

**Oponentský posudek na disertační práci**

***“Government Communication in the Czech Republic:***

***Organisation, Perception, and New Theoretical Model”***

Jméno autora: Štěpán Soukeník, M.A.

Jméno oponenta: Mgr. Otto Eibl, Ph.D.

Svou disertační práci věnoval Štěpán Soukeník poměrně málo (minimálně v českém prostředí) zkoumanému fenoménu, a to vládní komunikaci (*government communication, public affairs*). Cílem práce je zmapovat stav v této oblasti od vzniku samostatné České republiky, přičemž důraz Soukeník klade na vztah mezi vládou (v širším slova smyslu) a podnikatelským prostředím. Vychází primárně z rozhovorů s představiteli ministerstev a soukromých organizací či podniků a z obsahové analýzy médií.

Zpracovat práci na toto téma nebylo vůbec jednoduché, neboť samotná disciplína public affairs je poměrně nová, místy konceptuálně nejasná a Štěpán Soukeník tak musel čelit celé řadě více či méně závažných problémů a překážek. Většinu z nich zdolal úplně, některé se mu ale zcela překonat nepodařilo.

Struktura práce je logická (byť na můj vkus se možná až příliš na různých místech opakují podobné informace – za všechny viz výčet výzkumných otázek, které nacházíme v práci logicky na více místech, nicméně v metodologické kapitole jsou uvedené hned dvakrát, a to na str. 65-66 a 70), jednotlivé části jsou vyvážené.

V teoretické části (do které započítávám i samostatnou kapitolu v úvodu práce) se setkáváme s poměrně vyčerpávajícím přehledem literatury, ve kterém dochází k osvětlení obsahu samotné disciplíny vládní komunikace a její reflexe, a k přehledu příbuzných disciplín. Místy by se mohlo zdát, že autor zachází do příliš velkých detailů a rozbíhá se příliš do šířky, nicméně pro pochopení vládní komunikace jako svébytné

**Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií**

Joštova 218/10, 602 00 Brno, Česká republika

T: +420 549 49 1910, E: info@fss.muni.cz, www.fss.muni.cz

Bankovní spojení: KB Brno-město, ČÚ: 85636621/0100, IČ: 00216224, DIČ: CZ00216224

V odpovědi, prosím, uvádějte naše číslo jednací.

oblasti zkoumání je reflexe z vícero úhlů užitečná. Soukeník zde představuje i nový teoretický model, škoda, že s ním již v empirické práci dále nepracuje a netestuje jej.

Metodologická kapitola seznamuje čtenáře s použitými metodami a postupy a bez větších problémů by Soukeníkovi následovníci měli být schopní výzkum replikovat. Tzn. že postup při získávání a zpracování dat je většinou transparentní. Samozřejmě bychom mohli nalézt pasáže, které by snesly více autorovy pozornosti, resp. by v nich autor mohl (či dokonce měl) odhalit více detailů, v kontextu celé metodologické kapitoly jde ale spíše o drobnosti (viz např. pasáže o práci s mediálními obsahy, kde bych uvítal více informací – např. u výzkumné otázky č. 1 by mě zajímalo, jaká klíčová slova autor v databázích Newton Media použil). Některé pasáže (nejen) v této části považuji za nadbytečné (např. diskusi o povaze klíčových ministerstev na str. 67, nebo úvahy o problémech mediálního systému v ČR na str. 137), opět ale nejde o závažný problém.

Štěpán Soukeník si je vědom limitů, které zvolené metody mají a o kterých otevřeně ve své práci hovoří. O limitech a jejich důsledcích by se asi dalo diskutovat i dále – napadá mě např. otázka, zda by se – vzhledem k povaze práce a zvolených metod – změnila závěry práce, kdyby např. vedl rozhovory s představiteli jiných firem).

Empirická část práce pak postupně přináší odpovědi na výzkumné otázky, kterých si autor položil šest a které se mu podařilo (alespoň do určité míry) zodpovědět všechny. (Dílčí pochybnosti mám zejména ve vztahu k frekvenční analýze mediálních obsahů – je provedena korektně, jen vlastně nevím, jak interpretovat zjištěná data a nejsem si jistý, jestli skutečně jde o reflexi lobbingu, či spíše problémů s ním v České republice spojených; viz i diskuse v samotném závěru práce na str. 137, kde autor konstatuje, že média k problematice přistupují vlastně *nesprávně*). Trochu rozpačité pak působí prolínání reflexe vládní komunikace na obecné úrovni (např. ve vztahu k širokému publiku) a s ohledem na firemní prostředí. V obou případech jde samozřejmě o důležitou součást výzkumu, nicméně každá z oblastí je zaměřená jiným směrem a vyžaduje zvláštní nástroje (jak ze strany výzkumníka, tak ze strany těch, kdo komunikují). Vedle sebe tak stojí výčet a popis proběhnuvších kampaní určených pro široké publikum, popis a reflexe struktury komunikačních oddělení různých institucí a vnímání současné praxe a proběhnuvších kampaní ze strany byznysmenů (jaká je např. kvalifikace těchto lidí hodnotit kampaně určené pro širokou veřejnost?).

Čtenář ale po přečtení má přehled o stavu disciplíny v České republice a ví, jak ji vnímají alespoň někteří aktéři, kteří jsou do procesu veřejné komunikace vtaženi z povahy jejich pozice. Faktem ale zůstává, že místy je práce zaměřena spíše na poskytnutí základního přehledu a nejde do hloubky (reflexe proběhnuvších kampaní, analýza mediálního obsahu), jindy jde do poměrně velkých detailů, které se ale týkají úzké cílové skupiny, resp. striktně vybraných aktérů komunikačního procesu (část reflektující vztah mezi podnikatelským prostředím a vládními organizacemi).

Autor si po většinu času udržuje zdravý analytický odstup, místy ale sklouzává snad až k normativnímu hodnocení a soudům (především v pasážích, kdy říká, že něco by mělo být děláno či komunikováno jinak, přičemž vlastně nevysvětluje, proč by tomu tak mělo být – např. kritizuje přílišné používání tiskových zpráv, a naopak slabé využívání nových komunikačních kanálů a moderních nástrojů – v práci se s takovou kritikou setkáváme na více místech, naposledy v závěru práce na str. 136; není navíc ani zcela jasné, jestli deklarovaný nedostatek se dotýká komunikace s širokým publikem, či firemního prostředí).

Výše zmíněné problémy ale nejsou zásadního charakteru a práce jako celek je důležitým příspěvkem do nepřilíš intenzivní diskuse o vládní komunikaci v České republice. Předkládaný text bez problémů splňuje náležitosti kladené na disertační práci.

Brno, 1. listopadu 2018