

Katedra produkce

Posudek teoretické práce – bakalářské / magisterské

Autor/ka práce: Marek Dusil

Název práce: A24 – Umění filmové distribuce

Posudek vedoucí/ho práce

Posudek oponenta/ky

Autor/ka posudku (jméno, příjmení, pracoviště): Ondřej Kulhánek, Bontonfilm

Hodnocení obsahu a výsledné podoby teoretické práce

Vhodnost zvoleného cíle a přístupu práce: C

Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu: C

Schopnost kriticky vyhodnotit a použít odbornou literaturu: D

Logičnost struktury práce, souvislost jejích kapitol a jejich proporce: C

Jazyková a stylistická úroveň práce: C

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

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

Původnost práce, přínos k rozvoji obor: C

Celkové hodnocení práce (A-F) C

(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 namísto položit doplňující otázku ve smyslu, kam by uchazeč pokračoval v dalším výzkumu.

Vlastní slovní hodnocení teoretické práce: Hlavní problém posuzované diplomové práce spatřuji ve volbě tématu a způsobu jeho zpracování, který je spíše popisný a kdy se autor často nedostává k hlubší analýze popisovaného fenoménu, zejména v oblastech finančně-ekonomických a marketingových. Zůstává tak povětšinou u obecnějších soudů a tezí, kterým i mnohdy chybí potřebná argumentace.

Už ze začátku si člověk může položit otázku, nakolik je studio A24 tak výrazné a na kolik reprezentuje americký indie trh, chybí zde popis historického a aktuálního backgroundu indie scény, detailnější rozbor vývoje indie společností jak distribučních, tak producentů. To se pak odráží i v několika faktických nepřesnostech včetně toho, že autor v celé práci mluví existujícím zakládajícím triu klíčových lidí, přičemž už v roce 2018 John Hodges oznámil svůj odchod.

Zde dávám k úvaze několik otázek pro autora práce, které by bylo vhodné zodpovědět:

- Strana 11 – autor mluví o tom, že se vyplatí v US prostředí vyrábět jen filmy s 5-10 mio USD rozpočtem, nebo pak blockbustery na 100 mio USD – z jakých dat plyne toto tvrzení?
- Na základě jakého výzkumu autor tvrdí, že mladí lidé chodí do kina jen kvůli velkému podívanému?
- Autor hovoří často ve své práci o „kvalitě“ obsahu vyráběného společností A24, jaká jsou kritéria tohoto parametru kvality? Jde o ceny, kritické ohlasy, či divácké hodnocení nebo dokonce o ohlas filmařů samotných?
- Strana 12 – velmi nedostatečná část věnující se financování společnosti, zde bych očekával detailnější pohled na strukturu financování – aktuální zkratka připomíná spíše heslo Wikipedie než parametry diplomové práce.
- VOD partnerství patří k tomu nejzajímavějšímu v kontextu celého trhu a zde je A24 nepochybně průkopníkem, ovšem autor se tomu věnuje opět velmi povrchně a jen formou výčtu služeb, se kterými byl takový deal realizovaný.
- Na straně 14-15 se autor pouští do kategorického soudu, kdy tvrdí, že řada indie společností musela ustoupit ze své indie strategie, „nebo byly považovány za nevýdělečné a následně byly pohlceny svými mateřskými firmami“. Tady chybí základní argumentace, o jaké společnosti šlo, kde se takovýto trend objevil - realita byla mnohdy odlišná – řada majors si stále drží své indie brandy, s rozvojem poptávky po obsahu zejména ze strany streamovacích služeb dochází i ke vzniku dalších zajímavých a průkopnických společností s indie přívržkem...
- Na straně 16 pak autor hovoří o posunu arthouse diváka z kin na VOD, čím toto tvrzení podkládá?
- Na straně 16 tvrdí autor, že filmografie studia A24 má vizuální vzhled, který propojuje filmy kompaktně a esteticky, ale opět příklad dvou filmů, kde se tomu tak děje, je za mne nedostatečný a naopak lze vybrat řadu dalších příkladů, kde tomu tak není.
- Autor se dopouští chybné kategorizace obsahu, kde především v první části mluví jen o filmech a vynechává přitom i velmi důležitou část seriálů, jež byla a je pro A24 naprosto zásadní.
- Propagace – autor mluví o kontroverzním způsobu propagace, ale chybí příklad a doložení této kontroverznosti – příklad s Ex Machina je zajímavý, ale nikoliv kontroverzní. Zde je autor velmi obecný, a to platí i o části hovořící o marketingu. Autor zmiňuje revoluci v marketingových technikách, samozřejmě, že využívání sociálních sítí mohlo být průlomové, ale na základě jakých dat opírá autor své tvrzení?
- Autor hovoří i o strategii „silent release“ u hůře přijatých filmů a dává příklad filmu Spring Breakers jako titulu se špatným diváckým přijetím, ale mohutnou marketingovou kampaní

