

Fotografie a móda: Vznik prázdného obrazu

Předložená diplomová práce je zaměřena na fenomén současné módní fotografie, autorka se v ní zabývá především různými příznaky jejího „významového vyprázdnění“. Módní fotografii zde nahlíží jako specifický typ obrazu, jehož jediný význam je v jeho povrchu - estetické kvalitě, a který díky možnostem digitálních úprav navíc ztrácí charakter „otisku reality“, předpokládaný u fotografického média a principem svého vzniku se stále více přibližuje malbě.

Základní argumentace vychází z koncepcí J.Baudrillarda a G.Lipovetského, dále se autorka hojně odvolává na myšlenky R.Barthesa a U.Eca, vůči nimž se zároveň kriticky vymezuje. Svou polemiku zakládá na tezi, že módní fotografie nedisponují žádným druhotným významem či skrytou mytologií, ale jsou „prázdným, lživým označujícím“ (s.45). V duchu Baudrillardova konceptu simulací označuje módní fotografii za „prázdný obraz“, jehož význam se vytrácí za nekonečným opakováním, napodobováním a nejasným vztahem k reálné předloze.

Koncepce, jež tvoří základní teoretická východiska jsou vhodně zvolené, autorka z nich však často prezentuje pouze úryvky, které ve formě parafrází a citací řadí za sebou, aniž by se podrobněji zabývala odlišnými východisky, jež vedly k jejich formulování. Text proto místy působí trochu zkratkovitě, zejména v případech, kdy jsou v něm bez širšího výkladu použity věty vytržené z kontextu Baudrillardových děl (např.: „fetiš mezi sebou komunikují na základě omnipotence myšlení rychlostí snu“, atd.).

Inspirace Baudrillardem je patrná i v radikálnosti některých názorů, například když autorka píše, že „nekonečné napodobování a parafrázování vede k nulové schopnosti jakékoli persvaze a daná sdělení tak nedosahují svého účelu.“ (s.29) V textu najdeme řadu podobně silných tvrzení, která ovšem zůstávají nepodložená a není zřejmé, na jaké zkušenosti se vlastně zakládají. Jak si autorka vysvětluje například skutečnost, že firmy obchodující s módou do reklamních kampaní založených na fotografiích neustále investují poměrně vysoké částky? Z textu navíc není zcela jasné, jaké funkce vlastně u módní fotografie předpokládá – připadá mi, že občas ztrácí ze zřetele, že tento typ obrazu je vytvářen s jinými záměry a zakládá u recipientů odlišná očekávání než například umělecká fotografie.

Určitou slabinu celé práce vidím v tom, že je příliš jednostranná – pohled autorky na zvolené téma je od začátku zřejmý, výběr argumentů (vycházející z uvedených koncepcí) i příkladů je dle mého názoru až příliš nastaven tak, aby podporoval její perspektivu. S řadou tezí, jež v práci prezentuje lze v zásadě souhlasit, s jinými by ovšem bylo možné minimálně polemizovat. Práce by celkově působila přesvědčivěji, pokud by tvrzení byla podložena nějakými daty (např. o úspěšnosti/neúspěšnosti kampaní využívajících módní fotografii), nebo alespoň vlastním výzkumem. V úvodu sice avizuje, že součástí práce bude analýza módních fotografií objevujících se v časopise *Elle* v letech 2010 – 2014 (a v závěru se na ni opět odvolává), ve skutečnosti se ovšem omezuje na zmínku několika příkladů reklam (za textem k nim najdeme obrazovou přílohu), jež zahrnuje pouze stručný popis toho, co je na fotografiích zobrazeno. Není jasné, podle jaké logiky byly konkrétní fotografie vybrány, ani nejsou podrobeny analýze na základě nějaké jasně definované metody.

V tomto případě lze namítnout, že výběr příkladů byl evidentně účelový – autorka zvolila takové fotografie, které podporují její teze – a vyvozovat z něj zobecňující závěry tedy není na místě. Při takto nejasných kritériích výběru by pravděpodobně nebyl problém sestavit vzorek, který by naopak některé její předpoklady vyvracel.

Z formálního hlediska má práce velmi dobrou úroveň, vytkla bych pouze to, že se v textu objevují věty doslovně přepsané z původní literatury, aniž by byly uvedeny jako přímé citace (odkaz na příslušný text zde zpravidla najdeme, dané pasáže však nejsou graficky odlišeny kurzívou ani uvozovkami).

Práci doporučuji k obhajobě a předběžně navrhuji hodnocení „velmi dobře“.

V Praze dne 14.6.2014

Mgr. Irena Řehořová