

Posudek na diplomovou práci Barbory Pauli *Obchodní domy a počátky konzumu v meziválečném Československu (Praha 2021)*.

Předkládaná práce Barbory Pauli je kultivovaným textem s promyšlenou strukturou věnovaným atraktivní problematice dějin konzumu v meziválečném období. Je jen škoda, že autorka byla limitována obtížnou dostupností archivních pramenů v době pandemie covidu-19.

Diplomovou práci otevírá pasáž o velmi současné zkušenosti či zakoušení obchodních domů (s. 8). Ačkoli můžeme spolu s autorkou mluvit o jisté návaznosti, u dnešních obchodních center se podle mého soudu jedná již o jiný model obchodních prostor a jejich zákaznické konzumace. Mimo jiné jde o model určité simulace města ve městě, o model, který se od důrazu na vertikální, výškové uspořádání (jež je dobře patrné v meziválečných obchodních budovách, ať již např. ve Zlíně, nebo v obchodním domě Breda a Weinstein v Opavě) posunul k novému akcentu na horizontální, bezbariérové a na urbánní či zemědělskou plochu o poznání náročnější pojetí. Rozdílů v sociálním a kulturním zacházení s prostorem mezi prvorepublikovým a recentním modelem obchodních domů lze jistě nalézt více, než autorka naznačuje, a diplomantka by se **v diskusi** nad diplomovou prací mohla pokusit o jejich rozvinutí a analytičtější uchopení.

Oceňuji, že práce poučeně pracuje s koncepty ekonomické antropologie. Zdá se mi, že autorka mohla lépe promyslet, jak propojit ekonomicko-antropologickou rovinu výzkumu konzumu a architektonickou rovinu řešení nového uměleckého úkolu funkčního uspořádání nového typu prostoru (obě jsou přítomné, ale ne zcela harmonicky skloubené).

Domnívám se, že Barbora Pauli mohla být ještě více teoreticko-metodologicky ambiciózní. Opakovaně například píše, že obchodní domy stimulovaly, „vnímaly“ či dokonce „vychovávaly“ své zákazníky (s. 14), měly své strategie (s. 18). V tomto ohledu by se vyloženě nabízelo využít koncept aktérství věcí, jak je rozvíjen Brunem Latourem, ale i dalšími sociálními vědci. Tím by bylo možné se vyhnout kritice formulované například Peterem Burkem, že taková nereflektovaná spojení připomínají „revival of animism“. Lze říci, že budovy, ať již obchodní domy či kláštery nebo divadla, svým architektonickým uspořádáním povzbuzují určité chování a směřují či formují naše těla. Také tento bod by Barbora Pauli mohla rozvinout **v diskusní části** obhajoby.

Práci by prospěla výraznější orientace na aktéry – konzumenty. Například druhá kapitola je věnována zákazníkům, ovšem konkrétně představám provozovatelů obchodních domů o zákaznících. Perspektiva zákazníků samotných tak přichází zkrátka.

Barbora Pauli v práci opakovaně zmiňuje psychologii nakupování a prodeje (např. s. 23, s. 54). Je si vědoma toho, že strategie prodeje pracují s náladami, pocity a touhami zákazníků. Kapitola 4.2 přímo nese název „Psychologie reklamy“. Z perspektivy *psychohistoire* by dle mého názoru stálo za pozornost, že součástí modernity je také impulsivní nekontrolované nakupování jako symptom řady psychiatrických diagnóz. Konzum je záležitostí uspokojování subjektivně pocíťovaných potřeb a nabízí možnost kompenzace stresu a duševní nepohody

potěšením ze spotřeby. Nástup obchodních domů nového typu („obchodních paláců“) a vzestup civilizačních neduhů v podobě psychických problémů se tak jeví jako paralelní aspekty modernity, jež by mohly být v budoucnu zkoumány společně.

Autorka zmiňuje francouzské, britské a americké vzory obchodních domů, popřípadě Vídeň. Domnívám se, že z hlediska architektonických a koncepčních řešení měl vedle Vídně značný, v práci nedostatečně doceněný význam především Berlín, a to zejména ve výrazně germanofonních oblastech Československa. Například prováděcí stavitel Bauerova projektu obchodního domu Breda a Weinstein v Opavě, Otto Reichner (1888-1961), pracoval předtím v ateliérech v Berlíně a Hamburku. Podobně obchodní dům Textilia v Moravské Ostravě projektovala avantgardní berlínská architektka Marie Frommer (1890-1976).

Oceňuji, že práce je psána velmi čtivě. Dominující narativ pokroku by bylo vhodné vyvážit kritičtějšími pohledy. Autorka by se tak vyhnula dojmu, že podléhá sebeprezenční strategii prvorepublikových obchodních domů a dobovému odbornému diskursu. Práce se nevyhnula drobným překlepům (např. jež místo jenž na s. 23; nediskutovatelná místo neoddiskutovatelná na s. 39). Mohu uzavřít, že diplomovou práci Barbory Pauli pokládám za velmi zdařilou a doporučuji ji hodnotit stupněm 1 (výborně).

V Praze dne 31. srpna 2021

doc. Veronika Čapská, PhD.

oponentka