

Posudek vedoucího diplomové práce

Ivety Hajdákové

„The Social Making of the Illusion of Hospitality“

Katedra obecné antropologie
FHS UK

Vypracoval: Yasar Abu Ghosh, 5.9. 2009

Diplomová práce Ivety Hajdákové si vytkla za cíl proniknout do kulturního vymezení služeb jako oblasti pracovního trhu. Jejím cílem ovšem zároveň není pouhá interpretace služeb jako typu práce, ale také vymezení služeb v celkové sociální konstrukci distribuce statků. Při vymezení terénu a základních tezí se proto řídila dominantní reprezentací služeb v konkrétní historické situaci a na konkrétním místě: pohostinství v luxusní restauraci v Praze jako ideálu pohostinství v post-socialistické České republice.

Tato reprezentace zároveň udává směr řadě prvních zkoumání: povaha pohostinství je dominantně nahlížena z perspektivy zákazníka, a proto se nabízí zkoumat „hodnoty“ pohostinství z pohledu jeho realizátorů-pěšáků; v heslech „naš zákazník, náš pán“ jsou zakódovány sociální hierarchie a je proto na místě se ptát, do jaké míry se s ní ztotožňují ti, které uvrhává do podřízeného postavení; a konečně existuje historie pohostinství, se svým souborem znalostí a praktik, které se reprodukují, a proto je na místě zkoumat dis/kontinuity. I když si je autorka těchto možností bádání vědoma, byla schopná přizpůsobit své tázání možnostem několikaměsíčního výzkumu a povaze terénu, který, je zde na místě upozornit, není zrovna příliš nakloněn „pozorování“, vyprávění a naslouchání.

Z etnografického hlediska se autorka proto zaměřila na každodenní performanci pohostinství číšníků, číšnic a částečně i nižšího managementu restaurace a na způsoby, kterými dávali své práci smysl. V prvním případě se k tématu snažila přiblížit zkoumáním „hodnoty práce“ v komplexu povahy práce, jejího odměňování, to vše ve specifickém kontextu luxusních služeb. V druhém případě se pozorování soustředila hlavně na to, jakým způsobem si zaměstnanci vysvětlovali chování zákazníků při obsluze a péči ze strany zaměstnanců.

První kapitola se zaměřuje na samotné místo výzkumu – luxusní restauraci. Z popisu je zřejmé, že luxusu je v posledku vztahovou funkcí spíše než kategorií. Navíc je luxus do značné míry vymezen ochotou a participací producentů luxusu na performanci luxusu. Stručně řečeno, luxus není kvalita, která by byla měřitelná proti a priori daným kritériím. Vývoj pohostinství v ČR po roce 1990 tak například způsobuje, že jako luxusní restaurace úspěšně vystupuje restaurační továrna zaměřená na širokou turistickou klientelu, což odporuje představě luxusu jako vytržebnosti, exkluzivité a nedostupnosti.

Za nejpozoruhodnější prvek diplomové práce ovšem považují teoretický výhled autorky, její schopnost jít nad rámec obecných teoretických tvrzení a zkoumat koncepty do důsledků. V tomto ohledu se ukázalo jako velmi plodné vzít koncept ekonomie symbolických statků P. Bourdieu do důsledků a zkoumat jej v prostředí, kde primární doxické chápání směny zahrnuje pravou povahu směny v pohostinství. Zatímco pracovníci v pohostinství, stejně jako samotní zákazníci a management se snaží utvrzovat ve své agency, ve své schopnosti

zprostředkovat kulturní vytríbenost, zvláštnost a jedinečnost, praktická logika pohostinství stojí a padá s morálkou směny darů. Stojí hodně úsilí a imaginace, aby se to, co je plně integrováno do směny komodit udržovalo morálkou směny darů. Jsou to ovšem právě pracovníci ve službách, na nichž se tento střet odehrává a autorka nám nabízí, v míře, kterou jí specifický terén dovolil, tento střet nahlédnout.

Diplomová práce Ivety Hajdákové se mi jeví, zejména na teoretické rovině, jako výjimečně dobře propracovaná. Práci proto hodnotím jako **výbornou**.

Yasar Abu Ghosh