

20 -06- 2013

Hell

Protokol o hodnocení bakalářské práce – diplomové práce *)

Název práce: VIDEO PROMO VIDEO NA KAMERU GO PRO HERO 2

Práci předložil(a) student(ka): Johana Kroftová

**Studijní obor a specializace: Multimediální design, specializace
Multimédia**

Posudek oponenta práce

Práci hodnotil(a): doc. akad. mal. Vladimír Merta

(u externích hodnotitelů uveďte též kontaktní adresu pracoviště)

1. Cíl práce (a jeho naplnění):

Jana Kroftová zaměřila svou bakalářskou práci do oblasti tvorby vizuální reklamy a při tom se jí podařilo potlačit dominující komerční účely, které stojí v základu smyslu každé takové tvorby. Potlačit neznamená odstranit, to by nedávalo smysl, spíše se soustředila na výtvarné možnosti a vizuální dispozice nabízeného objektu, než na skutečnost, že se jedná o zboží. Je to určitě v souladu s trendem, který spoléhá na inteligenci potenciálních zákazníků a který se uplatňuje zejména u určitého výjimečného druhu zboží. Kamera GO Pro Hero 2 takové zboží jistě je, je mezi kamerami vysoce specializovaným produktem a její vlastnosti nejvíce ocení uživatelé profesionálové, nebo ti nároční. Charakteristická vlastnost reklamy, kdy jsou zobrazovány vlastnosti nabízeného předmětu, nebo zboží, z hlediska co největšího uplatnění na trhu, by v tomto případě byla nedostatečná. Oslovená skupina potenciálních uživatelů je omezená, nejedná se o masový produkt a je svým způsobem náročnější, než je obvyklé. V tomto ohledu byla strategie autorky zcela správná. Úkolem oponenta je v tomto případě nalézt slabé stránky ve studijním výsledku, tedy ne v reálném prostředí, ale v jakési modelové situaci. Přesto by se bakalářská práce měla co nejvíce blížit reálné praxi a tak si ji rozeberme jak z pohledu výtvarných, konceptuálních, ale i užitných kvalit.

Je naprosto výjimečné, že nabízené zboží vizualizuje své vlastnosti a kvality samo sebou. Že nabízené prodává sebe sama nezprostředkovaně, ale doslova a přímo svými schopnostmi. To je v tomto případě fakt a otázka je, jestli je to fakt výhody, nebo to ve skutečnosti zvyšuje nároky na tvůrce takové práce. Asi obojí. Úkol vytvořit promo video na kameru GO (nebudu napříště v textu vypisovat celý název z důvodu šetření časem) implikuje práci zaměřenou na co nejefektivnější postižení jejích technologických parametrů a to vizuální formou, tedy využitím všech daných specifikací vlastních právě a jen této kameře. Tato kamera toho umí omnoho více, než klasické komerční kamery a přesto

