

Oponentský posudek

Habilitační práce

Škola: Fakulta sociálních věd
Univerzita Karlova
Katedra mediálních studií

Autor: PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D.

Téma: PUBLIC RELATIONS

Autorka prokázala v habilitační práci svůj zájem, zainteresovanost i znalost předmětné problematiky zároveň se schopností přistoupit k řešení vybraného problému vhodně voleným analytickým způsobem. I když téma práce bylo mnohokrát zpracováno v naší i zahraniční odborné literatuře, přináší její práce nové pohledy a obohacuje je vlastními přístupy. Chápe public relations jako „důležitou součást fungování organizací i celospolečenské komunikace, kterou svou činností a svými tématy ovlivňují a formují“. Zdůrazňuje vztah PR a médií a upozorňuje na změny dané digitální evolucí. Vědecký přístup prokázala autorka zejména tím, že vychází z hlubokého teoretického zázemí, přičemž zaujímá a definuje své vlastní, odborné stanovisko, kde se uplatňuje její orientace v dané oblasti. O tom vypovídá i její další publikační činnost i aktivní vystupování na odborných konferencích v naší republice i zahraničí.

Cílem habilitační práce je představení oblasti public relations jako součásti komunikačních studií na základě zahraničních pramenů i domácích prací. Autorka zdůrazňuje důležitost empirického výzkumu, na kterém je praxe oboru založena. To dokládá v rámci jednotlivých kapitol konkrétními příklady dokumentujícími teoretická východiska jednotlivých kapitol.

Implicitním problémem studií tohoto charakteru není jen zahrnutí dostatečného počtu teorií, kritické posouzení současného stavu včetně uplatnění vlastních přístupů a myšlenek, ale i

překlenutí možných funkčních protikladů, mezi než dle mého názoru například patří a) komplexní přehled problematiky na jedné straně a detailní záběr v dílčích záležitostech na straně druhé, b) konstatování možných rozdílů v axiomech a metodách různých vědeckých a odborných disciplín, které se stejnou problematikou zabývají, c) výběr relevantních oblastí výzkumu v postupném procesu analýzy a udržení vzájemných souvislostí, d) stanovení vzájemného poměru mezi výzkumem a teoretickým myšlením na straně jedné a každodenní praxí a jejími požadavky na straně druhé. Autorce se podařilo většinu těchto problémů překlenout a její práce představuje přínos pro teorii i praxi oboru.

Habilitační práce v pěti meritorních kapitolách (částech) postupně analyzuje oblast public relations z různých pohledů. V první části se zaměřuje na historii public relations, kde na téměř 100 stranách shromáždila množství informací ze světové i naší historie tohoto oboru. Pro doplnění celkového pohledu doporučuji např. publikaci D.B.Lucase a S.H.Britta (Advertising Psychology and Research, NY, 1950), ve které je problematika PR, i když jen okrajově, zařazena do širších souvislostí. Doporučuji pro další práci doplnit především poznatky z domácí provenience, kde dle mého názoru chybí řada údajů a vyskytují se nepřesnosti v terminologii. Pokud jde o historii oboru u nás, upozorňuji, že k formování základů oboru po roce 1989 jako první přispěla MOSPRA – Česká společnost pro propagaci a práci s veřejností, která byla založena v roce 1990 a vyvíjela aktivní přednáškovou i publikační činnost již v první polovině devadesátých let (viz např. publikace Václava Svobody: Ucelené akce práce s veřejností z roku 1992, Alfonse Kachlíka: Prostředky práce s veřejností individuálního působení, 1993, Jitky Vysekalové: Ověřování účinnosti práce s veřejností, 1993 a další). Autorka hovoří až o založení Asociace PR agentur v roce 1994.

Nelze říci, že v období před rokem 1989 u nás PR neexistovalo. Např. zahraniční propagace, kterou v šedesátých letech realizovalo PR oddělení agentury RAPID byla založena hlavně na media relations, podobně tak podpora exportu jednotlivých PZO spočívala na spolupráci s novináři. Jen na okraj: již v roce 1965 obhájil na VŠE práci na téma Public Relations ing. Jiří Mikeš. Autorka se o některých skutečnostech v rámci kapitoly věnované historii, zmiňuje, ale v celkovém kontextu tomu věnuje minimální pozornost.

