

Public relations V.

PR a politika
PR versus propaganda
Etika v PR

Jan Tomandl





Politické public relations

- Vliv PR na média a jejich prostřednictvím na společnost se nejznatelněji manifestuje v současné politice
- Politika je spojená s **managementem zviditelňování** a přijala za své některé **marketingové postupy** – pokročilé analytické nástroje, orientace na zákazníka (zde voliče), segmentace, targeting, positioning...
- Hovoříme přímo o
 - **politickém marketingu**
 - **politické komunikaci**
 - **politickém PR**

Politické public relations

- Podobně jako u PR obecně, existují protikladné pohledy
 - **Pluralističtí pesimisté** – PR je spin, manipulace, ovládní
 - **Neoliberální optimisté** – PR je přirozená součást další vývojové fáze politické komunikace
- *„Politické PR jsou řídicím procesem, kterým se organizace nebo jedinec snaží (za politickým účelem) účelnou komunikací a akcí ovlivnit a etablovat, vybudovat a udržet prospěšné vztahy a reputaci s klíčovými publiky s cílem podpořit svou misi a naplnit svoje cíle.“ (Strombäck-Kiousis)*

Politický marketing ANO



ANO BUDE LÍP
POLITICKÉ HNUTÍ

Politický marketing ANO

- **Důkladná analýza** toho, co lidé chtějí a co jim vadí
- Jasný a srozumitelný **komunikační styl**
- **Centralizace**
- Cílená volba **lexikálních prostředků** (*makáme, dohlídžeme, prostě, nemehla, neblábolit...*)
- Vytříbený **vizuální jazyk**
- **Nové komunikační formy** – sociální sítě, infografická videa atd.
- Profesionalizace – o marketingu rozhodují odborníci, ne politici
- Důraz na úspěšnost Babiše v podnikání, zároveň jeho „zlidšťování“

BUDE
LÍP

ANO ✓




To se mi líbí · Odpovědět ·   5 · 26 říjen v 12:30

BUDE
LÍP

ANO ✓



To se mi líbí · Odpovědět ·   12 · 24 říjen v 15:12

BUDE
LÍP

ANO ✓



To se mi líbí · Odpovědět ·   7 · 21 říjen v 20:20

BUDE
LÍP

ANO ✓



To se mi líbí · Odpovědět · 22 říjen v 19:33



Čau lidi, tak novináři už spekulují jak šílený, co dám panu prezidentovi Trumpovi za dárek. No, chápu je 😊 Prý jestli mu dám flintu anebo golfovou hůl. Já bych teda o jedné věci věděl. Nechám si to zatím pro sebe. Ale taky mě napadlo, že se zeptám i vás. Co myslíte? Co by amerického prezidenta potěšilo a zároveň nejlíp vypovídalo o naší zemi? Jasně, je to prezident, ale taky chlap. Kdo vlastně vymyslí nejlepší dárek pro chlapa? Chlap nebo ženská? 🤔 Skvělé téma, no ne? Házejt...
See More

👍 4.3K 💬 2.1K ➦ 262



Čau lidi, začnu hned hlavní věcí, kterou teď žiju a kterou řeším. Jasně, obědy zdarma pro předškoláky a školáky do 15 let. Řekl jsem už minulou neděli v televizi, že to chci prosadit. A hned se toho chytli další politici. Vlastně jsem rád, že se teď předhání, čím to byl nápad. O to větší je šance, že ho prosadíme. Uložil jsem ministru školství předložit vládní návrh. Pokud se ptáte, jaký je rozdíl mezi našimi návrhy a těmi ostatními, tak v tom, že ostatním je jedno, kde na t...
See More

👍 5.7K 💬 1.1K ➦ 495



Politické public relations

- **PR-izace politiky** má podle Louwa konkrétní následky:
 - Změny uvnitř politických stran – **posun moci k poradcům, spin doktorům**
 - **Prudké zdražení politiky**
 - Nové komunikační formy, přiblížení politiky populární kultuře
 - **Odvádění pozornosti od tematické podstaty politiky**
 - Přizpůsobování se náladám společnosti, neotevírání sporných témat - „**politika vyhýbavosti**“
 - Změna nároků na kandidáty – **telegenita**, potenciál celebritizace, nadání pro heslovitou rétoriku



