

# Vizuelna prepoznatljivost (poster i spotovi)

Politički marketing

# Video spotovi

- TV spotovi su najčešće korišćeno sredstvo izbornog oglašavanja
- Postaju sve skuplji – čak i najbolje finansirane kampanje moraju birati koje poruke prezentuju biračima
- Ključna odluka: **ton** kampanje



# Video spotovi

- TV spotovi su najčešće korišćeno sredstvo izbornog oglašavanja
- Postaju sve skuplji – čak i najbolje finansirane kampanje moraju birati koje poruke prezentuju biračima
- Ključna odluka: **ton** kampanje

## Pozitivne kampanje:

- Programske ideje
- Uspjesi u prošlosti
- Lične karakteristike

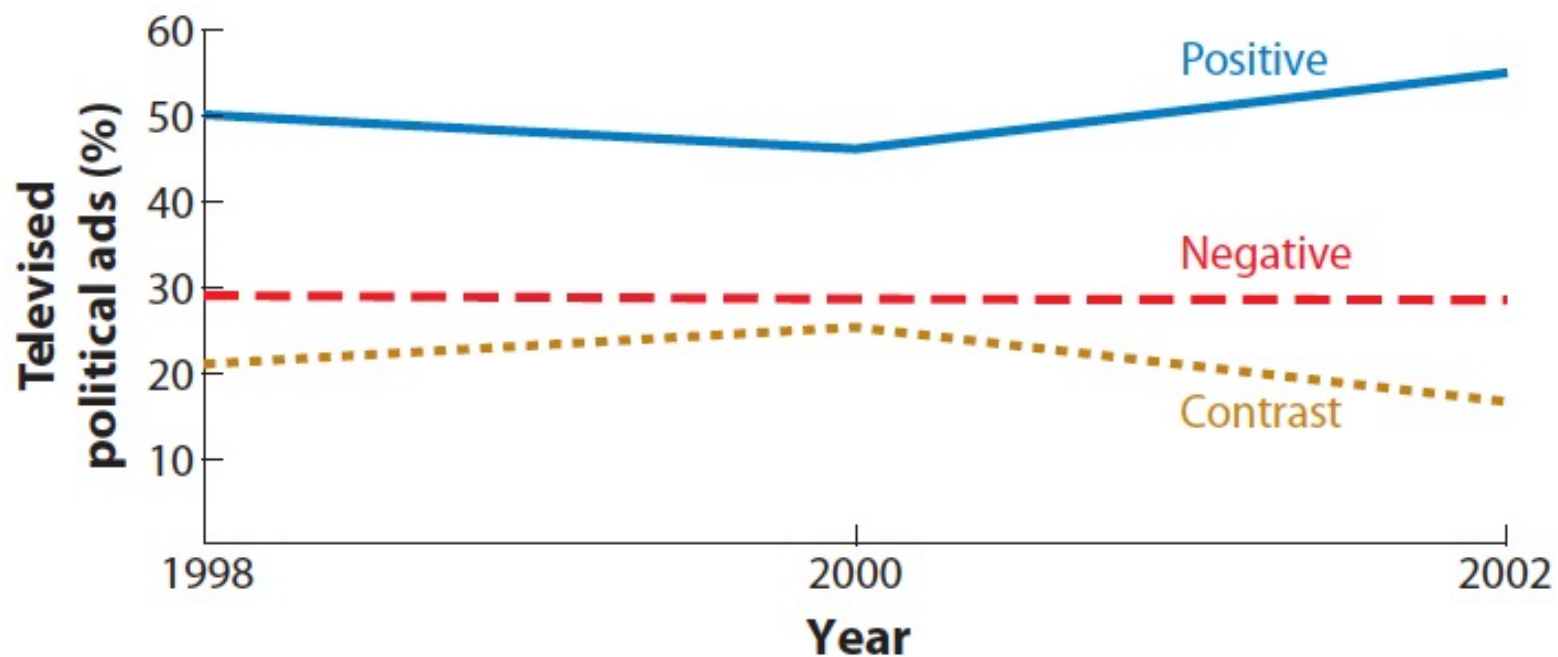
## Negativne kampanje:

