



Public relations II.

PR při tvorbě image – Teoretické pohledy na PR – Historie oboru

PR při tvorbě image

- Využívají se různé taktiky a strategie
 - Budování obdivu
 - Budování obliby
 - Budování věrohodnosti
 - Budování prestiže
 - Budování expertního profilu

















Související pojmy

- **Impression management** – Snaha prostřednictvím jazyka, chování, zvládnání skutečných a inscenovaných situací, osobního zjevu, symbolů atd. zanechat kýžený dojem
- **Agenda setting** – Nastolování témat
- **Issues management** – dlouhodobá práce na tématech, která jsou pro instituci klíčová či riziková; často jde o souboje dvou a více vlivových skupin. Příklady:
 - loterijní společnosti vs. zastánci regulace hazardu
 - tabákový průmysl vs. bojovníci proti kouření
 - farmaceutický průmysl vs. antivaxeři

Historie PR

- Pojem PR se začal používat až ve 20. století
- Veřejné mínění ale hrálo důležitou úlohu vždy
 - *Vox populi, vox dei.* (antika)
 - „Přátelství širokých vrstev lidu je pro vladaře nezbytné, neboť jinak se v dobách zlých nemá o koho opřít.“ (Niccollo Machiavelli: Vladař)
 - *Využívání komunikace k ovlivňování veřejného mínění a lidského chování je staré jako civilizace sama.* (Scott Cutlip, americký historik a teoretik PR)
 - *"The three main elements of public relations are practically as old as society: informing people, persuading people, or integrating people with people."* (Edward Bernays, americký PR průkopník)

Historie PR

- Řeční filozofové položili základy argumentace, logiky, [rétoriky](#).
- [Congregatio de propaganda fide](#) (1622), existuje dosud jako Kongregace pro evangelizaci národů
- Ovlivňování psychiky nepřítele ve válce (informační válka, dnešní [PsyOps](#) a [PsyWars](#))
- Šíření pomluv, letákové kampaně (od vynálezu knihtisku)





Soldiers from the U.S. Army's 350th Tactical Psychological Operations, 10th Mountain Division, drop leaflets over a village near Hawijah in Kirkuk province, Iraq, on March 6, 2008. Zdroj: wiki

Historie PR

- Armáda ČR
 - Psychologické operace při zahraničních misích, v případě potřeby i v Česku
 - *„Metody využití psychologického působení jsou v dnešní době v podstatě totožné s metodami používanými marketingovými agenturami.“*
(Zdroj: www.army.cz)
 - Noviny, letáky, billboardy, TV, rozhlas, tlapače, internet, mobilní služby, létající rádiová stanice C-130 Herkules
 - Strategická komunikace – narativ/kontranarativ

Karel Řehka: Informační válka

21.

Karel Řehka
Informační válka

Academia



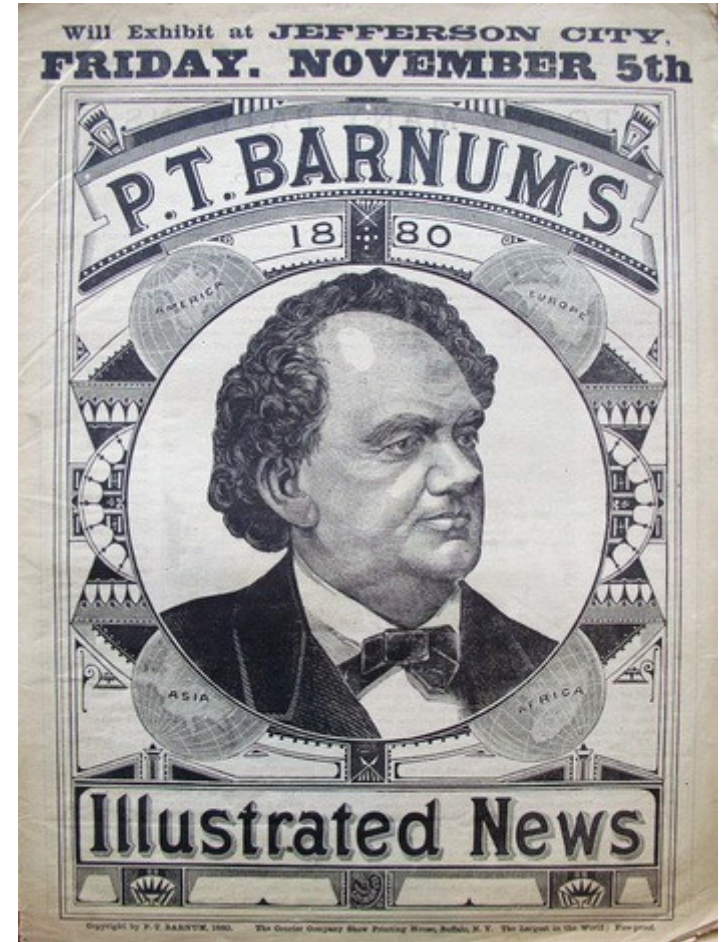
„Naše schopnost či neschopnost pochopit důležitost informací pro vedení budoucích konfliktů může jednoho dne rozhodovat o tom, zda budeme nadále žít ve svobodné společnosti či nikoli.“

