



### **Pavel Šíma představil studentům volební systém v USA a porovnal jej s naším**

OPAVA (12. října 2012) - Přednáška politologa a sociologa, ale i současně studenta Masarykovy univerzity v Brně Pavla Šímy, nazvaná Political Marketing the American Way aneb ČR 20 let za opicema, zahájila včera v podvečer aktivity Studentského politologického fóra při Slezské univerzitě v Opavě v novém akademickém roce.

Přednášející představil opavským posluchačům, především studentům Fakulty veřejných politiky SU, své poznatky a zkušenosti ze stáže při kampani Tonyho Halla ve volbách starosty San Franciska v roce 2011. Seznámil je s volebním systémem v USA, s praxí, která jej v rámci kampaně čekala a s tím, co je dobrý politický marketing. „V USA všemu nejprve předchází důkladný průzkum, úkolem poradců je vytipovat okruh potencionálních voličů, témata, se kterými jejich klient, tedy politik-kandidát, bude vystupovat, najít vhodnou reklamní strategii tak, aby se zbytečně neplýtvalo penězi, časem ani lidskou silou. Prostě i kampaň musí být efektivní,“ mimo jiné konstatoval Pavel Šíma. Jednotlivé části kampaně podrobněji rozebral. Z pohledu českých občanů byl zajímavý hlavně fakt, že zde kampaně nejsou všeobecné, ale míří jen na skupinu lidí, která je podle určitých znaků s politikem spřízněná. „Já říkám, že ve volbách je nejdůležitější padesát jedna procent, tedy získat ve finále potřebnou většinu, ale jsou případy, kdy ke zvolení stačilo i deset procent,“ řekl přednášející a vysvětlil, že právě v tom je jeden z nejpodstatnějších rozdílů mezi americkým a českým volebním systémem. Tomu se asi v naší zemi nejvíce podobají doplňovací volby do senátu. Ale porovnání volebních kampaní a způsobů voleb v obou zemích bylo daleko rozsáhlejší. „Když jsem do názvu přednášky dal podtitul ČR 20 let za opicema, měl jsem na mysli hlavně tři věci: pouhý dvacetiletý vývoj demokracie voleb v Česku na rozdíl od staletí v USA, nutnost změny garnitury současných volebních poradců a jejich způsobů práce a legislativní změny v našem politickém životě. To jsou tři hendikepy, které nás posouvají o těch dvacet let dozadu,“ konstatoval Pavel Šíma.

Přednáška však nebyla jen pouhým porovnáním volebního systému a kultury v USA a České republice, ale měla ve směru ke studentům daleko hlubší význam. „Uvědomte si, že jako studenti politologie získáte za pět let studia mnohem více informací a poznatků, než mají sami kandidující politici, tedy vaši potencionální zaměstnavatelé. Neváhejte proto a nabídněte jim své služby, zapojte se do kampaní, zkuste si politický marketing naplno,“ motivoval Pavel Šíma své posluchače. Zdůraznil, že jejich stáže či praxe ale nemusí být jen doma. „V USA je během roku na dvě stě tisíc různých voleb na všech možných úrovních. I když práce na kampani je zde v naprosté většině dobrovolná a zdarma, dokonce budete muset sami do sebe něco investovat, dá vám neocenitelné zkušenosti, přehled a základy k tomu, abyste se jednou stali vyhledávanými odborníky na politický marketing,“ vybídl opavské posluchače Pavel Šíma.

V závěru se pak mezi ním a posluchači rozjela zajímavá diskuse, ve které padla řada dotazů nejen o volbách v San Franciscu, ale i v České republice.

**Martin Kůs**