



KK – etika, varia, závěrečná doporučení

Neetické praktiky v PR

▶ Spin doctoring

- ▶ Bezohledné prosazování úhlu pohledu, který je pro organizaci nejvýhodnější
- ▶ Manipulace, lži, polopravdy, doublespeak, propaganda
- ▶ Správná cesta: Snažte se mít vždy na paměti zájem publika; držte se faktů („*Nemusíte říct vše, ale vše co říkáte, musí být pravda*“); co říkáte dnes, musíte být schopní obhájit i zítra

Neetické praktiky v PR

▶ Front groups

- ▶ Cílené zakládání spolků, skupin, které vystupují jako nezávislé, ovšem ve skutečnosti prosazují zájem skrytého hybatele
- ▶ Mohou být hybatelem zcela ovládané, případně jen financované, podporované atd.
- ▶ Správná cesta: rozhodně využijte přirozené spojení, síťujte, usilujte o podporu a endorsement – nic z toho si ale nesmíte „kupovat“ penězi nebo výhodami

Neetické praktiky v PR

▶ Příklad front group

- ▶ **Občané za osvobození Kuvajtu** – za organizací údajně stála agentura **Hill&Knowlton**, cílem bylo mobilizovat veřejné mínění v USA ve prospěch vojenské intervence v Iráku; financováno z Kuvajtu
- ▶ Falešné svědectví v Kongresu Od 02:30 do 04:00

Neetické praktiky v PR

▶Astroturfing

- ▶Vytváření klamného dojmu, že veřejnost (zákazníci, čtenáři, posluchači, voliči) zastává určitý postoj, preferuje určitý produkt nebo má na nějaké téma jistý názor
- ▶Falešné čtenářské dopisy, **flogy**, **klaky**, falešná aktivita v sociálních sítích, **sock puppets**... Jde o zneužívání principů **grassroots marketingu**, stejně jako fenoménu **word-of-mouth**
- ▶Správná cesta: maximálně, avšak transparentně využijte spontánní podporu; na „koupenou“ podporu zapomeňte



[iDNES.cz](#) > [blog.iDNES.cz](#) > [koudelkova.blog.iDNES.cz](#) > všechny rubriky, poslední články

[A je to tu! Český PayPal se jmenuje PaySec](#)

V České republice stále chybí jednoduchý a bezpečný on-line platební systém vhodný pro mikro i větší platby - obdoba amerického PayPalu. I já jsem tu po nějakém českém mikroplatebním systému volala. Volání je - zdá se - vyslyšeno. Tedy, nejspíš nejde o to, že by si ... [celý článek](#)

[Natálie Koudelková](#) | Karma článku: 10,00 | čtvrtek 10. duben 2008 16:45

[Jak funguje PayPal v praxi](#)

Někdo nedá na platby v rámci PayPal dopustit, jiný je zase spojuje spíše s negativy. A také existuje velký počet lidí, kteří jej doposud nevyzkoušeli. To je také můj případ - z části za to může fakt, že od svých známých jsem zatím slyšela spíše jen negativní zážitky. ... [celý článek](#)

[Natálie Koudelková](#) | Karma článku: 12,00 | pátek 28. březen 2008 08:30

[Mikroplatby: Blýská se na lepší časy? Šance tu je, jen ji uchopit](#)

O mikroplatbách se léta mluví a mluví, ale v českých podmínkách prakticky nic nedělá. Pokud tedy pomíneme nesmyslné sms-platby přes mobilní telefon, kde zhruba polovinu placené částky spolkně operátor (jde tedy spíše o lichvu, než o zprostředkování platby). A tak ... [celý článek](#)

[Natálie Koudelková](#) | Karma článku: 8,31 | čtvrtek 13. březen 2008 13:30

[Natálie Koudelková](#)



[koudelkova.blog.iDNES.cz](#)
o společnosti, v níž žiji

Karma autora: 0,00

O autorovi:

studentka, která ráda cestuje a čte a zajímá se o dění kolem ní :)

Vyhledávání

 v mém blogu na blog.idnes.cz

Kalendář:

