

# POLITICKÉ VEDY / POLITICAL SCIENCES

Časopis pre politológiu, najnovšie dejiny, medzinárodné vzťahy, bezpečnostné štúdiá / Journal for Political Sciences, Modern History, International Relations, security studies

URL časopisu / URL of the journal: <http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk>

**Autor(i) / Author(s):** Karolina Tichá  
**Článok / Article:** Recenzia na knihu: Politická komunikace. Od res publica po public relations  
**Vydavateľ / Publisher:** Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov – UMB Banská Bystrica / Faculty of Political Sciences and International Relations – UMB Banská Bystrica

**Odporúčaná forma citácie článku / Recommended form for quotation of the article:**

TICHÁ, K. 2014. Recenzia na knihu: Politická komunikace. Od res publica po public relations. In *Politické vedy*. [online]. Roč. 17, č. 3, 2014. ISSN 1335 – 2741, s. 228-231. Dostupné na internete: <[http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk/userfiles/file/3\\_2014/TICHA.pdf](http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk/userfiles/file/3_2014/TICHA.pdf)>.

Poskytnutím svojho príspevku autor(i) súhlasil(i) so zverejnením článku na internetovej stránke časopisu Politické vedy. Vydavateľ získal súhlas autora / autorov s publikovaním a distribúciou príspevku v tlačenej i online verzii. V prípade záujmu publikovať článok alebo jeho časť v online i tlačenej podobe, kontaktujte redakčnú radu časopisu: [politicke.vedy@umb.sk](mailto:politicke.vedy@umb.sk).

By submitting their contribution the author(s) agreed with the publication of the article on the online page of the journal. The publisher was given the author's / authors' permission to publish and distribute the contribution both in printed and online form. Regarding the interest to publish the article or its part in online or printed form, please contact the editorial board of the journal: [politicke.vedy@umb.sk](mailto:politicke.vedy@umb.sk).

## RECENZIA NA KNIHU: POLITICKÁ KOMUNIKACE. OD RES PUBLICA PO PUBLIC RELATIONS

### BOOK REVIEW: POLITICAL COMMUNICATION. FROM RES PUBLICA TO THE PUBLIC RELATIONS

Karolina Tichá\*

---

KŘEČEK, J.: *Politická komunikace. Od res publica po public realtions*. Praha: Grada, 2013. 176 s. ISBN 978-80-247-3536-8.

---

Recenzovaná publikácia predstavuje prvú pôvodne česky písanú monografiu, ktorá sa usiluje o súhrnné poňatie odboru politickej komunikácie z hľadiska jej bazálnych definícií, konceptov, teórií, historického vývoja a súčasnosti. Výskum politickej komunikácie v Českej republike prebieha s určitým omeškaním v porovnaní s geograficky západnejšími krajinami. Doteraz bol tento fenomén skôr predmetom záujmu individuálnych výskumníkov než špecializovaných tímov, alebo pracovísk a skúmaný ako téma interdisciplinárneho charakteru. V súčasnosti však záujem o odbor politickej komunikácie z hľadiska výskumu i výuky stúpa. Sám autor publikácie pôsobí na Katedre mediálnych štúdií Fakulty sociálnych vied Univerzity Karlovej v Prahe ako aj v Centre pre mediálne štúdiá CEMES.

Napriek tomu, že kľúčová téma a účel publikácie sú evidentné, hneď na úvod absentuje jasné stanovenie cieľov, ktoré si autor predsavzal a logika rozčlenenia práce do kapitol. Na prvý pohľad sa čitateľom môže javiť, že komentár ku koncepcii publikácie nie je v tomto prípade až taký potrebný, v zápätí sa ale ukazuje, že najmä v prvých dvoch kapitolách je pomerne náročné sledovať argumentačnú líniu. Autor akoby si bol tejto skutočnosti vedomý, otvára každú kapitolu rozsiahlejším, samostatným úvodom.

Publikácia je rozdelená do piatich kapitol a okrem už spomínaného vlastného úvodu každá obsahuje aj vlastný záver, v ktorom autor ponúka

---

\* Mgr. Karolina Tichá pôsobí ako interná doktorandka na Katedre politológie, Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Kuzmányho 1, 974 01 Banská Bystrica, Slovenská republika, karolina.ticha@umb.sk.

alternatívny pohľad na príslušnú oblasť problematiky, ktorá sa odkláňa od hlavného výskumného prúdu politickej komunikácie a predstavuje alternatívnu reflexiu vychádzajúcu z marxistickej teórie.

