

UNIVERZITA PARDUBICE
Fakulta filozofická, Katedra sociálních věd
Posudek oponenta/vedoucího bakalářské/diplomové práce

Název práce: Regionální značení jako faktor identity a rozvoje regionu

Autor/ka práce: Petra Benešová

Vedoucí práce: Tomáš Samek

Bakalářská práce se zabývá tématem identity regionu, na které se autorka pokouší uplatnit pohled sociální antropologie. Toto téma se dostává v poslední době do popředí zájmů, obzvláště ve světle dopadů evropské integrace. Nutno hned na úvod říct, že budovaný teoretický rámec působí trochu nepřehledně a některé přístupy (např. koncept R. Kay) nepovažuji ani za vhodně zvolené. Autorka s nimi už dále nepracuje a nevyužívá je ani jako oporu pro výzkumné otázky. Už samotný název práce napovídá, že se tříští na dvě části. Bohužel to také znamená, že se autorka práce pohybuje mezi oběma subtématy najednou, navíc se je snaží uchopit z různých hledisek, a tak zabíhá od regionalistiky, sociologie a antropologie k marketingu a cestovnímu ruchu a pak zase zpátky. Téměř jako metodou sněhové koule se na výklad nabalují další dílčí témata, jako sociální sítě, nezaměstnanost, tradice, farmářské trhy atd. Čtenář se postupně v textu ztrácí a dokonce naráží na tvrzení, která se popírají. Nejzřetelnější rozpory jsou mezi částí teoretickou a praktickou, které tak působí nekoherentním dojmem. Autorka se také dopouští nepřesností při používání terminologického aparátu (např. míchání pojmů „společenství“, „komunita“, „region“), nezřetelná je i hranice mezi pojmy „regionální značka“ a „regionální produkt“. Jisté pochybnosti mám i ve využívání adekvátních citovaných zdrojů, mezi nimiž se vyskytuje wikipedie, novinové články a výpověď neznámé studentky broumovského gymnázia. Kap. týkající se příkladu z Nizozemí nepovažuji za funkční, vůbec netuším, k čemu v práci slouží. Autorka v práci uvádí řadu tvrzení, nepodložených argumenty, ani odkazem na zdroje, odkud tyto myšlenky čerpala.

Uvítala bych také lepší metodologické ukotvení výzkumu. Není zřejmé, proč si autorka práce vybrala za výzkumný terén právě řemeslné trhy (jakou mají vazbu na výzkumný problém). Není zřejmé, co autorka práce myslí regionem, pojem „Broumovsko“ zřejmě považuje za samozřejmý. Jeho popis je spíše povrchní a autorka práce si málo všímá aspektů, které souvisí s tématem práce, vypichuje jen určité prvky (např. Ovčí farma). Pokud bych za výzkumnou otázku považovala úsilí „dokázat, jak se změnil život v tomto specifickém regionu a jaký vliv a přínos zde má zavedení systému regionálního značení a jak regionální značení ovlivňuje nebo formuje tzv. novou identitu v pohraničním regionu“ (s. 10), nejsem si zcela jistá, zda byla vůbec zodpovězena. Kap. 5.1. jednoznačně avizuje posun zkoumání na vliv systému regionálního značení na rozvoj regionu, téma identity regionu ustupuje do pozadí. Těžko říci, s kým přesně bylo vlastně oněch 10 rozhovorů uskutečněno, informátoři jsou v textu nedostatečně označeni a často nelze k nikomu přiřadit citovaný výrok. U informátorů z řad výrobců je zřejmé, že vůbec nechápou otázku, kterou jim autorka práce zřejmě položila. Názory obyvatel jsou podány pouze zprostředkovaně, zejména ústy pracovníků Agentury pro rozvoj Broumova. Názory a postoje pracovníků této agentury jsou v práci uvedeny bez pochybností, chybí tu jakýkoliv nadhled či kritický komentář. Zjištění z výzkumu nejsou nijak interpretována, pokud se je autorka snaží porovnávat, klade je jen pasivně vedle sebe. Závěry jsou koncipovány jako konstatování, s kým a jak se autorka práce názorově shoduje. Můžeme se dočíst také floskulí typu „Děti dnes již neznají hodnotu lidské práce, což se odráží na společnosti“ (s. 45). I po formální stránce bych ráda upozornila na několik pochybení. Týkají se především dodržení citační normy, občas chybí odkaz na zdroj, jindy odkazované zdroje chybí v seznamu literatury (např. „AGR, 2011“), parafráze působí jako přímé citace. Text se také vyznačuje četnými gramatickými chybami.

Z výše uvedených důvodů nemohu práci hodnotit lépe než známkou dobře.

Doplňující otázky:

Můžete odůvodnit, proč jste zvolila právě řemeslné trhy? Jakou mají vazbu na tvorbu identity regionu a jaký vliv na funkci regionálních značek produktů?

Prosím, uveďte specifika regionu, který označujete za „periferní“? Čím se takový pohraniční region liší od ostatních? Která subdisciplína sociální antropologie se těmito otázkám věnuje?

Pro koho má regionální značka skutečně význam (viz s. 20 a s. 26 nahoře)? Jak souvisí cestovní ruch s konstruováním identity regionu?

Z čeho usuzujete, že Nizozemí nemá dobře rozvinutou kulturu stravování a že spotřebitelé tam nevěnují příliš pozornost tradici a kvalitě potravin? Nebo že to tak v minulosti platilo?

Oč opíráte své tvrzení, že „značení je součástí života lidí, součástí identity regionu a zdejšího života“ (s. 37)?

Je ekonomický přínos značek skutečně tak zanedbatelný, jak tvrdí Čadílková? Čím můžete toto tvrzení doložit? A pokud má větší vliv na oživení vazeb mezi lidmi, co pro to svědčí?

Jako rozumíte procesu marketizace toho, co je prezentováno jako „identita“?

Dne: 22. 5. 2014


.....
Podpis oponenta