V další části práce věnované teorii PR přináší kromě základního vymezení oboru na základě konfrontace přístupů řady našich i zahraničních autorů také zařazení PR do kontextu jednotlivých společenských věd, charakteristikou hlavních oblastí a nástrojů PR a vymezuje rozdíly mezi reklamou a PR. I když s uvedeným vymezením nemohu zcela souhlasit (např. u existence jasného apelu na akci je to jiné u imageové reklamy atd.), představuje tato část

práce ucelený systém informací. Přínosné jsou výsledky šetření zaměřených na využívání PR a formu jejich realizace v českých firmách. Autorka uvádí 3 základní přístupy k PR, doporučuji, aby v rámci obhajoby uvedla, ke kterému a z jakých důvodů se přiklání.

K dalšímu teoretickému rozpracování oboru doporučuji využití habilitační práce doc. Juráškové, která se zabývá vymezením základních pojmů PR od strategie, plánování a techniky Public Relations, přes Corporate Identity a Image až po roli PR v současných trendech budování značky. Text je doplněn příklady z výzkumů a případovými studiemi, které mohou sloužit i pro výuku.

Ucelený systém poznatků představují rovněž kapitoly zaměřené na strategie plánování a řízení komunikace i charakteristiky jednotlivých oblastí PR. Za velmi přínosnou považuji část věnovanou roli PR v občanské společnosti, především etické přístupy a upozornění na neetické praktiky, s kterými se v rámci oboru můžeme setkat. Na závěr si autorka klade otázky a hledá odpovědi relevantní pro další výzkumný rozvoj oboru PR v Česku.

Celkové hodnocení

Po prostudování předloženého materiálu konstatuji, že habilitační práce PhDr. Denisy Hejlové, Ph.D. splňuje požadavky standardně kladené na habilitační práci jak po odborné, tak po formální stránce.

Její přínos vidím v následujících oblastech:

- 1) **vědecký přínos** práce je v rozsáhlé syntéze teorií a analytických přístupů k současným poznatkům z rozsáhlé oblasti public relations včetně jejich kritické reflexe,
- 2) **pedagogický přínos** je ve zpracování celkového přehledu této oblasti zahrnující historii oboru, jeho teoretické vymezení, strategii a využívané nástroje včetně praktických příkladů a roli public relations ve společnosti. Pro další pedagogickou činnost doporučuji doplnit a přehledněji strukturovat historii oboru,
- 3) **společenský přínos** představuje především pátá část práce zahrnující roli PR v občanské společnosti, jejich legislativní rámec a etické kodexy s upozorněním na neetické a manipulativní praktiky.

Habilitační práce je rovněž dokladem toho, že PhDr. Denisa Hejlová, Ph.D. má jak odborné předpoklady, tak pedagogické schopnosti. Orientuje se v širokém spektru odborné

literatury, dokáže ji využít a nalézt v ní nová metodologická východiska pro svoji vlastní vědecko-pedagogickou práci. Pozitivně hodnotím komplexní přístup k dané problematice a schopnost uvažování v souvislostech společenského vývoje a zamyšlení nad dalším vývojem oboru.

Vzhledem ke všem konstatovaným skutečnostem si závěrem dovoluji doporučit, aby habilitační práce PhDr. Denisy Hejlové, Ph.D. byla postoupena k dalšímu habilitačnímu řízení na Fakultě sociálních věd UK, a aby na základě obhajoby před vědeckou radou této fakulty byl udělen

*PhDr. Denise Hejlové , Ph.D.
titul docentky v oboru mediální studia*

Otázka k diskuzi

Jaká je Vaše vize budoucích hranic využití PR a to jak ve smyslu (1) dalšího možného teoretického výboje vědeckých metod i výsledků jejich efektivního využití v praxi všeobecně a v relaci k moderním nárokům a společenským požadavkům k dodržování etických principů i (2) ve smyslu harmonické a bezproblémové prolongace zachování statutu, autority a reputace PR jako důležité vědecké disciplíny, společně s jejím uznáním a praktickým využitím jak v oblasti marketingu, tak i v dalších směrech společenského i odborného uplatnění.

Doc. PhDr. Jitka Vysekalová, Ph.D.
Prezidentka České marketingové společnosti
Pedagog UTB Zlín

Praha, 30. září 2017