

Oponentský posudek bakalářské práce

Veronika Kollárová: *Etnografie prodejny mezinárodního fast fashion řetězce*. Praha: FHS UK, 64 s. včetně příloh. Vedoucí práce Mgr. Hedvika Novotná.

Veronika Kollárová se ve svojí bakalářské práci snaží postihnout problematiku konkrétního případu obchodu, jenž se soustřeďuje na prodej "stylové" módy za lidové ceny. Zkoumání v prodejně prováděla prostřednictvím zúčastněného pozorování doplněného o polostrukturované rozhovory s pracovníky prodejny a neformální rozhovory převážně se zákazníky. Jelikož před samotným pozorováním v prodejně autorka pracovala, snaží se do obsahu empirické části zapojit i vlastní, tedy autobiografickou zkušenost s fungováním a zažíváním materiálního i symbolického světa prodejny. Předkládaná práce tak svým vymezením leží na pomezí klasické etnografie a tzv. *insider ethnography*. Teoreticky je práce založena převážně na literatuře týkající se materiální, v tomto případě spotřební, kultury a dále pak na dramatickém modelu lidské interakce z pera Erwinga Goffmana.

Z formálního hlediska není práci v podstatě co vyčíst. Práci považuji v kontextu kvality současných bakalářských prací za poměrně čtivou, což vypovídá o dobrých jazykových schopnostech autorky. Na čtivosti předkládané práci neubírají ani některé překlepy či sporadicky chybějící čárky v souvětích. Práce má velmi přehlednou a logicky vystavěnou strukturu, což usnadňuje čtenářovu orientaci v textu. Teoretická část jasně vymezuje konceptuální ukotvení práce. Nástroje výzkumu jsou rovněž zvoleny přílehavě. Empirická část se poměrně obstojně snaží s tímto ukotvením pracovat. Vymezené výzkumné otázky jsou vhodně zvoleny a v empirické části v zásadě zodpovězeny. Celkově vnitřní kulturu práce hodnotím jako nadprůměrnou.

Z obsahového hlediska mám několik výhrad, jež se týkají různých částí a tvrzení celého textu. Za nedůležitější považuji tyto tři:

1) Práci by velmi slušela operacionalizace pojmu "vkus" (výslovně pouze na s. 43), v empirické části se problematice vkusu hovoří pouze implicitně, avšak velmi frekventovaně. Důležitost tohoto pojmu je využitelná zejména v sociální rovině. Práci by v tomto ohledu jistě mohl být k užitku koncepty "distinkce" a "habitu" francouzského sociologa Pierra Bourdieu (1999) (k problému též Lizardo v Sociologickém časopise 3/2014), které se bytostně váží k problematice vkusu a jeho konstituci a dynamice. V tomto smyslu pak v práci postrádám širší sociální kontexty jednotlivých aktérů výzkumu (zaměstnanci) a to jak se jejich sociální pozice vztahuje k jejich individuálnímu "vkusu". Většina citací bohužel zůstala bez bližšího představení aktéra (dozvídáme se pouze věk a nepřímo, že se většinou jedná o studenty a konceptualizace jejich obecného vztahu k módě). Pozice aktéra v sociálním poli mimo prodejnu by dle mého názoru mohla napomoci větší míře "plasticity" představovaného obrazu světa prodejny. Pro samotný koncept spotřební "sub-kultury" typu fast fashion je Bourdieuova teorie vkusu vhodná, protože rozrývá "habituální mechanismy snah určitých skupin" přejímat atributy prestiže některých z těch, které vnímají v hierarchii

sociálního pole jako "výše" postavené (sense of ones place x sense of others place; Bourdieu 1995).

2) Druhá výhrada se týká autobiografického rozměru práce. V empirické části poněkud postrádám explicitní fragmenty proklamované osobní zkušenosti (s. 20). Vyjma tří citací - "osobní zkušenosti" (s. 40, 42 a 43), obecného popisu vztahu k prodejně a krátkého popisu vstupu do terénu spojeného s etickými dilematy - osoba výzkumníka v zásadě absentuje. Při zapojení osobních zkušeností bych čekal i sebe-analýzu vlastní zkušenosti s prostorem a také například to, jak autorka reflektuje vztahy s kolegy (jako zaměstnanec i jako výzkumník), pravidla práce či konfliktní situace se zákazníky (pokud nějaké byly). Vyšší míra terénní reflexivity, tedy odhalení osobního zapojení i "pociťování" toho, co to znamená být zaměstnancem velkého obchodního řetězce by dle mého názoru mohla pomoci dostat do textu vyšší míru "intimity" a učinit jej tak ještě čtivějším a hlubším.

3) Třetí otázkou k diskusi je samotné jádro práce, tedy Goffmanova dramatická teorie. Autorka projevuje výbornou znalost problematiky a velmi dobře ji i aplikuje. Obecně se mi však nezdá udržitelné striktní dělení zaměstnanců prodejny jako účinkujících a zákazníků jako obecenstva. Ano prodejna je sice naaranžována každé ráno znovu a vracena do původního stavu i v průběhu otevírací doby (zaměstnanci jsou držiteli scény - zakrývají přítomnost předchozích zákazníků = snaha vzbudit v zákazníkovi pocit alespoň dílčí jedinečnosti), zákazníci však do prostoru také velmi aktivně vstupují, a to průběžně (s. 34 - "prodejna funguje spíše jako samoobsluha" - tudíž zákazník je svým způsobem také zčásti účinkujícím, jedná se tak vlastně o interaktivní představení). Z hlediska prostorovosti sociálního světa prodejny mi trochu chybí alespoň rámcové představení jednání a praktik vázících se k prostředí převlékacích kabinek (to není projev oponentova voyerismu, jenž samozřejmě chápe, že autorka od tohoto pozorování pravděpodobně upustila z etických důvodů, každopádně se jedná o velmi zajímavé prostředí, jež je - goffmanovsky řečeno - zákulisím právě pro zákazníka a určité míry vykazuje znaky "přechodovosti").

Závěrem bych chtěl zdůraznit, že mnou vymezené obsahové výtky práci neubírají na výpovědní hodnotě. Autorka prokázala schopnost samostatně argumentovat a náležitě zpracovat použitou literaturou i vytvořená data do koherentního textu, který je poměrně čtivý. Veronika Kollárová zároveň hezky prezentuje zejména aktérské konceptualizace (zaměstnanců), které se váží k vyjednávání identity skrze oblečení (s. 47-52, Spotřební kultura) a také pozorované strategie jednání a nakupování aktérů-zákazníků (s. 35-40, Zákazníci). Obecně lze říci, že se jedná o přínosnou práci, která odhaluje střípky reality ze světa pracovníků mezinárodního obchodního řetězce a odkazuje k širšímu kontextu globálních trendů v obchodování, prezentaci a nakupování současné "konfekční" módy.

Práci doporučuji k obhajobě a navrhuji hodnocení velmi dobře. Výsledné hodnocení však samozřejmě závisí na výkonu autorky během obhajoby.