- Slabosti konkurentskog programa
- Neuspjesi protivkandidata
- Napadan na ličnost protivkandidata

# Fokus na negativnim kampanjama?

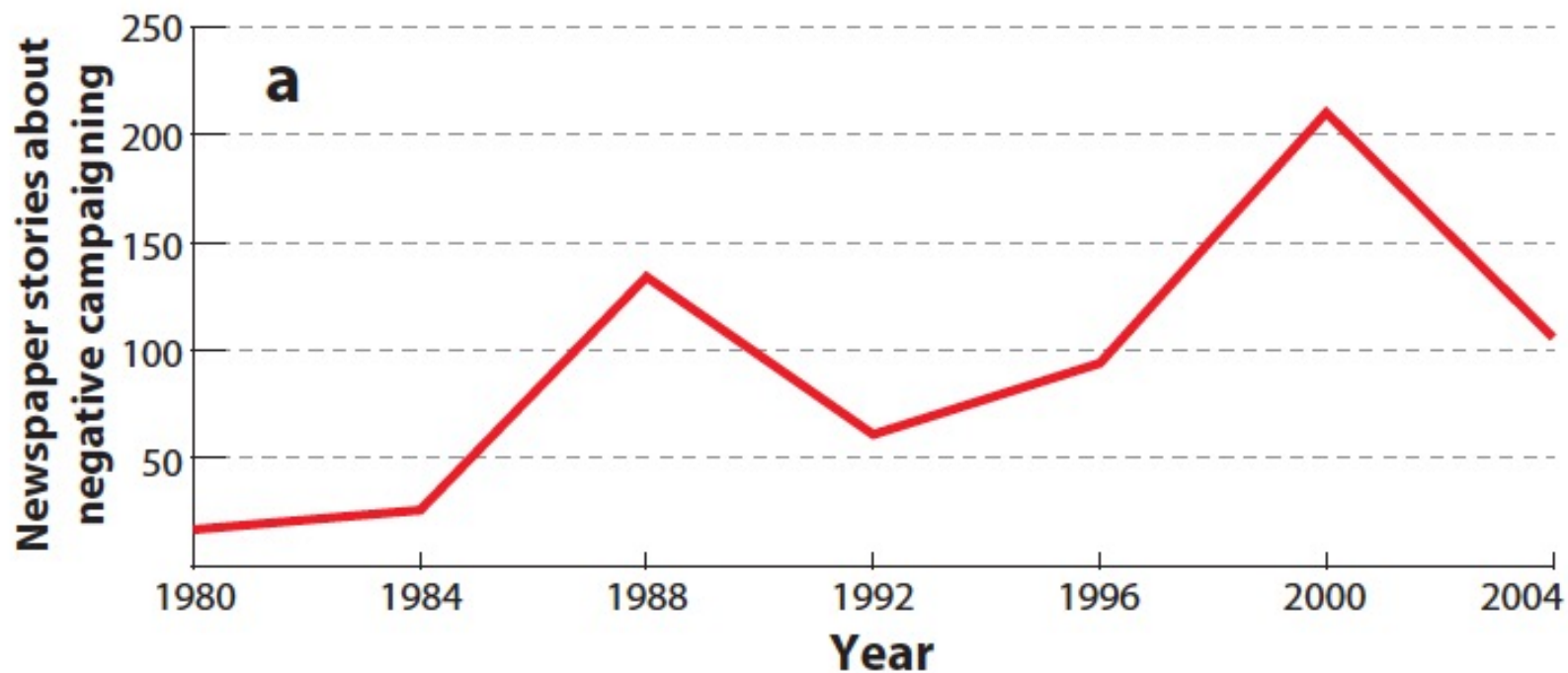
- Porast upotrebe negativnih kampanja u posljednjih 30 godina? Samo percepcija?
  - „...the electronic equivalent of the plague.“
- Pristrasnost medija u korist negativnih informacija
  - Negativne informacije efektivnije od jednako ekstremnih pozitivnih informacija
    - Negativne informacije lakše odskoču od ostalih
    - Ljudi su predodređeni da izbjegavaju „štetu“ nego da traže „dobitak“
  - Pozitivne vijesti nemaju „zabavlačku“ vrijednost
  - Netačna percepcija da je većina negativnih kampanja *ad hominem*

