

Oponentský posudek diplomové práce

Studentka: Bc. Veronika Tomoryová

Název práce: Šperk ako dar: predajné rozhovory ako nástroj etnografickej analýzy obdarovávaní

Oponent: Daniel Sosna, Ph.D., Etnologický ústav AVČR, Praha

Diplomová práce Veroniky Tomoryové se zaměřuje na klasické antropologické téma darování a jeho vztah k tržní směně. Cílem práce je porozumět darování luxusního zboží prostřednictvím rozhovorů mezi zákazníky a prodejci. Práce naplňuje svůj cíl a přináší zajímavý vhled do světa vztahů ovlivňovaných šperky.

Práce má převážně logickou strukturu. V úvodní kapitole autorka představuje vlastní motivace k výzkumu, cíl, terén, reflexi vlastní pozice i teoretické zarámování. Představen je společenskovešdní pohled na šperky jako věci, které generují významy a zprostředkovávají interakce. Autorka představuje i hlavní argument, který šperky prezentuje jako prostředek narušující binární kontrast mezi darováním a tržní směnou zboží. Součástí úvodu je i stručná charakteristika jednotlivých kapitol.

Ve druhé kapitole autorka sleduje proces, kdy komodity nabývají vlastností darů. Neosobní vztahy se v rámci prodeje šperků rozpouštějí a mezi interagujícími aktéry vznikají kvalitativně odlišné vazby. Zároveň se stává, že značkové zboží má specifickou auru, která neodpovídá představě chladného a neosobního zboží.

Třetí kapitola, inspirovaná myšlenkami Russella Belka se zaměřuje na účely darování. Autorka klasifikuje účely na komunikační, směnné (společenské i ekonomické) a socializační. Kapitola se jeví zvláště zejména proto, že je postavena dominantně na práci s literaturou a to primárně Belkovi. Vzhledem k tomu, že předchozí kapitola již prezentovala data z terénu, je vložení takovéto teoretické kapitoly v daném místě práce překvapivé. Navíc se z pohledu současné sociální teorie jeví Belkovy myšlenky z roku 1977 jako problematické. Například dělení sociální a ekonomické dimenze směny nebo oddělení socializace jako zvláštního účelu, když už je logicky sám o sobě sociální. Očekával bych kritičtější reflexi Belkova díla.

Čtvrtá kapitola se věnuje společenským vztahům. Autorka prezentuje celou řadu krátkých rozhovorů z terénu, kde se vynořují vztahy mezi dárci a obdarovanými a prodavačky na základě vlastních zkušeností a úsudku ovlivňují volbu během nákupu. Pozornost je věnována i reciprocitě darování a hodnotě darů. Dále autorka vymezuje několik specifických příležitostí darování jako jsou Vánoce nebo narozeniny a ty rozebírá s pomocí vlastní dat. Tyto pasáže jsou především popisné a méně analytické či interpretační.

V páté kapitole se autorka věnuje vlivu marketingu. Jedná se zejména o názory nakupujících na reklamy a vliv strategií firem včetně propagace prostřednictvím sociálních sítí, influencerů apod. Stručně se autorka věnuje i morálnímu rozměru darování šperků.

Závěr shrnuje obsah práce a zdůrazňuje hlavní zjištění, že darování a tržní směnu zboží nelze jednoznačně oddělit. Znaky obou klasických forem směny se vzájemně prolínají, což autorka dokládá vlastním výzkumem.

Po formální stránce je práce standardní. Citování se jeví jako korektní včetně odkazů na strany u přímých citací. Jako čtenář dokáži i dobře odlišit citáty účastníků výzkumu od ostatního textu. Slovenštině rozumím dobře, ale netroufám si úplně posuzovat gramatické a stylistické kvality textu. V textu jsem narazil na jednu nepřesnost. Autorka opakovaně tvrdí (s. 9, 18), že Mauss striktně odděloval dary a komodity. Taková interpretace Mause nebere v potaz nejednoznačnosti v jeho díle. Mauss je dnes hodnocený jako nadčasový autor mimo jiné proto, že jeho přístup

k diferenciaci darů a komodit nebyl černobílý. Naopak se zdá, že do eseje zapracoval, jak už to velcí autoři dělávají, řadu nejednoznačností. Esej o daru nabízí pasáže, které rozostřují striktní binární logiku dar vs. komodita a naznačují, že Mauss si byl problematickosti striktního dělení na dary a komodity vědom.

