

Posudek oponenta diplomové práce

Pavel Nekoranec: AD-THROPOLOGY: etnografický výzkum reklamních agentur

Oponent: Tomáš Samek, M.A.

Diplomová práce Pavla Nekorance se zabývá antropologií reklamy a marketingu se zvláštním zaměřením na čtvero reklamních agentur, v nichž autor měl možnost provádět terénní výzkum během svého pobytu ve slovinské Lublani. Autor si klade otázky: Co znalost znamená pro reklamní agenturu? Jakou roli sehrává sociální kapitál v prostředí reklamní agentury? Jak toto prostředí pracuje s goffmanovským *impression managementem*?

Za největší klad práce považuji několik vzájemně propojených okolností:

1. Diplomant se nebál provádět výzkum v náročném terénu zahraničního prostředí, kde – ať již přiznaně či nepřiznaně – musel používat dva cizí jazyky.
2. Práce nejenže je realizována v cizině, ale nadto je multi-lokální: terénní výzkum probíhal na několika místech; jak známo, takové výzkumy bývají vždy časově, organizačně i analyticky náročné.
3. Je skvělé, že autor se rozhodl navázat na předmět svého dlouholetého zájmu: vysoká míra obeznámenosti s tématem je velkou předností práce, a je zřejmé, že bez dlouholetého zájmu by sotva mohla mít tu podobu, v jaké ji autor předkládá.
4. Diplomant se snaží úzkostně dodržovat etické zásady a nepodvádí sebe ani své informanty: jestliže podepíše prohlášení o mlčenlivosti, snaží se ho pak v terénu důsledně uplatňovat i na dalších pracovištích, ačkoli je vystaven enormnímu tlaku na to, aby část vědomostí nabytých v předchozích agenturách prozradil svým pozdějším zaměstnavatelům.
5. Diplomant zvládl prostudovat nadstandardní množství literatury, z níž převážná většina je zahraniční; pečlivá závěrečná bibliografie je toho svědectvím stejně jako samotná stať.
6. Text na několika místech dokáže dobře propojit pohled informantů se zvolenou perspektivou teoretickou a umně balancovat mezi pohledem osobním a neosobním.

Všechny tyto přednosti jsou ve svém celku natolik výrazné, že převažují některé nedostatky textu. K nim patří zejména místy poněkud toporný jazyk; některé věty jsou vyloženě nesrozumitelné, v řadě dalších se vyskytují onomatologické, syntaktické i tvaroslovné nelogičnosti, které ztěžují četbu a místy vysloveně brání porozumění: schopnost jasně se vyjadřovat není autorova silná stránka, a chce-li, jak sám říká, v antropologii reklamy pokračovat, tohle je první místo, kde by měl zapracovat na zlepšení. Není to formalita: nejasné vyjadřování místy vede i k nedotaženostem v analytickém uchopení tématu.

Posílit by nepochybně šlo i reflexivní komponentu práce: třebaže jí autor věnuje samostatnou pasáž a k sebereflexi se vrací na několika dalších místech textu, nedovíme se třeba, jaké důvody ho vedly k tak očividné chybě, jakou bylo nechávat terénní deník, notabene psaný v angličtině, volně na stole v prostředí reklamní agentury, o níž píše a o níž ví, že její zaměstnanci prahnou po tom seznámit se s autorovými náhledy a postřehy. Jednoho dne terénní deník zmizí, autor sám píše, že to v něm vyvolá takový hněv, že ho není schopný překonat a raději s danou reklamní agenturou přeruší veškeré kontakty – to vše je zajímavé, ale ani na jednom místě se nesetkáme s reflexí vlastní naivity, která k takové chybě vedla: hněv je orientován na ty druhé. Lidsky je to pochopitelné a nic proti tomu nelze namítat; ale antropologicky je třeba aspoň se pokusit o reflexi toho, čím jsem já sám přispěl k situaci, která mě tak vykojčila, že jsem terén opustil: taková reflexe by byla velmi cenná.

Bylo by rovněž možné se ptát, nakolik přesvědčivě se autorovi podařilo propojit konceptuální rámce tak odlišné, jako je třeba Bourdieův a Goffmanův – větší teoretická koheze by práci prospěla už proto, že sama pracuje s multi-lokálním, heterogenním terénem. Některé prezentované náhledy tu spíše jsou umístěny vedle sebe, než že by se je autorovi podařilo plně integrovat v jednotnou teoreticko-metodologickou perspektivu. Celkový obraz je pak následkem toho zbytečně mozaikovitý, nesrostlý do vnitřně koherentního celku.

Závěry, k nimž autor dospívá, jsou víceméně předvídatelné, nepřekvapivé. Na mnoha místech bere věci jako fakt, aniž se snaží dopídit jejich antropologického vysvětlení: kupříkladu známý slovinský předsudek vůči Čechům popisuje jen jako stereotyp, ale nic se nedovíme o tom, proč k takové stereotypizaci ve Slovinsku došlo, ačkoli o tom psal i český mainstreamový tisk. Některé pasáže jsou málo reflexivní:

predstírat pred informanty, ze jim nerozumim, a pritom sledovat, o cem si povidaji, je urcite moment, který je treba eticky reflektovat: ne ze by to bylo zceia nepripustne chovani v terenu, ale je dobre si uvedomit, ze tim vstupuji na pole již výrazné mocenské manipulace s těmi, od nichž čerpám své informace: samo o sobě by to tolik nevadilo, pokud by to autor reflektoval, ale v práci se to pouze konstatuje, aniž by v tom byl spatřován důvod k hlubšímu zpytování vlastní pozicionality. Tam, kde je jedno z nejzajímavějších míst antropologie, totiž v reflexivitě, tkví jedno ze slabších míst práce: i zde by autor měl přidat, pokud se chce, jak píše, tématu věnovat i do budoucna. Souhrnně řečeno, ze všeho nejvíc práci chybí tři věci: jasnost, hloubka a důslednější myšlenková koheze.

Jelikož dílo je třeba klasifikovat vzhledem k vlastnostem průměrných u nás odevzdaných diplomek, lze konstatovat, že klady dostatečně výrazně převažují nad zápory. Diplomovou práci Pavla Nekorance proto **doporučuji k obhajobě** a navrhuji pro ni **známku výborně**.



V Praze 1. 5. 2015