

24. 1. 2018

SWOT analýza mediálního obrazu České pirátské strany

Mgr. Karolína Sadílková

Následující SWOT analýza přibližuje silné a slabé stránky České pirátské strany z hlediska PR. Autorka analyzuje interní faktory a zároveň nabízí i výčet potenciálních příležitostí a hrozeb, tedy i externí faktory PR komunikace Pirátů.

SWOT ANALÝZA MEDIÁLNÍHO OBRAZU ČESKÉ PIRÁTSKÉ STRANY

STRENGTHS

- Pověst čisté strany - žádný představitel strany není zapleten do korupčních skandálů
- Identifikace s bojem proti starým pořádkům - Piráti jsou nejvýraznější antikorupční stranou
- Komunikace s voliči – osobní, přes soc. sítě, rozsáhlá síť dobrovolníků
- Moderní a kreativní přístup – otevřenost
- Odlišnost a jasná identifikovatelnost Pirátů - Piráti se nebojí jít proti proudu a mít svůj názor
- Moderní a inovativní program strany
- Fungující obraz technologického monopolu Pirátů mezi stranami

WEAKNESSES

- Nedostatek zkušených lidí/ speakerů – chyby při vystoupeních v médiích
- Chybí odborníci – lidé schopní například řídit ministerstvo
- Chybí profesionální aparát strany
- Kontroverzní osobnosti v řadách Pirátů mimo Sněmovnu
- Pirátské fórum – dojem složitosti a nelogičnosti systému, neuchopitelné pro média

OPPORTUNITIES

- Přesvědčit mediálně známé a uznávané odborníky ke vstupu do strany
- Přesvědčit tyto osoby ke kandidatuře do nadcházejících voleb (Senát, komunál, eurovolby)
- Etablovat stranu v očích voličů – úspěch ve volbách – překonána psychologická 5% hranice do Sněmovny, další cíl – senátorský klub?
- Předložit a implementovat řešení konkrétní problematiky – např. elektronizace státní správy
- Spolupráce s jinými subjekty
- Uhájení role konstruktivní opozice ve Sněmovně v očích voličů
- Uhájení PR obrazu strany mnoha témat – nikoliv jen “ajtáci”

THREATS

- Poškození PR obrazu tím, že bude Pirát přistižen při korupčním jednání – poškození značky
- Stát se součástí Establishmentu – “pohlčení Parlamentem”
- Jiné strany převezmou pirátská témata a přisvojí si je
- Špatná interpretace postojů Pirátů – nepochopení stanovisek u kontroverznějších témat typu – členství v NATO, referendum atd.
- “zvrhnutí” např. celorepublikového fóra – veřejná nefunkčnost přímé demokracie ve straně

SWOT ANALÝZA MEDIÁLNÍHO OBRAZU ČESKÉ PIRÁTSKÉ STRANY

Popis stěžejních faktorů SWOT analýzy mediálního obrazu České pirátské strany:

Za nejsilnější stránku mediálního obrazu České pirátské strany lze považovat samotnou „čistotu“ značky. Žádný představitel strany totiž nebyl dosud spojen s žádnou korupční kauzou či skandálem. To je poměrně unikátní obraz na české politické scéně a z hlediska PR považuji tento faktor za vůbec nejdůležitější k etablování a stabilizaci strany v očích voličů. Tedy samotného obsahového naplnění PR obrazu značky. K vytvoření zmíněného obrazu pak přirozeně přispívá způsob komunikace strany směrem ven, otevřenost, vřelost, transparentnost, způsob prezentace na sociálních sítích a další. To vše, ať už se jedná o celkovou profilaci strany, či její čelní představitele, utvrzuje veřejnost v dojmu transparentní platformy, kde nikdo nelže a vše je možné dohledat. Ve výčtu silných stránek uvádím i další faktory jako kvalitní program strany či specifickou Pirátů v sebeprezentaci.

Co však může z interního hlediska straně ubírat na dobrém mediálním obrazu, je nedostatek zkušených lidí a především „speakerů“ v čele strany. Nepřípravenost či nezkušenost některých řečníků v médiích sebou nese následky, jejichž zahlazení pak zabere značný čas i energii. Obecně stále straně chybí dostatek zajímavých a mediálně známých jmen, a to navíc s nezatíženou korupční historií. Úspěšný „nábor těchto jmen“ je dle mého soudu jedním ze stěžejních faktorů budoucího úspěchu strany na mnoha úrovních. Co mediálně straně dle mého soudu nejvíce v minulosti ublížilo, jsou kontroverzní osoby v řadách členů, kteří nerespektovali její programový směr či jinou ideologickou nebo komunikační linku. Svým chováním na veřejnosti degradovali konzistentnost i obsah celé značky. Za problematické považuji i některé chyby ve veřejném vysvětlování programových stanovisek strany.

S uvedenými nedostatky tak přirozeně souvisí příležitosti k vylepšení PR obrazu strany. Jak již bylo uvedeno, nutností je získat další zajímavé a uznávané odborníky a osobnosti, které předznamenávají „dotažení“ PR obrazu strany. Ze strany „ajťáků“ je touto cestou možné v očích veřejnosti vytvořit „sexy“ a profesionální politickou platformu. Za stěžejní příležitost pak považuji úspěch v ostatních blížících se volbách a po vzoru překonání 5% klauzule na cestě do Sněmovny, dále i například vytvoření senátorského pirátského klubu a dalších. Cestou k uvedenému PR úspěchu může být i realizace a dotažení některých stěžejních slibů Pirátů, jako je elektronizace či ztransparentnění státní správy a tím i ujištění voličů o kompetentnosti strany a jejích představitelů. Obecně je cestou k dobrému PR obrazu strany taktéž uhájení aktuální opoziční role strany a udržení současného diskurzu komunikace čelních představitelů, kteří nabývají na popularitě.

Za nejrizikovější faktor pak považuji poškození PR obrazu strany nevhodným – korupčním chováním některého z členů strany či jejích čelních představitelů. Strana se rovněž nesmí v očích voličů stát součástí establishmentu a nechat se pohltit okolním systémem, proti kterému se od začátku vymezuje. Za jeden z největších neúspěchů by se pak dalo považovat nenaplnění volebních slibů, ale především převzetí stěžejních pirátských agent ostatními stranami. Příkladem: přisvojení si témat, jako jsou elektronizace či zvýšení transparentnosti státní správy jinými stranami.