

**Jan Křeček: *Politická komunikace. Od res publica po public relations.*
Praha: Grada Publishing, 2013, 176 stran, ISBN 978-80-247-3536-8.**

Josef Smolík¹

Politická komunikace je jedním ze základních témat, které se objevuje ve většině studijních textů z politologie. Téma samo o sobě je tedy dostatečně reflektováno a rozhodně se nejedná o nezmapovanou oblast politické vědy, nicméně je vhodné uvést, že politická komunikace je vnímána jako interdisciplinární výzkumné pole. Kniha Jana Křečka z Institutu komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK s názvem *Politická komunikace* (s podtitulem *Od res publica po public relations*), kterou vydalo nakladatelství Grada, si zaslouží pozornost nejenom odborníků z řad politologů, ale i žurnalistů, sociologů, psychologů či teoretiků i praktiků pohybujících se v oblasti public relations či politického marketingu.

Na začátek je vhodné konstatovat, že kniha je teoretického charakteru a příklady nejen ze světové, ale i české žurnalistické a komunikační praxe se v ní téměř nevyskytují. Křeček sice konstatuje, že (pod)obor se vztahuje k tématům, jako jsou volební kampaně, nová média, občanská angažovanost a mezinárodní vztahy (s. 8), ale o jednotlivých souvislostech (kauzách, dezinformacích atp.) nás kniha informuje skutečně jen sporadicky. Z tohoto pohledu je text ochuzen, přestože se některé příklady (samozřejmě i z českého mediálního prostředí) přímo nabízí. To lze považovat za velký hendikep, který čtenářům neobeznámeným s některými významnými kauzami může komplikovat orientaci a snadnější pochopení teoretických škol, jednotlivých aktérů a jejich vzájemných vztahů tohoto dynamicky se rozvíjejícího podoboru.

Překvapující je také absence úvodu, kdy nás autor neseznamuje se svými motivy pro sepsání knihy a s vývojem rukopisu. Obecný úvod knihy tak supluje jednotlivá představení na začátku kapitol, kde jsou přiblíženy stěžejní body a teze.

Kniha obsahuje pět kapitol, které mají ambici čtenáře seznámit s definicí politické komunikace, s prostředím politické komunikace, s historií politické komunikace a se současnými přístupy v politické komunikaci. Na konci každé kapitoly Křeček představuje i alternativní pohled na každou z kapitol, kdy je jeho záměrem kriticky zhodnotit „mainstream“ a z marxistických pozic zpochybňovat hlavní proud politické komunikace.

V první kapitole je tak představena obecně přijímaná definice politické komunikace jakožto oboru a rovněž i jejího praktického působení. Představení jsou také jednotliví političtí aktéři na základě tzv. tříúrovňové definice politické komunikace, kdy první úroveň je spojena s politickými organizacemi (politickými stranami, veřejnými organizacemi, nátlakovými skupinami, teroristickými organizacemi či vládami), druhý stupeň představují média (v nejrůznějších formách) a třetí úroveň je pak spojena s občany (tj. s příjemci zpráv). V případě popisu rozhodovacích procesů Křeček rozkládá český termín politika do jeho jednotlivých dimenzí – *polity*, *politics*, *policy*, což se projevuje v případě různých náhledů i na politickou komunikaci, kdy v přesně definované oblasti *polity* (institucionalizovaném rámci) dochází ke střetům mezi různými *politics* (hodnoty, vize, programy, koncepce atp.), což vede k jednotlivým *policies* (v podobě rozhodnutí, zákonů atp.). Toto členění politologům netřeba představovat, knihu (ani jejího autora) ovšem nelze vnímat prizmatem politické vědy, proto lze tento stručný nástin věcí – pro

¹ Kontakt: Katedra politologie, Fakulta sociálních studií, Masarykova univerzita, Joštova 10, 602 00 Brno, Česká republika / Czech Republic; e-mail: smolik@fss.muni.cz.

politology – akceptovat. Alternativní definice politické komunikace konstatuje zřejmé pozice marxismu, kdy jsou média vnímána jako výrobní prostředek svého druhu, který je nástrojem jedné ze tříd (ovládající), jež slouží k přesvědčování a manipulaci (blíže viz s. 17–18). Média jsou vnímána jako součást vykořisťujícího systému, který se podílí na upevňování současného (globálního) kapitalistického systému. „Korporátní“ či „mainstreamová“ média tak podle Křečka „ideologicky interpelují a udržují falešné vědomí a sociální realitu, zřetelně výhodnou pro jedny a nevýhodnou pro druhé“ (s. 18). Křeček ve svém kritickém dovětku také doplňuje, že marxistické (či neomarxistické) pozice lze spatřovat především v kritické politické ekonomii médií, kulturních studiích a částečně i při studiích diskurzů.

