

Naslov: NOVI MEDIJI NISU PRESUDNI

Autor: (D. J.)

Rubrika/Emisija: Magazin

Žanr: izvješće

Površina/Trajanje: 463,61

Naklada: 24.000,00

Ključne riječi: DIALOG KOMUNIKACIJE



INTEC/DOOR MANAGEMENT

MARIJA MARGARETA KLIKA

NOVI MEDIJI NISU PRESUDNI



MARIJA MARGARETA KLIKA
starija savjetnica, Dialog komunikacije, Zagreb

naših birača bira na principu jes li lijevo ili si desno, je li ti dida bio ustaša ili partizan, jesam li te vidio u Dnevniku ili nisam.

▼ **Koliko je u izbornoj kampanji važno televizijsko sučeljavanje kandidata?**

- Mislim da je izravno komunikacijsko sučeljavanje na mediju kao što je televizija važno i osobno sam pobornik takvih sučeljavanja. Dobro je vidjeti kako se kandidati snalaze kad nema unaprijed dogovorenih scenarija, snimljenih video-uradaka za njihove društvene mreže i slično. Upravo su televizijska sučeljavanja američkih kandidata dobar primjer zašto je to dobro, ta sučeljavanja većinom se odvijaju pred kraj kampanje i zaista mogu napraviti razliku, pogotovo kod onih koji su do tada možda bili neodlučni ili čak mislili ne izaći na izbore.

▼ **Ocjena do sada viđenog i čutog od glavnih kandidata za Pantovčak? Tko je retorički uspješan, a tko nije...?**

- Kao i svaka kampanja dosad, i ova je donijela poneka iznenađenja, poneke uspone kandidata od kojih to možda prvotno nismo očekivali, kao i padove. Trenutna predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović nastavlja i sada već revijalnom tonu zabavljanja naroda svojim izjavama, Miroslav Škoro trudi se odmaknuti od svoje dosadašnje uloge komedijasa i zabavljača, a Zoran Milanović pokušava vratiti svoju staru političku slavu stečenu još na početku karijere. (D.J.) ■

▼ Što karakterizira svaku dobru izbornu kampanju, kakve su kampanje najbolje?

- Uspješna izborna kampanja mora obuhvaćati što veći broj različitih komunikacijskih alata i kanala. Najbolje kampanje su one kampanje koje imaju unaprijed postavljen jasan plan komunikacije, no to ne znači da se on po putu neće malo mijenjati, ali kostur

mora postojati. Dobro je kad kandidat sa svojim potencijalnim biračima komunicira na društvenim mrežama, obraća im se preko print i online medija, ali i sudjelovanjem u televizijskim intervjuima. Svi navedeni kanali nemaju jednake načine komunikacije, a onaj kandidat koji može iznijeti sve navedeno u pravilu je dobar retorikar s, naravno, vrlo dobrim timom iza sebe.

▼ **Pomažu li kampanjama ovdobni digitalni mediji, društvene mreže, blogovi, portali...?**

- Mislim da su novi mediji iznimno važni, mislim da je dobro za kandidata da se njima koristi i mislim da je preko njih moguće doći do potencijalnih novih birača koji su tek napunili 18 godina, birača koji su možda bili indiferentni prema politici i slično. Novi mediji su dobri i za plasiranje svoje poruke kad to možda nije moguće tradicionalnim medijima iz ovih ili onih razloga. A jesu li oni presudni - mislim da nisu. Imajmo u vidu da smo ipak u Hrvatskoj i da velika većina