

Posudek vedoucího bakalářské práce pro
Univerzita Karlova v Praze, Pedagogická fakulta
Typ studia: prezenční
Obor studia:

Dominiku TVRDOU

Ročník: 3., ak. rok 2009-2010

Specializace: výtvarná výchova

Vedoucí bakalářské práce: PhDr. Jan Šmíd, PhD.

Oponent: PhDr. Linda Arbanová, Ph.D.

Datum odevzdání bakalářské práce: duben 2010

Téma bakalářské práce: **VIZUÁLNÍ A VERBÁLNÍ SLOŽKA SOUČASNÉ REKLAMY**

Studentka Dominika Tvrdá ve své bakalářské práci na téma „**VIZUÁLNÍ A VERBÁLNÍ SLOŽKA SOUČASNÉ REKLAMY**“ představuje poměrně rozsáhlou a specifickou oblast. Téma reklamy zpracovala Dominika v kontextech současné vizuální kultury, zaměřila se na rozdílnost v pojetí a zpracování „komorní“ časopisecké reklamy (tištěná média) a „nekomorní“ monumentální exteriérové reklamy, včetně „billboardové, bigboardové a megaboardové“ produkce. Celý text Dominika zpracovala jako systematicky ucelenou, teoreticky podloženou a obsahově přehlednou sondu do této oblasti.

Problém pojala Dominika s intenzivním zájmem a soustředěným vhladem, který podložila studiem odborných textů a prokázala tím, že je fundovaně schopna nahlédnout na zvolené téma a přinést o něm komplexní zprávu. Svě téma pojala jako záležitost odborného charakteru s řadou možných rozšíření. Dominika se věnovala tomuto tématu intenzivně, svědomitě, jak po stránce výběru a orientace v odborných pramenech, tak coby konzultující studentka. Obsahové zvládnutí a koncepční řešení problému je celistvé, formální a grafická stránka rovněž.

Práce je uchopena ve všech sedmi částech, do kterých je ve své koncepci rozdělena, přičemž za nejdůležitější považují části 2., 3., 4.. Promyšlená koncepce a schopnost samostatného soustředěného přemýšlení v estetických, sociokulturních i výtvarných souvislostech dává Dominice výborný předpoklad pro výstavbu přesně definovaného manipulačního prostoru.

Praktickou výtvarnou část práce zpracovala Dominika formou autorských fotografií reflektující „reklamní realitu“ a transformující „skutečnost“, zkoumá v nich „pravdivost“ reklamní tvorby a možnosti individuální interpretace. Obsahové posuny v souboru autorských fotografických listů, vycházející z reálné reklamní produkce, představila jako velmi ucelené, kompaktní a technicky bravurně řešené fotolisty.

V pedagogické části se Dominika zaměřila na využití tématu jako východiska nejen pro výtvarnou činnost, vycházející z mnohosti vizuálního a vizualizovaného světa. Navrhla zde možnosti aplikace tématu a fotografie do koncepce výtvarné výchovy na základní škole. Snad nejpodstatnější je princip interdisciplinárního propojování. Množství dalších otevřených oblastí, které vzhledem k omezenému rozsahu bakalářského textu nebylo možno podrobněji rozpracovat a které z některých částí a kapitol práce vyplývají, je možné v budoucnu rozpracovat a uchopit jako nový, přínosný koncept i jako podněty pro vhodné aplikace tématu do výuky výtvarné výchovy v souvislosti s mezioborovým propojením, například s mediální výchovou, o které se již Dominika v textu zmiňuje.

Studentka Dominika Tvrdá dle mého názoru splnila zadání své práce na téma „**VIZUÁLNÍ A VERBÁLNÍ SLOŽKA SOUČASNÉ REKLAMY**“ a projevila tím nejen zájem o téma, ale i erudici v dané problematice. Oceňuji nejen schopnost sebereflexe při konzultování tématu, ale také pravidelnost, poctivost a výdrž, se kterou Dominika svůj text konzultovala a přicházela s teoreticky podloženými poznámkami a impulsy pro řešení tématu. Celou práci hodnotím jako výbornou a komplexní, která splňuje vymezené oblasti zadání a posunuje možnosti zacházení se zvoleným tématem REKLAMY do dalších souvislostí.

Závěrečnou práci doporučuji k obhajobě. Před obhajobou navrhuji klasifikaci výborně.

PhDr. Jan Šmíd, PhD.

V Praze dne 30. dubna 2010