Politické public relations

- **Základní prostředky politických PR**
 - Stranický tisk – owned media
 - Eventy, pseudo-eventy
 - Osobní kontakt s voliči
 - Tisková zpráva, tisková konference...
 - Exkluzivita, osobní vazby s novináři
 - Sponzoring, společenská zodpovědnost
 - Medializace soukromého života
 - Osobní branding
 - Sociální sítě

Politické public relations

- **Související fenomény**
 - agenda setting
 - vypouštění informací do médií jako test reakce veřejnosti
 - vymýšlení zástupných témat a událostí (kouřová clona)
 - záměrné úniky informací
 - časování záměrného vypouštění pozitivních zpráv, které mají zakrýt negativní sdělení
 - politainment
 - **news management** - strategická komunikace sdělení prostřednictvím médií s cílem prosadit politické cíle; úprava sdělení tak, aby texty, které se objevují v médiích, byly zarámovány v souladu s cíli organizace

21:39



Tweet



Jana Maláčová
@JMalacova

Dnes se mi podařilo prosadit navýšení rodičovského příspěvku o 80 tisíc korun, tedy ze současných 220 na 300 tisíc korun, s platností od 1. ledna 2020. Navýšení se bude týkat všech rodin s dítětem do 4 let, bez ohledu na to, jestli už rodiče příspěvek vyčerpali nebo ne.

21:39



Tweet



Alena Schillerová
@alenaschillerov

Dnes jsem na koaliční radě prosadila, aby navýšení rodičovského příspěvku z 220 000 Kč na 300 000 Kč bylo provedeno s účinností od 1. 1. 2020. Je dobře, že celkové navýšení rodičovského příspěvku bude provedeno současně.

26.11.18 19:35

Propaganda vs. Public relations

- **Propaganda** je jednosměrný tok informací se silnou snahou skrytě ovlivnit, přesvědčit a získat publikum.
- Propaganda pracuje s emocemi, mýty, symboly.
- **Public relations** stojí na vzájemných vztazích, svých cílů dosahují důvěryhodným a transparentním způsobem a s ohledem na zájmy druhé strany.
- Rozdíly jsou však menší, než se PR profesionálové snaží tvrdit.