Karel Řehka: Informační válka

"Klíčový prvek strategické komunikace je narativ (nebo také příběh). Jeho prostřednictvím lze dosáhnout soudržnosti a ucelenosti hlavních myšlenek v komunikaci státu v rámci vojenského tažení. **Není to pouze souslednost slov, zahrnuje také podpůrnou symboliku a obrazy.** Narativ tedy můžeme chápat jako tematický a uspořádaný popis, kterým autor **sděluje účastníkům komunikace význam specifických událostí.** Je to základ každé strategie, poskytuje rámec pro to, jak objasňovat a popisovat události. **Příběh spojuje všechny činnosti a zabezpečuje jednotné chápání.** Příběhy nejsou zaměřeny pouze na interní a domácí publikum, ale také na protivníka. Včetně takzvaných protipříběhů (kontra-narativ), kterými působíme proti příběhu protivníka.“

Historie PR

- **P. T. Barnum** (1810 - 1891)
 - „Král humbuku“, otec „barnumské reklamy“
 - Podnikatel, filantrop, provozovatel cirkusů, kabinetů kuriozit a muzeí propagovaných masivními, řvavými kampaněmi
 - Jeho prvním průlomem bylo celoamerické turné s údajnou 160letou chůvou George Washingtona







21 elephants' parade across the Brooklyn Bridge (1883)

Historie PR

- Barnumovi sloni na Brooklynském mostě
 - Krátce po otevření mostu v roce 1884 přetrvávaly pochybnosti o jeho nosnosti a bezpečnosti, panika dokonce vedla k ušlapání 12 lidí
 - Barnum uspořádal přehlídku svých 21 slonů, kteří s dalšími zvířaty bezpečně přešli přes most





 **Elon Musk** 
@elonmusk

Got more great feedback from Thailand. Primary path is basically a tiny, kid-size submarine using the liquid oxygen transfer tube of Falcon rocket as hull. Light enough to be carried by 2 divers, small enough to get through narrow gaps. Extremely robust.

Historie PR

- Američtí kapitáni průmyslu
 - Přelom 19. a 20. století
 - J.P. Morgan, Carnegie, Rockefeller aj.
 - Bojovali se svou špatnou pověstí „loupeživých baronů“
 - Chtěli systematicky informovat veřejnost o tom, co dělají, vyvolat dojem legitimacy a prospěšnosti své činnosti. Využívali k tomu sílí masová média.
 - Při řešení vztahů obřích korporací se zaměstnanci a veřejností se zrodilo profesionální PR
 - Vznikaly agentury pro zajištění publicity (jejich předchůdci byli tiskoví agenti)

Historie PR

- **Ivy Lee** (1877-1934)

