

POSUDEK DIPLOMOVÉ PRÁCE

Typ posudku: *vedoucí práce/konzultantka*

Autor/ka práce: Bc. Dominika Jiroušková

Název práce: Motivace diváků ke sledování beauty videí na You Tube

Vedoucí práce: PhDr. Alena Křížková, Ph.D.

Konzultantka: PhDr. Marie Dlouhá

Oponent/tka: Mgr. Jaroslav Švelch, Ph.D.

Navržené hodnocení: Velmi dobře

Zdůvodnění Vašeho hodnocení práce (zejména výhrad a kritických připomínek) rozepište podle níže uvedených kritérií.

1. Je cíl práce (výzkumná otázka) jasně formulován a odpovídají mu závěry? Je práce vhodně strukturována?

Cíl práce je jasně formulován, závěry mu ale ne zcela odpovídají. Diplomantce se podařilo poukázat na specifitu youtube videoblogů, díky níž je diváci a divačky sledují, nicméně se jí nepodařilo úplně dobře ukázat specifitu youtube videoblogů zaměřených na módu a krásu. K zachycení specifičnosti tohoto fenoménu by mohla autorce pomoci genderová perspektiva, kterou však v práci opomíjí. Videoblogging o tématu krásy a módy je silně genderovaná oblast produkovaná téměř výhradně ženami a zaměřená opět na specificky ženské publikum. Část výsledků – zjištěných motivací ke sledování tohoto žánru – by pravděpodobně díky genderové perspektivě dostala hlubší rozměr, který by šlo vztáhnout právě k tématu móda a krásu. Video blogy zaměřené na krásu mají ve velké většině divačky ženy, které se skrze sledování youtube videoblogů identifikují s ideálem krásy, který je sociální konstrukcí. Sledování a vytváření videoblogů s tématem módy a krásy tak můžeme nahlížet jako snahu informovat se a přibližovat se tomuto ideálu a zároveň ho tak spoluutvářet. Zároveň pokud by bylo téma nahlíženo i genderovou perspektivou, bylo by možné odhalit, že jsou motivace k jejich sledování ovlivněny strukturou společnosti, normami a stereotypy o podobě zejména žen (ale také mužů) v současné společnosti. Je škoda, že na rozměr genderu autorka naráží v projektu práce, nikoliv však už v práci samotné.

Pokud hodnotíme strukturu práce, tak ta není příliš jasná – autorka zejména v teoretické části přeskakuje mezi koncepty z teorie, mezi faktografickým popisem youtube prostředí a prostředí blogerek a mezi tím, co chce sama zjistit. Autorce chyběl asi poslední krok, ve kterém by si jasně stanovila, které koncepty potřebuje k jaké části argumentu, a dle toho by upravila svoji argumentaci.

2. Opírá se autor/ka o dostatek literatury relevantní tématu práce? Využívá i cizojazyčné texty?

Autorka využívá jak zahraniční, tak české relevantní zdroje. Za vhodné považujeme zejména srovnání s klasickými blogy. Zde je možný prostor pro zamyšlení se při obhajobě. Autorka sice nemá srovnání s klasickými blogy, nicméně by se mohla zamyslet nad tím, v čem by se mohly videoblogy od blogů klasických lišit. Vzhledem k předchozímu bodu považujeme za nedostatek to, že uvedené teoretické práce nezachycují specifitu blogů z oblasti krásy a módy a genderových aspektů tématu.

3. Jaká je kvalita použitých dat nebo zdrojů (včetně jejich výběru, sběru a popisu) a metod jejich analýzy?

Použitá data, jejich výběr, sběr a popis celé procedury považujeme za kvalitní, stejně tak jako jejich analýzu. Vše je popsáno velmi názorně, autorka analýza pomohla odpovědět na otázku motivů, které jsou specifické pro dané prostředí. Co se ukazuje jako problematické, je zařazení jednoho muže do vzorku. Jak bylo poukázáno výše, jedná se o genderově specifické prostředí, postavení mužů v tomto prostředí je určitě odlišné od postavení žen. Co mohou výpovědi jednoho muže přinést k celkovým výsledkům výzkumu?