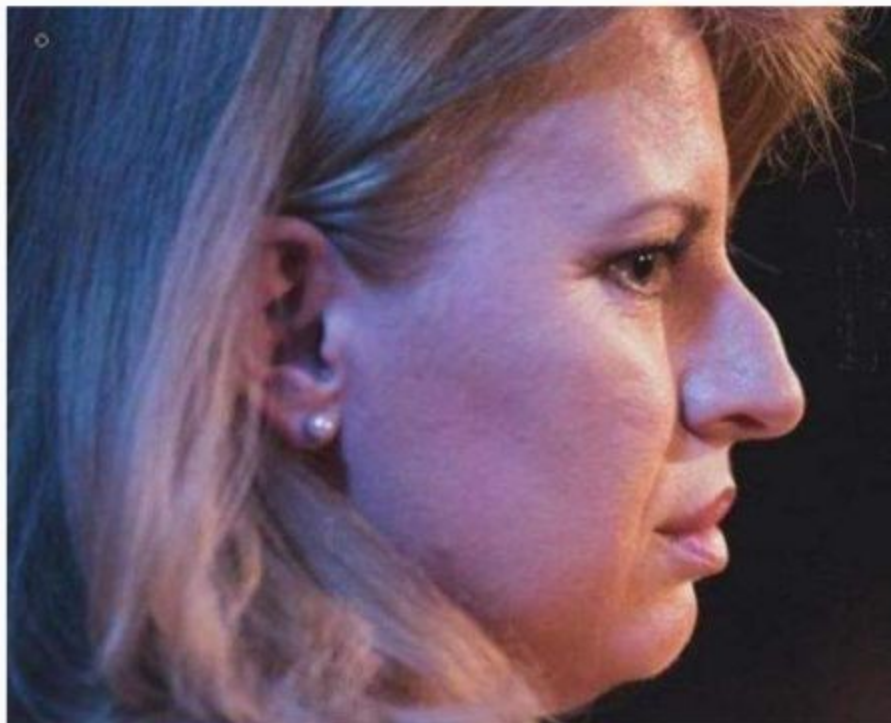
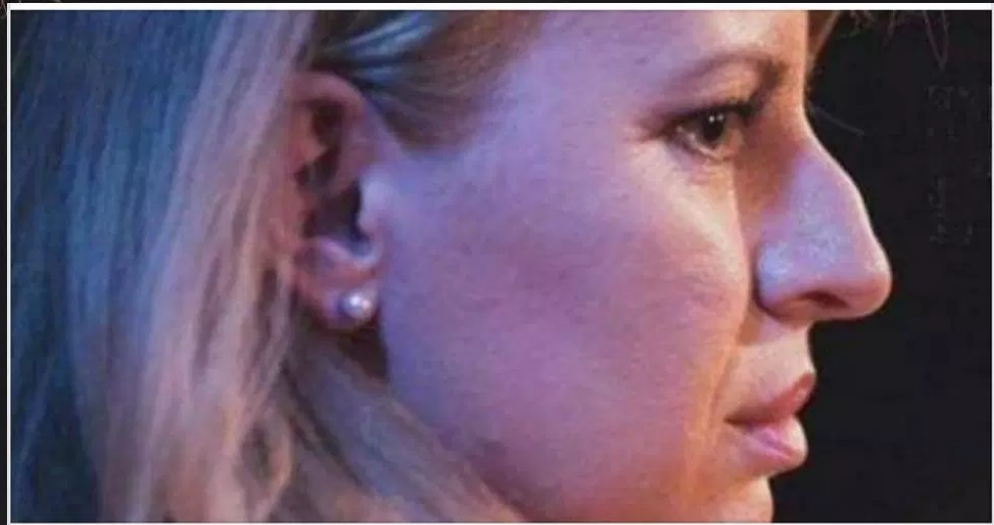
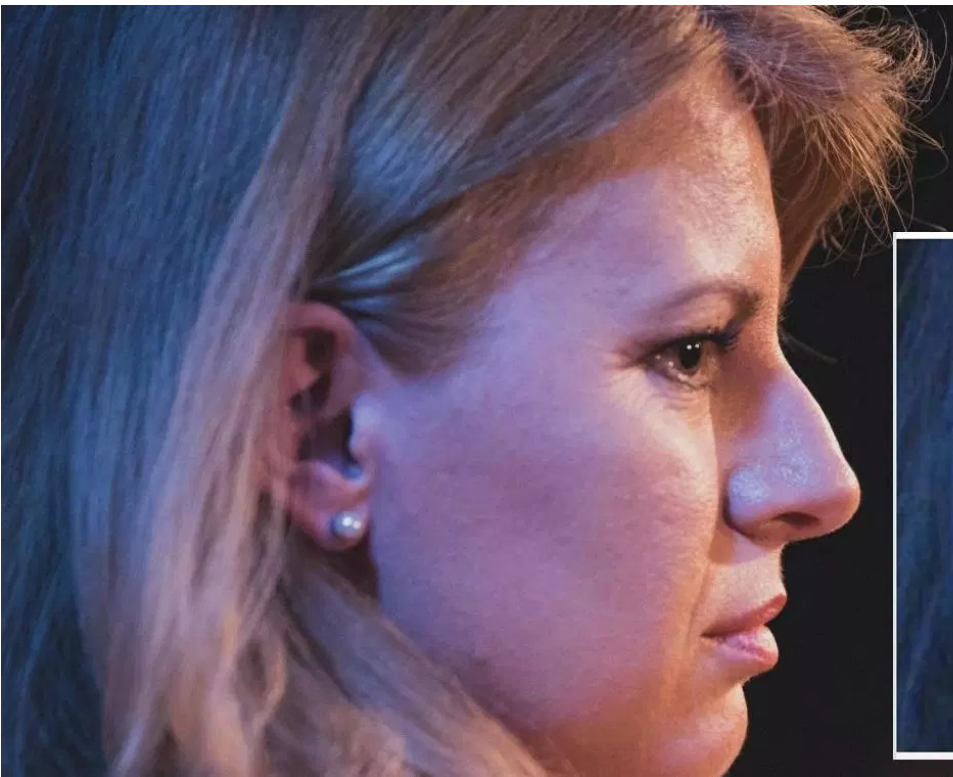
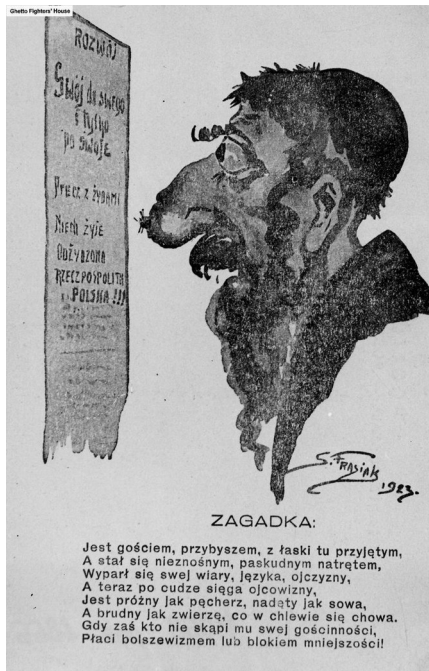