Diplomová práce Veroniky Tomoryové přináší zajímavý vhled do světa prodeje šperků. Autorka na úrovni magisterské práce solidně zvládla práci s teoretickou literaturou. Práce sleduje jednotlivé roviny vztahu mezi dary a komoditami a krok za krokem demonstuje komplexitu této problematiky. Místy by bylo možné využít větší kritickou reflexi teoretické literatury, a to zejména literatury staršího data. Autorka se navíc často opírá o archaickou literaturu (Mauss, Belk, Sahlins, Sherry, Gregory) a nejnovější práce z posledních 5 let v práci příliš nenajdeme. Text je i dobře napsaný a logicky uspořádaný. Samotný výzkum je ale specifický. Autorka sice pečlivě reflektuje svou pozici pracovnice v prodejně šperků, ale zvolený přístup je limitující. Nemyslím reflexi pozice výzkumnice, o které autorka dobře referuje. Jde především o zásadní důraz na verbální rovinu. Celá práce silně staví na výpovědích zákazníků a zákaznic, a to v rámci jednoho typu interakce. Je to častý studentský nešvar vycházející z představy, že diskurzní praxe antropoložkám a antropologům odkryjí podstatu sociální reality. Podle mého názoru sociokulturní antropologie začíná tam, kde výpovědi účastníků výzkumu přestávají korespondovat s tím, co ve výzkumu jako badatelé vnímáme jinými kanály. V práci mi chybí snaha o zapracování pestřejšího pohledu na věc. Jako čtenář se dovidám velmi málo o nakupujících i prodávajících: jak vypadali, jak se pohybovali, jak prodávající odhadovali lidi dle jejich habitů, jak to korespondovalo s jejich reakcemi, jak firmy školí prodavačky, co si prodavačky špitají během obědové pauzy apod. Stejně tak postrádám snahu o seznámení s procesem produkce, distribuce šperků a jejich následné konzumaci zákazníky. Je možné, že specifická materialita šperků hraje v příběhu svou roli? Práce sice popisuje solidně určitý výsek reality, ten je ale extrémně úzce vymezený prostorem prodejny a interakcí mezi prodávajícími a nakupujícími.

Další slabší stránkou práce je přílišný důraz na hledání evidencí, které by podpořily existující teorie známé z literatury. Nejsilněji je tento přístup vidět v kapitole tři, kdy vše začíná myšlenkami Belka a pak autorka hledá, kde se v terénu setkala s dopředu vymezenými kategoriemi. Patřím ke skupině, která si myslím, že by etnografie měla dominantně vyrůstat zespoda, tedy z rutin a kategorií prožívaných a reprodukováných zkoumanými. Až pak je možná konfrontace s jinými výzkumy, teoriemi nebo modely. Je to do jisté míry otázka vkusu nebo zvyku různých diskurzních komunit, ale místy na mě v diplomové práci příliš dolehly představy a způsoby myšlení ze spotřebitelských výzkumů. Myslím, že větší etnografičnost by práci prospěla. Autorka má evidentně se zkoumaným prostředím dlouhodobou intenzivní zkušenost. Tu se ale podařilo vytěžít jen částečně.

Otázky:

1. Dokázala byste zhodnotit, jakou roli v interakci mezi kupujícími a prodávajícími hraje schopnost prodávajících odhadnout nového zákazníka na základě habitů?

Práci **doporučuji k obhajobě** a navrhuji ji hodnotit jako **velmi dobrou**.



Ve Vejprnicích 17.9.2020

Daniel Sosna