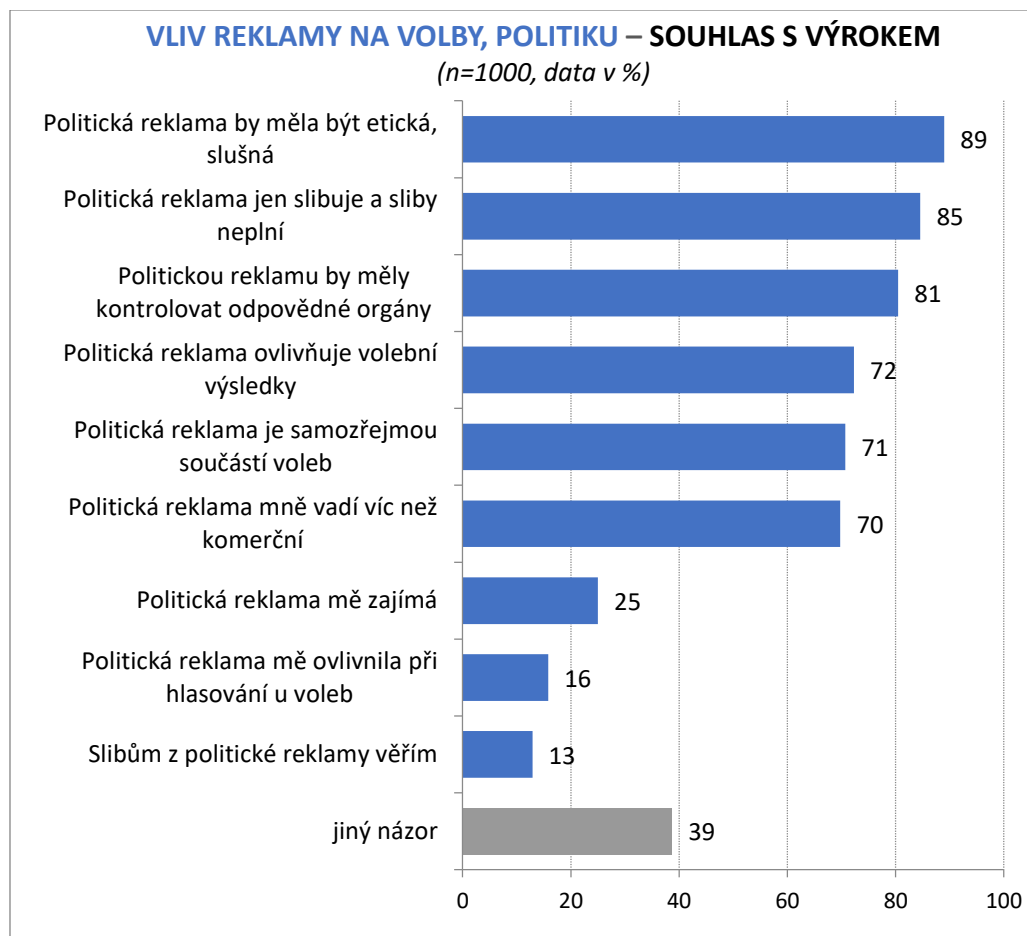


## Jak vidí Češi politickou reklamu? (na základě výzkumných dat)

V rámci **dlouhodobého výzkumu** postojů české veřejnosti k reklamě jsme v letošním roce položili otázku zaměřenou na **politickou reklamu**. Zajímalo nás, jak ji lidé vnímají, co od ní očekávají a sledovali jsme i srovnání s postoji ke komerční reklamě. Výzkum proběhl na **reprezentativním vzorku** české populace v lednu 2022 metodou CAWI.

Víme, že lidé obecně očekávají od reklamy pravdivé, důvěryhodné a srozumitelné informace a vadí jim hrubost, příp. násilí. **Jak je to s politickou reklamou?**

I zde naprostá většina populace, hlavně starší věková skupina, očekává etickou, slušnou reklamu, ale skutečnost vidí tak, **že tato reklama jen slibuje a sliby neplní**. I když téměř ¾ populace považuje **politickou reklamu za samozřejmou součást voleb**, cca stejnému procentu vadí více než reklama komerční. Za součást moderního života považuje reklamu obecně 63 % dotázaných. **Slibům z politické reklamy věří jen 13 %** dotázaných a ovlivnění u voleb uvádí 16 % populace, častěji muži a ti, kteří reklamu obecně mají rádi. **Kontrolu politické reklamy** odpovědnými orgány požaduje 83 % žen a 77 % mužů.



Spontánně respondenti uváděli: **je lživá, klamavá, nelíbí se mi, je zbytečná, neměla by být, nevěřím jí apod. Jen sporadicky se objevil názor, že jde o součást voleb, že nevadí či že je důležitá.**

**Zákon o regulaci reklamy** se prakticky politické reklamě **nevěnuje**, je zaměřen na reklamu podnikajících subjektů. Upravuje jen situace, v nichž by někdo svou reklamou napadal něčí politické přesvědčení, a stanovuje zákaz šíření anonymních oznámení týkajících se voleb v době od jejich vyhlášení do ukončení hlasování. **Volební zákon** o volbách do **Parlamentu České republiky** pak v rámci etických požadavků stanovuje, že **volební kampaň musí probíhat čestně a poctivě**. O kandidátech, kandidátkách a politických stranách nebo koalicích zejména nesmějí být zveřejňovány nepravdivé údaje. Skutečnost všichni známe.

Otázkou také zůstává, jak neomezit „**svobodu politické soutěže**“, ale zároveň bránit tomu, aby se v politickém boji využívaly dezinformace a lži, jak se postavit k neetickým prvkům, které vadí většině lidí.

Na **politickou reklamu** se v poslední době zaměřuje i **Evropská Unie**. **Evropská komise** připravuje návrh **nové legislativy** a reaguje i na rizika, která vznikají **v on-line prostoru**.

Uvidíme, co to přinese.

**Doc. PhDr. Jitka Vysekalová, Ph.D.**

[vysekalova@cma-cz](mailto:vysekalova@cma-cz)

**Praha únor 2022**