Foto: archív

Predstavitelia liberálneho zla sa plazivým spôsobom snažia ovládnuť celé Slovensko. Tentokrát si na mušku zobrali prezidentský palác. Tomuto cieľu okrem mohutnej pol miliónovej kampane pomáhajú aj mainstreamové médiá, ktoré tiež presadzujú tieto liberálne, spoločnosť rozkladajúce ideológie. Ak sa však ľudia na Slovensku zomknú, spoločne dokážu poraziť liberálne zlo.





Typy propagandy

- **Bílá** – relativně věrohodné informace, identifikovatelný zdroj, běžně používané komunikační techniky
- **Šedá** – významové posuny, může být z nepřátelského zdroje, byť se informace jeví jako přátelská či neutrální
- **Černá** – věrohodně znějící dezinformace, lži, klamavé operace prováděné vládou, armádami atd., ovšem vydávané za dílo jiného subjektu, cílem je zasít nedůvěru, nejistotu, chaos

Typy propagandy

- Oslavná
- X
- Očerňující
- Politická
- Ekonomická
- Válečná
- Ideologická
- Didaktická
- Státoprávní
- Nacionalistická

Propaganda

▶ Lexikální prostředky propagandy

- ▶ **Newt Gingrich**, republikánský politik, spisovatel a mluvčí Sněmovny reprezentantů, sestavil před lety přehled **kontrastních slov** vhodných pro politickou komunikaci negativní i pozitivní.

Propaganda

▶ Očerňující slova:

byrokracie – destruktivní – důsledky – chorý –
ideologický – krize – kolaps – destrukce – lačnost
– lež – meze – mělký – mrhání – nejistý –
nemocný – ničení – ohrožení – pohltit – přinutit
– radikál – selhání – zánik – zneužití – zrada ...

Propaganda

► Lexikální prostředky pozitivní propagandy:

aktivní – hnutí – naslouchat – právo – cenný –
hrdý – naše – pravda – debata – konflikt –
nedotčenost – prosperita – důvěra – lidský –
odolnost – princip – chválit – mír – odvaha –
rodina – iniciativní – morální – pečovat –
sen ...

Manipulace

- Manipulativnost je základním rysem propagandy
- „Podstatou manipulace je, že manipulovaná osoba nebo skupina je většinou přesvědčena, že její rozhodnutí je projevem vlastní, svobodné vůle, že je sama iniciátorem konkrétního jednání. *Ve skutečnosti se chová podle režie a plánu cizího autora, manipulátora. Jeho klíčová role spočívá v regulaci informací, na jejichž základě se manipulovaný 'svobodně a samostatně' rozhoduje.*“
(Jozef Ftorek: Public relations a politika)

Rétorická a argumentační manipulace

- **Argumentum ad personam** – verbální útok na soupeře, jeho vlastnosti, minulost, charakter, za situace, kdy chybí protiargument k věci samé (*ad rem*)
- **Reductio ad absurdum** (ad Hitlerum, ad Stalinum) – jinak racionální argument je odmítnut s tím, že stejně argumentovala nebo konala nepřijatelná osoba

Zeman řekl studentovi: Pokud jste nekoštoval víno, skončíte jako Hitler




Liberec – Nová aula Technické univerzity byla zaplněna do posledního místa během diskuze prezidenta Miloše Zemana s vysokoškolskými studenty. Zeman byl v dobré náladě a celou dobu vtipkoval. Při vstupu do auly se studentům poklonil a ti ho za odměnu přivítali potleskem.



