

PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE posudek oponenta

Práci předložil(a) student(ka): **Richard Staník**

Název práce: **Alternativní religiozita a její marketizace**

Oponoval (u externích oponentů uveďte též adresu a funkci ve firmě): František Kalvas

1. **CÍL PRÁCE:** jsem nepochopil. Autor se ho pokouší po mém soudu nešikovně definovat na s. 7 jako: „...zkoumat tento druh religiozity, který pojímám jako spirituální náboženství.“ Jelikož autor nikde jasně nedefinuje v předchozím textu, ani spirituální náboženství ani „tento druh religiozity“, těžko říct, co chce zkoumat. Navíc, něco zkoumat je prostředkem, cíl je meta, které má být dosaženo, tudíž tuto definici cíle nelze brát za bernou minci. Nikde v práci jsem však žádný další pokus o definici cíle nenašel. A jelikož je pro mne práce jako celek velmi nesrozumitelná, ani jsem nevytušil, co tím cílem mohlo být. Cíl je tedy po mém soudu nenaplněn – co není definováno, nemůže být naplněno. Konečně, je patrné, že se autor zabývá tématem alternativní religiozity a její marketizací, ale činí tak po mém soudu špatným způsobem, práce je nesrozumitelná a není jasně, co přináší.

2. **OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ:** Po obsahové stránce práci osobně hodnotím jako velmi špatnou. Autor měl jasně definovat a odlišit pojmy jako religiozita, spiritualita, náboženství, církev, marketizace, transcendentní zkušenost a pro jistotu i jasně definovat jejich složeniny jako marketizací spirituality, spirituální religiozita, církevní religiozita. Autor navíc s těmito nejasnými pojmy zachází dost ledabyly, není tak ani z kontextu jasně, co kdy jakým pojmem míní. Zejména pro hodnocení praktické části je fatální, že ani z definic ani z kontextu není jasně, co se míní marketizací spirituality – je to marketing náboženství jako celku (religion as brand), anebo prodej produktů spojených náboženstvím, či spiritualitou či religiozitou, anebo jde o obojí? Praktické použití kolísá mezi těmito třemi alternativami. Na druhou stranu musím uznat a pochválit definici posvátna, ta je mi naprosto jasná a připadá mi přesná. Dále si nejsem vůbec jistý některými parafrázemi děl, ze kterých autor vychází – opravdu Peter Berger tvrdí, že „společnosti mají svou přirozenou podstatu, ze které vychází potřeba připisovat různým jevům ve svém životě transcendentní povahu“ (s. 6)? Dále si nejsem jistý, jestli jedna majitelka studia a celkem 10 klientů je dostatečný vzorek. Zde bych nejdříve rád autora pochválil za velmi detailní popis vstupu do terénu a výběru respondentů, získal jsem naprosto přesnou představu, jak terénní fáze probíhala. Musím ale autora i pokárat – tím, že uvádí jména obou studií, kde rekrutoval participanty, domnívám se, že narušuje anonymitu, a to minimálně zúčastněné majitelky studia.

3. **FORMÁLNÍ ÚPRAVA:** Autor sice řádně cituje a dobře graficky odděluje citace z rozhovorů, ale jeho po mém soudu velmi špatný jazykový projev znemožňuje místy pochopení textu. Překlepy, chybějící slova a špatné vazby se kupí v textu v takovém množství, že jsem často vůbec netušil, co chce autor sdělit. Namátkou: „nejuznávanějším náboženstvím [je] církevní religiozita“ (s. 6), „Rozvoj (...) zapříčinil kauzality“ (s. 7), „Výzkum motivů a okolností formující tato fakta bude zaměřen na mikro úrovni.“ (s. 7), „Tato perspektiva totiž nepočítá v dynamice různých náboženských změn...“ (s. 8), a tak bychom mohli pokračovat – necht' komise náhodně otevře práci na třech místech a troufám si říct, že maximálně na jednom z nich neshledají problém.

4. **STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE:**

Jde o draft budoucí dobré práce, nicméně v současné podobě je práce jednoznačně nevyhovující. Doporučuji autorovi, aby zpřesnil pojmy, rozšířil vzorek, anonymizoval a důkladně korigoval text.

5. **OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ:**

- 1) Definujte prosím pojmy: religiozita, spiritualita, náboženství, církev, marketizace spirituality.
- 2) Co byl cíl Vaší práce? Jak a čím jste ho naplnil? Jaké jsou Vaše hlavní zjištění?

6. **NAVRHOVANÁ ZNÁMKA** (výborně, velmi dobře, dobře, nedoporučuji k obhajobě):
Nedoporučuji k obhajobě

Datum: 29/5/2019

Podpis: