

Úvodník

05.listopadu 2004 Petr Sokol

Česká republika je v těchto dnech masírována volební kampaní před nadcházejícími volbami do zastupitelstev krajů a třetiny Senátu. Díky tomu jsme svědky celé řady roztodivných jevů. Strana, která má v rukou vládu v této zemi již více než šest let, slibuje, že zastaví nezaměstnanost. Nabízí se otázka, proč to ještě neudělala. Stejná vládní strana chce zastavit údajnou privatizaci nemocnic, které zadlužila a předala krajům. Nabízí se otázka, proč si je nenechala, když se o ně teď tak bojí.

To ale není zdaleka vše. Kdo se projde po Praze, může vidět billboardy se socialistickým kandidátem na hejtmana. Na každém rohu má ale tento kandidát jinou tvář. ČSSD totiž v Praze z neznámého důvodu vylepila obří plakáty s tvářemi jejich krajských lídrů.

Vrcholem je však poslední socialistické heslo. To říká: „Za nás bude líp“. Není jasné, kdy nastane ta doba „za nás“. Jediné, co se nabízí, je konstatování, že líp už asi bylo, protože socialistická vládu tu už je.

Nejenom bombastická kampaň sociálních demokratů, ale volební kampaň obecně nás přivedla k ústřednímu tématu tohoto čísla časopisu CEVRO. Tím se stal vztah reklamy a politiky. K tomuto tématu Vám přinášíme dva materiály. Prvním je obsáhlá analýza kampaně ČSSD a reakce ODS na ní od analytika a mediálního odborníka Karla Křivana. Jeho stať doplňuje exkluzivní publikace výsledků rozsáhlého výzkumu, který spojuje politické preference s ekonomickou oblastí. O výsledcích výzkumu referuje další mediální specialista Marek Buchta.

Na dalších stránkách pak najdete všechny osvědčené rubriky od „Aktuálně“ přes „Hyde park“ po rozšiřující se „O CEVRO“. Po minulém úspěchu i tentokrát přinášíme vědomostní kvíz.