Příklad: flog pro PaySec

„V České republice stále chybí jednoduchý a bezpečný on-line platební systém vhodný pro mikro i větší platby – obdoba amerického PayPalu. I já jsem tu po nějakém českém mikroplatebním systému volala. Volání je – zdá se – vyslyšeno.“

„Každopádně začátkem tohoto týdne se v médiích objevila celá řada informací o novém mikroplatebním systému pod názvem PaySec (čti: pejsek). Připravuje ho ČSOB, což dává naději, že by mohlo jít o vsutku komplexní řešení s dobrou podporou a vysokou mírou důvěryhodnosti. To se u peněz vždycky cení a bankéři jsou na bezpečnost obzvláště choulostiví. Možná i proto je bezpečnost (v podobě zkratky anglického slovíčka Security) součástí názvu nové služby.“

„Zajímavá bude nová internetová peněženka určitě i pro uživatele, protože za vedení účtu nebudou platit nic. Provozovatel si strhne za každou platbu jednu korunu, při dobíjení kreditu prostřednictvím platební karty zase dvě procenta z dobíjené částky. Celkem prý půjde kartu nabít až na sto tisíc korun. Systém je nastaven tak, že umožní pouze platby do výše kreditu, pokud peníze dojdou, bude třeba účet opět nabít, a to podobně, jako se to činí s předplacenými SIM kartami mobilních operátorů.“

Příklad: flog pro PaySec

- Publicista Adam Javůrek zjistil několik podobných blogů s podezřelými rysy (ukradené fotografie atd.)
- Jedna z IP adres vedla k PR agentuře **Bison&Rose**, která tehdy pracovala pro **ČSOB**
- **Agentura tvrdila, že blogy byly dílem stážistky**
- Prý to byla její soukromá iniciativa

Neetické praktiky v PR

Jaromír Soukup: „Jedna z našich firem je takzvaná PR agentura, Médea PR. A my tam máme oddělení, kterému se říká oddělení sociálních sítí. A většina těch zaměstnanců v tom oddělení jsou lidi, kteří právě píšou na Facebook a do těch diskusí jaksi v zájmu toho klienta, který si to platí.“ 18.2.2019, Instinkty Jaromíra Soukupa

Etická a smírčí komise APRA: „Tato metoda je již z definice v rozporu s etickými pravidly public relations a pokud Jaromír Soukup připouští, že ji v jeho firmě používají, veřejně tím deklaruje, že společnost Médea PR, navzdory svému názvu, není public relations agenturou, neboť se neřídí principy etické praxe oboru public relations.“

([Zdroj](#))

Kauza falošných diskutérov: Asociácia PR agentúr vylúčila PR Clinic za používanie neetických a neférových praktík

24.01.2019 21:43 | [Marketing](#) | mk

Minulý rok Denník N upozornil na falošných diskutérov, ktorých spojil s agentúrou PR Clinic.

Reakcia PR Clinic na stanovisko Etickej komisie APR SR

24.01.2019 20:57 | [Tlačové správy](#) | PR Clinic

Rozhodnutie vnímame ako komické zavŕšenie nekalého konkurenčného boja vedeného voči nám pod zámkou etiky a pod hlavičkou profesijnej organizácie. Členstvo v Asociácii sa nebudeme snažiť obnoviť, plánovali sme ho taktiež ukončiť. Samotnú Asociáciu bez ohľadu na posledné dianie už dlhší čas považujeme za nefunkčnú organizáciu, ktorá nedokáže brandži priniesť pridanú hodnotu. Je pre nás výhodnejšie sústrediť sa na vlastnú prácu.

Etickej komisii sme poskytli informáciu o zneužití interných informácií našej agentúry konkrétnym dodávateľom online služieb, ktorý ich bez nášho vedomia využil na svoje súkromné podnikateľské aktivity sporného charakteru. Momentálne podnikáme smerom k dotyčnej osobe kroky na očistenie nášho mena, nakoľko jej postup poškodil našu reputáciu.

K podobným aktivitám z našej strany neprichádzalo, pričom Asociácia nás obvinila bez akýchkoľvek dôkazov, čo považujeme to za krajne neetické a neprofesionálne.

V budúcnosti budeme venovať ďaleko väčšiu pozornosť preverovaniu externých dodávateľov.