„Adolf Hitler byl vegetarián, nekouřil a nepil. Pokud jste nikdy neochutnal dobrou slivovici a nikdy nekoštoval víno v moravském sklípku, tak o hodně přicházíte a skončíte jako Adolf Hitler,“ řekl prezident Miloš Zeman studentovi.

Zdroj: http://www.denik.cz/z_domova/zeman-se-behem-diskuze-se-studenty-vratil-ke-kritice-eu-i-adolfu-hitlerovi-20160224-ghgm.html

Trump se chová jako Hitler, prohlásili dva mexičtí exprezidenti

28. února 2016 12:29    

Dva bývalí mexičtí prezidenti přirovnali kandidáta republikánů na amerického prezidenta Donalda Trampa k nacistickému vůdci Adolfu Hitlerovi. Jeho politická rétorika je podle nich rasistická. Trump Mexiko obviňuje z vysílání násilníků a pašeráků drog přes hranice do USA a přislíbil, že nechá mezi oběma státy vybudovat zeď.



Donald Trump po prezidentských primárkách republikánů v Jižní Karolině (20.2.2016) | foto: AP

„Logika vychvalování bělošské převahy není jen protiimigrační. Jedná a mluví proti imigrantům, kteří mají odlišnou barvu pleti než on, to je upřímně řečeno rasistické a (Trump) využívá pocitů a nálad, jako to svého času dělal Hitler,“ uvedl Felipe Calderón, mexický prezident z let 2006 až 2012.

Zdroj: http://zpravy.idnes.cz/dva-mexicti-exprezidenti-prirovnali-trumpa-k-hitlerovi-p2x-/zahranicni.aspx?c=A160228_121519_zahranicni_san

Rétorická a argumentační manipulace

- **Paluba vítězů** – pracuje s přirozenou lidskou touhou **být na straně vítězů**. Tzv. *efekt popularity* – Pokud se zdá, že sdělení si získalo souhlas většiny, jsou jednotliví členové náchylnější mu uvěřit.
- **Argumentum ad populum** – lidová argumentace, odkazy na „zdravý selský rozum“.
- **Argumentum ad auditorium** – nejde o přesvědčení protivníka, ale o udělání dojmu na posluchače
 - **Příklad argumentačně vadné diskuze: Zeman vs. Sládek** Od 2:00

Rétorická a argumentační manipulace

- **Citace authority** – Odvolávání se na authority, uvádění skutečných i vymyšlených výroků a názorů.
- **Černá, nebo bílá** – Vytváření dojmu, že existují jen dvě cesty, podobně vytváření dojmu boje dobra se zlem. „*Kdo nejde s námi, jde proti nám.*“
- **Obětní beránek** – Demonstrativní označení a potrestání viníka.

Rétorická a argumentační manipulace

- **Spin, spin doctoring** – Překrucování, rétorické a terminologické zlehčování či nafukování problému.
 - Např. *bratrská výpomoc, ukrajinská krize*
- **Věčné opakování** – „Stokrát opakovaná lež se stává pravdou.“ (Goebbels)
- **Obyčejný člověk** – Účelová stylizace, cílem je přiblížit se publiku, vyvolat zdání sounáležitosti

Další prostředky propagandy

- **Specifické jazykové prostředky** – rýmování, metafory, klišé, eufemismy...
- **Humor** – karikatura, satira, výsměch, zlehčování...