# U praksi...CG?



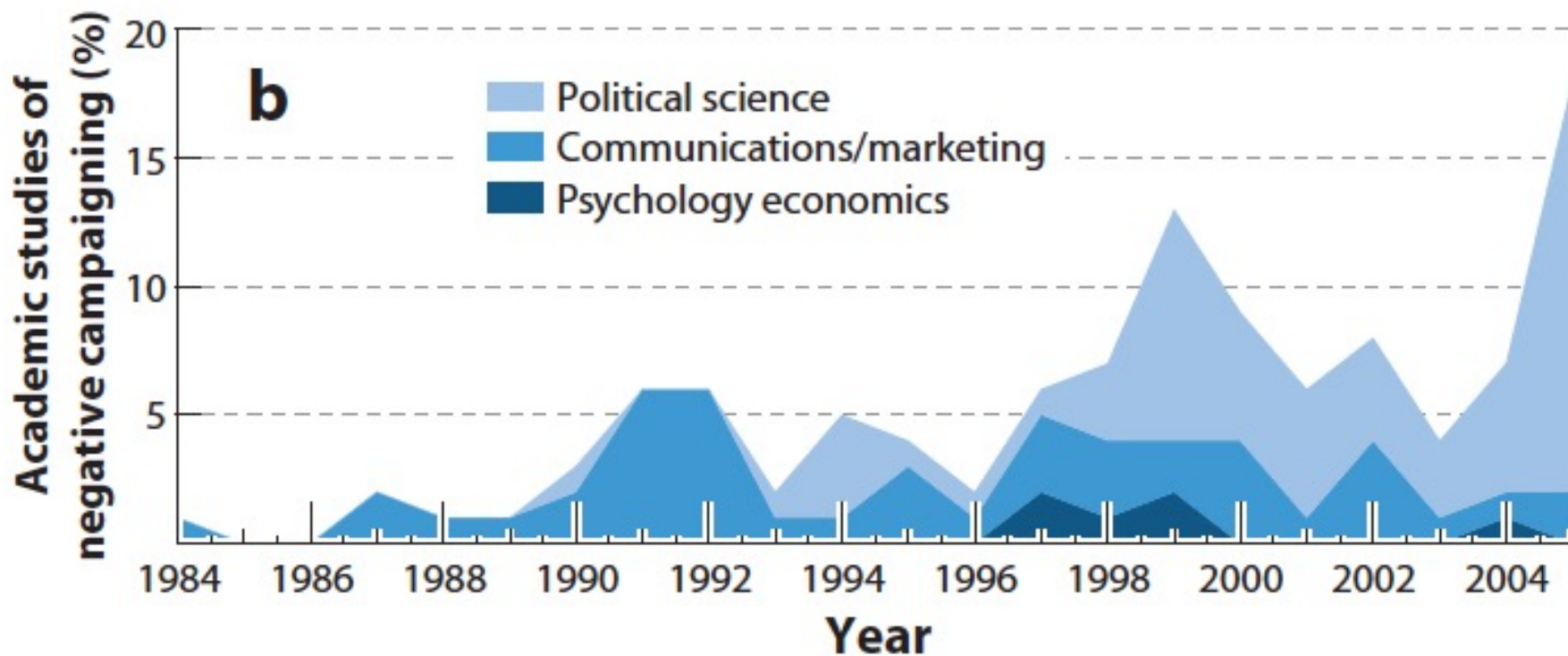
**Grafik 1.** Pozitivni, negativni i kontrast spotovi u Američkim izborima

# U praksi...



**Grafik 2.** Broj novinskih članaka o negativnim kampanjama

# U praksi...



**Grafik 2.** Broj naučnih članaka o negativnim kampanjama

# Zašto toliko priče o negativnim kampanjama?

- Menadžeri kampanja ubijeđeni u njihovu efikasnost
  - *„...these people are paid way too much to be mistaken about whether poison is effective.“*
- Politički napadi nijesu nužno „negativni“ i „prljavi“
- Negativnost bi se trebala tumačiti u odnosu na ostale učesnike izbora