- Jeden z **otců zakladatelů** PR
- Pracoval například pro těžaře v době stávků horníků
- Obeslal média s prohlášením *Declaration of Principles*:
 - *„Vše, co děláme, je naprosto otevřené. Naším cílem je informovat. (...) Každému redaktorovi poskytneme na vyžádání kompletní informace. Naším cílem je, stručně a jasně řečeno, poskytovat jménem obchodních a veřejných institucí tisku a veřejnosti Spojených států přesné a aktuální informace o subjektech, které jsou předmětem veřejného zájmu.“*
- Začal používat jednotné tiskové zprávy, které dodával médiím, byl průkopníkem krizové komunikace
- Pracoval i pro I.G. Farben, setkal se s Goebbelsem

Historie PR

- **První světová válka**

- **Výbor pro veřejné informace** („**Creel committee**“)

- Úkolem bylo získat veřejné mínění pro válku s Německem

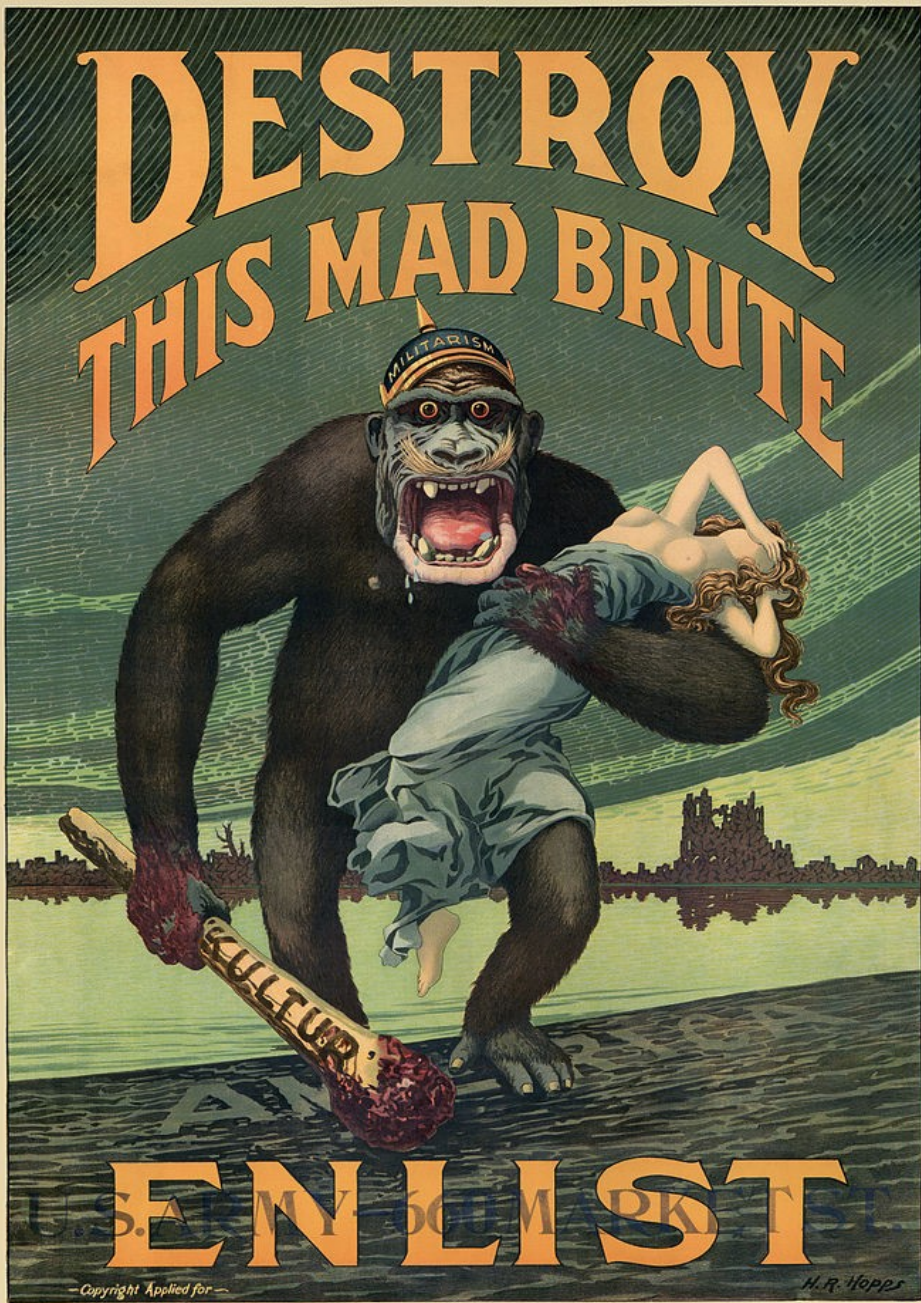
- Edward Bernays

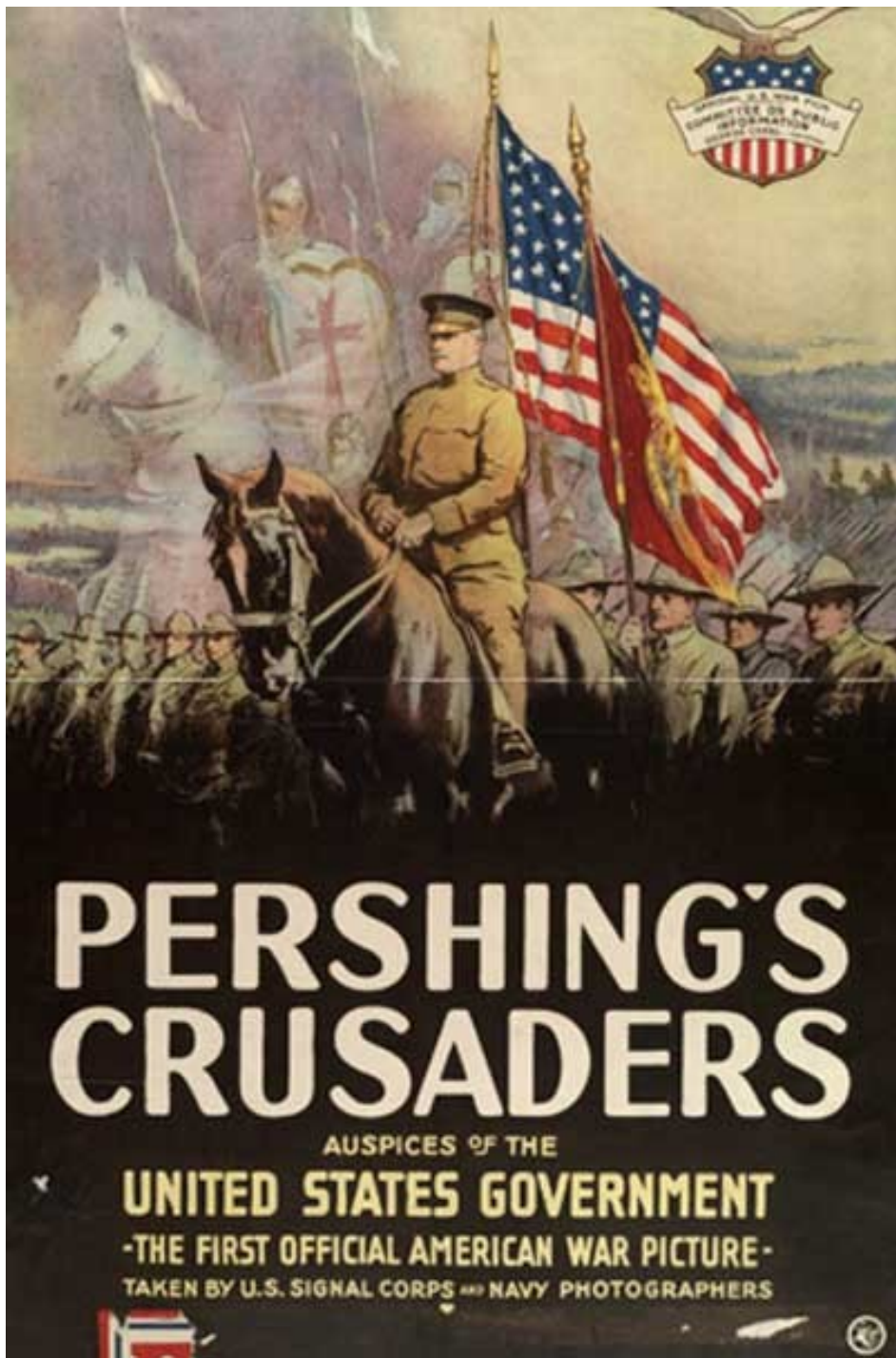
- Ivy Lee

- Walter Lippmann – „*manufacturing of consent*“

- Filmy, plakáty, tisková reklama, dobrovolníci najatí k přesvědčování veřejnosti

- Slovo **propaganda** tehdy v USA ztratilo neutrální zbarvení







ESBORTH
YOUNG
From a Painting by Ellsworth Young

SOMEBODY'S LITTLE GIRL
Suppose She Were Yours
Buy Liberty Bonds To Save Her

WAKE UP, AMERICA!



JAIRD and DOROTHY FLAGG

CIVILIZATION CALLS
EVERY MAN WOMAN AND CHILD!

MAYOR'S COMMITTEE 50 EAST 42ND ST

THE HEGEMAN POINT KY



USA, J.M. Flagg, 1917



SSSR, сса 1920

BRITONS



"WANTS
YOU"

JOIN YOUR COUNTRY'S ARMY!
GOD SAVE THE KING



I WANT YOU
FOR THE EMPIRE
NEAREST RECRUITING STATION

Edward L. Bernays

- „Otec public relations“
- 1891-1995
- Synovec Sigmunda Freuda
- Spolupracovník Creelovy komise
- 1919 založil agenturu Council on Public Relations



Bernaysovy „Pochodně svobody“

- Bernays dlouhodobě pracoval pro **tabákový průmysl**
- Při hledání odbytu pro **Lucky Strike** jej napadlo zaměřit se na ženy
- Cigarety tehdy byly **výhradně mužská záležitost**
- Bernays cigarety důmyslně prezentoval jako **symbol svobody a ženské emancipace**
- „**Torches of freedom**“
- „**The ancient prejudice has been removed!**“

To keep a slender figure
No one can deny...



Reach
for a
LUCKY
instead of a
sweet



"It's toasted"
No Throat Irritation - No Cough.

IS THIS YOU FIVE YEARS FROM NOW?

When tempted to over-indulge

"Reach for a Lucky instead"



Be moderate—be moderate in all things, even in smoking. Avoid that future shadow* by avoiding over-indulgence, if you would maintain that modern, ever youthful figure. "Reach for a Lucky instead."

Lucky Strike, the finest Cigarette you ever smoked, made of the finest tobacco—The Cream of the Crop—"IT'S TOASTED." **Lucky Strike** has an extra, secret heating process. Everyone knows that heat purifies and so 20,679 physicians say that **Luckies** are less irritating to your throat.

"It's toasted"

Your Throat Protection — against irritation — against cough.

*We do not say smoking **Luckies** reduces flesh. We do say when tempted to over-indulge, "Reach for a Lucky instead."

AN ANCIENT PREJUDICE HAS BEEN REMOVED

False modesty is a relic of an ancient prejudice. AMERICAN INTELLIGENCE has cut it away and, in behalf of better health and pure enjoyment, sponsors the fashion of sensible swimming attire.



"TOASTING DID IT"—

Gone is that ancient prejudice against cigarettes—Progress has been made. We removed the prejudice against cigarettes when we removed harmful corrosive acids (pungent irritants) from the tobaccos. Thus "TOASTING" has destroyed that ancient prejudice against cigarette smoking by men and by women.

"It's toasted"

No Throat Irritation—No Cough.

© 1929, The American Tobacco Co., Manufacturers

"Reach for a Lucky - instead of a sweet"

Myrna J. Darby
 Myrna J. Darby
 Noted Ziegfeld Beauty



Toasting takes out every bit of bite and throat irritation

"It's toasted"

No Throat Irritation—No Cough.

