

### Posudek oponenta bakalářské práce – teoretická část

<b>Jméno a příjmení studenta</b>	Peter Polanský		
<b>Studijní program</b>	Výtvarná umění		
<b>Obor/ateliér</b>	Multimédia a design/Reklamní fotografie		
<b>Forma studia</b>	prezenční	Akad. rok	2022/2023
<b>Název práce</b>	Reklamní kampaně v automobilovém průmyslu		
<b>Oponent práce</b>	doc. MgA. Jan Jindra		

Student bakalářského programu Peter Polanský splnil zadání své teoretické práce. Ve své práci s názvem *Reklamní kampaně v automobilovém průmyslu* student popisuje komplikované téma, které by si vyžadovalo možná více času a hlavně další informační zdroje. V úvodu práce nás student seznamuje s obecnými, ale známými zásadami marketingového nastavení reklamní kampaně. Na tomto místě práce nám chybí možné sdělení, jak lze charakterizovat značku Škoda v rámci koncernu VW. Změnila se časem pozice značky Škoda? Odkud a kam se značka vyvinula? Každý z dalších modelů firmy Škoda demonstruje svoji užitkovou hodnotu pro konkrétní skupinu lidí. Tato skutečnost úzce koresponduje se způsobem fotografování a s vybranou lokací. Následující druhá kapitola s názvem *Fotografování a zobrazování automobilů napříč historií* nahlédne na konec 19. století. Velmi stručně zde student Peter Polanský naznačuje trendy zobrazování aut v reklamě. V další podkapitole rozebírá fotoaparáty a objektivy používané pro snímání aut. Kapitola o kameře Sinar pouze obecně konstatuje, ale opomíjí hlavní důvody pro používání systému Sinar. Byla to právě změna perspektivy, třeba při pohledu z boku vidíme stále ještě i část přední masky auta Mercedes (viz obr. 7 v textu Petra Polanského). Obrázek je zřetelnou ukázkou posunu rovin snímání pomocí standarty na kameře Sinar. Rovněž v kapitole o objektivěch jsou pouze technické parametry a chybí informace o tom, jak různá ohniska přetvářejí pohled na auto. Např. pro tzv. beauty shot  $\frac{3}{4}$  se používá mírný teleobjektiv pro kompaktní dojem anebo pro dynamické záběry se někdy používá právě širokoúhlý objektiv. Tím vzniká základní dynamika a kompozice záběru. Chybí rovněž postřeh o výšce (úrovni) pohledu na auto. Často jsou to podhledy, které auto dělají o něco mohutnější. Dobře zpracovanou kapitolou v předložené práci je text o fotografování na lokaci. Student vycházel z rozhovoru s jedním nejlepších odborníků na fotografování aut Petrem Pechmanem, který stále pracuje (asistuje) převážně pro zahraničí produkce. Tato část práce obsahuje dost autentických a zajímavých postřehů včetně způsobu, jak probíhá výběr lokality a informace o rozdělení práce asistentů. Tuto kapitolu by šlo ideálně doplnit o několik detailů s úpravami fotografické scény. Např. oblíbený efekt mokré vozovky, získaný kropením silnice před fotografováním. Rovněž chybí zmínka o použití zátěže v samotném automobilu při fotografování. Následkem zátěže dojde ke snížení vzdálenosti mezi kolem automobilu a okrajem blatníku. Teoretická práce Petera Polanského dobře popisuje současný způsob snímání s digitální stěnou a možnosti bracketingu. Další kapitola práce se věnuje dynamickým záběrům. Student porovnává tzv. panning shot, souběžnou jízdu a snímání auta pomocí technologie Rig. V rámci osvětlení aut v interiéru mi chybí alespoň základní rozdělení světelných zdrojů podle typu a barevné teploty. Dále autor nezmiňuje možnosti osvětlení v ateliéru pomocí odrazných desek Kapa. Následující kapitola o studiové

fotografii však celkem dobře popisuje způsob fotografického snímání. Ohledně budování světelné konstrukce je však potřeba postupovat jinak: nejprve vytvořit hlavní modelační světlo pomocí rámu „Butterfly“ s bílou látkou. Nasazení tak velké plochy ve velikosti cca 6 x 8 metrů je vždy prvotní, a to kvůli nemožnosti ji následně výrazně posouvat či radikálně naklopit. U fotografování aut postupujeme vždy od největší (nejvýraznější) plochy auta a dále pak k menším částem. Pokračujeme s nasvětlením boku automobilu a pak následně k menším částem a končíme detaily jako jsou kola. Jedna část auta zůstává neosvětlená pro potřebný dojem kontrastu. Jednotlivé detaily auta se pak mohou akcentovat se světlem Dedolight. Teoretická práce je napsaná s velkým zaujetím autora pro vybrané téma. Dozvídáme se hodně o technice, ale málo k vlastním tématu práce *Reklamní kampaně v automobilovém průmyslu*. Předložené práce popisuje téma, které lze charakterizovat jako velmi obtížné. Zejména informace ze současného způsobu fotografování podléhají utajení ze strany automobilky Škoda, reklamní agentury, fotografů a asistentů. Samotné automobilky, přestože takové snímky existují, zásadně neposkytují pracovní snímky z ateliéru nebo z lokace. Tvůrci jednotlivých reklamních kampaní pro automobilky mají ve smlouvě dodatek o utajení a vstup do ateliéru často hlídá bezpečnostní služba s přesným seznamem osob. To vše jsou obtížné okolnosti k získání informací. Přes zmíněné drobnější nedostatky student Peter Polanský přesto použil získané zkušenosti k realizaci výborné praktické práce na téma auto Škoda. Vzhledem k úrovni předloženého textu navrhuji práci hodnotit známkou – B velmi dobře.

Návrh klasifikace ..B – velmi dobře.....

V(e) .....Nučících..... dne .....25. 5. 2023.....

Doc. MgA. Jan Jindra

.....  
podpis vedoucího práce

Pro klasifikaci použijte tuto stupnici:

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