Tip kritike	% birača
Govori jedno a glasa drugačije	80.7
Istorija ranijeg glasanja kandidata	75.8
Istorija ranijeg poslovanja kandidata	71
Uzimanje novca od „specijalnih“ interesa	70.7
Uzimanja novca od etički upitnih pojedinaca	63
Trenutni problemi sa drogom i alkoholom	56.1
Trenutne vanbračne afere	45.1
Političko ponašanje lidera partije čiji je kandidat član	37.1
Ranije vanbračne afere	27.8
Raniji problemi sa drogom i alkoholom	25.9
Lični životi lidera partije čiji je kandidat član	19.1
Ponašanje članova porodice kandidata	7.7

**Birači o negativnim kampanjama**

# Kada je negativna kampanja izgledna

- Vodeći kandidat dominantno vodi pozitivnu kampanju
  - Sa smanjenjem prednosti povećava se upotreba negativnih kampanja, sa obje strane
- Kandidat ne bi trebao lansirati negativnu kampanju protiv slabijih oponentata, već najveće prijatelje
- Odgovor na negativnu kampanju im daje legitimitet, ali potpuni nedostatak reakcije narušava imidž
- Češće korišćena od strane kandidata/partija sa manjim budžetom
- U *primaries* vjerovatnije u ranom dijelu kampanje, kada ima previše sličnih kandidata
- Žene vs. muškarci?

# Koliko su efikasne negativne kampanje?

- Na što tačno mislimo kad govorimo o efikasnosti?
  - **Broj glasova:** nema dokaza da negativne kampanje povećavaju broj glasova za inicijatora kampanje
  - **Ocjena kandidata/partija:** ocjena “napadača” i “napadnutog” bivaju smanjenje, ali više štete drugog. Zavisí od tipa napada.
  - **Izlaznost:** nema jasnih zaključaka – rezultati naginju mobilizaciji
    - Demobilizacija: 1) Više ljudi ostaje kući; 2) Unižava ugled kandidata/partija; 3) Smanjuje povjerenje u institucije i demokratiju.
    - Mobilizacija: 1) Više fokusa na programe i generalno porast informisanja; 2) Pomaže komparativnom ocjenjivanju kandidata; 3) Proizbodi emocionalnu reakciju, pa ljudi više mare za rezultate izbora.

Za snažnu ekonomiju,  
veću zaposlenost i  
bolji životni standard!

*Milo Đukanović*

6

**SIGURNIM  
KORAKOM!**

**DPS**  
DEMOKRATSKA PARTIJA  
SOCIJALISTA CRNE GORE

Milo Đukanović

**SD**

**Dosljedno**

*Jovan Radojević*

76

Za Crnu Goru  
Za nova radna mjesta  
Za sigurno i solidarno društvo  
Za više žena za mlade

Slogani i  
kampanje u  
Crnoj Gori

## Savez komunista Crne Gore

- *“Mi znamo kako - godine počinju januarom”*

## Narodna stranka

- *“S narodom i uz narod”*

## Savez reformskih snaga

- *“Glasajte za naš”*



# ”Godine počinju januarom”

*”Ko god kaže taj se vara  
Momir s Milom da ne valja  
Iz ovakvih Komunisti  
Crnoj Gori sunce blista  
Zato pođ’mo s njima  
Da nam bude bolje svima.*

*Naprijed mladi Komunisti  
Morali su vaši čisti  
A ideja vaša glavna  
Da budemo zemlja pravna  
Vazda s mirom i slobodom  
A uz rame sa narodom.”*



# ”Godine počinju januarom”

- U spotu 1990. prikazan je:
  - konj kako snažno galopira kroz snijeg, naredni kadrovi daju
  - panorame prirodnih ljepota Crne Gore, kulturnih znamenitosti,
  - manastir, džamija fotografija Njegoša i praćen je instrumentalom „Još ne sviće rujna zora“

Link:

<https://www.youtube.com/watch?v=R-7896b6Qpo>





UCG

University of Montenegro

## Savez reformskih snaga - "Vratimo se u Evropu" (1990)

- Plakat sa fotografijom kralja Nikole s porodicom, nastalom na krunisanju 28. avgusta 1910
- Pozivanje na tradiciju i politički autoritet
- *"...hoće u Evropu đe je prije 100 godina knjaz Nikola obezbijedio časno mjesto..."*  
(Šćekić, 2011)





