

# Politická reklama

pol 510 | 7/4/16



Miloš Gregor

# obsah hodiny

- ▶ definice
- ▶ (velmi) stručná historie
- ▶ cíle politické reklamy
- ▶ druhy a typy reklamy
- ▶ tvorba a analýza politické reklamy
- ▶ předvolební spoty českých stran 2013

# definice

Kdybychom měli jasnou, všeobecně uznávanou definici, tak by to bylo krásné, ale taky moc jednoduché.

# definice reklamy

*Neosobní komunikace obchodního sdělení stávajícím nebo potencionálním kupujícím osobou nebo společností, která nabízí produkt nebo službu. Tato komunikace probíhá skrze **placená média** za účelem ovlivnit nákupní chování těchto zákazníků.*

Graham 1952

*Jakákoliv **placená forma** neosobní prezentace a nabídky myšlenek, zboží nebo služeb **známým zadavatelem**.*

Cohen 1972

*Umístění sdělení či přesvědčivé zprávy v čase nebo prostoru **zakoupeném** v některém z **masových** sdělovacích prostředků firmou, neziskovou organizací, vládní agenturou nebo jednotlivcem, kteří se snaží informovat anebo přesvědčit členy určité cílové skupiny nebo trhu o svých produktech, službách, organizaci nebo myšlenkách.*

Americká marketingová asociace

[mgregor@fss.muni.cz](mailto:mgregor@fss.muni.cz)

# definice politické reklamy

*Komunikační proces, jehož prostřednictvím si zadavatel kupuje možnost vystavit publikum skrz masová média politickým sdělením se zamýšleným efektem ovlivnit jejich politické postoje, přesvědčení a/nebo chování.*

Kaid 1981

**Je (politická) reklama vždy placená?  
A masová?**

# základní charakteristiky místo definice

- ▶ (většinou) placená forma propagace
- ▶ šíření (masovými) médii
- ▶ cílem ovlivnit chování, postoje (viz. dále)
- ▶ politická reklama pouze tam, kde je svobodná politická soutěž



# Rozdíly mezi komerční a politickou reklamou?



**SAAB**  
deluxe

**MŮŽETE MÍT  
ÚSPORNĚJŠÍ AUTO?**  
DŘÍVE, NEŽ SI MYSLÍTE

RHJ 667

A red Saab sedan is shown from a front-quarter view. The license plate reads RHJ 667.

zdroj: [Konektor.biz](http://Konektor.biz)



www.top09.cz

**TOP09**  
S podporou Starostů

**PRAHU SI  
BERU  
NA TRIKO**  
VÍČ, NEŽ SI MYSLÍTE

Zdeněk Tůma  
Kandidát na primátora Prahy

A man in a grey blazer is pulling open his white t-shirt to reveal the text "I ♥ Praha". The heart is red.

# Rozdíly mezi komerční a politickou reklamou?

- zvyklosti a pravidla jejich užívání
- legislativní úprava
- způsob vnímání produktu ze strany občana nebo voliče
- často rozdíl v užívání negativní reklamy



zdroj: [Konektor.biz](http://Konektor.biz)



# Naděje

pro odpovědné řidiče

**ŠKODA**  Nová Octavia



**SAAB**  
deluxe

## MŮŽETE MÍT ÚSPORNĚJŠÍ AUTO?

DŘÍVE, NEŽ SI MYSLÍTE



# Nebojíme se změnit

**JDE TO I BEZ DLUHŮ**

**ŠKODA**   
Výkony místo slibů

**Nová Octavia**  
K dostání ve všech autosalónech



**VĚŘÍME  
V ČISTÝ POHON  
A NIKDY TO NEVZDÁME**



**Naplňme sny  
našich dětí**

Výrobní řada LOGAN

Dacia  
**LOGAN**

**PRO  
REGULACI CEN  
AUTOSERVISŮ**

ZMĚNA A NADĚJE

Vozy  
**DACIA**

**PROTI  
PLACENÍ  
NA BENZINCE**

ZMĚNA A NADĚJE

Automobilka  
**DACIA**

**PRO  
13. PLAT ZE ZISKŮ  
RENAULTU**

ZMĚNA A NADĚJE

***“Celé odvětví reklamy má nyní tak blízko k dokonalosti,  
že není snadné vymyslet nějaké zlepšení.”***

***Samuel Johnson, 1759***



# (velmi) stručná historie

- v moderní podobě od poloviny 19. století
- 1855 v Německu plochy určené pro politické plakáty
- koncem 19. stol. rozmach reklamy v novinách
- v 1. pol. 20. století nástup rádia a televize (zejména USA):
  - 1928 prezidentské volby, rádio mělo poprvé významnou roli
  - 1939 F. D. Roosevelt poprvé v TV
  - 1949 mělo v USA rádio 90 mil. domácností, 10 mil. domácností mělo TV
- 1952 první televizní předvolební spot (Eisenhower odpovídá Americe)
- 1964 Daisy
- konec 20. století – internet
- 2008 opravdu masové využití internetu (sociální sítě) - Obama

