

Katedra produkce

Posudek teoretické diplomové práce – bakalářské / magisterské X

Autor/ka práce: BcA. Jakub Rálek

Název práce:

**VYUŽITÍ DAT PŘI VÝVOJI, VÝROBĚ A DISTRIBUCI
AUDIOVIZUÁLNÍHO OBSAHU NA VYŽÁDÁNÍ**Posudek vedoucí/ho práce —

Posudek oponenta/ky X

Autor/ka posudku (jméno, příjmení, pracoviště):

MgA. Jiří Vlach, Ph.D., katedra produkce

Hodnocení obsahu a výsledné podoby teoretické diplomové práce:

Vhodnost zvoleného cíle a přístupu práce.....	C
Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu.....	B
Schopnost kriticky vyhodnotit a použít odbornou literaturu.....	C
Logičnost struktury práce, souvislost jejich kapitol a jejich proporce.....	C
Jazyková a stylistická úroveň práce.....	D
Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně vyskytují přejeté pasáže bez udání zdroje, práce nemůže být doporučena k obhajobě)	A
Obrazové přílohy v dostatečném rozsahu, oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava	B
Původnost práce, přínos k rozvoji oboru.....	A
Celkové hodnocení diplomové práce (A-F)	B

Vlastní slovní hodnocení teoretické diplomové práce:

Student si vybral v dnešní době podstatné a skloňované téma využití „big data“ v audiovizuálních mediálních službách na vyžádání. Kdokoliv, kdo drží data, má pro ně vybudovanou infrastrukturu a může je z právního hlediska plně využívat, má v on-line prostoru výrazný náskok před konkurencí. Takový subjekt je schopen předpovídat chování uživatelů, což je v současném on-line světě rozhodující. Na téma big data jsem na FAMU zatím v diplomových pracích nenarazil. Velice si cením

studenta, že si takové téma vybral, protože se pouští do tématu, které si všechny firmy úzkostlivě brání a poskytují na veřejnost jen nejnütnější informace.

Student si vybral několik stěžejních témat, která rámcem užití „big data“ charakterizují. V začátku práce student doplňuje teorii získanou z různých analýz statistikami, čímž ukazuje velikost trhu v ČR a jeho chování. S charakterem tématu jsou validní především informace z posledních let. Student skládá mozaiku ze zdrojů od roku 2015. Je škoda, že úvodní kapitola konkrétně např. 1.2 nedoplňuje více o vlastní komentář situace, neboť data z různých let by si zasloužila občas více propojit. Došlo by tak i k větší aktualizaci k roku 2020, který je pro vývoj VOD podstatný a tvrdá data budou v mnoha případech dostupná v budoucnosti. Byla by to služba pro v oblasti méně orientované čtenáře. Polemizoval bych ve stejné kapitole i s rozdělením VOD do 3 kategorií – okrajová, mainstreamová a veřejnoprávní (student zde nekriticky přejímá a zasazuje do nového kontextu rozdělení Szczepanika, Zahradky a dalších spoluautorů z publikace Mapa audiovizuálního pole v České republice... - dostupné on-line). Nelze podle mě dávat do jednoho pytle SVOD, TVOD, AVOD/FVOD. Pro členění by bylo podle mě i vhodnější oddělit „catch up“ od ostatních služeb, ty potom dělit návazně (catch up služby vycházejí spíše z TV obsahu a mají tak trochu jiné postavení oproti jiným VOD, podstatná část cílové skupiny může být také odlišná od jiných VOD). V tomto případě bych doporučil studentovi, aby vytvořil vlastní členění dle jeho potřeb a nepřejímal členění z jiného kontextu.

Druhá kapitola se ponořuje již plně do tématu. Diplomant zde rozvádí způsob užití dat ze strany VOD portálů, čehož se student zhostil až na minimální drobnosti dobře. Z drobností např. nerozumím, proč je na str. 17 zbytečně využíván zdroj z roku 2014, který uvádí, že je sbíráno denně 2,5 bilionu dat (není jasné, jestli jde o mnoho/málo informací, množství dat v MB, GB, TB...). Míjí tak podstatu současnosti. Analýza zřejmě vycházela z dat 2013, a tak po 6-7 letech není z žádného pohledu validní (není ani využíváno k meziroční komparaci). Pro dokreslení jde o odkaz na dobu, kdy na Netflixu teprve běžela premiérově první série House of Cards. Jde naštěstí o drobnost, která se dala vychytat (případně bez jakékoliv ztráty vynechat).

Bezesporu zajímavé části jsou naproti tomu ty týkající se získávání dat a jejich využití v AVD tvorbě. Nutno podotknout, že sběr dat přes internet napřímou od koncových uživatelů není první snahou o využití dat v AVD. Televizní sběr dat přes peplemetry se oproti novým technologiím jeví v kontextu rozebíraného tématu jako prostředek z doby kamenné, ale jde o dlouhodobě využívaný prostředek. V práci jsem uvítal informace ohledně implementace využití big data do strategie podniku a návazné nutné změny organizační struktury, aby společnost byla schopna rychle reagovat na změny. Zajímavá je i podkapitola věnující se pojmu Video Genom (a propojení mapování obsahu s českou realitou a projekty Mall.tv) včetně navazující podkapitoly týkající se doporučení obsahu zejména kolaborativního filtrování a naznačení dalších možností.

