

Petr Němec

Public relations. Komunikace v konfliktních a krizových situacích

Praha, Management Press 1999, s. 125, 1. vydání

Recenzovaná publikace patří do skupiny příruček, které podrobným způsobem řeší konkrétní využití určité metody či postupu. Autor uceleným způsobem informuje čtenáře o dané problematice a vedle teoretického přístupu klade velký důraz na praktické uplatnění komunikačních technik v rozporných situacích. A to je významný prvek i trvalý přínos daného spisu. Zároveň tato publikace dobře navazuje jak na dřívější autorovy práce z roku 1993 a 1996, tak i na publikaci M. Foreta „Komunikace s veřejností“. Jako učitel managementu oceňuji u autora i zdůraznění postavení public relations jako manažerské funkce zejména v situacích, které mohou ohrozit výkonnost či postavení jak člověka, tak podniku.

Autor v publikaci využil své podrobné znalosti komunikace jako společenského fenoménu v konkrétním rámci konfliktní a krizové situace. Je přitom velmi cenné, že si neopomenul povšimnout základních vlastností těchto situací, tj. obecných příčin, průběhu, řešení i dopadů. Současně nutno považovat za přínos i zdůraznění postavení médií v současném světě, v době, kterou lze označit za zlomovou, neboť stojíme na prahu globalizace, na začátku nové informační společnosti, jež tvoří podle Tofflera třetí vývojovou vlnu lidstva. Vhodná aplikace komunikace na dané krizové či konfliktní situace je velkým přínosem autora a tuto svěžest myšlenkových pochodů nutno ocenit. Taktéž zdůraznění úlohy médií, jako prostředníka při řešení těchto situací, představuje nový pohled na uplatňování komunikace s veřejností. Praktické návody chování lidí v krizi i při konfliktech a jejich uplatnění v komunikaci jsou důležitou učební pomůckou a vnímavému čtenáři poskytnou jak praktický návod, tak i podklad pro zamyšlení nad mnohými svými postoji.

Ze zaměření publikace se vymykají dvě kapitoly, které byly napsány jinými autory. Jedná se o kapitolu „Strategický management informací“ (autor R. Schatz) a kapitolu „Obsahová analýza médií“ zpracovaná M. Prorokem. Tvůrce publikace, podle svého vyjádření, do jejich obsahu nezasahoval a přestože nejsou specificky blízka zaměření publikace, mohou posloužit jako doplňkový zdroj informací o důležitosti public relations. Konkretizace u obou kapitol je nejen informační, ale i poučná a inspirující. Závěr publikace tvoří čtyři navzájem odlišné případy skutečných událostí, které vyvolaly krizovou situaci v příslušném měřítku. Jsou významným dokumentačním prvkem veřejné komunikace při událostech, které se vymykají běžnému životu.

Václav Lednický