## DPS: “Mi znamo kako”

*Slavko Perovic, lider LSCG-a:*

Izbori  
1992.  
godine

*„Ja bih se duboko zabrinuo da sam na mjestu Momira Bulatovića. Ko je taj ko mu pravi marketing? Njihov slogan za izbore glasi: „Mi znamo kako“. Liberalni savez tu stavlja dvije tačke i nastavlja: „kako posvađati narode u Crnoj Gori, kako poniziti Crnu Goru, kako organizovati mitinge i dobrovoljačke odrede, kako izazvati međunacionalne i međuvjerske napetosti, kako Crnu Goru dovesti do ekonomskog kraha“*

# Izbori 1992. godine

## Dominantne teme stranačkog sučeljavanja:

- **Ideološke**
  - Komunisti - Četnici
  - Komunisti - Zelenaši
  - Četnici - Zelenaši
  - Goli otok
- **Etničke**
  - Crnogorci – Srbi
  - Muslimani – Pravoslavci - Katolici
- **Političke**
  - Monopol nad medijima
  - “Izdaja” nacionalnih interesa
  - Šverc i korupcija

**LIBERAL**

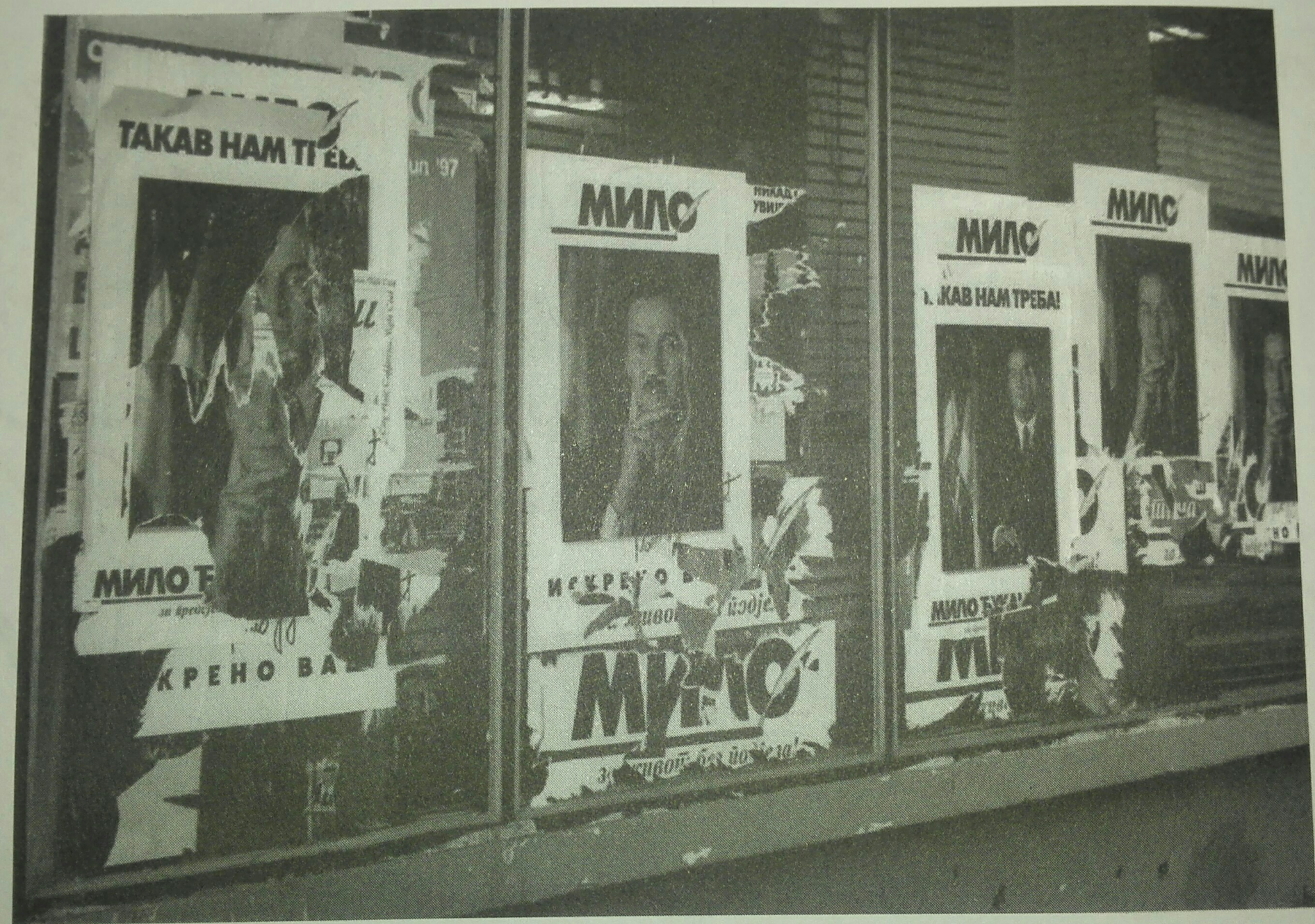
**LIBERALNOG SAVEZA CRNE**

**AKO NE MI?**

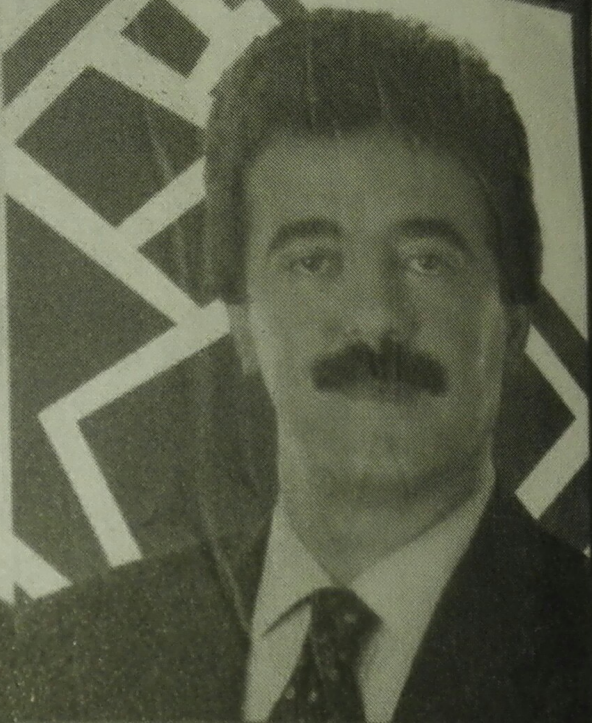
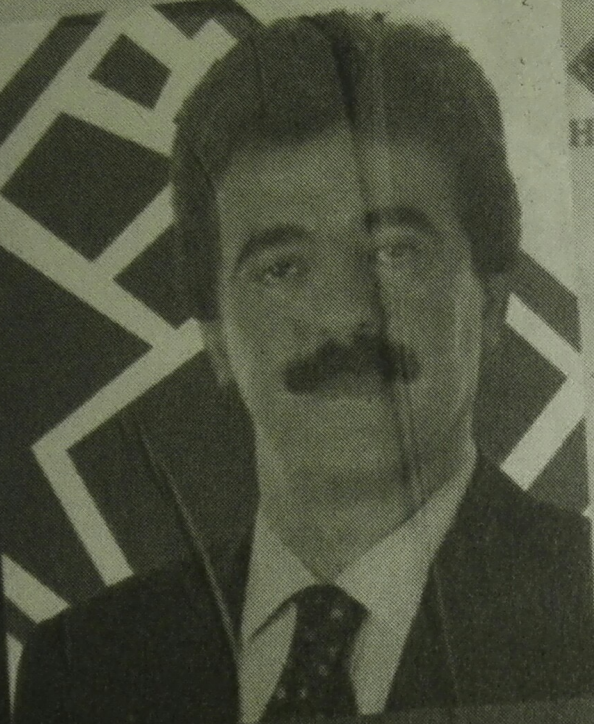


## Predsjednički izbori 1997. godine

- Sukob unutar DPS-a
- Vjerovatno najvažniji izbori od uvođenja multipartizma
- Perović: “Manje od dva zla”
- Dva kruga izbora (5. i 19. oktobar)
  - Pobjeda Momira Bulatovića u prvom krugu
  - Pobjeda Mila Đukanovića u drugom krugu
- Porazena frakcija stvara SNP



