

Oponentský posudek k bakalářské práci:

"Mýtus" skandinávského designu? Srovnání lokálních strategií firmy IKEA v několika evropských kontextech

Vypracovala Veronika Vojáčková

Práce sl. Vojáčkové se zabývá zajímavým a dnes bez pochyb aktuálním tématem, reklamou a vizuální komunikací komerční firmy. To samo o sobě je společnosti potřebné. Zkoumá ho navíc v mezinárodním kontextu švédském, italském a českém, což je v dnešním evropském a globálním prostředí ještě potřebnější.

Konkrétně pak práce analyzuje reklamní klipy na oficiálním kanálu společnosti IKEA v třech zmíněných lokálních variantách. Vždy několik konkrétních reklamních spotů z jednotlivé jazykové mutace v průběhu několika let. Jedná se tedy o práci z oblasti vizuální kultury. K tomu autorka vychází z příslušné literatury, která odpovídá danému tématu a možnostem bakalářské práce.

Stěžejní část práce tvoří vždy velmi detailní rozbor jednoho reklamního klipu z každého jazyka a doplňkové rozborů několika dalších. Autorka nejdříve pečlivě projde scénou za scénou a do interpretace neopomine zahrnout i otázku barevnosti, tvarů, dynamiky kamery atd. Chybí snad jen téma zvuku případně hudby.

Výsledky, k nimž touto cestou přichází snad sice nejsou překvapivé, zato je může předložit s nemalou mírou relevance. Dochází k závěru, že všechny tři jazykové/kulturní mutace vycházejí z trochu jiného východiska, neprostupuje je jedna ideologie ani společné podprahové sdělení (netýká se výrobků), nýbrž se vydávají jiným směrem v Itálii, jiným v ČR, a ještě jiným ve Švédsku. Tyto rozdíly jsou i na úrovni narativní, co říkají, i jak to říkají.

Pro čtenáře je trochu obtížně sledovat popis a poté interpretaci jednotlivých klipů, je škoda, že je autorka neumožnila snadněji identifikovat – např. pomocí obrázku/výřezu z onoho klipu programem „výstřižky“, který je součástí windows. Některé klipy se mi na internetu podařilo najít (pravděpodobně jsou to ty, o nichž je řeč), jiné – ony švédské – však nikoliv.

Formální stránka práce je v pořádku. Nenašel jsem mnoho chyb ani problémů. Některé formulace a věty by potřebovaly doladit, aby zněly lépe „česky“. Je vidět, že autorka je zvyklá pracovat s jinojazyčnými texty. Drobnou připomínku bych měl k užití svůj/svá/své atd. Pisatelka velmi často užívá anglické přivlastňování, např. *mluví o jeho práci* místo *mluví o své práci*.

Práci, kterou jsem měl příležitost přečíst považuji za zdařilou a rozhodně doporučuji k obhájení. Hodnocení bude záležet na kvalitě obhajoby. Prozatím navrhuji hodnocení 2.

V Praze 12. září 2021

Jiří Tourek