



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Jak zaujmout mladou generaci TV spotem

Ing. Daniel Večeřa, reprezentant společnosti KODAK Ltd.

Společnost KODAK jako světová a nadnárodní společnost, vyrábějící filmovou surovinu a vlastní velké množství patentů k digitalizaci audiovizuálních děl a i vlastního natáčení pořadů přímo v digitální verzi, se stala partnerem a garantem projektu Evropské unie „Propojení teorie s praxí“, do kterého se zapojila Filmová akademie Miroslava Ondříčka v Písku. Právě díky tomu, že KODAK vyrábí filmovou surovinu, kterou používají přední světoví výrobci reklamních spotů a reklamních kampaní, má největší přehled o trendech v těchto reklamách.

Při tomto kolokviu se zástupce společnosti KODAK soustředil zejména na výrobu reklamy v České republice. Kolokvium probíhalo vlastně ve dvou částech. Napřed se promítl spot jednoho z našich neúspěšnějších režisérů reklam a následně se rozproutila debata o stylu a účinnosti promítnuté reklamy.

Je zcela pochopitelné, že ukázkou započal spot Tomáše Mašína „IKEA“. Tomáš Mašín patří mezi naše nejúspěšnější reklamní režiséry vůbec. 90 % jeho současné produkce je vyráběna ve Spojených státech. Proto se jeho jméno objevuje v České republice výhradně ve spojení s velkými jmény, jako je právě IKEA. Je samozřejmostí, že tento typ reklamního spotu musí oslovit hlavně rodiče s dětmi či mladou generaci, která si začíná zařizovat svůj první byt. Tento typ reklam, jak bylo uvedeno, využívá velmi vděčné téma, a to děti. Dětské představitelé v reklamách velmi ovlivňují myšlení a jednání velké části populace. Bylo to vidět i v tomto spotu, kdy si děti hrají v novém dětském pokoji, který jim rodiče zařídili.

Další výraznou osobností na našem reklamním trhu, jehož hvězda neustále stoupá, je Jakub Kohák. Reklamní spot pro T-Mobile s Bolkem Polívkou a Luděkem Sobotou byl veřejností přijat velmi kladně a měl velký úspěch.

Ing. Daniel Večeřa pro toto kolokvium vybral reklamní spoty, které tvoří průřez současnou tvorbou reklamních spotů. V jeho pečlivém výběru se objevily spoty další velmi zvučných režisérských jmen, jako David Ondříček (spot Vodafone - kecky byl hodnocen jako nejvtipnější reklama poslední doby, Magnesia), Alice Nellis (Savo, Česká filharmonie), Michael Baumruck (Era), Roman Valent (Wüstenrot), Martin Krejčí (Hornbach), Tomáš Řehořek (Becherovka).

Ze všech ukázek bylo jasně vidět, že novým trendem v současné reklamě, kterou tvoří mladí tvůrci, se velmi často objevuje vtip a humor. Všechny uvedené spoty však měly jedno společné: dobrý nápad.