*Sl. 110 - Rat interesa, plakata, kiča ...*



СОЦИЈАЛИСТИЧКА НАРОДНА ПАРТИЈА ЦРНЕ ГОРЕ  
**МОМИР БУЛАТОВИЋ**

СОЦИЈАЛИСТИЧКА НАРОДНА ПАРТИЈА ЦРНЕ ГОРЕ  
**МОМИР БУЛАТОВИЋ**

СОЦИЈАЛИСТИЧКА НАРОДНА ПАРТИЈА ЦРНЕ ГОРЕ  
**МОМИР БУЛАТОВИЋ**

**ЉУДИ ЗА** 

*истину*

**ЉУДИ ЗА**

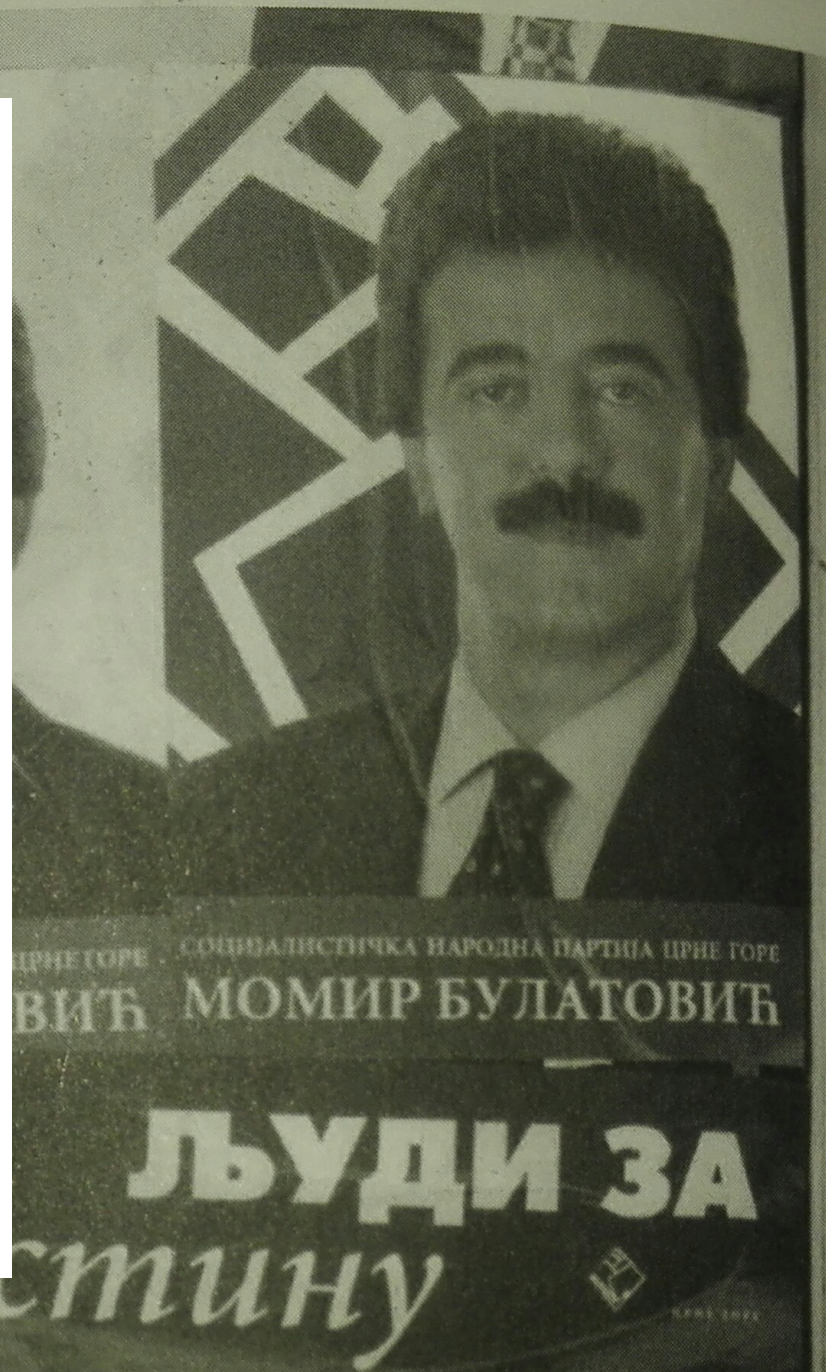
*истину*



CRNE GORE

Komentarišući Bulatovićev slogan „Istina“ Đukanović je za dnevni list Vijesti rekao:

