

Posudok školiteľky diplomovej práce

Bc. Eva Koktová: „Plastická krása“-telo v kontextu estetické chirurgie

Cieľom diplomovej práce Evy Koktovej je analýza skúseností ľudí, ktorí/é podstúpili zákroky v oblasti estetickej chirurgie. Ako sama autorka píše: „*Tělo se stalo projektem a estetická chirurgie nástrojem, jak nad ním převzít kontrolu navzdory známám stárnutí, mateřství či vrozeným vadám /vid abstrakt/.*“

Do výskumného poľa autorky, sa tak dostali dve veľké témy: plastická chirurgia ako mocenský nástroj, a telo ako také. Nie vždy sa tieto témy prelínajú, niekedy akoby bežia paralelne vedľa seba. Domnievam sa, že z celého textu je „cítiť“, že autorka sa terénu a dát akoby obávala, že viac verí zavedeným autoritám, a ich textom, ktorým rozumie.

Samotnú analytickú časť prácu by som rozdelila na dve časti, prvá sa zaoberá analýzou reklamy a reality show, druhá je postavená na rozhovoroch s tými, ktorí/é majú skúsenosť so zákrokom z oblasti estetickej chirurgie. Táto časť práce pôsobí chaoticky /a to nielen grafikou/. Čitateľ/ka sa nedozvie, prečo a aké zdroje /vidí len internetové odkazy pod čiarou/ vo svojej práci autorka použila, a akým spôsobom ich analyzovala. Autorka sa pokúsila prelínať obsahovú analýzu reklamy, s výpoveďami lekárov/iek a marketingových riaditeľov/iek, ktorými si svoju analýzu legitimizovala. Výsledkom ale je, že text pôsobí nepresvedčivo až povrchno. Zároveň sa o tejto stratégii čitateľ v úvode nedozvie, a preto môže byť pre neho prekvapením, že do textu vstupujú ďalší aktéry/ky popisovanej sociálnej situácie.

Výrazne kvalitnejšie sú ovšem ďalšie časti práce /kapitoly 5 až 10/. V nich sa autorka venovala napr. body image, disciplínii tela a feministickému diskurzu tela a telesnosti.

Na rozdiel od vyššie kritizovaného textu pôsobia tieto časti kompaktnjším dojmom, autorka precízne pracuje so získanými dátami z interview, ktoré veľmi pekne interpretuje. Zároveň reflexívne popisuje svoju výskumnú pozíciu, ktorá nastala v priebehu interakcie s informátormi/kami v priebehu samotnej realizácie interview.

Na tomto mieste musím pripomenúť, že výskum zaťažovali konkrétne očakávania a subjektívne predpoklady /niekedy až vyhranené osobné názory/ autorky, ktoré sa aj po „prečistení“ textu dostali do výslednej práce. Prejavujú sa silnými argumentami a urýchlenými závermi, na ktoré má autorka slabé dáta, či ich nemá vôbec /problém s „odstupom“ od skúmaného terénu/. Napr. str.19: „Na

autoritu a osobnost lékaře hrají i reklamy velkých klinik, jak potvrdil marketingový manager pražské kliniky estetické medicíny: „ *Jestli má nějaká reklama probudit důvěru klienta, pak je to z velké části ten vztah k tomu lékaři a ty reference, které získal, to znamená, že v ten moment ten naprosto přesvědčivý materiál, který toho klienta k nám přivádí je jenom z 20-30 procent osovení médií nebo obecně reklamou a zbytek je renomé lékaře plus reference/marketingový manažer, 39 let./“/str.19/*

Posudzovanú prácu hodnotím známku **veľmi dobrý až dobrý / závislosti na obhajobe/**.

Mgr.Petra Ezzeddine
Katedra Obecné Antropologie FHS UK

V Prahe 11.9.2011