

Posudek bakalářské práce Mgr. Ireny Vrankové Závěsný obraz v současné vizuální kultuře

Ústav etnologie Filozofické fakulty Univerzity Karlovy

Mgr. Vranková se zaměřila na běžného konzumenta umění a využití obrazů nebo jejich reprodukcí v obytném interiéru. Ve své práci využila pro srovnání zahraničí průzkumy a jejich výsledky a analogicky provedenou vlastní empirickou studii, zde vymezenou sortimentem prodávaných dekoračních artefaktů v řetězcích Ikea a Hornbach. V úvodu se zabývá historickým vývojem a funkcí závěsného obrazu a dále specifickou úlohou reprodukcí a diskusí o masové kultuře a fenoménu kýče. Vlastním výzkumem se snaží dobrat obecných zákonitostí v determinaci výběru a vkusu a dochází k obdobným závěrům, jako dosavadní, dříve prováděné studie v zahraničí.

Považuji výběr tématu za velmi aktuální, i když určitě nebyly postiženy všechny faktory, které výběr dekorací do obytných interiérů podmiňují: určitě by bylo třeba sledovat zejména obecně přístupné publikace o bytové kultuře a bydlení, které podvědomě působí na diváka, a obecně (tak jako nabídkové katalogy firem s nábytkem nebo realitních kanceláří) užívají zejména plakáty a reprodukce. Zvolený způsob výzkumu přes internet vyřazuje z výzkumu rovněž řadu případných respondentů, kteří internet obdobně neužívají, ale přitom za zařizování interiérů často zodpovídají: převažující počet žen jako respondentů je spíše signifikantní vzorek ochoty k vyplnění dotazníku, ale nikoliv skutečných nakupujících. Přitom je velmi dobře postižena nabídka obchodních řetězců, která zcela jistě vychází z propracovaných marketingových studií a vlastních analýz poptávky.

Autorka dobře pracuje s prameny a literaturou, zjištěný problém vidím v komplikovaném zpracování citace, vlastní analýza a zhodnocení výsledků je adekvátní vytyčenému problému; práce odpovídá požadavkům kladeným na bakalářský stupeň. Navrhuji práci hodnotit stupněm velmi dobře – 2.

V Praze dne 1. 9. 2016

PhDr. Petra Hoftichová