„Mislim da je Momir Bulatović za svoj izborni slogan mogao izabrati bilo šta drugo, samo ne to. Jer ako je danas nešto prepoznatljivo za karavan na čijem se čelu nalazi Momir Bulatović, karavan koji jezdi Crnom Gorom sa logističkom potporom prorežimskih medija iz Srbije, onda je njihova osnovna karakteristika – da siju grozne neistine“. (1997)



# НИКАД САМ, УВИЈЕК СВОЈ!



**МИЛО** *такав нам  
треба!*  
ЗА ПОВРАТАК У СВИЈЕТ



ГРАЂАНИ  
ЦРНЕ ГОРЕ  
сјутра почиње  
ПРЕДИЗБОРНА  
ТИШИНА  
у недјељу, 5. октобра  
ГЛАСАТЕ!

одмјерише  
ваљано  
донесише  
праву одлуку  
по својој  
савјесии  
у своју  
користи  
за ваше  
добро  
за добро  
ваше дјеце  
за добро  
Црне горе  
за добро  
Југославије!



”Biraj, pa glasaj!”

*Nacionalizam - Ravnopravnost  
Boljševizam - Prosperitet  
Dogmatizam - Otvorenost  
Nezaposlenost – Bolji život  
Sankcije - Demokratija  
Nemaština - Perspektiva  
Zatvoreno - Otvoreno  
Čvrsta ruka - Tolerancija  
Velika Srbija - Jugoslavija  
Crna Gora*

# *“Za Slavka i budućnost!”* (1998)



# ЦРНА ГОРА

**НИЈЕ НА ПРОДАЈУ!**

БЛОК ЗА ЗАЈЕДНИЧКУ ДРЖАВУ СЦГ

**НЕ!**



**ЗА VAZDA**

Referendum 2006. godine

# TV spotovi u Crnoj Gori



**“Liberali nego što!” (LSCG 2001.)**

**Link:** <https://www.youtube.com/watch?v=0uBUSp5QgFw&t=74s>



**“Crna Gora svih nas” (DF 2012.)**

**Link: <https://www.youtube.com/watch?v=hylfSHWQsZo>**



**“Došlo je vrijeme za promjene...” (DF 2016.)**

**Link: <https://www.youtube.com/watch?v=Te-wDWIh3NI>**



**“Dajte mi ruku, da radimo složno” (SNP 2014.)**

**Link:** <https://www.youtube.com/watch?v=YksSleVAv8g>





**“Pobjede, a ne podjele” (Demokrate 2017.)**

**Link: <https://www.youtube.com/watch?v=n7RRWUBUJT4>**

# SIGURNIM KORAKOM!



**Milo Đukanović**

**“Sigurnim korakom!” (DPS 2018.)**

**Link:** <https://www.youtube.com/watch?v=h6wfdQuFf7Y>



**“Gotov je!” (Demokrate 2019.)** Zabranjen spot?

**Link:** <https://www.youtube.com/watch?v=ovTjjbAyjtQ>

# Poznati primjeri



**“Daisy girl” (Lindon B. Johnson 1964.)**

**Link:** <https://www.youtube.com/watch?v=dDTBnsqxZ3k>



**“Laughing ad” (Humphrey – Agnew 1968.)**

**Link:** [https://www.youtube.com/watch?v=Qwk\\_epMblW4](https://www.youtube.com/watch?v=Qwk_epMblW4)



**“It’s morning America” (Reagan 1984.)**

**Link:** <https://www.youtube.com/watch?v=fa8Qupc4PnQ>



**“Yes, we can.” (Obama 2008)**

**Link:** <https://www.youtube.com/watch?v=SsV2O4fCgjk>