

Posudek bakalářské práce Ivany Vránkové „Jak reklama ovlivňuje představu sama sebe: genderová perspektiva“

Ve své bakalářské práci se Ivana Vránková rozhodla vydat po krocích Vickie Shields a zopakovat její výzkum vnímání reklamy studujícími v českém prostředí. To je legitimní cíl, jenž mimo jiné nabízí možnost komparace, neboť lze předpokládat jisté rozdíly mezi americkými studujícími, kteří jsou v průběhu studia standardně vzděláváni v genderové problematice, a jejich českými protějšky, kterým se takového vzdělání vesměs nedostává. Téma genderu a reklamy obecně je v českém kontextu i dvacet let po změně režimu stále aktuální, protože této oblasti mediálních studií není zdaleka věnováno tolik úsilí, kolik by si zasloužila. Konečně aktuální je i zaměření na příjem (konzumaci) mediálních produktů, protože tento „třetí metodologický moment“ (Thompson) studia médií je zanedbáván obecně. Většina výzkumů se zaměřuje spíše na analýzu mediálních produktů a jejich produkce, než na zkoumání diváctva, které je nezdědka náročnější a co si budeme nalhávat, také nepohodlnější. Pracovat s živými lidmi je vždy složitější než analyzovat neživé texty.

Inspirace Shields se nepromítla jen do designu výzkumu, ale i do podoby teoretické části, kdy Ivana využila její strukturaci relevantní literatury ze souhrnné stati *Selling The Sex That Sells: Mapping the Evolution of Gender Advertising Research Across Three Decades*. Je samozřejmě snazší postupovat po vyšlapaných cestách, ale Ivaně slouží ke cti, že to nijak nezakrývá a korektně Shields odkazuje. Tématické členění Shields se také snaží dále rozvíjet o aktuálnější literaturu (Croteau a Hoynes, Thompson, Kilbourne) a vrací se i ke starším pracím v originálech (Goffman, Williamson). Celkově představuje obvyklou škálu konceptů běžně spojovaných se zvoleným tématem a pracuje s přiměřeným seznamem literatury (z hlediska nároků na bakalářskou práci spíše rozsáhlejším). Neváhá se také kriticky vymezit vůči některým mediálním „teoretikům“, když si kritiku pro svou nevzdělanost a upachtěné filozofování nepochybně zaslouží (Köppl, Sztompka). I po formální stránce je práce zdařilá, až na některé drobnosti jako například špatné hláskování jména Kilbourne na str. 24, nereflekované zaměňování rodu a genderu na str. 31, občasné překlady (např. str. 40 „ženy...zasažení“, str. 49 „Výjimkou byl pouze jedna respondentka...“, str. 58 „Ženy naopak odmítli...“) či současné používání uvozovek a „tzv.“ (str. 49).

Jak již bylo řečeno, Ivana využila kvalitativní design výzkumu, který původně nabídla Shields. Nicméně vybrala vlastní aktuální reklamy z českého kontextu, jejichž relevanci přesvědčivě vyargumentovala. Empirická část jako celek pak nabízí poměrně zevrubnou diskusi zvolené metody a vlastní analýzu empirického materiálu. Pokud jde o analýzu, je dostatečně propracovaná a ukazuje rozvíjející se citlivost k jedinečnosti empirických dat i respondentů. Oceňuji, že se Ivana vesměs nenechala strhnout ke zevšeobecnování, které je pro bakalářské práce poměrně typické, a nechala vyniknout

5. června 2009

různost a protikladnost jednotlivých vyjádření. Podobně lze vyzdvihnout konzistentní snahu provazovat teorii s empirií. Zajímavý je závěr, že studující v Česku a v USA se významně neliší ve svých interpretacích reklamy s genderovými tématy.

Protože je pro mne samozřejmě náročné, ne-li nemožné, objektivně hodnotit práci, na jejímž vzniku jsem se svým způsobem podílel, zaměřím se především na hodnocení procesu, který vedl k finálnímu produktu. Ten nebyl zdaleka tak přímočarý, jak by se mohlo zdát, protože práce byla několikrát přerušena, mimo jiné kvůli studiu v zahraničí. Nicméně Ivana tyto pauzy vesměs využila produktivně a rozšiřovala si okruh literatury, kterou posléze vesměs zužitkovala. V poslední fázi pak pracovala svědomitě a konzistentně, což se odrazilo v soustavném vylepšování textu. Mám za to, že řemeslnou stránku vědecké práce zvládla Ivana velmi dobře a jsem spokojen s tím, kam se posunula z hlediska aplikace genderové perspektivy.

Vzhledem k výše zmíněnému a při zohlednění mých zkušeností s úrovní bakalářských prací navrhuji známku solidní velmi dobře.

Ing. Petr Pavlík, Ph.D.

vedoucí práce