Etika v public relations

- ▶ Respektování etických principů by mělo být tím, co odlišuje PR od propagandy
- ▶ Objektivní poradenství a služby, podpora otevřené společnosti a demokracie, důvěrnost a pravdivost informací, dodržování slibů, střety zájmů...
- ▶ Existují etické kodexy:
 - **Oborové** (CIPR, PRSA, APRA...)
 - **Redakční** (ve vztahu k PR zejména v oblasti přijímání darů a testování výrobků)
 - **Firemní**

Etika v public relations

- ▶ **Helsinská deklarace** (International Communications Consultancy Organization, říjen 2017)
 - Přijala ji také česká **Asociace PR agentur** (APRA)
 - Možná jedna z reakcí na skandál Bell Pottinger
 - *„Můžete pracovat pro kontroverzní klienty, ale záleží na tom, co pro ně děláte.“ (F.Ingham)*

Helsinská deklarace

1. *Pracovat eticky v souladu s platnými zákony.*
2. *Dodržovat nejvyšší profesionální standardy v praxi public relations a komunikaci.*
3. *Respektovat pravdu, jednat čestně a transparentně se zaměstnanci, kolegy, klienty, médii, vládou a veřejností.*
4. *Chránit soukromá práva klientů, organizací a jednotlivců ochranou důvěrných informací.*
5. *Brát ohled na dobrou pověst odvětví.*
6. *Být otevřený ohledně klientů a jejich zájmů a nepoužívat zavádějící postupy jako je astroturfing.*
7. *Uvědomovat si sílu sociálních médií a zodpovědně je používat.*
8. *Nezapojovat se do vytváření falešných zpráv, vědomě je nešířit.*
9. *Dodržovat kodex své vlastní organizace, brát v úvahu kodexy chování jiných zemí, vždy projevovat profesionální respekt a přístup.*
10. *Dbát na to, aby profesní povinnosti byly vykonávány bez diskriminace pohlaví, etnika, původu, náboženství, zdravotního postižení apod.*

(Zdroj: APRA)

PREZIDENTSKÁ KAMPAŇ ANDREJE BABIŠE PORUŠOVALA VEŠKERÉ ETICKÉ ZÁSADY KOMUNIKACE

Komunikační kampaň pro druhé kolo prezidentských voleb byla týmem kandidáta Andreje Babiše vedena za hranou profesní etiky – říká po volbách profesní sdružení APRA.

Praha 30.1. 2023 – Asociace public relations (APRA) považuje za mimořádné škodlivé, že obsah a forma kampaně Andreje Babiše, jaké jsme byli svědky před prvním, zejména však ale před druhým kolem prezidentských voleb, ve vysoké míře porušovaly základní etické principy férové komunikace, které jsou sdíleny profesionály v komunikaci po celém světě a vyjádřeny v mnoha kodexech etické praxe, mimo jiné v tzv. Stockholmské chartě a Helsinské deklaraci. APRA se tak po ukončení volebního klání oficiálně připojuje k profesním organizacím, které se již ke kampani kriticky vyjádřily během probíhajících voleb.

Elementární principy etických public relations vycházejí ze zásad slušného chování a férového jednání. Znamená to, že komunikační profesionálové jsou povinni respektovat pravdu, jednat čestně a vystupovat transparentně, a to jak vůči médiím, tak ve vztahu k veřejnosti. Profesní etika zakazuje podílet se na vytváření a vědomém šíření poplašných nebo falešných zpráv, na zneužívání motivů strachu v komunikaci a na dalších zavádějících a nekalých praktikách, které jsme mohli pozorovat v rámci kampaně kandidáta Babiše. Ukazuje to na zřetelné selhání profesního týmu, který se na prezidentské kampani Andreje Babiše podílel.

