

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ
Fakulta multimediálních komunikací
Atelier audiovize – režie

Bakalářská práce
Teoretická část

Propagační film – MobilZona
Reklamní spoty – Mobilzona – Obraz vs. MMS (upoutávka)

Prohlašuji, že jsem na celé teoretické bakalářské práci pracoval samostatně, citované autentické materiály jsou zřetelně označeny.

Ve Zlíně dne

.....
podpis autora

Propagační film Mobilzona – pilotní díl

Obsah

Úvod

Analýza tématu

Technický scénář

Režijní explikace

Rozpočet

Závěr

Úvod

Už před čtyřmi roky jsem začal pracovat na projektu Mobilzona. Zamýšlel jsem se nad tím, jak to, že ještě nikde ve světě nevysílají žádný pořad o mobilních telefonech? Vždyť už v té době byl tento přístroj samozřejmou součástí moderního člověka. Mnoho z nás si bez něj už neumí představit život. Navíc ty hory neustálých novinek a zlepšováků, kdo se v tom má vyznat. V éteru zkrátka chyběl a zatím stále chybí pořad, který by divákovi dokázal v tomto odvětví poradit - ukázat - správně nasměrovat – zkrátka provézt ho trhem mobilní komunikace.

Po pár týdnech přemýšlení a konzultací s odborníky v oblasti mobilní komunikace jsem sepsal první scénář k prvnímu pilotnímu dílu pořadu. Po realizaci prvního pilotního dílu jsme se s rozrůstajícím se týmem odhodlali „vychytat mouchy“ na druhém pilotním díle a jelikož jsme nebyli spokojeni ani s ním, pustili jsme se do realizace třetí verze pilotního dílu, který už také vznikl jako pilotní showreel projektu Mobilzona pro jednání s televizí Prima o zařazení tohoto cyklu do vysílání.

Třetí pilotní díl projektu Mobilzona Vám také předkládám jako část mé praktické bakalářské práce na téma reklamní film.

Analýza tématu

Reklamní film

Reklamní film je zpravidla kratší film o délce 5 až 20 minut. Stopáž záleží na věci, kterou reklamní film prezentuje a prostředcích, jež je zadavatel ochoten do filmu investovat. Reklamní film kombinuje prvky klasické reklamy, klasické prezentace a reportáže. Jeho účelem je udržet divákovu pozornost a srozumitelně ho seznámit s předmětem filmu tak, aby jej poznal a v principu pochopil. Zároveň by reklamní film měl vyjádřit image a filosofii firmy nebo propagovaného produktu. V těchto ohledech dle mého názoru projekt Mobilzona splňuje zadání. Jak jsem již částečně uvedl v úvodu, předkládaný snímek není koncipován jako samostatný reklamní film, ale jako jeden z dílů celkového propagačního projektu Mobilzona, jehož hlavním úkolem je propagace a osvěta možností mobilní komunikace.

1. CO JE MOBILZONA?

Pořad MobilZona je 10-15 minutový pořad zabývající se problematikou mobilní telekomunikace ke vztahu k široké veřejnosti. Cílovou skupinou diváků je především věková skupina od 20 do 35 let. Ideální divák je 25 letý muž se středoškolským vzděláním, se zájmem o možnosti o moderní techniky a průměrným příjmem. Pořad je koncipován tak, aby přibližoval široké veřejnosti problematiku a možnosti mobilní telekomunikace (mobilní internet, WAP, GSM, e-banking apod.) Měl by být jakýmsi pomocníkem při orientaci na trhu mobilních telefonů a zároveň by měl uživatele „naučit“ využívat některé mobilní technologie a osvětlit pojmy jako WAP, GPRS, EDGE, Bluetooth, MMS apod. Rovněž by měl být rádce jak ušetřit – tedy jak si správně vybrat tarif nebo jak skombinovat různé služby operátorů.

2. KONCEPCE

Pořad se skládá z jednotlivých reportáží (šotů), které jsou propojovány pomocí grafického jinglu podobně jako pořad Kinobox. Komentátor (redaktor) opět jako u Kinoboxu provází pouze hlasem. Tedy oproti pořadům zaměřeným podobným směrem jako např. Game page a Zavináči, nemá studiového moderátora ani virtuální studio.

