

Katedra produkce

Posudek teoretické práce – bakalářské x / magisterské

Autor/ka práce: Matěj Paclík

Název práce: Vztah producenta s režisérem v oblasti reklamní tvorby

Posudek vedoucí/ho práce x

Posudek oponenta/ky

Autor/ka posudku (jméno, příjmení, pracoviště): Petra Ondřejková, Amazing production s.r.o.

Hodnocení obsahu a výsledné podoby teoretické práce

Vhodnost zvoleného cíle a přístupu práce: A

Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu: B

Schopnost kriticky vyhodnotit a použít odbornou literaturu: B

Logičnost struktury práce, souvislost jejich kapitol a jejich proporce: A

Jazyková a stylistická úroveň práce: B

Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně vyskytují přejeté pasáže bez udání zdroje, práce nemůže být doporučena k obhajobě) : B

Obrazové přílohy v dostatečném rozsahu, oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava : C

Původnost práce, přínos k rozvoji obor: A

Celkové hodnocení práce (A-F) B

(vysvětlivky hodnocení: A = výborný výkon převyšující daná kritéria, B = nadprůměrný výkon s minimem chyb, C = průměrný výkon s přijatelným počtem chyb, D = přijatelný výkon s větším počtem chyb, E = výkon vykazující minimální naplnění kritérií, F = nepřijatelný výkon)

Doporučení:

Vlastní slovní hodnocení teoretické práce obsahuje odstavec shrnující obsah práce a její závěry; rozvádí detailněji hodnocení dílčích kritérií uvedených výše, zejména zdůvodnění známek D, E, F; vyzdvihuje přednosti práce, zvláště v případě hodnocení A, B; formuluje otázky, k nimž se student/ka musí při obhajobě vyjádřit; na závěr uvádí jednoznačné vyjádření, zda autor prokázal či neprokázal schopnost samostatné tvůrčí činnosti ve své oblasti výzkumu, zda jeho práce splňuje či nesplňuje požadavky standardně kladené na diplomové práce, zda vedoucí/oponent práci doporučuje či nedoporučuje k obhajobě a jakou známku navrhuje. Slovní hodnocení má typicky rozsah 1 normostrany; v případě práce bez výtek může být i kratší. U prací, kde není co vytýkat, je namístě položit doplňující otázku ve smyslu, kam by uchazeč pokračoval v dalším výzkumu.

Vlastní slovní hodnocení teoretické práce:

Jsem velmi potěšena, že toto téma dostalo díky studentovi nejen prostor v rámci akademické půdy, ale že se také mezi absolventy Katedry produkce o tuto problematiku někdo zajímá.

Téma vztahu režiséra a producenta je v dnešní době velmi aktuální a to především v kontextu nově vznikajících formátů, obrovského tlaku na kvantitu, ale také konkurence z řad zadavatelů, které dnes producenti musí čelit. Připadá mi velmi užitečné se opět tázat na věci mnohdy tak „samozřejmé“ jako jsou oboustranná očekávání, potřeby a dohody. Zda je jsme společně schopni v rámci času a poptávce daného trhu uspokojivě naplňovat a rozvíjet. Kdo a co nám na této cestě může pomoci a co nás naopak může velmi limitovat. Kladně hodnotím zejména to, že student ponechal prostor i tomuto tématu.

Práce se věnuje především pohledu na daný vztah a jeho dynamiku v rámci reklamního trhu v kontextu časovosti. Osobně v této práci spatřuji obohacující vhled do problematiky a prožívání rolí v kontextu socio - kulturně – ekonomickém. Věřím, že by bylo přínosné tento pohled dále a hlouběji zkoumat i pro jiná odvětví filmové tvorby na zakázku. Z práce vyvstává důležitá otázka, na kterou bychom se měli ptát: „Co je dnes vlastně definováno jako reklama?“

Zpracování daného tématu bylo obtížné v kontextu limitujících odborných publikací či zdrojů pro práci s tímto tématem. Způsob, kterým student k práci přistoupil, považuji za vhodný a autentický. Struktura práce spolu s předěly, které doplňují citace profesionálů z obou stran, dodává celé práci energické flow a autentický vhled do reálných problémů a jejich prožívání. Na kvalitě práci trochu ubírá grafické zpracování a absence grafického doprovodného materiálu.

Postrádám podrobnější zmapování prostředí trhu, jakožto protipól velmi obohacující autentické části. Hlouběji šlo prozkoumat i pozadí, ze kterého vystávají ony pracovní možnosti a příležitosti pro producenty a režiséry nebo kreativní ocenění a jejich dopad na kariéru režiséra a producenta. Jak na tyto úspěchy dnes reagují zadavatelé? Jak na ně reagují producenti? Student se v některých úsecích tohoto tématu povrchně dotýká, ale věřím, že více koncentrovaný pohled by mohl vnést větší porozumění pro určitá chování / jednání jak producentů, tak režisérů.

Velmi objektivní a nosný v této práci mi přijde studentův pohled na definici a absenci role kreativního producenta, která v českém reklamním prostředí chybí a je velmi často zaměňována s rolí výkonného producenta či vedoucího produkce. Poukázání na přesah spojený s přijmutím zodpovědnosti a to nejen ve finanční, ale také v kreativní rovině považuji za velmi důležitý pilíř ve vývoji produkčních společností. Já osobně věřím, že pokud se nám podaří motivovat a vychovávat kreativní producenty, budou mít exekutivní producenti více prostoru a času věnovat se vývoji nových formátů a samotnému talent managementu a tím může vznikat prostor pro potřebnou kultivaci, dnes ne tak kreativně lákavího reklamní prostředí.

Doplňující otázky:

Jak student vnímá a definuje kreativní přístup producenta v práci s režisérem?

Jak student vnímá možnost kreativního růstu režiséra, který již od počátku kariéry volí freelance přístup?

Jak by student definoval pojem reklama a kde jsou z jeho pohledu dnes její hranice?

Film and TV School of Academy of Performing Arts in Prague
Smetanovo nábřeží 2, 116 65 Praha 1, Czech Republic
tel +420 234 244 301, fax +420 234 244 363
famu@famu.cz, www.famu.cz

Závěrečné shrnutí práce poukazuje na velmi dobře orientový přístup k danému tématu a je vidět, že mu absolvent během procesu dokázal pozorně a empaticky naslouchat. Velmi si cením jeho nestraného pohledu v kladení protichůdných pohledů naisky vah. Velmi dobře tím zmapoval současné myšlení předních tvůrců české reklamy a poukázal na slabé a silné stránky. Myslím, že práce splnila cíle, které si na začátku zadala a že je pro obor tématicky přínosná.

Absolvent prokázal schopnost samostatné tvůrčí činnosti a jeho práce splňuje požadavky kladené na úroveň bakalářské práce. Práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná známka : B

Film and TV School of Academy of Performing Arts in Prague
Smetanovo nábřeží 2, 116 65 Praha 1, Czech Republic
tel +420 234 244 301, fax +420 234 244 363
famu@famu.cz, www.famu.cz

Datum: 10.9.2020

Podpis:
Petra Ondřejková