Druhá kapitola, popisující prostředí demokratické politické komunikace, blíže představuje reprezentačně-liberální teorii a participačně-liberální teorii, které jsou vnímány jako dva ideální typy. V případě první teorie je předpokladem, že kromě informačního servisu mají média dále zprostředkovávat dialog mezi zástupci veřejnosti a experty, kteří jsou za experty považováni dle kvalifikace v aktuálně probírané teoretické oblasti. Křeček v této kapitole nabízí i úvahu (v souvislosti s informováním) o etice získaných informací, kdy neeticky získané informace jsou zveřejněny ve vyšším „veřejném zájmu“. Stejně tak je konstatováno, že činní zástupci musí snést vyšší míru (mediální) pozornosti než ostatní. I na tomto místě by bylo vhodné uvést některé příklady, kdy některé (prokazatelně neeticky získané) informace byly zveřejněny, aby poodhalily veřejnosti „dění za oponou“. V této souvislosti by byla například zajímavá diskuse ohledně (ne)zveřejňování policejních odposlechů v českých tištěných médiích v průběhu samotného vyšetřování nejrůznějších (i politických či pseudopolitických) kauz. V kritickém dovětku druhé kapitoly, začínající odmítavým pohledem sociologa médií Michaela Schudsona na mediální systém jako veřejnou sféru, se Křeček věnuje politické ekonomii a kulturním studiím, které z neomarxistické perspektivy nabízejí alternativní, kritický a normativní pohled na úlohu médií. V této pasáži autor představuje diskusi mezi oběma přístupy, jejich vzájemné pozice (institucionální politika versus kulturní politika) a základní termíny, které autor mohl dle svého soudu blíže představit (v případě druhého přístupu se jedná o termíny, jako je ideologie, hegemonie – vycházející z Gramsciho a rozpracovaná mj. S. Hallem –, kódování, dekódování atp.).

Třetí kapitola se zabývá systémy politické komunikace, respektive jsou představeny souvislosti mezi vzájemným vztahem médií a jednotlivými režimy, které jsou uvedeny na pozadí historického vývoje v USA (vycházející ze *Zprávy Komise pro svobodu tisku*, s. 56–58). Dále jsou představeny čtyři „teorie“ tisku (autoritářská, libertariánská, sovětská a teorie sociální odpovědnosti), které se podle Jiráka „staly předmětem odborné reflexe, kritiky a revizí“ (s. 60). Křeček však nekončí popsáním následného vývoje, týkajícího se Hallinova a Manciniho „třímodelového“ pohledu, ale snaží se představit i diskuse vztahující se k východoevropskému modelu v období tranzice, kdy se přiklání k názoru, že východoevropský systém médií má podobné rysy jako jihoevropský model, pro který je charakteristický tzv. koncept italianizace (a v českém politickém prostředí se přímo hovoří o berlusconizaci), kdy je zaznamenán „posun k výraznému názorovému, politicky řízenému tisku, kdy jsou mediální prostředky výrazně kontrolovány několika vlastníky, kteří se je snaží využívat pro politické/podnikatelské účely“ (s. 68).

Zajímavý, byť nepodložený názor se vztahuje k politické orientaci české mediální scény, kdy Křeček tvrdí, že „většina mainstreamových zpravodajských médií tihne k politické pravici (stejně jako novináři sami)“, a následně tak „trpí mediální scéna jak značnou předpojatostí vůči

levicovým politickým aktérům, tak i nedostatkem externího pluralismu“ (s. 71). Toto téma by jistě bylo vhodné k podrobnějšímu zkoumání, stejně jako stav, který Křeček popisuje o několik řádků níže, kdy z hlediska ekonomické racionality jsou v médiích zaměstnáváni čerství absolventi či studenti, kteří nemají zkušenosti ani potřebné znalosti o sociální, politické či ekonomické realitě. V případě zmínky o médiích veřejné služby (ČT, ČRo, ČTK) autor popisuje regulační mechanismy, nicméně opět chybí analýza, či alespoň uvedení krizových situací, se kterými byla česká média v minulosti konfrontována. Zde mám na mysli například tzv. televizní krizi z přelomu let 2000 a 2001, na které významnou měrou participovali nejen jednotliví politici, ale i novinářská obec.