nespadá mezi extrémně náročné profesionální produkty. Je relativně dostupná a najde uplatnění při potápění, parašutizmu, v celém spektru outdoorových sportů, ale jak je vidět z tohoto promo videa i při venčení psů. Zobrazit tyto její možnosti lze mnoha způsoby. Tím nejlepším pro autora je použít ji na příkladech z vlastní reality tak, jak se sama právě nabízí. To proto, že takový přístup nejlépe vystihuje otevřené spektrum pro využití různorodými zákazníky, to ovšem v případě, že autor žije v dostatečně bohatém zážitkovém prostředí. A tato práce ukazuje že tomu tak je a není důvod ji v tomto ohledu oponovat. Dokonce je to její silná stránka. Zastavme se nad konceptem zpracování videa z hlediska nastavení časové osy a struktury kompozice. V úvodu vidíme poměrně dlouhý záběr na artistku a její úžasné schopnosti. Přestože je to velmi přitažlivý obraz, vypovídá hned v úvodu ne o hlavním hrdinovi kameře, ale o situaci, kterou snímá a je poměrně dlouhý na to, aby posloužil k uvedení do celkového obrazu videa. Následné střihy už takové zastavení v rytmu nemají a je na zvážení, zda tomuto obrazu nepředřadit abstraktnější, vizuálně nejasnější situaci, která by celkový obraz hned na začátku ujasnila. To je ovšem otázka pouze na úvodní záběr, jinak je rytmus z konceptuálního i formálního hlediska zcela v pořádku, dokonce bych řekl, že je výjimečně kvalitně zpracován. I z hlediska technologie a zpracování obrazu nemám žádné výhrady, protože odpovídají účelu pro který byly zvoleny. Co považuju za velmi kvalitní součást této práce, je schopnost autorky pracovat velmi zkušeně s dynamikou a gradací obrazové složky videa, kdy jsou v celé kompozici správně a účelně použity překvapivé momenty za účelem zdůraznění schopností této kamery. Jako příklad můžu uvést např. nečekaný pohled skrze bublinu do korun stromů, ale to není zdaleka jediný moment, který ukazuje na schopnost autorky, citlivě využívat specifického jazyka videoobrazu ve prospěch obsahu práce. Koncept vzduch, země, voda je stejně tak dobrým příkladem kvalitního pochopení úkolu. Považuju toto promo video za velice kvalitně naplněný cíl a záměr, navzdory faktu, že se v praktické budoucnosti pravděpodobně autorce nepodaří častokrát dostat úkol tak ideální, kdy se věc, sama osobě, dokáže zobrazit a tím i prodat.

2. Technologická specifika

(technická inovace):

Technologická specifika jsou obsahem i formou práce Johany Kroftové. Vyjadřují smysl samotné realizace. Promo video prezentuje samotnou videokameru, která pořizuje záběry a její vlastnosti. Co k tomu dodat? Není potřeba nic dodávat, dokonce bych si připadal, že každým slovem přispívám ke komerčnímu úspěchu tohoto zboží a navíc vše je v tomto smyslu uvedeno v teoretické části práce.

3. Přínos práce pro daný obor

V oblasti multimediální reklamy se vytváří obrovské množství nesmyslných produktů, ale taky mnoho velice kvalitních děl, přesahujících do umělecké tvorby. Většina těch kvalitních se opírá o dobrý, nebo skvělý koncept a kvalitní řemeslné provedení. Často jsou velice nákladné. Dá se říct, že díky finančnímu zázemi přitahuje reklama kreativní autory ve velkém. Přesto je v ní málo skutečně takových, aby se daly označit jako umělecká díla, která by i po odstranění cílové skupiny nakupujících obstála sama o sobě. Toto Promo video do této vyšší kategorie spadá snad proto, že nejvýraznější pocit z jeho sledování je úžas, který se až posléze může proměnit v operaci s platební kartou.

4. Silné stránky díla

Johanu Kroftovou evidentně bavilo všechno, co se kolem tvorby tohoto videa odehrávalo. Nemusela chodit daleko, aby našla co potřebuje pro svůj záměr. Prostě vzala kameru a natočila s ní reálné dění v nejbližším okolí a to je taky moment, který z potenciální zakázky dělá autorské dílo.

5. Slabé stránky díla

Abych otevřel téma slabých stránek díla, musel bych se stylizovat do role výrobce, nebo prodejce této kamery a to ještě do role standardního, tedy typického zadavatele zakázek. Snad by mu chybělo jasnější zobrazení obchodního kontextu výrobku formou textu v obraze, nebo třeba i jiným způsobem. V takové roli nejsme, takže se můžu přiklonit k vlastnímu úsudku, který považuje koncept čisté vizuální hry s technologickými specifiky za dostatečný. Dokonce v případě tohoto produktu účinnější.


6. Hodnocení a navrhovaná známka

(výborně, velmi dobře, dobře, nevyhověl):

Bakalářskou práci Johany Kroftové považuji za velmi kvalitně a s chutí provedenou práci a hodnotím ji známkou výborně.

Datum: 20. 5. 2013

Podpis: doc. akad. mal. Vladimír Merta



*) Nehodící se škrtněte

Pozn.: Při nedostatku místa přiložte nový list

Tisk oboustranný