V prvej kapitole je vymedzený samostatný výskumný odbor a spoločenská prax politickej komunikácie. To zahŕňa vysvetlenie hlavných definícií, aktérov a komunikačných tokov. Autor neprichádza s vyčerpávajúcou definíciou politickej komunikácie, ale poukazuje na heterogénnosť spôsobenú variabilitou aktérov podieľajúcich sa na procese tvorby politiky. Tí sú predstavení z pohľadu trojúroveňovej definície politickej komunikácie – ako politické organizácie, médiá a občania (recipienti správ). Politiku autor uchopuje prostredníctvom trojdimenzionálneho poňatia, tj. polity, policy a politics, kde v presne definovanej oblasti polity (inštitucionalizovanom rámci) dochádza k stretom medzi rôznymi politics (hodnoty, vízie, programy, koncepcie, atď.), čo vedie k jednotlivým policies (v podobe rozhodnutí, zákonov, atď.). Čitateľovi je ponúknutá i alternatívna marxistická definícia politickej komunikácie, ktorá médiá chápe ako výrobný prostriedok a nástroj vládnucej triedy určený na manipuláciu a upevňovanie súčasného kapitalistického a vykorisťovateľského systému.

Druhá kapitola pojednáva o demokratickom prostredí politickej komunikácie, konkrétne o jej vlastnostiach, princípoch, účeloch a kvalitatívnych charakteristikách. Argumentuje na pozadí reprezentačno-liberálnej a zároveň participačno-liberálnej teórie (vnímané ako ideálne typy), v dôsledku čoho prináša rozdielnu konceptualizáciu verejného priestoru a vzťahu médií a verejnej sféry. Autor sa v nej venuje rôznym typom odklonov od objektívnych mediálnych obsahov (tzv. *bias*) z hľadiska prezentácie verejnej sféry v médiách. Zdôrazňuje významnosť identifikácie typu média v danom systéme a dôležitosť mediálnych obsahov pre verejnú sféru. V kontexte neomarxistickej perspektívy autor odmieta postavenie médií **M. Schudsona** ako súčasť verejnej sféry a ponúka normatívny pohľad na úlohu médií v spoločnosti.

Tretia kapitola, oboznamujúca čitateľa so systémami politickej komunikácie, je uvedená zhrnutím správy americkej Komisie pre slobodu tlače vydané v roku 1947, ktorá už v tej dobe konštatovala ohrozenie slobody tlače v dôsledku silnejúceho postavenie médií ako nástroja masovej komunikácie a tým pádom eskalujúceho vplyvu malej skupiny ľudí využívajúcej tento nástroj na vlastné potreby, a nie v súlade so spoločenským záujmom. (str. 56 – 58) Autor ďalej vychádza zo štyroch dobre známych teórií tlače (autoritárska, libertariánska, sovietska/komunistická a teórie sociálnej zodpovednosti), ktoré boli nahradené tromi modelmi vzťahu médií a politiky (polarizovano-pluralistický, demokraticko-

korporativistický a libertariánsky) podľa **Hallina** a **Manciniho** (2004). Ako prínosné je možno vidieť kritickú reflexiu týchto modelov a odkaz na reakcie, ktoré vyvolali. Takisto zaujímavá je diskusia o východoeuróskom modeli v období procesu tranzície, ktorý je prirovnávaný k juhoeurópskemu modelu. To sa následne premieta do zamyslenia nad vlastnosťami českého mediálneho systému – do úvahy sú brané prvky italianizácie (pričom môžeme hovoriť až o berlusconizácii: „*mediálne prostriedky sú výrazne kontrolované niekoľkými vlastníkmi, ktorí sa ich snažia využívať výlučne na politické/podnikateľské účely*“ (str. 68)) a tendencia k politickému paralelizmu, ktorú je v českom prostredí možné pozorovať. V tomto kontexte autor predkladá názor o orientácii českej mediálnej scény na politickú pravicu. Pri argumentácii sa, žiaľ, obmedzuje iba na tvrdenie, že „*väčšina mainstreamových spravodajských médií inklinuje k politickej pravici (takisto ako aj novinári sami)*“ ..., mediálna scéna tak trpí zaujatosťou voči lavicovým aktérom, ako aj nedostatkom externého pluralizmu“ (str. 71)

Štvrtá kapitola sa venuje histórii politickej komunikácie, ktorá je daná do súvislosti s vývojom politických strán (elitné, masové, catch-all a kartelové strany). Autor teda popisuje tri veky politickej komunikácie podľa **Blumlera** a **Kavanaghoa** (1999) a funkčne ich prelína s tromi vekmi kampane podľa **Norrisovej** (2000) a medializačnými fázami podľa **Strömbacka** (2008). To ho následne privádza k charakteristike modelov politických strán a typológii stranických kampaní a iniciuje diskusiu o vzťahu medzi politickými organizáciami a médiami. Autor sa tak znova vracia k úlohe médií v politike, tentokrát s dôrazom na postavenie médií ako prostriedku šírenia informácií od politikov k voličom a v opačnom smere ako sprostredkovateľa názorov verejnosti. Vysvetľované sú aktuálne fenomény ako profesionalizácia politickej komunikácie, mediácia a mediatizácia politiky a politický paralelizmus.