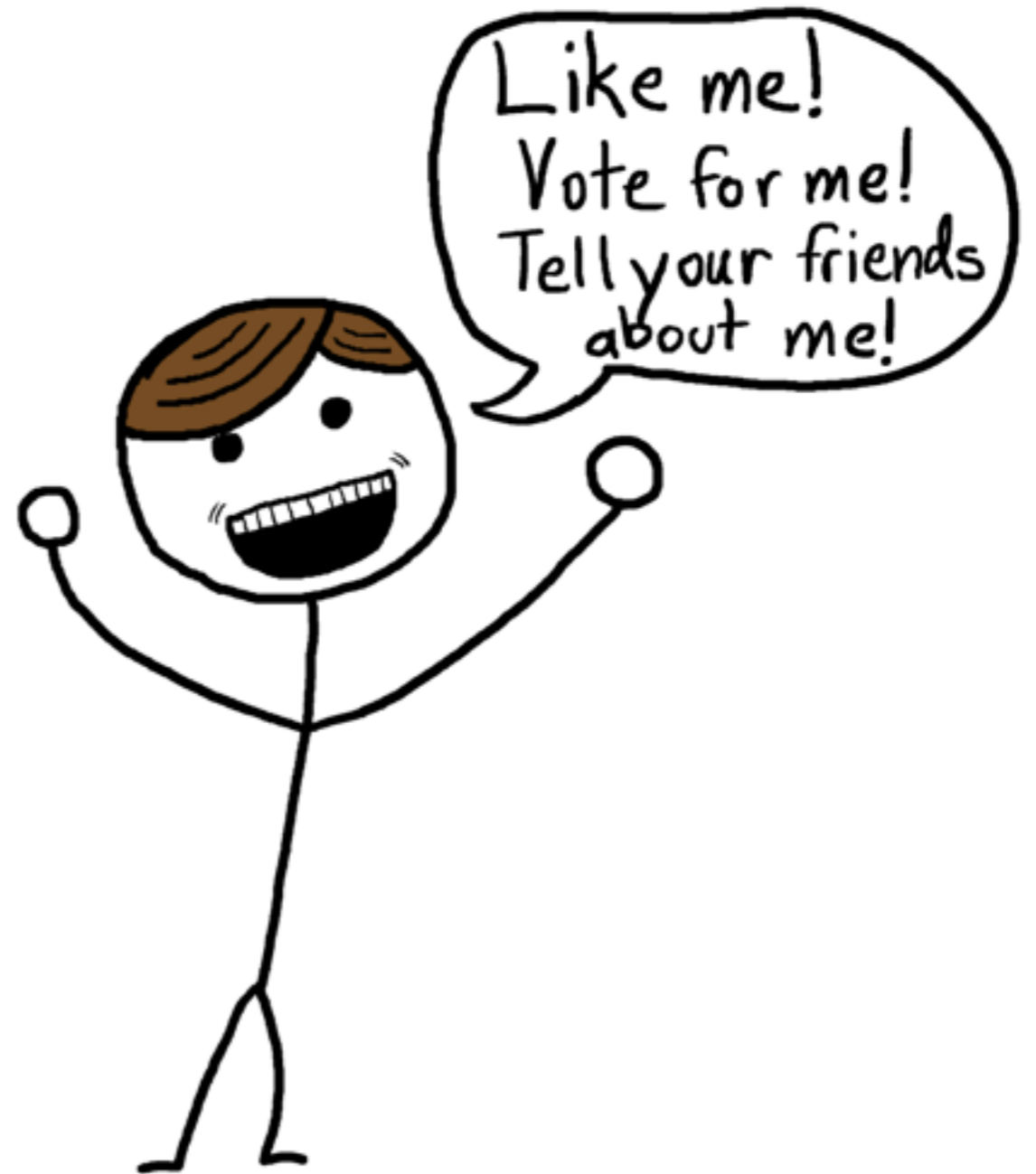


# **(velmi) stručná historie**

**mění se** nástroje, ne principy.

# cíle a efekty politické reklamy

- představit, zvýšit znalost (kandidáta nebo tématu)
- priorizovat téma
- zvýšit zájem o kampaň / volby
- zvýšit oblibu kandidáta
- polarizovat
- fundraising