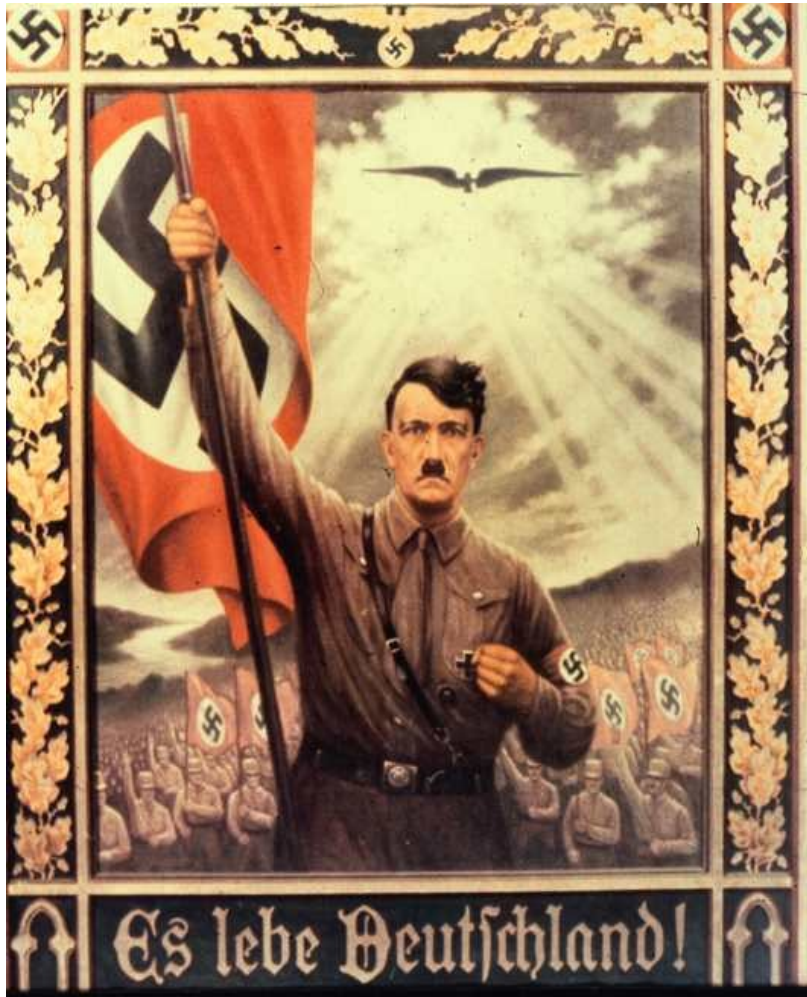
Totalitní propaganda

- Manipulativní a propagandistické techniky našly své nejodpudivější formy ve službách totalit
- **Nacismus: Zločinná ideologie** založená na tezích o nadřazenosti německé rasy, s kolektivistickými prvky
- **Propracovaný systém symbolů a rituálů** s ambicí nahradit náboženství a vytvořit novou mytologii
- Nacisté propagandu využívali k **budování pocitu národní soudržnosti a pospolitosti prostřednictvím vymezování vůči démonizovaným nepřátelům**: Židé, bolševici, vítězové první světové války

Totalitní propaganda

- Hitler: „*(Propaganda) chápe citový svět představ velké masy a psychologicky správnou formou nalézá cestu ke získání pozornosti a následně srdcí této masy.*“
- Goebbels: „*Tisíckrát opakovaná lež se stává pravdou.*“
- Nacisté intenzivně a umně využívali stará i tehdy nová média: tisk, plakát, rozhlas, film...
- Režisérka [Leni Riefenstahlová](#)
 - [Triumf vůle](#) (1935), sjezd NSDAP v Norimberku
 - Olympia (1938), olympijské hry v Berlíně
- Filmy spoluvytvářející negativní obraz židů: Věčný Žid, Žid Süs









© Exklusivrepix/Media/Hitler's Alpine Headquarters





Kyberpropaganda

- ▶ Patrná například **v konfliktu na Ukrajině**, uplatňuje ji ale mnoho současných velmocí (Čína, Rusko...)
- ▶ Využívá **internet a sociální sítě**, obvykle pod falešnými účty
- ▶ Působí v různých rovinách:
 - Sugerování kontextu, v němž má veřejnost konflikt vidět („*vynucené chování Ruska*“, „*fašistická junta v Kyjevě*“ atd.)
 - Šíření smyšlených nebo spinovaných zpráv
 - Působení kyberpropagandy komplikuje ověřování informací, což vede ke stále obecnějšímu, neurčitějšímu informování médií; důvěra v mainstreamová média se oslabuje
 - Zpochybňování obecně sdílených hodnot, rozsévání pochybností, demoralizace, rozvrat...

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)

Two British Polluters

SUN.TIMES 9-7-17
thanks Leon G.

