

Posudok na diplomovú prácu Bc. Gabriely Tomkovej
Imagologie současných reklamních sdělení

Zámerom predkladanej diplomovej práce je prispieť k aktuálne prebiehajúcej diskusii v oblasti vizuálnych štúdií, konkrétne k „diskusi o zmene postavení obrazů a jejich vlivu na současnou společnost“ (s. 7). Autorka sa sústreďuje na obrazové mediálne reprezentácie reklamného typu, ktoré skúma na pozadí vizualít dvoch politicky odlišných konštrukcií skutočnosti: autoritárskeho socialistického režimu a demokratického režimu globalizácie. Autorka kladie tieto dva komunikačné mody do vzájomného kontrastu, aby ich prostredníctvom ukázala "fungování dvou skopických režimů ve vizuálním poli České republiky dvacátého století." (s. 9)

Diplomová práca Bc. Gabriely Tomkovej je uvedená teoretickou charakteristikou súčasnej globalizujúcej sa konzumnej spoločnosti. V nasledujúcich troch kapitolách autorka zoznamuje čitateľa so spôsobom, akým je táto spoločenská situácia reflektovaná v oblasti súčasných vizuálnych štúdií, pričom postupne prechádza od teoretického odkazu Mitchellovej ikonológie cez špecifický rétorický potenciál fotografie až k politickým aspektom používania fotografie v reklame. V poslednej kapitole autorka predstavuje analýzu vybraných reklamných fotografií na príklade prípadovej štúdie, mapujúcej závislosť zmeny propagačnej rétoriky automobilky Škoda Auto od komplexnej diskurzívnej zmeny, danej zmenou politického režimu v krajine.

Z hľadiska miery celkovej úspešnosti projektu diplomovej práce kladne hodnotím fakt, že autorka dokázala tvorivo využiť potenciál zvláštneho rodinného dedičstva v podobe zachovalého archívu propagačných a dokumentárnych fotografií nasnímaných jej starým otcom, ktorý pracoval ako fotograf v automobilke Škoda Auto. Autorke sa podarilo tento nezvyčajný dokumentárny materiál, svedčiaci o dobovej reklamnej politike firmy Škoda Auto, invenčne spracovať a uviesť ho do funkčnej komparácie so súčasnou reklamnou stratégiou danej firmy.

Okrem vypracovania precíznej analýzy, jasne ukazujúcej dobove sociálno-politické preferencie reklamnej rétoriky, autorka poukázala i na možnosti prepojenia danej analýzy s teoretickými zámermi Mitchellovej koncepcie ikonológie a Jayovej koncepcie skopických režimov. Výsledkom je jej vlastná kritická reflexia "imagologie", inšpirovaná Milanom Kunderom, ktorú pokladám za teoreticky invenčnú a pritom argumentačne solídnu.

V predkladanej diplomovej práci sa vyskytuje i niekoľko drobných nedostatkov, prevažne formálneho charakteru. Okrem nedostatočnej grafickej úpravy textu a nedodržiavania normy v prípade formy opakovaných citácií sa zriedkavo v texte vyskytujú i omyly (napr. na s. 9 autorka charakterizuje amerického teoretika obrazu W. J. T. Mitchella ako "francúzskeho sociológa") alebo opomínanie kurzívy na označenie názvu diel (napr. na s. 21).

Na druhej strane pozitívne hodnotím fakt, že autorka korektne uvádza svoje zdroje, a že predstavuje len tie teoretické koncepcie, ktoré potrebuje k rozpracovaniu a riešeniu pozorovaných problémov. Vďaka tomu si jej diplomová práca zachováva funkčný a koherentný charakter.

Diplomovú prácu Bc. Gabriely Tomkovej navrhujem prijať k obhajobe. Navrhujem predbežné hodnotenie v rozmedzí známok „1“ až "2".

Mgr. Michaela Fišerová, PhD.
EKS, FHS UK, Praha

V Prahe, dňa 8. 10. 2012

