

Vysoká škola ekonomická v Praze
nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

Oponentský posudek
na habilitační práci PhDr. Denisy Hejlové, Ph.D.
„PUBLIC RELATIONS“

Ke svému habilitačnímu řízení předložila PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D. habilitační práci s názvem „Public relations“. Předložená práce vychází částečně z recenzované monografie stejného názvu, kterou autorka vydala v roce 2015 v nakladatelství Grada Publishing. Je ale výrazně obohacena (zejména teoretickým pojednáním o oboru). Práce zároveň shrnuje dosavadní výzkumnou činnost autorky a jejích spolupracovníků.

Jak uvádí autorka, cílem habilitační práce je komplexní představení problematiky public relations jako součásti komunikačních studií tak, jak je reprezentována v současném zahraničním akademickém diskurzu, a zároveň ukotvena v české praxi. Práce se zaměřuje zejména na podmínky vzniku oboru public relations, hlavní momenty v historii oboru, klíčové oblasti oboru a v neposlední řadě na analytické metody a nástroje využívané v praxi.

Struktura předložené práce je podle mého názoru vyvážená (s ohledem na stanovený cíl). Habilitační práce je rozdělena do pěti částí. První a asi nejrozsáhlejší kapitola se věnuje vybraným kapitolám historie public relations. Autorka se věnuje historii amerického PR, protože ta je pro rozvoj oboru klíčová. Neopomíjí ale ani počátky oboru v Evropě a v našem prostředí. Druhá kapitola se věnuje hlavním teoretickým přístupům k public relations. Třetí kapitola je věnována praktičtějším aspektům PR, a to problematice plánování a řízení public relations. Důraz je kladen na strategické i taktické otázky, stejně jako na problematiku evaluace PR aktivit. Čtvrtá část habilitační práce analyzuje specifika jednotlivých oblastí public relations. Autorka se zaměřila na oblast media relations, krizové komunikace, interní komunikace, *issues managementu*, produktového PR, PR známých osobností, korporátního PR, B2B PR, finančního PR, *community relations*, digitálního PR, *public affairs*, politického PR, PR souvisejícího se společenskou odpovědností firem a PR neziskového sektoru. Závěrečná, pátá kapitola

Vysoká škola ekonomická v Praze
nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

se věnuje roli PR v občanské společnosti. V této části se autorka věnuje problematice důvěry veřejnosti a souvisejícím legislativním a etickým aspektům.

Autorka k tématu přistoupila v rámci „pragmatického paradigmatu“, čili zohledňuje praktickou povahu oboru, ale zároveň usiluje i o kritickou reflexi a vnímání „v kontextu společenského vývoje“. Tento přístup je v českých podmínkách zcela ojedinělý, což považuji za jedno z hlavních pozitiv předložené habilitační práce. V českém akademickém i neakademickém prostředí sice vznikají monografie věnované problematice public relations. Jejich zaměření bývá ale více či méně praktické, širší kontext typicky chybí. Praktické zaměření má ovšem i velká většina zahraničních akademických výzkumných studií, které vznikají na manažersky orientovaných univerzitách (alespoň podle vědomí autora posudku). To dává předložené habilitační práci i značný potenciál z hlediska její uplatnitelnosti v mezinárodním měřítku.

Podle mého názoru autorka v plném rozsahu naplnila cíle, které si stanovila. Po obsahové stránce má předložená habilitační práce velmi vysokou hodnotu. Nevím o tom, že by v našich podmínkách byla někdy zpracována historie amerického i českého public relations v takovém rozsahu, hloubce a kvalitě, jak ji předložila dr. Hejlová. Velmi zajímavé jsou historické momenty v předrevolučním Československu, které doposud nebyly dostatečně zmapovány (a to vč. přesahů do oblasti reklamy a dalších nástrojů marketingové komunikace). Rovněž část věnovaná teoretickým přístupům k PR je v našich podmínkách unikátní. Oceňuji, že autorka v této části mapuje i stav teoretické základny oboru, a to jak v zahraničí, tak v České republice (v našich podmínkách jde opět o první počín). Třetí, praktičtější kapitola je poměrně úzce zaměřena. Komplexnější uchopení by ale vedlo k přílišnému rozšíření práce a jejímu přiblížení „exekutivnímu / funkčnímu přístupu“, což nebyl záměr autorky. Čtvrtou část oceňuji proto, že naznačuje bohatost specifických zaměření v rámci oboru public relations. Z hlediska „pragmatického přístupu“ ke zkoumání oboru je významná závěrečná, pátá kapitola. I tato část je zpracována na velmi vysoké úrovni a rozšiřuje zkoumanou problematiku o řadu celospolečenských aspektů, a to zejména etických.

Habilitační práce vychází z velkého množství zahraničních i českých zdrojů, a to včetně zdrojů samotné autorky a jejích spolupracovníků. Je doplněna rovněž přiměřeným množstvím ilustrativních příkladů, které vhodně dokreslují teoretický výklad. Velmi pozitivně hodnotím rovněž skutečnost, že se

Vysoká škola ekonomická v Praze
nám. Winstona Churchilla 4, 130 67 Praha 3

autorka v práci nevyhnula aktuálním poměrně dramatickým proměnám oboru, které jsou dány mimo jiné nárůstem významu sociálních médií, proměnami mediální sféry, nárůstem informačních zdrojů, nástupem digitálních agentur atp. Autorka se uvedeným změnám nevyhýbá, a naopak je vhodným způsobem integruje. Práce je z tohoto hlediska velmi aktuální a přínosná.

Po formální stránce má předložená habilitační práce rovněž vysokou hodnotu. Plně odpovídá požadované úrovni, která se klade na tento typ vědeckých prací. Vyniká zejména vysokou stylistickou úrovní.

Závěrem lze konstatovat, že habilitační práce je podnětným příspěvkem k problematice public relations. Autorka v ní prokázala široké znalosti odborné literatury a schopnost tyto znalosti tvořivě využívat ve vlastním výzkumu. Habilitační práce má jasný vědecký přínos. Autorka prokazuje, že je vyzrálou akademickou osobností v dané problematice. Její závěry mohou být navíc využity v pedagogickém procesu, ve firemní i nefiremní praxi i při práci nejrůznějších regulačních orgánů (např. samoregulačních orgánů v příslušné oblasti).

Ze všech výše uvedených důvodů konstatuji, že předložená habilitační práce „Public relations“ **splňuje** požadavky kladené na habilitační práce, a to jak z hlediska jejího obsahu (odborné stránky), tak z hlediska její formy.

Doporučuji proto, aby byla práce postoupena k obhajobě v rámci habilitačního řízení.

V Hradci Králové 26. července 2017

Doc. Ing. Miroslav Karlíček, Ph.D.
Vedoucí katedry marketingu
Proděkan pro spolupráci s praxí a PR
Fakulta podnikohospodářská
Vysoká škola ekonomická v Praze