Film and TV School of Academy of Performing Arts in Prague
 Smotensko 234, Praha 2, 120 00, tel. +420 234 244 363
 famu@famucz.cz, www.famucz.cz

– opět postrádám analýzu, proč si to studio může dovolit především z pohledu finančního

- Na straně 23 -24 autor hovoří o modelu zaměřeném „více na film a méně na zisky“. Srovnává to autor s modus operandi majors? Samozřejmě v tržní ekonomice je ziskovost nutná i pro A24.
- Obecně autor neposkytuje u finančních otázek očekávaný detail a argumentaci. Z čeho plyne například tvrzení, že si studio může dovolit ztratit 5-10 mio USD u „každého jednoho projektu“? U roku 2019 chybí pak detail zmíněných filmů, finanční výkazy společnosti celkově, srovnání s léty minulými....
- Televizní projekty a VOD projekty patří možná k tomu stejně silnému a zásadnímu jako filmová produkce a distribuce společnosti A24, proč se autor věnuje jen jednomu projektu Euphoria? Chybí naprosto nastínění ekonomiky vztahu společnosti A24 s jednotlivými streamovacími partnery a finanční pozadí.
- Na straně 34 píše autor o „mohutné a nezvyklé kampani“ k filmu Spring Breakers, v čem byla mohutná a nezvyklá?
- Kapitola Distribuce řečí čísel pak dle mého názoru pracuje velmi špatně a nepřesně s ekonomikou jednotlivých projektů. Autor zmiňuje, v podstatě v celé práci, jen hrubé tržby, ale nikde nenabízí jejich rozpad a případné parametry výnosu a ziskovosti konkrétních projektů, či samotné společnosti A24. Chybí mi zde základní finanční parametry v podobě výsledku hospodaření, EBITDA ad. v průběhu jednotlivých let. Autor tak ve mne vyvolává otázky, zdali si je těchto parametrů vědom a zná je. Srovnávání souhrnné hrubé tržby v amerických kinech a počtu titulů uváděných do kin v jednotlivých letech je z tohoto pohledu naprosto nicneříkající a matoucí.
- Tvrdit, že současný americký kino trh je definovaný blockbustery vs filmy A24 je nesmysl, a to už jen z pohledu počtu produkováných filmů touto společností, tento počet ostatně autor o něco výše zmiňuje.
- Moonlight – autor používá tento příklad jako ukázkou progresivního marketingu. Můžeme připustit premisu, že A24 byla průkopnická z pohledu využívání sociálních sítí v době svého vzniku (2012), ale co je průkopnické na tom, že v roce 2016 umísťovala na sociální sítě „historyky za natáčení“?

Přes veškeré nedostatky zmíněné výše se domnívám, že autor prokázal schopnost samostatné tvůrčí činnosti ve své oblasti výzkumu a jeho práce za mne splňuje požadavky standardně kladené na diplomové práci a doporučuji ji k obhajobě s hodnotící známkou C.

Datum: 13.9.2021

Podpis: 