MobilZona je koncipována jako týdeníke. Tzn. čtyři díly v měsíci.

Jeden díl v měsíčním cyklu by byl postaven na jednom z klíčových témat. (Např. Datové komunikace, Hlas. služby, Zábava apod.). Tzn. pokud bychom např. vybrali téma Datová komunikace, byl by postaven na problematice mobilní kanceláře, recenzoval by se telefon nebo telefony, které jsou k tomuto účelu určeny (i v různých cenových úrovních), osobností by byl člověk, který možnosti mobilní kanceláře často využívá.

Cykly by nebyly přímo odděleny, ale měl by se od toho odvíjet výběr telefonu i obsah jednotlivých rubrik.

3. DĚLĚNÍ POŘADU

Úvodník – seznámení s obsahem pořadu

FlashNews – horké novinky

Recenze – recenze telefonu + rozhovor s významnou osobností

Anketa – anketa k hlavnímu tématu

Téma – hlavní téma pořadu

Reportáž– reportáže, rozhovory

HotNews – nejposlednější novinky

Soutěž

4. STAVBA POŘADU

Pořad je ohraničen na začátku a na konci 10 sekundovou **znělkou**. Po znělce následuje **úvodník**, který diváka seznamuje s tím, co se v následujících minutách pořadu dozví. Cca. 30 sec. Následuje 45-60 sekundová **Smršť novinek** (Flash News) z oblasti telekomunikačního dění. Následuje 2 minuty dlouhá **recenze telefonu** (spíše technická). Další částí je **rozhovor** se známou osobností, která před tím týden recenzovaný telefon užívala a seznámí tak diváka s uživatelským rozhraním a obecně s telefonem z pohledu laika. Zároveň tato osobnost prozradí něco ze soukromí. Následuje cca. 4 minutová **reportáž jednotlivého cyklu** (WAP, GPRS, GSM, display apod.) a po ní půlminutka zaměřená na **krátké info** (spíše grafická) např. mapky pokrytí, přehled předplacených tarifů apod. Konec pořadu je věnován **reportáži. SUPER NOVINKA** - seznamuje diváky s opravdu poslední novinkou na trhu. Poslední cca. půl minuta patří **soutěži**, která je spojena s SMS hlasováním.

5. Ukázkový bodák patnáctka

Celkový čas	Délka	Popis
0:00	15s	Znělka
0:15	30s	úvodník
0:45	1 min	Flash news
1:45	2 min	Recenze (N 6310)
3:45	1 min	Rozhovor s ... (N 6310 a osobní zkušenosti)
4:45	2,5 min	téma (Wap – jak nastavit telefon, co naleznu na wapu, jak ho užívat efektivně, zajímavé odkazy, telefony a verze prohlížečů)
6:15	5 s	„rychlovka“ (přehled pokrytí operátorů v procentech)
6:20	2 min	Reportáž / rozhovor
8:20	30 sec	Super novinka
8:50	30 sec	soutěž
9:20	30 sec	co přístě, titulky, znělka //Total time //

Scénář

Práce na scénáři k Mobilzóně vyžadovala řadu odborných informací a studium materiálů týkajících se mobilních komunikací. Pomocí mi byla i redakce serveru Mobilmania.cz a časopisu Yop , se kterou jsem tuto problematikou často konzultoval.

Scénář vznikl postupně a mnohokrát se upravoval, protože jsme si často uvědomovali potřeby jednotlivých dílčích cílových skupin a k tomu i přizpůsobovali nejen celkové tempo pořadu, tak i odborný „jazyk“, který pořad používá.

Nakonec se nám ale podařilo dát dohromady ucelenou koncepci pořadu, která bude, jak doufáme, zajímavá a stabilní.

Důležitým prvek byla i snaha o to, aby pořad nesklouzl k příliš odborné terminologii. Tedy aby osvětloval základní problémy a fakta týkající se tématu a nepřehltl se odbornými výrazy.

