

Oponentní posudek diplomové práce Michaely České: „Mýtus ženské krásy“

Na začátku své práce formuluje autorka téma své práce takto: „... problematice ženského těla, jeho mýtu krásy, společenskému diktátu se věnuji ve své diplomové práci“ (s. 8). Sleduje nejprve různá, především společenskovědní pojetí krásy – sociobiologické, kulturně-konstruktivistické, dále sociologické (Bourdieuovo pojetí symbolicky/mocensky produkované percepce těla; Veblenovo ekonomicky-prestižní pojetí krásy; poukaz Simone de Beauvoirové k teoretické dominanci mužů uvnitř myšlenkové tradice), metafyzické (proměna těla na objekt v karteziánské tradici), feministické (Naomi Wolfové pojetí ideálu krásy jako mocenského nástroje utlačování ženy). Dále sleduje Platónovo pojetí krásy na základě rozboru jeho dialogů, především Symposiumu a Faidra. A konečně se zabývá mýtem krásy, produkovaným a reprodukováným v médiích, reklamě spolu s vývojem a proměnami ideálu „ženské krásy“ především ze stanoviska sociologického a genderového.

Pozitivní je na předložené práci snaha proniknout k pozoruhodnému problému, odkrýt na jedné oblasti nesamozřejmost samozřejmosti a průmyslově produkované „normality“, což je jedna z klíčových schopností universitně vzdělaného člověka. Autorka prostudovala a úspěšně zvládla mnoho klasických i modernějších textů. S ohledem na to ale je potřeba říci, že autorka neproniká dostatečně hluboko – spokojuje se s charakteristikou jednotlivých speciálně-vědních přístupů, co však v tomto výčtu jednotlivých stanovisek chybí je snaha postihnout jejich předpoklady – kde je v těchto jednotlivých pojetích věc sama? Téměř chybí jakákoliv snaha po vlastním kritickém odstupu a vlastním osvojení si zkoumaného problému. To je viditelné především na oné kapitole o Platónově pojetí krásy, která je mezi sociologicko-feministickými hledisky a následnou analýzou médií jako spadlá z višně – není vůbec vysvětleno, proč se autorka vlastně Platónem zabývá. Je problém „krásy“ v Platónově pojetí tímtož problémem, jakým se zabývají jednotlivá autorkou vybraná moderní teoretická hlediska? Samotné porozumění Platónovi se pohybuje pouze na povrchu – co to vlastně krása sama jest? Ví autorka o rozdílu mezi krásou ve smyslu ideálním a líbivostí ve smyslu psychologicko-empirickém? Na s. 34, kde autorka vykládá Symposium, není vystižena specifická struktura přesahu u Eróta: v čem tento přesah spočívá? Na s. 46, kde se autorka začíná zabývat médii, chybí hlubší teorie médií – nestačí jen zmínit „hypotézu zrcadlení“ a proti tomu aspekt aktivity mediální produkce. S ohledem na zkoumaný problém je přece potřeba vyložit, jak se podle autorky média podílejí na konstituci „normality“, toho, co je „normální“, potažmo ideálu „krásy“. Tento nedostatek se projeví záhy, tam, kde se autorka dostane k problému reklamy (s. 49): „skrytě je nám sdělováno, že s určitým výrobkem můžeme být úspěšní a sexy, krásní a silní...“ – ale na tom přece není nic skrytého, to je naopak explicitní povrch reklamní produkce asociativní pasivity konzumenta. Důležité je, že podélně-horizontově se v této mediální produkci konstituuje „normalita“: Když je potom na s. 84 citována feministická autorka: „užijme si a nenechme se řídit žádnými stereotypy“, je základní teoretický nedostatek projevem plně: toto poselství, které je vydáváno za osvobození se od normalitních stereotypů, není ve skutečnosti nic jiného než reprodukce horizontu normálnosti, který je veškerou mediálně-reklamní produkcí konstituován, ovšem tato reprodukce se pohybuje nikoliv v modu teoretické distance, ale právě v modu samozřejmosti – zůstáváme v jeskyni, nevylézáme z ní.

Diplomovou práci *doporučuji k obhajobě* a navrhuji (s přihlédnutím k diskusi nad výše vytyčenými problémy) *hodnocení velmi dobře*.

Trutnov, 17. prosince 2012

David Rybák