<https://apra.cz/prezidentska-kampan-andreje-babise-porusovala-veskere-eticke-zasady-komunikace/>

**Marek Prchal
vyloučen. Klub
se bude zabývat
etikou
politických
kampaní**



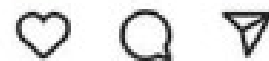
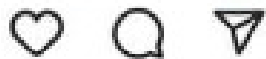


richard_sulik



andrejbabis
Česká Republika

KEEP CALM AND
ZMRI



Páči sa to 1 ďalším
richard_sulik Nová profilovka, čo poviete? :)

Zobrazíť všetky komentáre (26)

pred 3 hodinami

Páči sa to 578 ďalším
andrejbabis Nová profilovka. Jak se vám líbí? 😊

Zobrazíť všetky komentáre (578)

31. oktobra 2022 · Zobrazíť preklad

Příklad: Mondelez

- ▶ Výrobce piškotů Opavia přesunul výrobu do Polska, mělo to za následek změnu chuti a tvaru
- ▶ Firma zjevně **neměla připravenou komunikační strategii** pro případ, že změny vyvolají spotřebitelskou nespokojenost



Příklad: Mondelez

- ▶ Defenzivní komunikace s novináři, neproškolená zákaznická linka
- ▶ **Neschopnost vysvětlit** spotřebitelsky přijatelným způsobem důvody přesunu do Polska
- ▶ Zrušení facebookových stránek po kritice, **totální nezvládnutí sociálních sítí**
- ▶ Rozpor s korporátními hodnotami na webu Mondelez:
 - *„Říkáme věci tak, jak jsou.“*
 - *„Ceníme si otevřenosti a vzájemné komunikace.“*



Krizový tým

- ▶ Patří nejvyšší představitel organizace do první linie?
- ▶ Má po celou dobu krize vystupovat v médiích?



Krizový tým

▶ Patří šéf do první linie?