ÚVODNÍK

<u>1D</u> (záběry z recenze) Sony Ericsson K700 v ruce dívky <u>2 PD</u> dívka drží telefon v ruce a pracuje na klávesnici <u>3 D</u> telefon rotující v prostoru <u>4 PD</u> (záběry z rozhovoru) Otto Kalus při rozhovoru o SE K700i v kavárně <u>5 C</u> (záběry z téma dílu) dívka fotí telefonem <u>6 D</u> na displeji telefonu se odehrává postup odesílání MMS <u>7, 8, 9, 11 PC</u> ilustrativní záběry z CeBitu	Vítejte u dalšího pořadu Mobilzona, dnes Vám představíme SonyEricsson K700i, a zeptáme se Otty Kalluse jak se mu se sedmi stovkou pracovalo. Ukážeme Vám, že multimedialní zprávy nejsou zbytečností a poradím jak je použít v praxi Do blízké budoucnosti nahlédneme v reportáži z letošního Cebitu a na závěr si opět zasoutěžíme.	

Flash News

<u>12 C</u> záběry na výstavní stánek společnosti Vodafone na výstavě CeBiT 2005. <u>13 D odjezd na C</u> Sídlo společnosti Český mobil – OSKAR <u>14 D</u> prodejna společnosti Oskar <u>15</u> Mapa působení Vodafone v Evropě <u>16 D</u> prodejna společnosti Eurotel <u>17, 18 D</u> záběry na BTS <u>19 D odjezd C</u> prodejna společnosti Eurotel poutače na téma Eurotel a data <u>20 D švenk</u> čelní pohled na N9300 <u>21 C</u> otevření přístroje na hlavní displej a klávesnici.	Mezinárodní operátor Vodafone překvapil bleskovou koupí nejmenšího českého operátora Oskara. Vodafone je jedničkou na světovém trhu a tak se dá očekávat velký boj o zákazníka i u nás doma.. Eurotel spustil na vysílačích v Praze a Brně EDGE. Uzavřel tak úsilí všech českých operátorů o spuštění této zrychlené verze GPRS. Očekávaná novinka z Finska je malý komunikátor Nokia 9300. Za 22 tisíc nabízí vedle většiny mobilních funkcí také plnohodnotnou klávesnici a velmi líbivý design.	
---	--	--

Recenze

<u>22 D</u> SonyEricsson k700i v ruce dívky <u>23 PC</u> Dívka pracuje na klávesnici telefonu <u>24 C</u> telefon rotující v prostoru z čelní strany <u>25 C prolínačka</u> telefon rotující v prostoru ze zadní strany <u>26 D</u> telefon rotující v prostoru z čelní strany <u>27 D</u> displej <u>28 PD</u> dívka pracuje na klávesnici <u>29 D švenk</u> displej a švenk na klávesnici a joystick <u>30 C nájezd D</u> nájezd na detail telefonu v ruce dívky <u>31 D</u> objektiv fotoaparátu přístroje <u>32 D</u>	Dnes Vám představíme SonyEricsson K700i, nejvyšší model výrobce. Telefon je omlazením předchozích úspěšných modelů T610 a T630. Dodržuje tradici a nabízí maximální výbavu, moderní hranatý design ve stříbrném provedení, při zachování ideální velikosti a hmotnosti 93g. Dominantou telefonu je barevný aktivní display s podporou 65tisíc barev, který patří mezi nejkvalitnější na trhu. Tradiční rozvržení tlačítek dává záruku jednoduché manipulace. Přehledné obrázkové menu je doplněno animacemi. Přístroj se ovládá pomocí joysticku a čtyř funkčních kláves, hranatá, průhledná tlačítka mají dobrý zdvih. Práce s aplikacemi, kalendářem i psaní SMS je proto pohodlné. Vestavěný fotoaparát s rozlišením 640x480 bodů patří k nadprůměrným mezi podobnými přístroji	
---	---	--

