

Posudek na diplomovou práci Bc. Jakuba Jarolíma (FF UK – studijní program Etnologie a kulturní antropologie)

Jak se prodávají příběhy. O tom, jak řemeslníci vynalézají a komodifikují tradice

Předkládána diplomová práce studenta Jakuba Jarolíma se svým tématem řadí do široké oblasti bádání ekonomické antropologie, v rámci níž se zaměřuje na identifikaci vztahů a interakcí mezi producenty řemeslného zboží a jeho konzumenty. Zkoumána je emická perspektiva aktérek a aktérů obou zmíněných skupin. Práce je výsledkem dlouhodobého etnografického výzkumu založeného na přímé participaci v oblasti řemeslné tvorby dané insiderstvím autora, který se více než deset let profesně věnuje brašnářství. Z toho plyne řada úskalí, na které ovšem autor upozorňuje a reflektuje je. Přiznává, že původní motivací k výzkumu nebylo vědecké porozumění, nýbrž že své znalosti získané během studia antropologie a metodologický aparát typický pro vytváření dat antropologů a antropoložek (zúčastněné pozorování, rozhovory) využíval k marketingovým účelům. Neformální rozhovory, které vedl s dalšími výrobci řemeslného zboží nebo zákazníky, se tedy až ex post staly součástí výzkumného šetření, resp. analýzy a interpretace. Autor si je vědom etické problematičnosti tohoto přístupu a řeší ji důslednou anonymizací informátorek a informátorů.

V souvislosti s metodologickou částí práce mám několik otázek, které nebyly v textu explicitně zodpovězeny. Prováděl autor rozhovory i ve fázi, kdy už věděl, že jeho počínání se z „marketingového výzkumu“ přeměnilo na výzkum etnografický? Pokud ano, změnil se nějakým způsobem jeho přístup k vytváření dat v terénu? Byly některé rozhovory natáčeny? Pokud nikoliv, jakým způsobem si badatel zaznamenával výpovědi informátorů/informátorek, které v diplomové práci cituje? Mohl by blíže specifikovat svůj výzkumný vzorek, resp. lze dojít k nějaké typologii producentů a konzumentů, se kterými vedl rozhovory (jen částečně tak činí přímo v práci)?

Velmi oceňuji autoetnografický přístup, který je zde využíván a díky němuž se čtenáři/čtenářce otvírá vhled do autorovi podnikatelské odysey a odhalují podnikatelovy marketingové strategie založené na vynalézání tradice. Práce je dobrým příkladem, jak napsat neotřelou a čtivou antropologickou studii, aniž by ztratila punc vědeckosti (musím se přiznat, že jsem se těšila a s jistým napětím čekala na každou další kapitulu). Sledované téma autor promýšlí v konceptech tradice, rituálu, nacionalismu a identit včetně teorie fraktálu. Zajímalo by mě, zda se během svých rešerší setkal s přístupy nostalgického marketingu a zda se domnívá, že by mohl být

koncept nostalgie aplikovatelný i na oblast, které se věnuje. Přestože badatel své insiderství chápe zejména jako profit, neodpustím si otázku, zda bylo i v některých momentech přítěží. Předkládaná diplomová práce po obsahové i formální stránce zcela splňuje všechny standardní požadavky na závěrečnou kvalifikační práci magisterského stupně – ba co více, v mnoha ohledech je dokonce převyšuje. Autor prokázal, že je schopen samostatně pracovat v terénu a podrobit vytvořená data kritické analýze a následně je také interpretovat. Diplomovou práci proto s velkou radostí doporučuji k obhajobě a navrhuji její hodnocení známkou výborně. Ke zvážení dávám, zda chce diplomant práci publikovat ve formě odborné studie.



Praha 17. 6. 2022

PhDr. Sandra Kreisslová, Ph.D.