

Place Branding: pivo a chmel jako značka města Žatce

Barbora Jermanová

Posudek vedoucího práce

Předkládaná bakalářská práce se věnuje analýze obrazu (*image*) města Žatce a způsobům, jak je tento obraz utvářen a používán za účelem propagace města (*branding*). Jde o práci empirickou, založenou na výzkumu vnímání města a zejména jeho obrazu (ve smyslu značky) obyvateli města, kteří se na jejím utváření podílejí z pozice výkonu své funkce v městské správě, kulturních institucích či občanské angažovanosti (tzv. *image makeři*). Nad rámec polostrukturovaných rozhovorů s aktéry provedla autorka ještě drobné anketní šetření mezi návštěvníky města za účelem doplnění porozumění toho, jak vnímají město návštěvníci a zda jsou východiska místních aktérů a jejich představy o návštěvnících realistické.

Předkládaná práce je rozdělena na 4 části. V první autorka diskutuje teoretická východiska svého výzkumu – jde především o konceptuální vymezení jednotlivých pojmů, které pocházejí především ze studií marketingu (měst) a ukazuje, že jí zvolené téma je relevantní z hlediska správy a zejména rozvoje města. V další části autorka stručně představuje čtenáři město Žatec a diskutuje jeho potenciál historický a turistický. Rozebírá též rozvojové dokumenty města, které s daným potenciálem přinejmenším v rovině proklamací pracují (strategický a management plán). V metodologické části představuje autorka způsob, jakým výzkum prováděla a zdůvodňuje kombinaci hlavního výzkumu (polostrukturované rozhovory, analýza dokumentů) a anketního šetření. V empirické části pak autorka představuje výsledky výzkumu, tedy jak její výzkumní partneři na město pohlížejí, jak hodnotí rozvojové a propagační strategie, jak vůbec takové strategie vznikly a zda odpovídají potenciálu rozvoje města.

Osobně považuji práci za solidní, tematicky dobře zacílenou a metodologicky (výzkumně) zvládnutou. Vzhledem k zaměření práce – marketing měst a jeho současná východiska – autorka v práci splňuje to, co si vytkla jako svůj cíl a její analýza jí může posloužit jako východisko k další, aplikované práci v Žatci (jak sama uvádí, dalším krokem je spolupráce s městem na jeho propagaci). Z tohoto hlediska není v zásadě co práci vytknout. Z pohledu aplikované společenské vědy, jak jí rozumí současná antropologie, mi v práci poněkud chybí kritický přesah – kritické zhodnocení bariér, například institucionálních či personálních, jejichž existence je v práci naznačena, ale dále již nediskutována (možná z důvodů anonymizace). Absence hlubšího kritického přístupu pak vede k někdy až nekritickému přijetí tvrzení ze strany výzkumných partnerů a zejména oficiálních dokumentů města – pro hlubší budoucí porozumění nejen potenciálům, ale i bariérám rozvoje by bylo vhodné rozlišit rovinu proklamací (například strategického či management plánu) a rovinu praktických činností a hlouběji se věnovat rozporům mezi tím, co se oficiálně tvrdí a co se prakticky dělá.

V práci oceňuji zejména úzké sepětí mezi teoretickou a praktickou částí, kdy jsou teoretické koncepty samozřejmě používány v rámci prezentace výsledků výzkumu a formulace porozumění toho, jak se ve městě Žatec nakládá s konkrétními obrazy za účelem propagace města a jak tomuto nakládání rozumí a jak jej hodnotí samotní aktéři. Z těchto důvodů práci hodnotím na hranici mezi výborně a velmi dobře.

Petr Gibas