4. Jaká je kvalita argumentů, o něž autor/ka opírá závěry, k nimž dospěl/a?

Kvalita argumentů je v zásadě v pořádku. Drobností je to, že autorka v některých argumentech popisuje stranu pohledu videoblogerek – např. na str. 52 *Iluzi existujícího osobního vztahu s jednotlivými diváky navozuje videoblogerka i prostřednictvím komunikace s diváky*. Autorka má k dispozici pouze pohled diváků/ček, iluzi osobního vztahu, o které mluví, tedy může vidět pouze z tohoto pohledu. Na tuto skutečnost upozorňuje v závěru práce, v textu však několikrát předkládá pohled videoblogerek, který by jí neměl být dostupný.

5. Jsou v práci autorova/autorčina tvrzení a zjištění jasně odlišena od tvrzení a zjištění převzatých?

Ano.

6. Jaká je úroveň odkazového aparátu, jazyka a dalších formálních náležitostí?

Formálně je práce v pořádku. Práce však používá genderově necitlivý jazyk. Autorka se věnuje prostředí, kde jsou nejčastějšími tvůrkyněmi ženy, nejčastějšími divačkami (a tudíž i účastnicemi výzkumu) také ženy. Sama autorka je také žena. V jazykovém vyjadřování používá v souvislosti s tvůrkyněmi zásadě ženský rod, ovšem pokud mluví o divačkách nebo o sobě jako výzkumnici, používá velmi často mužský rod. To vnáší do práce značnou nerovnováhu, zejména vzhledem právě ke specifitě tématu krása a móda. A také s ohledem na to, jak sama píše, že *Vzhledem k tomu, že většina z dotazovaných byly ženy, mohl se na hladkém průběhu rozhovorů podílet faktor příslušnosti ke stejnému genderu*. Autorka se může zamyslet také nad tím, jak mohla být výzkumná situace ovlivněna právě tím, že se jednalo o komunikaci výzkumnice – ženy s divačkami – ženami.

7. Jiné přednosti a/nebo nedostatky, které neodpovídají výše uvedeným kritériím (jsou-li jaké).

-

8. Náměty na diskuzi při obhajobě práce.

K zamyšlení při obhajobě nabízíme otázku toho, zda si autorka myslí, že videoblogerky opravdu odhalují publiku svoje nejzazší soukromí. Nejedná se náhodou o jakousi iluzi soukromí? Videoblogerka svoje příspěvky před publikováním stříhá, často si dopředu připravuje to, co řekne. Mohou se jistě vyskytovat motivy, které na kameru neřekne. Tedy i „upřímné“ odhození určité masky nemusí znamenat úplné odhození masky. Jak již bylo zmíněno, autorka skrze práci nemůže zjistit motivace videoblogerek, nicméně je zajímavé se nad tímto zamyslet zejména v souvislosti s tím, jak diváci/čky vnímají autenticitu tvůrkyně, například v souvislosti s komerčními sděleními. Druhým zamyšlením, které pro obhajobu nabízíme, je propojení výsledků s teorií slabých a silných vazeb, které autorka uvádí v úvodu, v interpretaci už se k ní nevrací. Jsou vazby, které vznikají mezi diváky/čkami a blogerkami silné nebo slabé? Myslí si autorka, že mají stejnou podobu z obou stran (tj. ze strany diváka/čky, stejně jako ze strany blogerky)?

Celkové hodnocení práce:

Práci považujeme za silnou v tom, že se autorce podařilo zachytit specifické motivace sledování videoblogů na youtube, ovšem nikoliv specificky pro módu a krásu. Za přínos práce považujeme zachycení jemných nuancí vztahu mezi diváky/čkami a blogerkami a jakou roli v nich hraje komercializace. Důležité je to, že komerční prvek může vztahy dokonce posilovat a to v okamžiku, kdy je tento přiznaný – diváci/čky tak vnímají, že se blogerky neidentifikují tolik s komerčními subjekty, jako s nimi, což vnímají velmi pozitivně. Nicméně na druhou stranu musíme poukázat na slabší stránky práce – její zmatečnost z formálního hlediska a její nespécifitu vzhledem k tématu, na které se vybraný typ videoblogů zaměřuje. Ztrácí tak sílu i právě silná stránka v oblasti komercializace (tj. vztah komercializace a obrazu ženské krásy) a vztah sociální struktury a konkrétních motivací diváček. Autorka by se také více měla zamyslet nad tím, že také samotným děláním rozhovorů, případně psaním diplomové práce utváří společenské vztahy a napomáhá či případně může zmírňovat konstrukce určitých kategorií.

Datum: 31. 5. 2016

Podpis:

