

Posudek oponenta bakalářské práce

Olha Shevchenko: Vliv módy na identitu člověka

Autorka se ve své bakalářské práci zabývá aktuální problematikou, kterou představují kvantitativní i kvalitativní vlivy módy jakožto určitého specifického „diskurzu“ na tvorbu, proměny, posuny a přizpůsobování lidské identity. Móda získala tento vliv do značné míry jednak díky technologickým inovacím posledních dvou století a jednak díky masmediálnímu boomu, pro nějž se sama stala jedním z klíčových témat (už od přelomu 18. a 19. století se začaly šířit časopisy o módě jakožto o fenoménu propojenému s dobovými sociálními, politickými, ideovými změnami). Teprve od tohoto technologicko-mediálního obratu lze asi hovořit o módě v dnešním slova smyslu. V dřívějších obdobích byla sféra módy respektive stylu přístupná pouze úzké společenské skupině a týkala se kupříkladu i architektury (třeba i jen nové renesanční fasády přetažené přes gotický dům apod.). Její funkce byla tehdy primárně reprezentační, statusová – držitel módy si byl svojí „identitou“ již dopředu jistý a na módním „povrchu“ ji chtěl prezentovat, zdůraznit, hlásat.

Teprve od epochy technologicko/mediálního boomu se postup spíše obrací – móda pomáhá dotvořit identitu, která je nejen dle Huma určitou křížovatkou vlivů, a která funguje jako kvazi-divadelní role. V epoše moderního zrychlení a různosti musí jedinci častěji volit „kostým“, způsob vystupování, musí více vybírat a aktivněji se podílet na dotváření své identity. Jedněmi z nejpodstatnějších klíčů výběru módního „vystoupení“ jsou aspekty estetické a komunikační. Pro dotvoření identity mají oba aspekty značný význam, přičemž snaha o vplynutí do určité komunity je možná více orientována na vnější působení, kdežto výběr s pomocí estetického soudu, vkusu snad působí více do vnitřku daného jedince. V této souvislosti lze zmínit, že řada módních produktů se nepožizuje (alespoň v případě některých jedinců) proto, aby se prezentovaly na veřejnosti, ale především z toho důvodu, aby byly zařazeny do jakési soukromé kolekce, s níž vyjma jejího majitele nepřichází širší publikum příliš do kontaktu. Jakési sběratelství módy (což není až tak neobvyklý jev – kupříkladu v některých prosklených botnicích bývají třeba desítky párů bot a vesměs se nepředpokládá, že by byly často nebo vůbec nošeny, i když takový potenciál

neztrácejí) svědčí velmi intenzivně o estetickém rozměru tohoto odvětví. Je otázka, jak se liší přístupy u tzv. luxusní módy a u tzv. konfekční módy (přičemž obojí stále obsahuje estetické, sociální, komunikační, statusové, integrační a jiné roviny).

Bakalářská práce je napsána dobře strukturovaným způsobem, využívá relevantní teoretické literatury a podává i smysluplná zobecnění. Osobně bych se asi přikláněl i k analýze vizuálních aspektů zmiňovaných módních doplňků, popřípadě i jejich reklam apod., ale není to nezbytné.

Práci doporučuji k přijetí a navrhuji hodnocení výborně (tedy 1).

Václav Hájek