# druhy a typy reklamy

- ATL (above the line): “nadlinka” – reklama v masmédiích
- BTL (below the line): “podlinka” – ostatní (direct mail, eventy, letáky...)
- TTL: (through the line): spojení ATL a BTL



# druhy a typy reklamy

- internetová
  - PPC
  - kontextová
  - SEM (search engine marketing), např. Google Ads
- tisková
- venkovní
- televizní spoty (YouTube?)
- rádiové spoty
- direct mail
- propagační předměty
- alternativní reklama

Jak na **úspěšnou** reklamu?

# tvorba reklamy

- stanovení cíle
- poznání publika
- zájem zákazníka
- emoce, ne logika
- keep it simple
- jednoznačnost
- urgency

## **principy reklamy:**

- stereotypizace
- asociace
- démonizace
- správné výrazové prostředky



# tvorba reklamy - reklamní komponenty

- vizuál (obraz budí silné emoce)
- logo
- text
- hudba, barva, střih
- voice over (rámuje příběh, podporuje sdělení)

Dienstbier vs. Fischer 2013

Lukša, Moravskoslezský kraj 2012

# tvorba televizní reklamy

- 1) **AHOJ** (získání pozornosti)
- 2) **VĚŘ MI** (budování důvěry)
- 3) **TOHLE POTŘEBUJEŠ** (stimulace touhy)
- 4) **NALÉHAVĚ!** (zdůraznění naléhavosti)
- 5) **KUPUJ / VOL** (výzva k akci)

jasnost  
jednoznačnost  
(konzistentnost)

X





zdroj: fcb PMG-CEE

[mgregor@fss.muni.cz](mailto:mgregor@fss.muni.cz)



zdroj: fcb PMG-CEE

[mgregor@fss.muni.cz](mailto:mgregor@fss.muni.cz)



# analýza reklamy

Kdo reklamu zaplatil?

Proč?

Na koho reklama cílí?

Na základě jakého textu, obrázku nebo zvuku jste k tomu došli?

Jaké je **hlavní sdělení** (message), které se vám reklama snaží předat?

Jaké je **podprahové sdělení**?

Jaký **životní styl** reklama představuje?

Je idealizován?

Jak?

Na jaké **hodnoty** reklama klade důraz?

Jaké **nástroje** nebo **techniky** přesvědčování jsou použity?

Co reklama **neříká**?

Čemu se vyhýbá?

# legislativní úprava pol. reklamy v ČR

zákon č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky

zákon č. 275/2012 Sb., o volbě prezidenta republiky

zákon č. 130/2000 Sb., o volbách do zastupitelstev krajů

zákon č. 491/2001 Sb., o volbách do zastupitelstev obcí

zákon č. 62/2003 Sb., o volbách do Evropského parlamentu

zákon č. 231/2001 Sb., o rozhlasovém a televizním vysílání

zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách

X

zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy

# předvolební spoty 2013

**ANO** - <http://www.youtube.com/watch?v=C3bxlwk-vAc>

**ČSSD** - <http://www.youtube.com/watch?v=8k7PInLS-A8>

**KDU-ČSL** - [http://www.youtube.com/watch?v=1ITXqhl\\_V\\_c](http://www.youtube.com/watch?v=1ITXqhl_V_c)

**ODS** - <http://www.youtube.com/watch?v=MykioZfs3Pk>

**SPOZ** - <http://www.youtube.com/watch?v=pjTLqexxRTw>

**SZ** - [http://www.youtube.com/watch?v=t7wimUkOZ\\_8](http://www.youtube.com/watch?v=t7wimUkOZ_8)

**TOP 09** - <http://www.youtube.com/watch?v=mvdHqcz3UJ0>

**Úsvit** - <http://www.youtube.com/watch?v=AlKa05BzvBg>

Samotná reklama volby **nevyhrává.**

děkuji za pozornost

---

[mgregor@fss.muni.cz](mailto:mgregor@fss.muni.cz)