ovládací prvky fotoaparátu 33 C dívka vychází z výtahu, dívka fotografuje 33 PD Fotografující dívka – přes rameno u skla. 34 D displej telefonu 35 D švenk telefon na kalendáři 36 D displej telefonu se zapnutou funkcí Bluetooth 37 D odjezd C Dívka vloží telefon do připojovací kolébky 38 D displej – spuštění hudebních souborů " 39 PD dívka poslouchá hudbu ze sluchátek 40 D telefon rotuje v prostoru 41 C Dívka nastupuje do výtahu a odjíždí	a umožňuje překvapivě zdařilé záběry. Fotografii lze pořídit s efekty nebo v nočním režimu a okamžitě ji odeslat pomocí MMS nebo přiřadit ke kontaktům v telefonním seznamu. Aparát je výborně vybaven pro práci. Běžnou výbavou je infraport, WAP a Bluetooth, telefon lze připojit k počítači i datovým kabelem a díky podpoře GPRS jej lze využívat jako modem pro připojení k internetu. Přístroj přehrává hudební soubory MP3, které je možné nastavit jako vyzvánění. Chybí ale paměťová karta a disponuje 40MB vnitřní pamětí, na písničky však mnoho místa nezbývá. SonyEricsson K700 není revolucí, ale kvalitním následovníkem úspěšné modelové řady výrobce. Klesá jeho cena a proto je vhodný nejen pro zaměstnané podnikatele, ale i aktivní uživatele, kterým poskytne vynikající kvalitu za velmi konkurenční cenu.	
---	---	--

Rozhovor

42 PD

Otto Kalus u stolu v kavárně, v ruce drží K700i.

43, 44 D

prostříhy na D telefonu

Otázky:

Měl jste možnost vyzkoušet si SE K700, co Vás na něm zaujalo?

Jak se Vám s mobilem celkově pracovalo?

Bylo i něco, co by Vám vysloveně vadilo?

Anketa

45 - 50 PD

odpovídající na anketní otázku

Otázka:

Víte co je to MMS?

Téma – MMS

<u>51 C</u> Přicházející trojice se chystá vyfotit se mobilním telefonem. <u>52 D</u> vyfocení fotografie <u>53 C</u> chlapec fotí dívky <u>54 PD</u> chlapec fotí mobilním telefonem <u>55 PD</u> dívky pózují <u>56, 57 D</u> ilustrační záběry z internetu na téma MMS <u>57 D</u> displej telefonu – postup odeslání MMS <u>58, 59, 60 D</u> ilustrační záběry z internetu na téma MMS <u>61, 62, 63 D</u> žánrové záběry	Všichni o nich mluví, operátoři nás přesvědčují, že je každý musí mít. Moderní zprávy se jmenují MMS, podívejme se o čem je vlastně řeč. MMS je anglická zkratka pro multimediální zprávy. Zatímco staré zprávy přenášejí pouze text, MMS umožňuje poslat kromě 1000 znaků textu také barevný i pohyblivý obrázek, fotografii z vestavěného fotoaparátu v mobilu nebo i velmi krátké video. Doplnit pak můžeme i zvuk ve správném formátu. Po vyfocení fotografie stačí v nabídce zvolit volbu „odeslat jako MMS“ a zpráva je připravena. Zbývá doplnit text a jestliže máte chuť, můžete i nahrát krátký vzkaz nebo připojit melodii. Takovou zprávu odešlete i ze zahraniční dovolené. Operátoři nabízejí za cenu od deseti do třiceti korun zasílání obrázkového počasí, večerníčky, vtipy, ale také kurzy měn nebo foto z dopravy. Ačkoli je cena MMS u všech operátorů deset korun, mají nám nové zprávy co nabídnout a postupně vytlačí běžné SMS.	
---	--	--

<u>51 C</u> Přicházející trojice se chystá vyfotit se mobilním telefonem. <u>52 D</u> vyfocení fotografie <u>53 C</u> chlapec fotí dívky <u>54 PD</u> chlapec fotí mobilním telefonem <u>55 PD</u> dívky pózují <u>56, 57 D</u> ilustrační záběry z internetu na téma MMS <u>57 D</u> displej telefonu – postup odeslání MMS <u>58, 59, 60 D</u> ilustrační záběry z internetu na téma MMS <u>61, 62, 63 D</u> žánrové záběry	Všichni o nich mluví, operátoři nás přesvědčují, že je každý musí mít. Moderní zprávy se jmenují MMS, podívejme se o čem je vlastně řeč. MMS je anglická zkratka pro multimediální zprávy. Zatímco staré zprávy přenášejí pouze text, MMS umožňuje poslat kromě 1000 znaků textu také barevný i pohyblivý obrázek, fotografii z vestavěného fotoaparátu v mobilu nebo i velmi krátké video. Doplnit pak můžeme i zvuk ve správném formátu. Po vyfocení fotografie stačí v nabídce zvolit volbu „odeslat jako MMS“ a zpráva je připravena. Zbývá doplnit text a jestliže máte chuť, můžete i nahrát krátký vzkaz nebo připojit melodii. Takovou zprávu odešlete i ze zahraniční dovolené. Operátoři nabízejí za cenu od deseti do třiceti korun zasílání obrázkového počasí, večerníčky, vtipy, ale také kurzy měn nebo foto z dopravy. Ačkoli je cena MMS u všech operátorů deset korun, mají nám nové zprávy co nabídnout a postupně vytlačí běžné SMS.	
---	--	--