Na spomínané logicky nadväzuje posledná, piata kapitola, ktorá podrobnejšie rozoberá tretí vek, a teda súčasnosť politickej komunikácie z hľadiska jej aktérov, prebiehajúcich zmien mediálnych obsahov a účinkov na publikum, v rámci ktorých autor sumarizuje prevládajúce trendy. Špecifická pozornosť sa zameriava aj na mediálne obsahy a zmeny ich charakteru na apolitický a výrazne zábavný, čo je doplnené príspevkom o populizme politickej komunikácie charakteristicky sa obmedzujúcej na témy boja proti korupcii, dôrazu na inovatívnosť, kultúrne exkluzivity, odpor voči elitizmu, kritiku ekonomickej redistribúcie a podobne.

Celá podkapitola je taktiež venovaná politickému marketingu v predstavení

marketizácie politickej komunikácie. Na pozadí zahraničných odborníkov autor vznáša výčitky voči odboru public relations, ktorý označuje za účelný nástroj mocenských korporácií (viď str. 113). Na tomto mieste je možné pochopiť zmysel podtitulu publikácie „Od res publica po public relations“, ktorý odrazu vyznieva akosi skepticky. Autor však devalváciu verejného priestoru nedáva prvoplánovo za vinu médiám, ale poukazuje na širšiu krízu legitimacy demokratického systému.

Po obsahovej stránke publikácia spĺňa svoj zámer a síce byť akýmsi českým úvodníkom do štúdia politickej komunikácie. Do istej miery je teda v poriadku, že sa jedná o kompiláciu zahraničných autorov a v tomto kontexte si dovoľujem vyzdvihnúť i vskutku reprezentatívny zoznam použitej literatúry. Za veľmi prínosné považujem aj obohatenie o alternatívnu perspektívu, s ktorou autor prichádza. Na druhej strane chýba zmienka o nových médiách, predovšetkým v záverečných kapitolách. Aj keď si **Křeček** vytvoril dostatočný priestor pre vlastnú pridanú hodnotu, nevyužil ju a celá publikácia zostáva výhradne teoretická bez praktických príkladov z domáceho alebo zahraničného prostredia, pričom to isté možno povedať aj o autorových vlastných analýzach. Z hľadiska rozsahu, ktorý sa snaží obsiahnuť, je skôr širším než hlbším úvodom do problematiky. Dovolím si vytknúť aj niektoré poznámky pod čiarou, ktoré kvôli svojmu rozsahu pôsobia viac rušivo, než aby čitateľovi prinášali dôležité doplnujúce informácie a v rozšírenej podobe by mohli byť zaujímavou súčasťou textu.

Po jazykovej stránke ma prekvapila až striktná genderová korektnosť, ktorá sa aj napriek vyjadreniu, že sa autor v textu bude prikláňať ku generickému maskulínu (str. 8), stále objavovala napríklad formou používania spojenia „čtenáři a čtenářky“ apod. Oceňujem, že text netrpí prehnaným používaním anglicizmov a všade, kde je to možné, si autor dal námahu s použitím českého ekvivalentu. Celkovo prevláda odľahčený jazykový štýl, ktorý aj keď pôsobí na prvý pohľad sympaticky, vzhľadom na to, že publikáciu považujem určenú skôr pre odbornú verejnosť, pre mňa vyznieva zbytočne.

Prvá polovica si vyžaduje čitateľa s istým politologickým zázemím a vlastnou predstavou o prezentovaných pojmoch. Druhá časť skôr osloví študentov a odborníkov v oblasti médií a žurnalistiky, pretože prináša pohľad do komunikácie politických strán s médiami a prostredníctvom médií. Znova však musím zdôrazniť, že v texte chýbajú praktické príklady, ktoré by mohli prispieť k lepšej orientácii v problematike a v prípade takto dynamicky sa rozvíjajúcom odbore vyznieť i značne zaujímavovo.