

## Centrum audiovizuálních studií

Posudek praktické diplomové práce – bakalářský  / magisterský film 

Autor/ka práce: Anežka Horová

Název práce: VYUŽITÍ NOVÝCH MÉDIÍ V MÓDNÍM PRŮMYSLU  
NA PŘÍKLADU ZNAČKY BALENCIAGAPosudek vedoucí/ho práce Posudek oponenta/ky 

Autor/ka posudku (jméno, příjmení, pracoviště):

MA. Hana Janečková Pgcert

## Hodnocení obsahu a výsledné podoby praktické diplomové práce:

Celkové	hodnocení	diplomové	práce	(A-F)
---------	-----------	-----------	-------	-------

.....C.....

*(vysvětlivky hodnocení: A = výborný výkon převyšující daná kritéria, B = nadprůměrný výkon s minimem chyb, C = průměrný výkon s přijatelným počtem chyb, D = přijatelný výkon s větším počtem chyb, E = výkon vykazující minimální naplnění kritérií, F = nepřijatelný výkon)*

## Vlastní slovní hodnocení praktické diplomové práce:

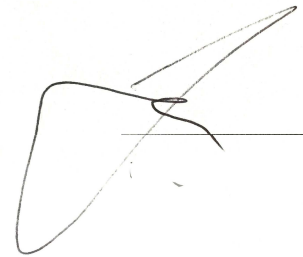
Diplomová práce Anežky Horové se snaží uchopit problém komodifikace současné umělecké novomediální praxe módním průmyslem. Téma je uchopené z pohledu média specifity novomediálního umění dle teoretického pojetí Lva Manoviche a Leah Liewrow, ale s cílem nastínit současné trendy ve vizuální komunikaci. Práce se soustředí na formální i obsahovou analýzu vybraných uměleckých děl umělců, pracujících s novomediálními technologiemi jako je 3D modelling, animace, rotoscoping, či jak tvorba těchto autorů používá a je používána jazykem reklamního průmyslu. Téma je rozvedeno velice jasně strukturovanou deskripcí strategií marketingu značek Vetemens a Balenciaga a relevantních uměleckých projektů Jona Rafmana, Eda Fornielese, aj. v kontextech jejich použití módními značkami. Horová se soustředí na prezenci na sociálních médiích těchto značek, výběr reklamních kampaní a jakým způsobem uchopují otázku ekologické krize metodami 3D fitting, a nastiňuje příklady komodifikace alternativní kultury jako např punk či Woodstock módním průmyslem.

Jednou ze silných stránek diplomové práce je velice kompetentně provedený výzkum a dobře vybrané příklady relevantních uměleckých počinů, které jsou velmi přesně popsány. Autorka ukazuje velice dobré porozumění relevantních novomediálních technik internetového umění a hlubších detailů propojení umělecké scény s módou, i současných reklamních strategií. Porozumění termínu nová média a jejich specifik je vhodné a dobře popsáno a zkontextualizováno relevantní teoretickou četbou. Z práce je jasně viditelná autorčina kompetence a zájem o toto fascinující téma.

Práce má také velice dobrou stylistiku a gramatiku a jasné, logické rozdělení do strukturovaných kapitol. Co práci bohužel chybí je hlubší analýza a koherentní napojení zkoumaných témat v souvislou argumentaci podpořenou jasným závěrem. Autorka se sem tam pokouší o analytické pojetí, např. v souvislosti s prací Eda Fornielese v kontextech strategií sociálních médií jednotlivých značek, ale celkově práce často připomíná velmi dobře kompilovaný seznam deskripcí, tedy co je to komodifikace, představení umělců atd. Co by práci prospělo je vyjasnění autorčina postoje k těmto tématům, jelikož závěr je velice krátký a nenabízí konkrétní kritickou evaluaci hlavních myšlenek textu. Například, jaký je vztah popisovaných pěti novomediálních vlastností jako automatizace, digitalizace atd. Lva Manoviche ke zbytku textu a pokud se autorka nechce zhodnocením novomediality ve vztahu k tématu zabývat, proč tyto pojmy zařazovat do textu, nebo proč psát o 3D fitting a ekologii, pokud autorka nevyjasňuje relevanci k tématu? Text mohl o mnoho více kriticky rozvinout a analyzovat problematické i pozitivní aspekty spolupráce s módními značkami či i vlastních strategií módních značek či se pokusit propojit a identifikovat souvislosti jednotlivých vybraných uměleckých projektů. Z důvodu nedostatku analýzy a evaluace tak hodnotím tuto práci C.

Datum: .....8. září 2019.....

Podpis: ..

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a horizontal line at the end, positioned above the 'Podpis:' label.