Reportáž

<u>64, 65 PD</u> Návštěvníci veletrhu <u>66 C</u> poutače na veletrhu, velký mobilní telefon LG <u>67 PC</u> kolekce Samsung <u>68 C</u> stánek Samsung <u>69 C</u> stánek Motorola <u>70 PD</u> nový model Samsung <u>71, 72, 73</u> ilustrativní záběry UMTS <u>74 C</u> audiovizuální poutač na SE W800 <u>75 D</u> Přístroje W800 <u>76 PD</u> W 800 v originálním obalu <u>77 PD</u> Hosteska společnosti SonyEricsson <u>77 b</u> logo Walkman <u>77c</u> přístroj SE W 800 <u>78 PD</u> Hosteska demonstruje mp3 přehrávač	Zveme Vás na prohlídku největšího evropského veletrhu o mobilních komunikacích Cebit. Každý rok zde výrobci předvádějí nejnovější technologie, uvádějí nové modely a ukazují blízkou budoucnost mobilních komunikací. Význam veletrhu každý rok roste, v letošním roce ho navštívilo více než půl milionu návštěvníků. Hlavním letošním tématem byly nové sítě třetí generace UMTS, snad každý ukazoval vlastní řešení a předváděl v síti nové modely mobilních telefonů. Zahanbit se nenechali ani oba největší operátoři Vodafone a T-Mobile, nejzajímavější však byl pavilon lokálního operátora Eplus. A co nás nejvíce zaujalo? Zeptali jsme se v pavilonu SonyEricsson na zajímavý model W800, který nabízí mimo mobilních funkcí a nejmodernějšího dvoumegapixelového fotoaparátu také Walkmana pro MP3 společnosti Sony. <i>Na kongresu v Cannes v pulce února byla představena spolupráce mezi Sony Ericsson a Sony Walkman. A jaká že je idea? Všichni na světě znají walkman. Znají jeho logo a snad všichni si ho dnes spojí s hudbou. I když veškeré nové modely SonyEricsson jsou přizpůsobeny pro přehrávání hudby, právě W800 je pro mobilní hudbu vybavena nejlépe. Disponuje opravdu velikou pamětí. V základu nabízí půl giga a pomocí memoristiku jí můžete rozšířit až na 2 GB. Integrovaný media přehrávač obsahuje i nadstandardní funkce jako například ekvalizer.</i>	
--	--	--

79-84

Ilustrační záběry z veletrhu

.
Letošní Cebit ukázal budoucnost, se kterou Vás budeme celý rok seznamovat. Nečekejte žádnou převratnou technologii, o to víc bude designu a zábavy. Hitem se stane přehrávání kvalitní muziky v mobilech, které má ambici vytlačit kapesní MP3 přehrávače z trhu.

Novinka

85 PD švenk

Srovnání komunikátoru a 7710

Od uvedení nových komunikátorů Nokia neuplynulo mnoho času a je tu další chytrý přístroj.

86 C

3D vizualizace funkcí telefonu

Zatímco komunikátory jsou určeny zejména pro práci, Nokia 7710 nabízí na velmi velkém dotykovém displeji především moderní multimediální zábavu. Přehrává kvalitní video, se speciálním přijímačem je možné na přístroji sledovat i digitální televizi. Průkopníkem je také VisualRadio, přehrávající skladby i s titulky a názvem písničky. Pro tento přístroj však do obchodu spěchejte, do Čech dorazilo jen několik stovek kusů.

Soutěž

87 PC

Otevření N 9300

88 D

Odeslání odpovědi

A jaká, že je soutěžní otázka pro tento týden?
Disponuje finská novinka Nokia 9300
technologií Wi-Fi?

