

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Eliška Faltusová	
Název práce	Sémiotická analýza vizuální komunikace Národního divadla v Praze	
Autor posudku	doc. PhDr. Milan Banyár, PhD.	2024/25

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	d
2 Nastavení cílů a metod práce	40	e
3 Úroveň teoretické části práce	50	c
4 Úroveň analytické části práce	50	d
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	e
7 Struktura a logika textu	40	c
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	b
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	b
Výsledné hodnocení	2,64	E

Komentáře, připomínky, výhrady a náměty k práci (silné a slabé stránky):

Autorka v predloženej diplomovej práci analyzuje vizuály Národního divadla v Praze pre divadelnú sezónu činohry roku 2023/2024. Na diplomovej práci oceňujem, že sa autorka snažila pomocou semiotickej analýzy komplexne zmapovať znaky, kľúčové motívy a význam šiestich plagátov, ktoré vytvoril český umelec Krištof Kintera.

V teoretickej časti práce sa autorka venuje primárne vzťahu medzi umením a reklamou, ako aj vizuálnou komunikáciou, ale z hľadiska metodologickej postupnosti mi chýba dôslednejšia definícia pojmu reklama, typológia reklamných komunikátov, primárne s dôrazom na printovú reklamu a plagátovú tvorbu. Viaceré kapitoly a podkapitoly v teoretickej časti práce by si zaslúžili podrobnejšie spracovanie, predovšetkým podkapitola 1.4 *Sémiotika reklamy*. Do tejto podkapitoly by sa hodili skôr pasáže zo strán 30 – 35, ktoré sú však nelogicky umiestnené až v 3. kapitole *Metodika*. Naopak, niektoré časti sú z môjho pohľadu redundantné (napr. 2.2.1 *Historie plakátů československých/českých divadel*), keďže sa diplomantka nevenuje historickému vývoju plagátovej tvorby v rámci českých divadiel, ale skúma aktuálnu situáciu jedného konkrétneho divadla. Aby mala táto časť určitý význam v kontexte zvolenej témy, mohla autorka historický vývoj divadelného plagátu v ČR ilustrovať na konkrétnych príkladoch a ukázkach plagátovej tvorby v jednotlivých obdobiach, čo v diplomovej práci taktiež absentuje. Celkovo je z obsahu a štruktúry práce zjavný nepomer medzi kratšou teoretickou a rozsiahlejšou analytickou časťou práce.

Cieľ diplomovej práce definovaný príliš všeobecne a chýba mu praktický rozmer. Okrem toho, že autorka chcela prostredníctvom semiotickej analýzy zistiť, čo vyjadrujú znaky v reklamných plagátoch jednotlivých divadelných hier, tak by bolo potrebné z pragmatického hľadiska taktiež identifikovať, ako tieto plagáty interpretuje cieľová skupina (diváci a návštevníci divadla) a či mali výraznejší vplyv na návštevnosť týchto divadelných predstavení. To taktiež súvisí aj s formuláciou dvoch výskumných otázok (s. 30), v ktorých autorka tento dôležitý aspekt rovnako nijakým spôsobom nezohľadňuje.

V praktickej časti autorka použila iba jednu výskumnú metódu – semiotickú analýzu plagátov na šesť divadelných inscenácií (Hamlet, Bílá Voda, Mefisto, Wernisch, Ještě chvíľku,

Cherry Man) minuloročnej divadelnej sezóny činohry Národního divadla v Prahe. Semiotická analýza vizuálov má miestami popisný charakter, autorka si nastavila iba 3 hodnotiace kritériá (farby, písmo, motív), pričom mohla vychádzať aj z viacerých hodnotiacich parametrov. Semiotická analýza je síce vhodným nástrojom na výskum syntaktickej, sémantickej, či pragmatickej roviny reklamných komunikátov, ako aj na lepšie pochopenie znakovkej štruktúry reklám a ich vplyv na recipientov, ale môže byť aj značne subjektívna, čo si uvedomuje aj samotná autorka diplomovej práce, keď tvrdí, že „analýza je limitovaná z pozície interpretácie znakov, ktorá je vždy subjektívna, ačkoliv sa opiera o ověřené vědecké termíny“ s. 35. Z tohto dôvodu by bolo potrebné semiotickú analýzu kombinovať aj s inými kvantitatívnymi, či kvalitatívnymi výskumnými metódami, na základe ktorých by si autorka dokázala overiť jej platnosť. Mohla sa popritom zamerať na rôzne objekty výskumu, či už je to laická verejnosť (návštevníci divadla), ako na nich estetika vizuálov pôsobí a či by ich motivovala k návšteve divadla, alebo profesionáli (umelci, grafici, dizajnéri), ktorí by taktiež dokázali fundovane vyhodnotiť kvalitu reklamných plagátov a ich semiotický význam, príp. konkurencia – plagátová tvorba iných, konkurenčných divadiel, ktorú by mohla autorka porovnať s analyzovanými plagátmi.

V diplomovej práci absentuje projektová časť práce. V zásadách na vypracovanie diplomovej práce autorka nemá uvedené, že bude projektovú časť realizovať, preto som tento parameter v posudku ani nehodnotil. Na druhej strane si myslím, že študenti magisterského štúdia by mali vo svojej diplomovej práci preukázať, že svoje teoretické vedomosti, ako aj výsledky analýzy a realizovaného výskumu vedia funkčne aplikovať do praxe, pri riešení konkrétneho problému. Vzhľadom na výber témy a zameranie diplomovej práce mohla autorka ponúknuť čitateľom aspoň základné návrhy a odporúčania pre prax pri tvorbe plagátov na divadelné inscenácie, čím by svojej semiotickej analýze dala aspoň logický záver.

Po formálnej stránke by som autorke vytkol miestami menej dôslednú prácu so zdrojmi a ich uvádzanie v texte, ako aj drobné gramatické a štylistické nedostatky.

Na základe uvedeného predloženu diplomovú prácu odporúčam k obhajobe a navrhujem hodnotenie E (dostatočne).

Otázky k obhajobě:

1. Akú inú výskumnú metódu by ste použili, aby ste ňou vedeli overiť výsledky Vašej semiotickej analýzy?
2. Aké návrhy a odporúčania pre prax v súvislosti s plagátovou tvorbou na divadelné inscenácie by ste vedeli formulovať na základe výsledkov Vašej semiotickej analýzy?
3. Môžete prosím k jednotlivým obdobiam historického vývoja vizuálnej komunikácie českých divadiel (podkapitola 2.2) doplniť aj konkrétne príklady a ukážky plagátovej tvorby z jednotlivých období a porovnať ich s analyzovanými plagátmi Národního divadla v Prahe pre divadelnú sezónu činohry roku 2023/2024? Aký posun môžeme vidieť z hľadiska historického vývoja plagátovej tvorby českých divadiel v porovnaní so súčasným obdobím?

Ve Zlíně dne 9. 5. 2025

Podpis: