

Předvolební kampaň byla slušnější, než se čekalo

Asociace PR (APRA) letos v dubnu a následně po volbách zkoumala názory veřejnosti na politickou komunikaci. Na jaře ji 81 % procent respondentů označovalo jako neetickou a 41 % očekávalo, že se před volbami bude zhoršovat. Výzkum po volbách ale ukázal, že za neetickou kampaň považuje 67 % Čechů. Také do budoucna hledí veřejnost optimističtěji – zhoršení čeká 32 %.

APRA v obavě ze zneužívání technologií a poklesu etických standardů uvedla před volbami v život Kodex eticky vedené politické komunikace, kterým zavázala své členské agentury.

„Nepřeceňujeme vliv Kodexu na komunikační praxi politických stran a představitelů. Na druhou stranu jsme vytyčili červené linie. Nedávný případ zfalšovaného videa pomocí AI, kterým se maďarský Fidesz pokouší diskreditovat politického soupeře, ukazuje, že je to třeba,“ říká předseda APRA Radek Maršík a dodává, že je rád, že k něčemu takovému u nás nejspíše nedošlo.

Také veřejnost se podle výsledků výzkumu společnosti NMS pro APRA poněkud uklidnila. Sedm z deseti Čechů pokládá volby za férové. To ovšem neznamená, že si nevšimli prohřešků, které Kodex APRA nepřipouští. Nejčastěji to jsou lhaní a překrucování faktů a šíření nepotvrzených spekulací o oponentech.

Citliví jsou voliči také na kauzy jednotlivých politiků. *„71 % lidí si všimlo kauzy rychlé jízdy Filipa Turka, 62 % ji považuje za závažnou. Mezi Čechy rezonoval i billboard SPD „Chirurgové z dovozu“ a kampaň hnutí ANO „Nejhorší premiér na světě“,“* upřesňuje Radek Maršík.

Podle 42 % občanů volby proběhly s respektem k demokracii. V kampani však chyběla slušnost a poctivost, což jsou klíčové zásady pro vedení férové kampaně podle Asociace PR.

Zajímavý je i pohled do vlastních řad: *„15 % respondentů se přiznalo, že se někdy vůči politikům dopustilo nevhodného chování. Nejčastěji šlo o zesměšňování (6 %), „trollování“ v diskuzích (3 %) či psaní neslušných komentářů (3 %),“* dodává Radek Maršík.

Podrobnější informace z výzkumné zprávy najdete zde: [Vnímání předvolebních kampaní: Jak neukrást volby II. | NMS Market Research](#)

Komentované výsledky výzkumu stejně jako zjištění organizací Transparency International, Centra pro informovanou společnost a analýzu mediálních výstupů od

Newton Media přinese PR Summit, který APRA pořádá v rámci konference Forum Media 25.11. v Praze.