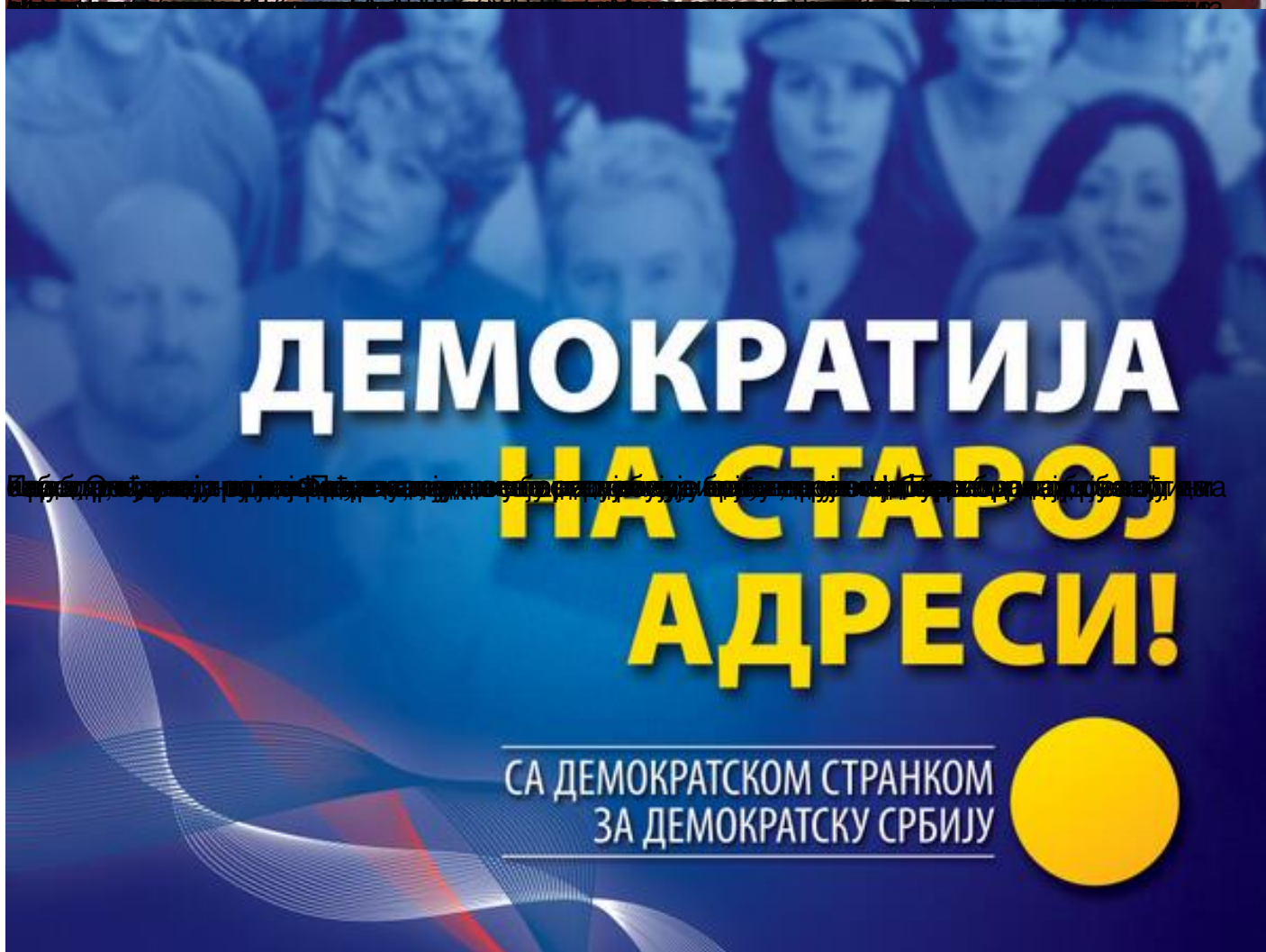




Недавно сам упао у центре свих већих политичких странака са ТВ екипом. Желео сам да убедим председнике странака да уопште не воде предизборне кампање, већ да пусте грађане да на миру одлуче за кога ће да гласају (примио ме је председник само једне странке, а у осталим странкама сам разговарао са представницима). Навикли смо се да нам познате личности или глумци преко малих екрана, у паузама између програма који нас заиста занимају, говоре како је баш њихова паста за зубе најбоља или како баш њихов телевизор морамо да купимо, али на крају крајева, кад желимо да купимо нешто квалитетно, морамо да се добро распитамо шта заиста ваља. Ако купујемо само на основу рекламе, избор је лак – шта год да изаберемо, све је, наводно, најбољи избор.

Представници тих странака су ми, мање-више, дали исти одговор – без кампање не могу да приближе своје програме грађанима. Разуме се да странке морају да представе своје програме бирачима, али под „кампањом“ више подразумевам оно са чиме већина грађана углавном има много више контакта од тога да једноставно добију образложења о детаљима из програма. Мислим на СМС поруке, ТВ рекламе, постере, билборде, графите, Фејсбук постове, твитове, банере, емисије које се махом користе за дискредитовање противника, митинге на којима се виче, величају појединци, слуша музика, обећава да ће „бити боље“ и да само они који нам шаљу поруку представљају најбољи избор.



Избори су сваког дана

Пише: Борис Малагурски
понедељак, 24 фебруар 2014 11:30



Ujedinjeni regioni Srbije

50,452 likes · 8,954 talking about this · 76 were here

✓ Liked