© 1929, The American Tobacco Co., Manufacturers

THE STILLSON PRESS, Incorporated NEW YORK

Bernaysovy „Pochodně svobody“

- V roce 1929 inscenoval „event“ se ženami kouřícími na ulici
- Fotografie distribuoval do médií



Bernaysovy „Pochodně svobody“

The New York Times

**Group of Girls Puff at Cigarettes
as a Gesture of "Freedom"—**

Modern, prosperous New York was celebrating Easter. The models of the machines were 1929. The fashions on display were those of the future. A group of young women, who said they were smashing a tradition and not favoring any particular brand, strolled along the lane between the tiered skyscrapers and puffed cigarettes.



Bernays vlastními slovy

Bernaysovy názory

- *„Vědomá a inteligentní manipulace názorů, organizovaných zvyků veřejné masy je významnou součástí fungování demokratické společnosti. Ti, kdo ovládají tyto neviditelné společenské mechanismy, zakládají skrytou vládu, která je skutečnou vládnoucí silou naší země.“*

Z knihy **Propaganda** (1928)

- Bernays věřil, že ti, kteří z pozadí **hýbají veřejným míněním**, to dělají v podstatě **pro dobro společnosti**, a že PR pomáhá vnášet pořádek do chaosu.
- **K pilným čtenářům Bernayse ale patřil Joseph Goebbels**

Po první světové válce

- Vinou **Creelovy komise** byl termín propaganda v USA již dosti zprofanovaný, začal se prosazovat novotvar **public relations**
- V Evropě začaly ovšem propagandu intenzivně rozvíjely totalitní režimy
 - bolševický Sovětský svaz
 - fašistická Itálie
 - nacistické Německo

Teoretické pohledy na PR

- **Exekutivní**

- PR je legitimní součástí komunikace firem či institucí, přispívá k rozvoji a růstu, není v rozporu s obecným blahem společnosti

- **Kritický**

- PR je pouze jiným slovem pro propagandu, nezákonnou či neetickou manipulaci ve prospěch mocných a bohatých

- **Vyvážený**

- Akceptuje roli PR jako legitimního prostředku, který přispívá k rozvoji a komunikaci
- Zdůrazňuje etiku, transparentnost, společenskou odpovědnost
- Definuje přijatelné praktiky a nástroje PR

Kritické teze

- PR je nástroj **hegemonie elit**
- PR **konzervuje status quo**
- PR je **lhostejný nosič** zvrácených ideologií
- PR je **žoldák ve službách kohokoliv**, kdo platí
- Dobrý PR profesionál je díky rétorické a argumentační zdatnosti schopen **obhájit či omluvit cokoliv** – i zlo, útlak, nespravedlnost
- *„Public relations znamená aktivní ovlivňování mínění za účelem získání souhlasu mezi občany.“* (Jozef Ftorek)

Pozitivní teze

- PR může přispívat k sociálnímu smíru
- PR může přinášet důležité informace
- PR dokáže vytvářet porozumění mezi různými společenskými aktéry
- PR dokáže vychýlit veřejné mínění žádoucím směrem – ve prospěch slabých, ve prospěch charity atd.
- PR pomáhá udržet současná média v chodu, ať už se nám to líbí, anebo nikoliv.

Gruning/Hunt

	<i>Model tiskový</i>	<i>Model veřejného informování</i>	<i>Model jednosměrný asymetrický</i>	<i>Model dvousměrný symetrický</i>
<i>Typ komunikace</i>	Jednosměrná	Jednosměrná	Spíše jednosměrná	Obousměrná vyvážená
<i>Způsob komunikace</i>	Propaganda	Šíření informací	„Vědecké“ přesvědčování	Oboustranné porozumění
<i>Záměr komunikace</i>	Ovlivnit, zmanipulovat	Šířit skrze média jednostranné informace	Systematicky vytvářet vlastní obraz, bez zpětné vazby	Přizpůsobovat cíle publiku, vytvářet prostor pro dialog
<i>Zástupci</i>	<u>Creelova komise</u>	Ivy Lee	<u>Edward Bernays</u>	Současní PR pros.
<i>Typické nástroje</i>	<u>Advertorial</u> , projev...	Tisková zpráva...	Tisková konference...	Sociální sítě...

Zdroj: Hejlová, Denisa: Public relations