

Mgr. Bc. Tomáš Kladný

Katedra elektronické kultury a sémiotiky

FHS UK

Posudok diplomovej práce Bc. Kláry Růžičkové

Obchodní centrum, utopie naší doby. Rozbor designu a uspořádání prostoru obchodního centra

Autorka vstupuje svojím skúmaním do analýzy figúry urbánneho priestoru, Obchodného centra. K tejto téme možno iste pristúpiť viacerými spôsobmi, preto treba oceniť aj odvahu, s ktorou autorka do tejto oblasti vchádza, najmä s ohľadom na mnohvrstevnatý predmet záujmu.

Autorka najprv predkladá podľa jej názoru témy predchádzajúce vzniku obchodného centra. Charakterizuje jednak vzťah k objektom a následne prechádza do analýzy spotreby. Výklad spotreby v súčasnosti sa opiera o práce významných sociológov píšucich o modernite/postmodernite a práce sociológa a filozofa Baudrillarda, ktorý svoje názory syntetizuje z marxizmu, psychoanalýzy, štrukturalizmu a nadväzujúcej originálnej témy simulácie. Z presvedčivých popisov zvyčajne plynie nelichotivý opis zajatia v spotrebe, ktorý je buď podporovaný pojmom zmeny vedomia, alebo narcistickým idealizmom, ktoré ho univerzalizujú. Rád by som sa autorky opýtal, či súhlasí s daným univerzalizmom, alebo vidí možnosti pre určité subverzie, čo je téma, ktorá sa u Baudrillarda takisto vyskytuje. Alebo sú jej bližšie Maffesoliho tézy o nomádizme a neotribalizme? Ako potom možno nové kmeňové spoločenstvá analyzovať? Bolo by možné vrátiť sa k štrukturalistickej antropológii? Uvedeným kapitolám však nemožno uprieť, že sú cennou kompiláciou najvýraznejších názorov o téme, ktorá je podľa mnohých jednou z najlepšie charakterizujúcich našu spoločnosť. Ako som už naznačil, ocenil by som iba väčší dôraz na osobné stanovisko, ku ktorému je možné dostať sa pri obhajobe.

Popri spomenutých autoroch sa pri charakteristike našej spoločnosti na jej vzťahu k objektom v príslušných kapitolách ocitajú aj netypický autori – tradíciou atypický viac Buber, pochopiteľnejšie je potom zaradenie Fromma. Nemám v úmysle toto kritizovať, ale bolo vhodné poskytnúť Buberovi viac priestoru a pokúsiť sa ho rozvinúť do tém spoločným predchádzajúcim autorom. Fromma a Bubera by bolo vhodné odlíšiť práve na príslušnosti k rôznym tradíciám, pretože na malom priestore sa môže zdať, že splývajú. Zmienku o hromadení objektov prechádzajúcom do patológie považujem iba za zaujímavosť a je formálnym nedostatkom podradiť takú krátku pasáž pod samostatný názov. Vnímam už ako nadbytočné, mierne nevhodné, obracať svoju pozornosť aj k článku Tomáša Sedláčka.

Vnímam ako prínosné, že sa autorka venuje aj Baudrillardovej kritike ekonomizujúcich (sociologizujúcich a psychologizujúcich) teórií o spotrebe. Autorka si ako jedna z mála dala prácu a vyhľadala teórie spotreby kritizujúce Baudrillardove stanoviská o znakovom odpútaní sa od objektu spotreby. Akokoľvek, znova chýba prezentovanie autorkinho postoja. Uvádzané kritiky sú iba čiastočné, bolo by vhodné dopátrať sa z akých vychádzajú stanovisk; prípadne, čo by som považoval za inovatívne, hľadať možnosti kritiky napríklad vo Foucaultovom pozitivizme, realizme (ak sa môžem v rýchlosti odvážiť takto značkovať) a Baudrillardovej nepriamej diskusii s ním. Akokoľvek, autorka v nás prebúdzá nedočkavosť,

kedy sa už ocitneme v obchodnom centre. Predchádzajúce časti by som odporúčal spracovať koncíznejšie.

Rôznym koncepciám v chápaní obchodného centra mohla autorka venovať viac priestoru. Trochu tam chýba náhľad na obchodné centrum zvonku, z hľadiska urbanizmu. Autorka tento prehľad zakrátko opúšťa, aby obsirnejšie pojednala o reklame, ktorú zahŕňa pod tému propagácie obchodného centra; vidíme, že autorka krúži od predpokladov a motivácií pre obchodné centra k rôznym stratégiám, ktoré sa v nich odohrávajú, ale skrz samotné centrum prechádza dosť nebadane. Treba však podotknúť, že autorka si dala prácu, aby prehľadne načrtla príspevky k filozofii a semiotike reklamy.

Konečne sa k figúre Obchodného centra dostane formou pojednania o dizajne obchodných centier. V kapitole o pociťovaní bezpečia sa zmieňuje aj o téme dohľadových praktík, ktoré ďalej nerozvíja. Zaujímavý je návrat k Bachelardovej Poetike priestoru, ktoré je určitou alternatívou k psychológii vnímania obchodného priestoru. Kapitola 5.2.1. prináša dobrú tému privlastňovania si prostredí Obchodným centrom, dokonca mýtických prostredí ako je „večná jar“, ktorá vynikne najmä v tomto období. V tomto duchu autorka potom nadviaže kapitolou o metonymických stratégiách privlastňovania.

Autorka sa ďalej venuje vnútornému usporiadaniu obchodného centra, kde uvádza najmä utilitarizujúce kritériá rôznych autorov; a priestorovému usporiadaniu obchodu, kde sa už autorke darí prepašovať trochu semiotiky. V tejto časti je najprínosnejší Flochov prístup v navrhovaní usporiadania priestorov vychádzajúci z prístupov štrukturálnej lingvistiky Greimasovej školy.

Autorka sa k istej urbanistickej filozofii vyjadruje v krátkej kapitole 8. Tu by som videl isté otvárajúce sa možnosti, ktoré však autorka ďalej nesleduje.

Práca má charakter kvalitného súhrnu, aj keď nesleduje zjednocovanie rôznych metodológií. Nedostatok vidím v menšom tiahnutí ku koncízности a tematicky menej prehľadnému usporiadaniu práce, v ktorej sa však ukazujú niektoré „línie úniku“ otvárajúce možnosti k neskoršiemu rozpracovaniu.

Práca spĺňa formálne a jazykové nároky, navrhujem ju prijať k obhajobe a predbežne ju hodnotím medzi známami -1 a 2.

Vo Vranove n/T, 9.2.2015

Tomáš Kladný