

Rakušanova kampaň proti lžím má stát přes 40 milionů. „Nestačila by ani miliarda“

- CZ24 News | 24. listopadu 2023

ČR: Ministerstvo vnitra rozjelo letákovou kampaň proti lžím odkazující na webovou stránku, jejímž hlavním heslem je „Nebát se a nenaletět“. Kampaň potrvá až do konce příštího roku a vyjde na desítky milionů korun. Účel kampaně ale zůstává nejasný a web poloprázdný. Od opozičních politiků proto sklízí kritiku.

Plakáty, které můžete potkat ve vlacích nebo ve městech, odkazují na web nenaletet.cz, kde mají lidé najít „ověřené a skutečné informace“. Do dnešního dne je ale v podstatě poloprázdný. Na jeho hlavní stránce najdete v tuto chvíli jen tři krátké články. Stručnou informaci o tom, že šíření poplašné zprávy je trestným činem, druhý článek říká, že ČR je jednou z nejbezpečnějších zemí na světě a třetí krátká zpráva radí, abyste si zkontrolovali podmínky smlouvy na dodávku energií. Dalších 17 článků s daty od února do října letošního roku je v archivu.

Stránka ale zároveň varuje, že informace a doporučení v archivních článcích „odpovídají době jejich publikování a provozovatel webu nenese odpovědnost za škodu způsobenou nesprávnou informací nebo radou, kterou by si čtenář udělal na základě článku, který v důsledku plynutí času obsahuje již neplatnou právní úpravu“.

Ministerstvo vnitra na dotaz redakce deníku Echo24 odpovědělo, že kampaň už vyšla od minulého roku na přibližně 21,3 milionu korun včetně DPH. Šlo patrně především o náklady spojené s výrobou letáků. Samotný návrh, provoz a správa webu nicméně podle mluvčího vnitra Ondřeje Krátošky nepřesáhla do současnosti částku 40 tisíc korun. Ministerstvo podle něj oslovilo pro spolupráci také kraje a některé z nich poskytly zdarma prostor v tištěných periodikách nebo v městské hromadné dopravě.

Vnitro chce tímto způsobem komunikovat témata, jako je vnitřní bezpečnost nebo prevence kriminality a přispět ke snížení napětí ve společnosti.

„Jedná se o pokračování dlouhodobé komplexní komunikace nazvané ‚Informační platforma pro veřejnost‘. Ta má za cíl zvýšit povědomí o krocích státu v regionech, jelikož mnoho aspektům současné krize je zkreslené řadou polopravd, mýtů a fám, a zvýšit srozumitelnost informací podávaných faktickou formou ve fyzické i online podobě. Současně platné rámcové dohody na poskytování mediálních služeb jsou uzavřeny do konce roku 2024. Lze tedy předpokládat jejich využívání po zmíněné období,“ uvedl Krátoška.

Deník [Právo](#) v září napsal, že ministerstvo vnitra na plakátovou kampaň uzavřelo dvě rámcové dohody na 42 milionů korun. Jednu za 18 milionů korun za plakáty ve vlacích a druhou za 24 milionů korun za plakáty v obcích a městech.

Ministerstvo se kvůli tomu stalo terčem kritiky opozice. Kampaň na sociálních sítích kritizuje s odkazem na vynaloženou sumu například poslankyně hnutí ANO Jana Mračková Vildumetzová. „To mi tedy za ty peníze nepříjde jako moc dobrá práce,“ napsala. „Cílem té kampaně je vyvracet lži a dezinformace. Jak vidno z vaší komunikace, ani miliarda na takovou kampaň by nestačila,“ reagoval na to ministr vnitra Vít Rakušan (STAN).

ZDROJ: Echo24/nenaletetCz