▶ ANO

- ▶ Působí to dobře na veřejnost i média
- ▶ Je podezřelé, když se šéf schovává

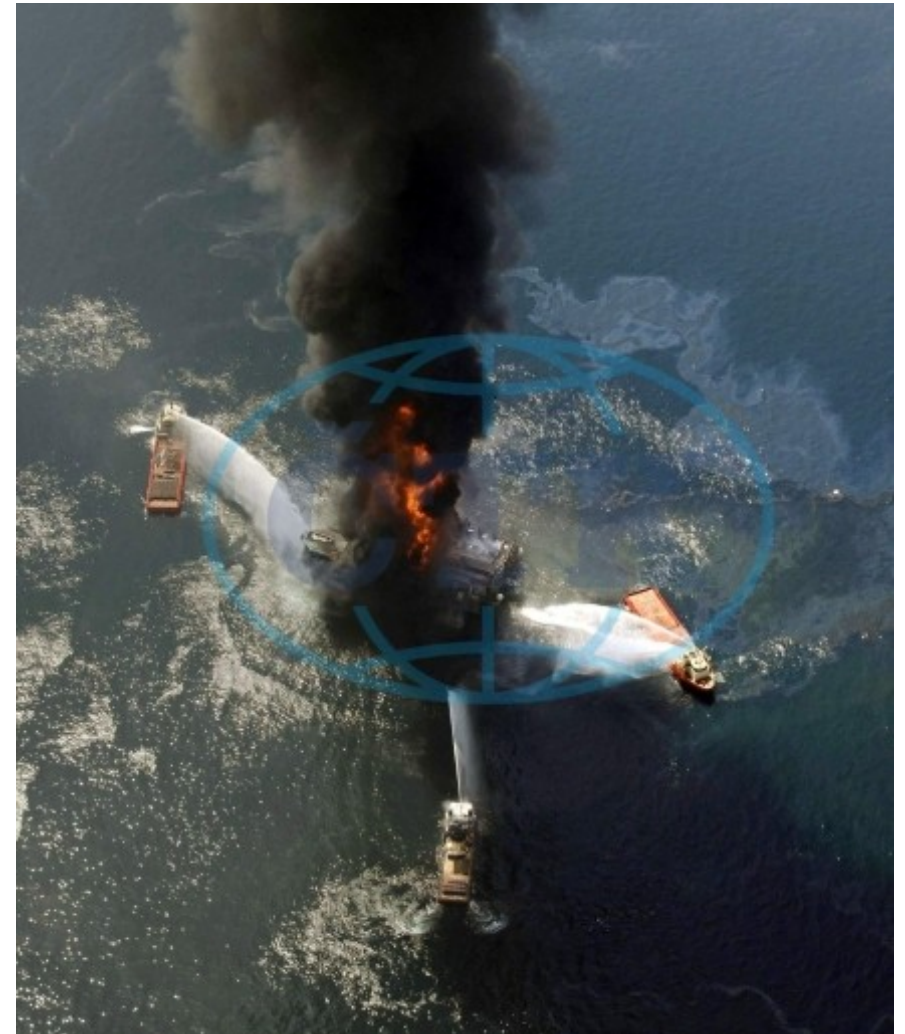
▶ NE

- ▶ Tiskový mluvčí je větší profesionál v komunikaci
- ▶ Mluvčího lze snáze „obětovat“ či nahradit
- ▶ Šéf má v krizi málo času, mnoho starostí



Příklad: BP - Tony Hayward

- ▶ V dubnu 2010 vybuchla v Mexickém zálivu těžební plošina **Deepwater Horizon**.
- ▶ Exploze zabila 11 dělníků a z vrtu začala unikat ropa. Surovina vytékala do moře až do července.
- ▶ Ropa zamořila pobřeží USA od Texasu po Floridu. **Nejhorší ekologická havárie v dějinách Spojených států.**
- ▶ Společnost BP již byla nucena prodat značnou část svého majetku, aby zaplatila odškodné a pokuty související s touto havárií.



Příklad: BP - Tony Hayward

- Za společnost BP intenzivně komunikoval její CEO **Tony Hayward**.
- Dopustil se **nešťastných výroků**.
- Snažil se prezentovat situaci jako méně vážnou, než jaká byla.
- Stal se hromosvodem kritiky, po několika měsících z firmy odešel.
- Doplatil také na to, že společnost BP měla na jihu USA pošramocenou reputaci už z minulosti.



Příklad: BP - Tony Hayward

„There’s no one who wants this over more than I do. I would like my life back.“ ([zdroj](#))

„The environmental impact of this disaster is likely to be very, very modest.“ ([zdroj](#))

„The Gulf of Mexico is a very big ocean. The amount of volume of oil and dispersant we are putting into it is tiny in relation to the total water volume.“

“What the hell did we do to deserve this?”
(Ignorovali 760 bezpečnostních varování)











V KRIZI VÁS
OCHRÁNÍME

ČSSD

ZADAVATEL A ZPRACOVATEL: ČSSD











01





Cyrlometodějská
teologická fakulta

Nástroje krizové komunikace

Závěr

PhDr. Jan Tomandl



Cyrlometodějská
teologická fakulta

Komunikační mix v krizové komunikaci

- Na prvním místě se ujistěte, že mají dostatek informací zaměstnanci organizace, případně klíčové skupiny stakeholderů
- Využijte obvyklé komunikační nástroje, vše od nástěnky přes intranet po vlastní web
- Konstruktivně pracujte s vašimi kanály na sociálních sítích – Twitter, Facebook, Instagram...



Komunikační mix v krizové komunikaci

- Následně přemýšlejte o komunikaci směrem k médiím
- Dokud je krize „lokalizovaná“ v jednom konkrétním médiu nebo v jedné sociální síti, ved'te krizovou komunikaci právě tam
- Pokud se o krizi začnou zajímat mainstreamová média nebo získává velkou pozornost veřejnosti/stakeholderů, začněte využívat všechny dostupné nástroje



Závěrečná doporučení

- Dbejte na doporučení platná pro všechny formy krizové komunikace:
- **Rychlost** – využijte „okno příležitosti“
- **Aktivita** – staňte se dominantním zdrojem
- **Srozumitelnost** – mluvte „lidskou řečí“
- **Věcnost v obsahu, empatie ve formě**



Závěrečná doporučení

- Důkladně se připravte: audit – scénář – plán
- Řešte spory a konflikty, ještě než eskalují
- Usilujte o mediální přípravu
- Budujte dobré vztahy uvnitř organizace i navenek
- Snažte se, aby vaše komunikace byla „trvale udržitelná“



Závěrečná doporučení

- I v krizi zůstávejte věrni svým hodnotám
- Když to dobře dopadne, pochvalte se, nikdo jiný to za vás neudělá :-)