Odpovězte ve správném formátu na soutěžní
otázku a můžete vyhrát právě telefon Nokia
9300!

Stačí esemeskou odeslat správnou odpověď
ve tvaru:
MZ ANO nebo MZ NE na telefonní číslo: 999 02
30.

Co přístě?

grafika – znělka

V příštím vydání se seznámíme s Nokií 6020, poradíme Vám jak požívat mobilní internet WAP a zeptáme se operátora na budoucnost datových tarifů.

Režijní explikace

Pořadem Mobilzona jsem se snažil vytvořit zcela nový typ pořadu jak po stránce obsahové tak i co se týká formátu pořadu. Pořad je tvořen jednotlivými rubrikami tak, aby v celku tvořil jednotný informační prvek.

Informace jsou sdělovány tak, aby bylo maximálně využito času pořadu, ale i tak, aby i nezasvěcený divák stíhl informace zpracovávat. I proto se snažím vyhnout se příliš odborným termínům a nebo tyto termíny rovnou vysvětlovat.

V recenzi se snažím vybírat prostředí, které by co nejlépe charakterizovalo samotný přístroj – např. prostředí luxusní kanceláře pro top managerský telefon nebo třeba i grafity na stěnách pro teenagerský telefon.

Recenzi doplňuje uvolněný rozhovor se známou osobností, který by podobně jako anketa měl vizuálně obohatit příliš technický ráz pořadu.

V rubrice téma se snažím co nepřesněji vysvětlit problematiku daného tématu a poukázat na výhody i nevýhody formou jednoduchých příkladů s názornou ukázkou.

Celý pořad jsem koncipoval tak, aby oslovil a zaujal i laického diváka.

Projekt, AVD : Mobilzona
Režie : Karel Punčoch
Produkce : Jan Formánek

Stopáž: 10 minut

Výrobní technologie: DV CAM / miniDV
Počet natáčecích dnů: 8

APROXIMATIVNÍ ROZPOČET

POLOŽKA	CENA/ jednotka	POČET KUSŮ	CENA
Kazety MiniDV	5	100	500,00 Kč
Kazety DVCAM 94 min	1000	2	2000,00 Kč
Jízdné/ benzín			8 000,00 Kč
Komunikační kanály/ telefon			4 500,00 Kč
Komunikační kanály/ tisk, kopírování			700,00 Kč
Výprava/ rekvizity			5 000,00 Kč
Výprava/ kostýmy			3 000,00 Kč
Výprava/ masky			2 000,00 Kč
Catering			1 300,00 Kč
Hudba / zvuk			10 000,00 Kč
Grafika			10 000,00 Kč
Zapůjčení kamerové techniky			15 000,00 Kč
Osvětlovací technika			10 000,00 Kč
Honoráře			50 000,00 Kč
Štřižna			15 000,00 Kč
CELKEM			137 000,00 Kč

Měsíční náklady 4x 137 000,00 Kč = 548 000,00 Kč

Roční náklady 12 x 548 000,00 Kč = 6 576 000,00 Kč

Závěr:

Tvorbou projektu jsem se uvědomil důležitost komunikace mezi všemi částmi týmu. Na začátku si bylo třeba přesně definovat cílovou diváckou skupinu a zároveň i způsob a formu komunikace s diváky. Na těchto základech vytvořit s grafikem a hudebním skladatelem image pořadu, s odbornými poradci vytvořit srozumitelný, jednoduchý, ale přitom stále zajímavý a plnohodnotný obsah, s právníky detailně projít připravený obrazový i textový obsah a vše důkladně upravit, tak aby pořad nebyl napadnutelný za skrytou reklamu. Ve finále vše s produkcí připravit, tak abychom také vyzkoušeli, zdali je možné jeden díl realizovat v 5 dnech jak jsme teoreticky plánovali vzhledem k předpokládané frekvenci vysílání .

Největším poznáním při realizaci Mobilzony byla pro mne důležitost přizpůsobení všech komunikačních prvků snímku dané cílové skupině. Přínosné pro mne bylo i následné „testování“ na potencionálních divácích a následná konzultace a rozebrání jednotlivých částí pořadu. Díky tomu jsem se i dopracoval k výsledku, že při vytváření čtvrtého pilotního dílu pravděpodobně rozšíříme cílovou skupinu i o mladší diváckou skupinu a přidáme část věnovanou aplikacím a hrám pro mobilní telefony.