Případové studie seskládané z různých zdrojů jsou zajímavé k dokreslení, jak jsou data využívána a převádí teorii do praxe. Zde bych měl jen drobnou poznámku – z podkapitoly týkající se Netflixu (str. 60 – poslední odstavec) je zjevné, že firma pracovala pro úvodní scénu House of Cards jinak oproti standardu. Buď uvolnili pro testování divákům obsah domů, což je minimálně pravděpodobné vzhledem k přísným pravidlům pro ochranu obsahu. Pravděpodobnější varianta je, že Netflix využil informace z klasické focus groups a to už je jiná práce s daty, která by měla být v rámci práce trochu oddělena. Nejde o klasickou práci s big data – nešlo by tím pádem návazně ani o příklad ovlivnění děje díky práci s big data.

Jako důležitou vnímám případovou studii Mallu, ARTE a HBO. HBO mi v komparaci našeho trhu přijde charakterem nejlépe porovnatelné vůči Netflixu, kterému je věnováno v práci nejvíce času (využívá i jiný systém doporučení obsahu).

K právním otázkám se dostáváme na konci. Proporčně by mělo větší smysl je zařadit před případové studie, kde je i nějaký soudní spor v jednom případě zmiňován. Poslední kapitola věnuje diplomant odpovědím na otázky, ke kterým během zkoumání tématu došel a jsou tak propojovacím prvkem pro celou práci.

Na práci mě mrzí jen množství chyb a překlepů. V jednom případě je nakopírován odstavec 2x (str. 55), jinde např. na straně 43 je první věta této strany nedopsána. Na straně 59 je vícero chyb typu komolené jméno režiséra Davida Finchera. Bandersnatch je správný název Netflixového filmu (nikoliv

Bendersnatch) a dle mého soudu nešlo o krátký film. Jsou to drobnosti, které ale práci v konečném důsledku znevěrohodňují a poukazují na v některých oblastech zrychlenou rešerši.

Rozsah práce se svými 114 stranami výrazně přesahuje běžnou diplomovou práci a blíží se více směrem k disertační práci. Pro tu by se ale s tématem muselo zacházet jinak. Délka práce je i otázkou na korekci z pohledu vedení práce. Je mi jasné, že téma je to obrovské a student se jej snažil vytěžit na maximum, což mu jde ke cti. Délka by ale neměla přesahovat běžný rozsah diplomové práce. Charakter textu však plně odpovídá diplomové práci. U některých grafů bych uvítal širší legendu pro pochopení, jak je číst.

Vůči práci jsem v některých bodech kritický, na druhou stranu ale vnímám, že je příprava takové práce nelehká. Velcí VOD giganti se běžně nedělí o informace ani s producenty jejich vlastního obsahu a je tedy problematické se k nějakým relevantním datům dostat. Producenti mívají často lepší zpětnou vazbu ze strany TV společností. Student sesbíral dostupná data a spojil je smysluplně dohromady. Přes veškeré výtky bych rád zdůraznil, že jsem rád, že se Jakub Rálek nebál si vzít toto složité téma a vypořádal se s ním v rámci možností se ctí. Student prokázal schopnost samostatné tvůrčí činnosti a splňuje požadavky kladené na podobu diplomové práce. Diplomovou práci doporučuji k obhajobě.

Doplňující otázky na studenta (stačí si vybrat jeden z uvedených bodů):

- 1) Na str. 29 je uvedena věta. „Některé otázky vyplývající z big data budou ještě dlouho nerozluštitelné.“ Proč a o jaké jde otázky?
- 2) Na straně 73 je zmíněn bez širšího komentáře následující odkaz *V roce 2020, kdy se ukazuje, že mnohé české VoD platformy zanikají nebo brzdí tvorbu svého obsahu, je Mall.TV jednou z mála, která dále produkuje vlastní obsah. „Mall.tv postavená na provázanosti se skupinou e-shopů Mall Group jako víceméně jediná stále pokračuje v tvorbě vlastních seriálů, čímž navazuje na dlouholeté působení Lukáše Záhoře a jeho týmu na Streamu.“ (Jetmar, 2020)* Nedokazuje to změnu/deklinaci úrovně trhu způsobené rozšířením dalších diváckých platforem? Jaký na to máte názor? Lze využít nějakou úvahu z práce, o kterou se dá v této analýze opřít?
- 3) Lze popsat způsob práce s big data při postprodukcí projektu? Jak je projekt zveřejňován, v jakém režimu a rozsahu. Jak dlouho trvá takové vyhodnocení dat?

Datum: 6.9.2020

Podpis:

