v Litomyšli nebo workshopy na La Poudrière ve Francii a práci na mnoha zajímavých projektech. V současné době se začíná soustředit na režii animovaných projektů.

Veronika je nesmírně pracovitá, talentovaná, tvůrčí a komunikativní osobnost. Rozebíraly jsme spolu rozdílné schopnosti absolventů z různých evropských škol, přístupy k animaci v různých zemích, poslání vzdělávacích institucí v animaci a výhody a nevýhody českého prostředí. Dozvěděla jsem se, jak skutečně vypadá praxe v zemích s velkou konkurencí a jak funguje animační průmysl v komerčním prostředí. Mluvily jsme o širokých možnostech specializace v animaci a o kočovném a dobrodružném životě freelancera.

Eva Marková, Petr Filipovič, Oto Dostál

Mladí, talentovaní tvůrci a absolventi animace na UTB ve Zlíně.

Mluvili jsme o konceptech českých škol, problémech současné animované scény, založení mladého animačního studia, překážkách a lekcích, které takové tvůrce čekají a o úskalích vývoji nezávislé hry.

Dále svými vědomostmi a názory přispěli Jakub Kouřil, Lukáš Gregor, Marek a David Touškové, Aleš Borovan, Stanislav Lhotský, Antonie Urbanová, Martin Šafus, Diana Vam Van Nguyen a další.