Myslím, že se mi podařilo vytvořit nový formát propagačního pořadu, který má možnost uspět ve vysílání jak veřejnoprávní tak i komerční televizní stanice.

Reklamní spot Mobilzona– Obraz

Obsah

Úvod

Analýza tématu

Technický scénář

Režijní explikace

Rozpočet

Závěr

Úvod

Abych svou bakalářskou práci pojal jako celek, rozhodl jsem se jako reklamním spoty vytvořit upoutávky na pořad Mobilzona a zaměřit se tedy i na propagaci služeb v oblasti mobilních komunikací.

Protože jsem chtěl na tomto reklamním spotu demonstrovat potencionální televizní stanici mojí představu o startovací kampani k tomuto projektu, vybral jsem si z Mobilzony rubriku Téma, která se v pilotním díle zabývá multimediálními zprávami.

Cílem bylo vytvořit vtipnou, veselou a jednoduchou reklamu na pořad tak, aby zaujala širokou veřejnost. Protože MMS jsou již delší dobu v podvědomí uživatelů, není reklama zaměřená na objasnění pojmu, ale na jakési upozornění na možnost snadného využití služby.

Analýza reklamy

Cílem předkládaných reklamních spotů je upozornit na nový pořad obdobnou formou jakou v dnešní době oslovují reklamními kampaněmi své potencionální klienty mobilní operátoři nebo výrobci mobilních telefonu.

Upoutávka by měla vtipně ukázat situace, kdy se služba, kterou Mobilzona, představuje může třeba v životě hodit a tím i ukázat na možnosti multimedálních zpráv – přenášení obrazu pomocí mobilního telefonu.

Svým pojetím je zaměřena hlavní diváckou cílovou skupinu pořadu.

Technický scénář **(verze 1 minuta)**

Obraz 1. Interiér, den, ateliér malíře

1 PC -D

Přes roh obrazu.
Malíř stojí v ateliéru a telefonuje.
Dojde až k obrazu tak, že je v D
Malíř stále telefonuje, kamera ho
zmateně sleduje v D.
Stříhy různé velikosti záběrů.

Malíř:
Ahoj, dlouho jsem Tě neslyšel?

Obraz 2. Interiér, den, byt dívky

2 PC

Dívka leží na pohovce a telefonuje

Dívka:
No já Tebe taky ne ...

Obraz 3. Interiér, den, ateliér malíře

3 PC

Malíř přechází po ateliéru

Malíř:
Tak už ho mám hotovej ...

Obraz 4. Interiér, den, byt dívky

4 PC

Dívka leží na pohovce a telefonuje

Dívka:
Ten obraz?

Obraz 5. Interiér, den, ateliér malíře

5 D

Nohy malíře přechází před paletou a štetci

Malíř:
No je vážně úžasnej..

Obraz 6. Interiér, den, byt dívky

6 PC

Dívka leží na pohovce a telefonuje

Dívka:
No to já bych ho chtěla hned vidět...no
a nechtěl bys ho přivést?

Obraz 7. Interiér, den, ateliér malíře

7 PC

Malíř se otočí a zarazí.

Malíř:

Přivést? A vidělas ho? ... jo neviděla...

Obraz 8. Ext., den, město

8 VC

Ze zaparkovaných aut v ulici vyjíždí Fiatek s ohromným obrazem na střeše.

Začíná veselá hudba - SKA

9 C

Zrychleně.

Fiatek projíždí kolem kamery.

10 VC

Zrychleně.

Na konci ulice se příčně z profilu mihne Fiatek s obrazem na střeše.

11 C

Zrychleně.

Fiatek ze zadu. Jízda ulicí. Pohled na obraz a zpět.

12 C

Zrychleně.

Pohled z interiéru vozu ven na ulici.

13 C

Zrychleně.

Fiatek vjede do jednosměrné ulice v protisměru a vycouvá zpět.

14 D

Zrychleně.

Detailní záběry interiéru vozu.

15 C

Zrychleně.

