

Hodnocení vedoucího bakalářské práce – teoretická část

Jméno a příjmení studenta	Jakub Babica		
Studijní program	Teorie a praxe audiovizuální tvorby		
Obor/ateliér	Stříhová skladba / ateliér Audiovizuální tvorba		
Forma studia	prezenční	Akad. rok	2018/2019
Název práce	Filmová řeč v automobilových reklamních filmech (případová studie)		
Vedoucí práce	doc. MgA. Libor Nemeškal, Ph.D.		

KRITÉRIA HODNOCENÍ	Nedostatečné	Dostatečné	Uspokojující	Dobré	Velmi dobré	Výborné	Nedokážu posoudit
Naplnění tématu a rozsah práce						X	
Nastavení cílů a metod práce					X		
Úroveň teoretické části práce					X		
Úroveň analytické části práce				X			
Úroveň projektové části práce						X	
Splnění cíle práce					X		
Struktura a logika textu					X		
Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu			X				
Inovativnost, kreativita a využitelnost						X	
Jazyková a formální úroveň práce, přílohy					X		
Konzultace studenta						X	

V rámci své teoretické bakalářské práce se Jakub Babica zabývá „brandingovými“ reklamními filmy automobilových značek Volvo, Lamborghini a Jaguar. V návaznosti na výsledky případové analýzy výrazových a dramaturgických prostředků vybraných spotů diplomant přistupuje k vlastnímu stříhu automobilového reklamního filmu značky Fisker Karma. Vzniklý spot následně podrobuje analytickému rozboru a porovnává jej s teoretickými tezemi a východisky.

V teoretickém úvodu Jakub Babica – s využitím odborných textů – vymezuje pole dosahu práce na „reklamní brandingové filmy“, upřesňuje terminologii, definuje sadu analyzovaných výrazových prostředků (velikost záběru, barva, komentář) a aplikuje dramaturgické strukturální body z celovečerních formátů na krátkometrážní útvary (trojaktová struktura, příběhový trojúhelník či základní archetypy postav). Z pohledu metodiky diplomant využívá kombinaci neoformalistické analýzy, segmentace syžetu a cinematriky, kterou z několika relevantních důvodů převádí do prostředí nelineárního stříhového programu. Jak již jsem uvedl výše, v práci je rovněž využita metoda „výzkumu uměním“, jež získané teoretické informace umožňuje prakticky testovat, ověřovat a po sekundární analýze uvádět do obecných souvislostí.

Výběr analyzovaných reklamních filmů je podřízen zejména aspektům, které úzce souvisejí s vlastním stříhem spotu Fisker Karma (jako je stopáž, způsob práce s mluveným komentářem, vztah k hlavní postavě, kombinace příběhových linek, práce s metaforou, personifikací, apod.). Autor v analytické části podrobně rozebírá vybrané tři spoty, a to

zejména s ohledem na definované okruhy zájmu. Přes snahu o grafické znázornění jednotlivých příběhových linek i formálních prostředků se na některých místech v textu ztrácím. Z mého pohledu by této části pomohlo přehlednější strukturování myšlenek a rozmanitější využití „vytípaných“ okének z rozebíraných spotů. Zároveň bych se zde vyvaroval osobního hodnocení (např. str. 33: „*Dílu by také mohlo pomoci...*“), které za mě spíše patří do komparační části.

Pomyslným vrcholem práce je projektová část, v jejíž rámci diplomant aplikuje získané teoretické znalosti na střiž reklamního filmu pro Fisker s názvem *The Deal*. A právě ve funkčním propojení všech oddílů práce, v návaznosti vypracovaných analýz na praktický projekt a v přímé souvislosti s odborným směřováním diplomanta jako reklamního střihače vnímám největší pozitiva předkládané práce. Přes drobné připomínky k některým formulacím myšlenek, k využívání obrazové dokumentace a citační normy hodnotím text velice pozitivně a navrhuji hodnocení **B – velmi dobře**.

Otázky k obhajobě (výhrady, připomínky, náměty, atd):

- 1) V závěrečné části práce se z mého pohledu nabízelo komparační porovnání linek a formálních prostředků vaší verze střihu reklamního filmu *The Deal* s originálním stříhem. Z jakého důvodu jste se rozhodl toto porovnání do práce nezačlenit?
- 2) Viděl jste původní střiž spotu *The Deal* ještě před dokončením své vlastní verze?

Kontrola plagiátorství byla negativní.

Návrh klasifikace **B – velmi dobře**

Ve Zlíně dne 26. 5. 2019

.....
podpis vedoucího práce

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

A - výborně	B - velmi dobře	C - dobře	D - uspokojivě	E - dostatečně	F - nedostatečně
-------------	-----------------	-----------	----------------	----------------	------------------