

Posudek diplomové práce Jiřího Hraběte Fenomén sexu v časopisech Elle a Maxim

Autor předložené diplomové práce započal se zkoumáním zobrazování genderových stereotypů v médiích již ve své bakalářské práci, kterou jsem měla možnost oponovat. Mohu tedy posoudit, do jaké míry se autor ve svém vědeckém zaměření posunul. Zatímco jeho bakalářská práce zahrnovala pečlivě zpracovanou kvantitativní obsahovou analýzu časopisů určených čistě mužské heterosexuální cílové skupině (Men's Health a Esquire) s ohledem na obraz mužství, který tyto life-styleové magazíny zprostředkovávají, diplomová práce je ve svém myšlenkovém zázemí komplikovanější.

Téma obrazu jednotlivých rodů, což je základní téma mediálního genderového výzkumu, totiž rozkládá na menší jednotky a vybírá si z nich tu explicitně genderově nejzatíženější, která je ovšem zároveň základním pojítkem mezi biologickými rody. Snaží se o analýzu fenoménu sexu. Navíc v podobě komparace dvou protichůdně cílených reprezentantek, resp. reprezentantů mediálního zobrazení tohoto fenoménu – komparace časopisu pro ženy Elle a časopisu pro muže Maxim. Za velké plus práce považují jazykově i metodicky samozřejmé zařazení tématu sex do kontextu mediálního zkoumání. Jak dokazuje kapitola Sex a tištěná média, toto téma dosud není standardním předmětem zájmu mediálních výzkumnic a výzkumníků. Stejně tak je chvályhodná implicitní autorova snaha o zpochybnění vlastních rodových stereotypů vztahujících se k fenoménu sex.

S ohledem na autorovu ambici prokázat mediální sblížení či oddalování genderových stereotypů vztahujících se k sexualitě a toto zjištění zobecnit se nabízí otázka po způsobu výběru zkoumaného materiálu, tedy obou titulů. Na tuto otázku totiž autor odpovídá pouze douškou o výsadním postavení obou magazínů ve svém segmentu trhu. Vzhledem ke komparaci, k níž celá práce směřuje, bych ovšem očekávala obsažnější reflexi. Ta by mohla práci dodat další rozměr – totiž úvahu o „rozložení“ sil na trhu ženských a mužských časopisů a mohla by prokázat jakousi stagnaci jejich leitmotivu bez ohledu na jejich „stáří“. Magazíny, které mají v hlavičce podtitul časopis pro ženy či časopis pro muže, totiž bez ohledu na evidentní změny úrovně sociální rovnosti žen a mužů zůstávají „udržovateli“ patriarchálního statusu quo a jen drobnými krůčky mění svou rutinu. Práce v tomto směru přiznává větší flexibilitu reprezentantce ženských časopisů, Maxim z analýzy vychází jako tradičně machistické, homofonní a šovinistické médium.

Autor si pro zpracování svých tezí vybral metodou srovnávací kvantitativní a kvalitativní analýzy. Celá metoda je vymezením pojmosloví, vymezením zkoumaného vzorku, výběrem klíčových slov, sběrem dat a jejich předložením zpracována způsobem, který dovoluje následování a mediálně teoretickou polemiku nad získanými výsledky. Za obcerstvující pozitivum práce považují zahrnutí obrazového vyjádření obou médií k tématu do analýzy. Obrazová analýza slouží velmi dobře jako důkazní materiál pro soudy vyvozené z analýzy textové. Stejně tak grafická a přílohová úroveň diplomové práce je vysoká a slouží dobře ke zdůraznění významných bodů práce.

Vzhledem k zodpovědnému přístupu autora, prokázání znalosti literatury a metodologie, i vzhledem k jasnému a hutnému předložení hypotézy a postupu k dosažení výsledku navrhuji tuto práci na výborné hodnocení.

V Nižboru 15.6.2006
Mgr. Kateřina Jonášová