Z profilu: Fiat se opět mihne ulicí.

16 C

Zrychleně.

Pohled z anfasu. Jízda ulicí.

17 C

Zrychleně.

Pohled z obchodu přes výlohu na projíždějícího Fiatka.

18-21 D-PC

Zrychleně.

Reakce kolem jdoucích chodců.

22 PC

Zrychleně.

Obraz projede nad střechami zaparkovaných automobilů.

23 C

Zrychleně.

Stop trik. Fiatek projede na hupech zleva doprava a nahoru dolů.

24 VC-C

Zrychleně.

Kamera hledá Fiatka v provozu.

Když ho najde najede na detail.

25 D

Zrychleně.

Detailní záběr na část vozu v provozu.

26 C

Fiatek několikrát obkrouží kruhový objezd

27 PD švenk

Fiatek se s obrazem na střeše nevejde pod most

29 VC

Fiatek projede kolem autobusu MHD

30 PD

Zrychleně.

Z profilu. Fiatek zastavuje, malíř vystupuje s telefonem u ucha.

31 PD

Zrychleně.

Dívka na balkóně.

32 C-odjezd na VC

Malíř stojí u Fiatka s obrazem a vítězně se o něj opírá.

Mužský hlas: Víte, že i velké obrazy je možné posílat pomocí multimedialních zpráv? Mobilzona – pořad o mobilní komunikaci

Režijní explikace

Reklamním spotem jsem se snažil oslovit cílovou skupinu od 20 do 25 let. Váhal jsem nad použitím hudebního žánru, který by cílovou skupinu oslovil a zároveň se dalo do použité skladby dynamicky stříhat. Protože jsem chtěl veselejší náladu spotu, vybral jsem hudební žánr SKA, čímž se celková groteskní atmosféra spotu ještě zvýšila.

Hlavním motivem spotu je kontrast velikosti obrazu a vozu a možné nástrahy a komické situace při průjezdu městem. Bohužel díky nehodě při natáčení se nám nepodařilo všechny plánované skeče natočit.

S ohledem na zvolenou cílovou skupinu jsem se snažil stylově přiblížit oblíbeným pořadům na hudebních stanicích - rychlými střihovými sekvencemi, nekonkrétních detailními záběry, kamerou v ruce, zrychlenými záběry.

Projekt, AVD : Reklamní spot Mobilzona - Obraz
Režie : Karel Punčoch
Produkce : Jan Formánek

Stopáž: 1 min, 30 s, 10 s

Výrobní technologie: DV CAM
Počet natáčecích dnů: 3

APROXIMATIVNÍ ROZPOČET

POLOŽKA	CENA/ jednotka	POČET KUSŮ	CENA
Kazety MiniDV	150	3	4500,00 Kč
Kamera Sony DVcam DSR 106	2500/den	1	7500,00 Kč
Jízdné/ benzín			2500,00 Kč
Komunikační kanály/ telefon			2 500,00 Kč
Komunikační kanály/ tisk, kopírování			1000,00 Kč
Výprava/ rekvizity			4 500,00 Kč
Catering			1 000,00 Kč
Střížna			5000,00 Kč
CELKEM			28 500,00 Kč

Závěr:

Realizací těchto spotů jsem chtěl vytvořit část kampaně s epizodami postavenými na sloganech začínajícími „Víte, že...“.

Těmito spoty jsem chtěl vytvořit startovací kampaň, která by přilákala diváky k novému pořadu Mobilzona. Podle výsledků z jednotlivých testů na vybraném vzorku z hlavní cílové skupiny se nápad líbil a diváky by, alespoň k jednomu shlédnutí pořadu, určitě přitáhl.

Další zkušeností byla určitě i práce s neherci, kde jsem vyzkoušel získané vědomosti a zkušenosti z předmětu režie.

Použité zdroje:

Marketingová komunikace ,NAGYOVÁ, Jana, VŠE 1994

Reklama a podpora prodeje / Gerard J. Tellis, Grada 2000

Reklama a právo, Filip Winter, Oráč 2001

Časopisy Marketing & Media, roč. 2004, 2005, Economia, a.s.

Časopisy Mobility a Yop

Internetové adresy: www.mam.cz, www.mobilmania.cz, www.avpark.cz