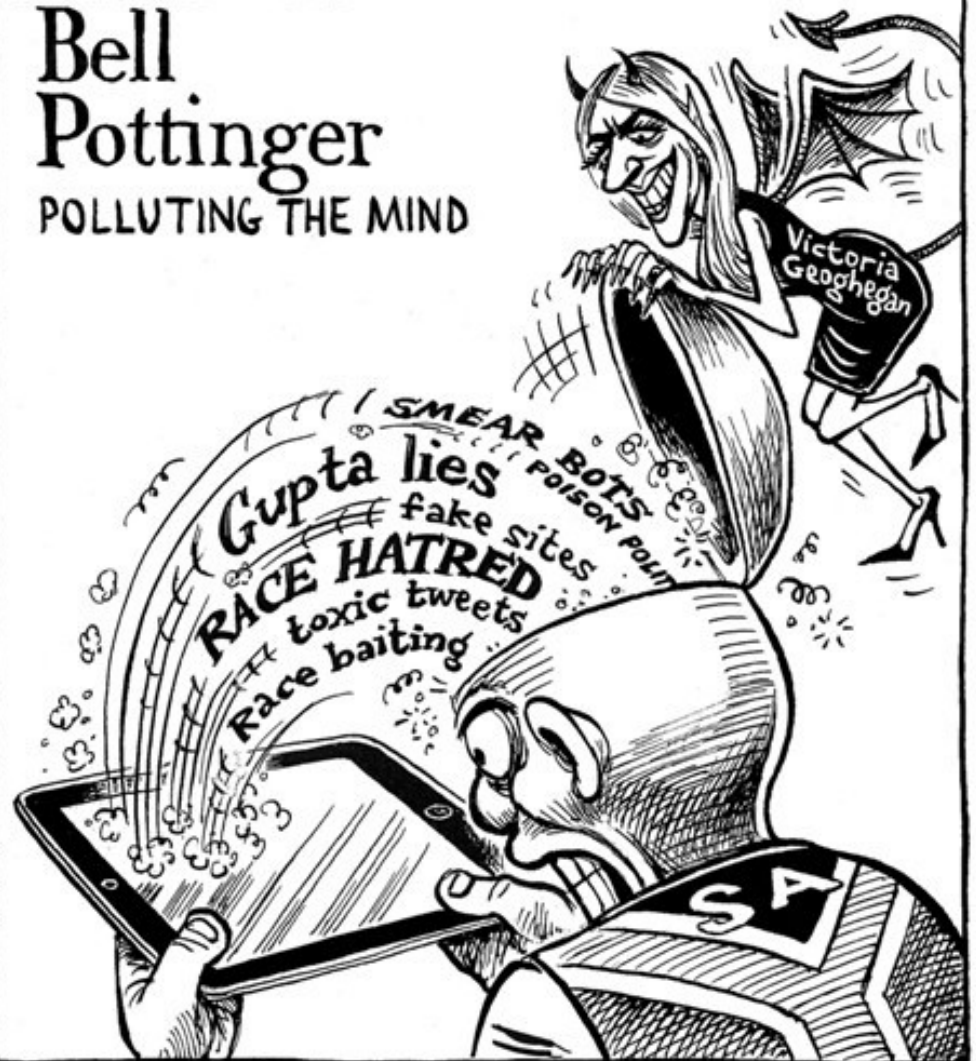
ZAP!RO®



POLLUTING THE ENVIRONMENT



Bell
Pottinger
POLLUTING THE MIND



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 zámienkou 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.

Neetické praktiky v PR

▶ Spin doctoring

- ▶ Bezohledné prosazování úhlu pohledu, který je pro organizaci nejvýhodnější
- ▶ Manipulace, lži, polopravdy, doublespeak, propaganda

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.

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...) 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 **buzz marketingu** a **grassroots marketingu**, stejně jako fenoménu **word-of-mouth**

Hledej

v článcích v autorech



SRPNOVÉ POVODNĚ

[iDNES.cz](#) | [Zprávy](#) | [Sport](#) | [Kultura](#) | [Ekonomika](#) | [Finance](#) | [Bydlení](#) | [Cestování](#) | [Auto](#) | [Hobby](#) | [Mobil](#) | [Technet](#) | [Ona](#) | [Xman](#) | [Revue](#) | **Blog** | [Video](#) | [Hry](#) | [více](#)

[Politika](#) | [Ekonomika](#) | [Společnost](#) | [Sport](#) | [Média](#) | [Cestování](#) | [Kultura](#) | [Věda a technika](#) | [Poezie a próza](#) | [Fotoblogy](#) | [Hyde park](#) | [Další](#) ▾ | [Založit Blog](#) | [Přihlásit se](#)

[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 PayPala. 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

Hledej

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 jaksí 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)