Nejproblematictější je však Křečkův alternativní pohled uvedený na konci třetí kapitoly. Autor hledá vhodný termín pro fázi politického režimu mezi lety 1948–1989, konstatuje tedy, že se nejednalo ani o komunismus, ale ani o (reálný) socialismus. Namísto politologického označení „totalitní/autoritativní režim“ (dle vývojové fáze, podrobněji např. viz Balík, Kubát 2004) Křeček volí termín „protosocialismus“, který je užíván v souladu s autory z Teoreticko-analytického pracoviště ÚV KSČM.

Na s. 74–75 je rozvedena úloha tisku, která je řízena komunistickou politickou linií (pod heslem „agitovat a propagovat“), kdy je uvedeno také rozlišení mezi objektivismem a objektivitou. Nutno podotknout, že tyto pasáže stojí za pozornost, stejně jako následné hodnocení principů fungování médií v popisovaném období podle Hopkinse (stranickost, vysoký stupeň ideologizace, pravdivost, populární orientace, masový charakter a (sebe)kritičnost.

Čtvrtá kapitola předkládá historii politické komunikace na pozadí vývoje politických stran (elitní, masové, catch-all a kartelové strany). Zde autor vhodně diskutuje vztah mezi politickými organizacemi a (stranickými) médii. Popsán je stav tzv. politického paralelismu, který označuje „silnou vazbu určitého (tištěného) média na ‚svou‘ politickou stranu, přičemž pravidelné vystavení obsahu paralelistického média poskytuje argumenty pro udržení stranické orientace a posiluje oddanost straně“ (s. 81). Následně je stručně představen vývoj stranických kampaní. Za zmínku stojí i koncepty mediace a mediatizace. „Zatímco první termín má označovat situaci, v níž se média stala zdrojem informací a nosičem/zprostředkovatelem komunikace, mediatizace politiky má znamenat dominanci médií nad politikou, vnucení vlastní logiky a její vítězství nad logikou politickou“ (s. 89). V závěru kapitoly jsou představeny mediálně-demokratizační vlny (aktivismu) podle Hacketta a Carolla.

Pro politology zabývající se volebními kampaněmi, PR a politickým marketingem je přínosná především závěrečná kapitola, která se věnuje současnosti politické komunikace a tématům, jako jsou profesionalizace, personalizace (kdy strana ustupuje do pozadí a hlavní prostor zaujímá lídr strany) a spin doctoring (ten je však charakteristický nejenom pro politické strany, ale i pro občanská a společenská hnutí, která prosazují své parciální zájmy). Na základě děl zahraničních autorů jsou představeny i výtky vůči disciplíně public relations, která mj. „naplňuje převážně zájmy stávající moci, hlavně korporací“ (s. 113). Následně je kapitola zakončena úvahami o tzv. populistické politické komunikaci, pro kterou jsou typická témata jako odpor vůči korupci, zdůrazňování novosti, charismatické vůdcovství, kulturní exkluzivismus, kritika zastupitelské demokracie, odpor vůči elitám a kritika ekonomické redistribuce.

Knihu Jana Křečka lze doporučit čtenářům, kteří mají již o tématu politické komunikace – především pak o teoriích – jisté znalosti. Přestože v celé knize absentuje pohled na fenomén sociálních sítí, které mají (a to platí pouze do určité míry) na počátku 21. století mobilizační schopnosti (a téma sociálních sítí mohlo rezonovat v pasážích o protestních hnutích), lze vnímat

knihu *Politická komunikace. Od res publica po public relations* jako přínosnou. Hlavní pozitiva knihy spatřuji v pasážích týkajících se „alternativních náhledů“, kdy autor z kritických pozic předkládá jak alternativní definice, tak i teoretická východiska k problematice politické komunikace a médií. Absenci konkrétních příkladů ilustrujících jednotlivá témata (včetně kritických pasáží) však vnímám jako největší slabinu celé publikace.

Literatura

Balík, Stanislav – Kubát, Michal (2004): *Teorie a praxe totalitních a autoritativních režimů*, Praha, Dokořán.