

Posudek vedoucího závěrečné bakalářské práce

Jméno autora práce a studijní obor: **Pavlna Bělecká, Grafická tvorba – multimédia**

Název práce, rok zpracování: **Motion design začínající společnosti, 2023**

Vedoucí závěrečné práce: **Mgr. et MgA. Pavel Trnka, Ph.D.**

Oponent závěrečné práce: **MgA. Michal Čepelka, Dis.**

Kritéria hodnocení:	hodnocení (body):
<u>Písemná část:</u>	
1. Téma: míra respektování, odůvodnění případných odchylek od zadaného tématu	0 1 2 3 4 ⑤
2. Struktura práce: logika členění jednotlivých částí	0 1 2 3 ④ 5
3. Obsah práce a přínos pro obor: kvalita, náročnost a originalita řešení úkolu, splnění cílů práce, autorský přínos	0 1 2 3 4 ⑤
4. Kvalita textu: respektování stanovené normy / rozsahu stylistika a gramatika, úroveň jazykového vyjádření	0 ① 2 3 4 5
5. Práce s literaturou: kvalita a kvantita, etika práce s literaturou	0 ① 2 3 4 5
<u>Realizace:</u>	
6. Téma: míra respektování, odůvodnění případných odchylek od zadaného tématu	0 1 2 ③ 4 5
7. Obsah práce: výtvarná kvalita, náročnost a originalita řešení úkolu	0 1 2 3 4 ⑤
8. Forma práce: řemeslná kvalita práce	0 1 2 3 4 ⑤
9. Přínos pro obor: splnění cílů práce, autorský přínos	0 1 2 3 ④ 5
10. Dokumentace: kvalita, výtvarné dokumentace	0 1 2 3 ④ 5

Počet bodů: 37

Shrnutí a závěr:

Téma, které si Pavlna Bělecká zvolila, mě zpočátku nadchlo. Společně jsme objevili netušenou prehistorii motion designu, který má předchůdce nejen v animaci, ale všude tam, kde se vyskytovaly pohyblivé se, očím vystavené grafické či písmové znaky, a to na vojenských standardách, vlajkách, erbech, zavěšených domovních znameních, v papírových mechanismech pop-up knih a s trochou fantazie i v dynamických křivkách iluminovaných středověkých rukopisů.

Jakmile však bylo nutné začít psát odborné texty, má radost zmizela. Když jsme byli ve třech čtvrtinách a po usilovném pomáhání jsem boj o lepší text, promiňte mi to, vzdal. Opakovaně jsem totiž narážel na přílišnou povrchnost bez snahy jevy do hloubky prozkoumat a přesně popsat.

Opravdu marně jsem kritizoval nadužívání superlativů, za kterými se skrývaly nepřesné, nepravdivé, zavádějící nebo i zcela nesmyslné věty. Některé z nich v textu zůstaly bohužel i teď.

Příklad číslo jedna:

"Adobe After Effect; Tento nástroj je považován za jedem z nejvýkonnějších kreativních nástrojů v historii." (str. 25)

Na první pohled jde o nevinou větu zdůrazňující kvalitu softwaru After Effects, ve skutečnosti je to v podstatě nesmysl tvrdící, že kreativita (= tvořivost napříč celou historií) se zužuje na 30 posledních let existence After Effect, a že tento software výkonově zvítězil mezi libovolnými nástroji napříč všemi obory, kde je tvorba dostupná a možná.

V příkladu číslo dva chválí autorka motion design za to, že: *„Dokáže urychlit proces přenosu informace, upoutat divákovu pozornost a akcentovat sdělení klíčových informací, které pak dokáže divák vstřebat v relativně krátkém čase.“* (str.20) Tato věta je v ideálním případě pravdivá, ale chybí tu informace, že ideálu tvůrci motion designu nedosahují zdaleka ve všech svých dílech. MD totiž skvěle funguje jen tehdy, když je kvalitně provedený a zasáhne cílovou skupinu, a to ve správném kontextu a ve prospěch celkové strategie firmy. Taková věc ale vůbec není snadná ani samozřejmá, ba úplně naopak. Věta je tedy zavádějící svým nekritickým optimismem. Abych to doložil, zde je

příklad. Jistá firma Inzio chtěla zvýšit objednávky na nabízenou službu tím, že přidá MD animaci na tlačítko, kterému se říká „CTA button.“ Po jeho stisknutí byl návštěvník přesměrován na vyplnění objednávkového formuláře. Studie pak paradoxně prokázala, že tzv. konverzní poměr se po nasazení animovaného doplnku nezlepšil, ale dokonce zhoršil, a to o celých 16 %. Jediné, co se zvýšilo, byl čas, který návštěvníci věnovali prohlížení animovaného panáčka ukazujícího na tlačítko. Všem se zřejmě líbil, ale tak dokonale je rozptýlil a zmátl, že nákup vůbec neprovedli. (viz Inzio, 2016) Třetí a poslední příklad je ze strany 26 věnované motion-designovému softwaru. Ten ponechám zcela bez komentáře: „*Maya je profesionální 3D software pro vytváření realistických postav a efektů, které stojí za senzaci.*“

Naštěstí praktická část je po animátorské i grafické stránce zdařilá až výborná. V prvních návrzích se slečna Bělecká zabývala 3d grafickým řešením, toto kreslené je ale mnohem lepší. Kdyby se bakalářské práce realizovaly jen prakticky bez psaní, byl bych tu býval pouze chválil. Oceňuji plynulost animace, její dynamiku a přesvědčivost tekutých efektů i tvarů v zajímavém barevném akordu žluté, modré a bílé. To celé v pečlivé vektorové stylizaci. A k dokonalosti mi tu chybí pouze ozvučení. Je mi opravdu líto, že jsem se zvukem nemohl pomoci na úkor neustálého řešení teoretického textu. Autorce přesto děkuji, že této části věnovala takovou až profesionální péči a výsledné hodnocení po sečtení obou částí tím pádem rovnám na lepší průměr.

Práci doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnocení: C

Datum: 27. 5. 2023

Vedoucí bakalářské práce (*správnou variantu zvýrazněte)

Podpis:

Vysvětlivky: V každé kategorii lze udělit max. 5 bodů. Celkové hodnocení: **A** = 50-46 bodů, **B** = 45-41 bodů, **C** = 40-36 bodů, **D** = 35-31, **E** = 30-26, **F** = 25 a méně, práce je neúspěšná. **V žádném bodě hodnocení nesmí být hodnocení 0, v tom případě je celkové hodnocení F.**

Označte body v jednotlivých kritériích hodnocení (vyznačením příslušné číslice tučně, nebo zaškrtnutím) a doplňte Shrnutí a závěr – doporučený rozsah max. 1 normostrana textu, zdůrazněte hlavní kvality / nedostatky práce. Oponent navrhne dva tematické okruhy nebo dvě otázky k diskusi při obhajobě. Na závěr napište, zda práci doporučujete k obhajobě.

Vytiskněte, připojte podpis a dopište stupeň celkového hodnocení. Vlastnoručně podepsaný originál odevzdejte na sekretariátu katedry. Externí vedoucí či oponenti zasílají posudek na sekretariát katedry i v elektronické verzi.

Použitý zdroj k citované studii:

INZIO, 2016. 7 případových studií, 7 trumfů i průšvihů v online marketingu. *Blog Inzio* [online]. INIZIO Internet Media, 10 [cit. 2023-05-26]. Dostupné z: <https://www.inizio.cz/blog/7-pripadovych-studii-7-trumfu-i-prusvihu-v-online-marketingu/#wbounce-modal>