

POL N6014:

PRAKTICKÉ POLITICKÉ PUBLIC RELATIONS

Pondělí, 14.00 – 15:20, ZOOM

Anotace

Kurz se zaměřuje na současné trendy ve vztazích s veřejností a veřejné komunikaci. Úvodní krátký vstupní blok kurzu se zaměřuje na vysvětlení teoretických konceptů a vymezení základních pojmů, které souvisejí s politickým public relations (kontext teorie politické komunikace, odlišení disciplíny od politické reklamy a politického marketingu, odlišnosti v klasickém a politickém PR, externí a interní komunikace, politické PR, in-house PR a práce agentur, media relations atd.).

V rámci druhého bloku bude PR prostřednictvím lektorů z praxe představeno jako praktická disciplína využívaná k dosažení politických cílů politických stran, státních institucí, zájmových skupin, nevládních neziskových organizací a korporací. Budou prezentovány konkrétní nástroje a strategie. V průběhu kurzu budou studenti v malé skupině po čtyřech pracovat na řešení konkrétních úkolů – tvorba PR a komunikační strategie vybrané instituce, kterou na závěrečném setkání budou prezentovat. Kromě toho studenti jednotlivě vypracují čtyři dílčí praktické úkoly, na které pak ihned získají zpětnou vazbu.

Cílem kurzu je velmi názorně a na konkrétních příkladech seznámit studenty s posledními trendy v tomto stále rychle se vyvíjejícím oboru. Absolventi kurzu by se měli naučit uvažovat strategicky a v souvislostech o komunikaci a PR ze strany politiků, politických stran a vládních institucí směrem k médiím a voličům, ale také o komunikačních technikách a možnostech hráčů, kteří chtějí mít vliv na politická rozhodnutí (korporace, NGOs atd.), naučit se posoudit úspěšnost a odhalit možná úskalí technik a strategií, které budou v budoucím zaměstnání sami vytvářet nebo jejichž tvorbu budou zadávat. Studující by měli získat praktickou představu o jednotlivých nástrojích a technikách a také o možnostech jednotlivých institucí, které se snaží do zmiňovaného procesu zapojit tak, aby se v budoucnu mohli podílet na zkvalitnění a větší profesionalizaci a odbornosti politického public relations v českém prostředí. Setkáním s odborníky z praxe pak navíc studenti získají konkrétní představu o náplni jejich práce a zlepší se tak jejich znalost potřeb pracovního trhu, a tím i šance na uplatnění.

Požadavky na ukončení

- povinná účast na online přednáškách a aktivní zapojení v diskusích
- zpracování čtyř dílčích seminárních úkolů v rámci skupiny a jejich včasné odevzdání (e-mailem vždy do neděle 20:00 před pondělní přednáškou)
- vypracování závěrečné skupinové práce a její prezentace a včasné odevzdání (komunikační strategie pro vybraného aktéra politického procesu ve skupině, která bude prezentována a hodnocena na posledním semináři)

Vyučující

- Mgr. Barbora Petrová, Ph.D.

Osnova

8. 3. – Úvodní setkání a rozdělení do skupin

15. 3. – Strategie, taktika a komunikační plán.

22. 3. – Historie a kořeny politického PR - vliv na fungování politických stran, médií a demokracie a krátký přehled komunikačních strategií světových politiků

29. 3. – Komunikace a PR v politické straně + host

5. 4. – Velikonoční pondělí

12. 4. – Politická komunikace a chování voličů (tři fáze pol. komunikace, party dealignment atd.).

19. 4. – Vládní a ministerské PR + host

26. 4. – Vybrané koncepty mediálních účinků (two-step flow, opinion leaders, agenda-building, agenda-setting, framing, priming, spirála cynismu atd.)

3. 5. – Politika v éře popkultury a mediatizace politiky (politická žurnalistika, krize veřejné komunikace, občanská žurnalistika, média veřejné služby); infotainment, personalizace, dramatizace a celebritizace politiky

10. 5. – čtecí týden

17. 5. – Komunikace a PR ve volební kampani + host

24. 5. – Komunikace a PR v komunální politice + host

31. 5. – Prezentace studentských komunikačních strategií (10-15 minut), zpětná vazba týkající se praktického provedení a možných efektu strategie

Doporučená literatura:

Ball-Rokeach, Sandra J., Melvin L. DeFleur (1996): Teorie masové komunikace. Praha: Univerzita Karlova.

- Bernays, Edward L. (1923): *Crystallizing Public Opinion*. Kissinger Publishing.
- Bennett, W. Lance and Enteman, R (eds.) (2001): *Mediated Politics: Communication in the future of democracy*. Cambridge University Press.
- Ellul, Jacques (1973): *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books.
- Esser, Frank and Pfetsch, B. (eds) (2004) *Comparing Political Communication. Theories, Cases, and Challenges*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kaid, Linda-Lee (ed.) (2004): *Handbook of Political Communication Research*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Lilleker, D.G. (2014): *Strategic Political Communication*. In: *Political Communication and Cognition. Political Campaigning and Communication*. Palgrave Macmillan, London
- Machiavelli, Niccolo (2001): *Úvahy o vládnutí a vojenství*. Praha, Argo.
- Moloney, K. (2001): *The rise and fall of spin: Changes of fashion in the presentation of UK politics*. *Journal of Public Affairs* Volume 1 Number 2.
- Negrine, Ralph, Christina Holtz-Bacha, Paolo Mancini and Stylianos Papathanasopoulos (2007) *The Professionalisation of Political Communication*. Bristol: Intellect Ltd.
- Plasser, F. and G. Plasser (2002) *Global Political Campaigning. A Worldwide Analysis of Campaign Professionals and their Practices*. Westport: Praeger.
- Scammell, Margaret (1995) *Designer Politics: How Elections Are Won*. New York: St Martin's Press.
- Stromback, J., Kioussis, S. (2011): *Political Public Relations. Principles and Applications*. Taylor and Francis.
- Strömbäck, Jesper & Kioussis, Spiro (2014): *Strategic Political Communication*. In *Election Campaigns*. 109-128.
- Sun-tzu (2008): *Umění války/The Art of War*. B4U Publishing.
- Hallin, D, Mancini, P. (2004): *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press, UK.

Doporučené zdroje:

Harding, J. (2008): Alpha Dogs. The Americans who turned political spin into a global business. Farrar, Strauss and Giroux, NY.

Frost/Nixon (2008): <http://www.imdb.com/title/tt0870111/>.

Wag the dog (1997): <http://www.imdb.com/title/tt0120885/>.

The Queen (2006): <http://www.imdb.com/title/tt0120885/>.

Borgen (2010-) : <https://www.imdb.com/title/tt1526318/>

The Crown (2016 -) : <https://www.imdb.com/title/tt4786824/>

Podvodné plnění studijních povinností

Výuka na FSS MU předpokládá, že studenti znají studijní předpisy a že se nedopouštějí podvodného plnění studijních povinností, zejména opisování u zkoušek a plagiátorství, tedy vydávání cizích myšlenek za vlastní a přebírání myšlenek jiných autorů bez uvedení autorství. Plagiátorství patří k nejzávažnějším etickým proviněním v akademickém prostředí, popírá poslání university i smysl studia. Z právního hlediska je plagiátorství krádeží cizího duševního vlastnictví. Podvodné plnění studijních povinností nemůže být za žádných okolností na FSS tolerováno. Každý případ podvodného chování bude trestán nejpřísnější sankcí, a to nepodmínečným vyloučením ze studia. Studentům doporučujeme co nejdůkladněji se seznámit s problémem plagiátorství a se způsoby, jak se mu vyhnout.