

Oponentský posudek bakalářské práce

Mgr. Linda Arbanová, Ph.D., Katedra výtvarné výchovy PedF UK v Praze

Autor práce: Zdeňka Špidlová

Název práce: **Žijí v nás. Ikonografické a ikonologické aspekty některých témat současné vizuální kultury**

Vedoucí práce: Doc. PhDr. Marie Fulková, Ph.D.

Obor: Specializace v pedagogice - výtvarná výchova

Typ studia: prezenční studium

Odevzdání práce: 2010

Práce Zdeňky Špidlové se zabývá křesťanskými prekoncepty, které využívá současná reklama, potažmo vizuální kultura a které stále „žijí v nás“. V úvodní teoretické části, kterou považuji za nejzdařilejší a stěžejní, proto popisuje vizuální strategie reklamy a jejich vývoj, všímá si také konkrétněji vlivu reklamy na dítě - jak autorka dodává: „mimo jiné proto, že studuji pedagogický obor, budu se věnovat především cílové skupině dítě“. V dalším textu a v sondách a pak také ve výběru obrazového materiálu se ale soustředí na starší cílové skupiny - dotazníky předkládá zejména studentům vysokých škol a reklamy na reality, cestování kanceláře a luxusní zboží nejsou primárně určeny dětem. Bylo by proto zajímavé v příštích průzkumech srovnat vnímání reklamy a křesťanských prekonceptů v ní právě mezi skupinou dospělých (třeba konkrétně učitelů a budoucích učitelů) a dětí.

Autorka v první části práce prokázala schopnost samostatně teoreticky uvažovat, připravit si malý výzkum a vyhodnotit jej, pracovat s literaturou zorientovat se v důležitých konceptech a pojmech, vybrat je a utřídit, adekvátně interpretovat produkty vizuální kultury včetně výtvarného umění a také tvořit - vše důležité pro navazující studium a práci učitele. Práce je po formální stránce perfektně zpracována, včetně pro vysvětlujících poznámek a medailonků vedle hlavního textu, vyčerpávajícího seznamu literatury a dalších zdrojů, obrazového materiálu apod.

Ale zatím v práci chybí být jen teoreticky návrhy didaktické aplikace tématu, nebo pojmenování východisek či základních motivů, které by mohly stát ve středu zájmu učitele a které by se mohly (měly) objevit v rozsáhlejší diplomové práci. Didaktická část této práce zde působí jaksí navíc, se zbytkem textu ji spojuje pouze náhodně křesťanská tematika (což autorka sama přiznává), ale je vidět, že projekt byl zpracováván mimo kontext bakalářské práce a možná zde nemusel být za každou cenu uveden, protože příliš vybočuje, nebo jeho spojitost není nijak vysvětlena. Projekt není dostatečně zanalyzován a tak se zdá, jakoby jediným jeho základem bylo poznání autorky, že při skupinové přípravě projektu je potřeba vstřícnost a shoda.

Nabízí se zde tedy dostatek prostoru pro následné rozpracování zajímavě navrženého problému v navazujícím studiu a v diplomové práci. Autorka otevírá mnoho otázek, na které by stálo za to hledat odpovědi - které historické nebo současné vyobrazení ráje se nejlépe shoduje s našimi představami? Jaká je představa ráje a hříchu u dětí? Jak děti vnímají křesťanské archetypální prekoncepty v reklamě? Používá současný reklamní průmysl tyto prekoncepty i v reklamě cílené na děti a mládež, nebo používá jiné strategie? Do jaké míry jsou tedy děti křesťanskými prekoncepty ovlivněny, jakým způsobem jsou jim vystavovány?

Otázky k obhajobě:

1. Otázka k průzkumu týkajícího se reklamy na parfém - jak se propojuje dříve sondované pojetí hříchu u respondentů a vnímání této konkrétní reklamy? V čem nacházíte důkaz, že ji respondenti vnímají právě prostřednictvím křesťanského konceptu hříchu, nebo že tato reklama s ním pracuje?
2. Popište trochu podrobněji hlavní obsahy didaktického projektu k dílu Adrieny Šimotové? O co v projektu vlastně šlo, co se žáci při absolvování projektu „naučili“? Jak spolu jednotlivé části projektu souvisely?
3. V práci jste již naznačila, že byste se chtěla tématu dále věnovat - jakým směrem byste se vydala, na co byste se zaměřila?

Práci doporučuji k obhajobě.

Návrh hodnocení: **velmi dobře**

V Praze dne: 8.8. 2010

Mgr. Linda Arbanová, Ph.D.