



Razvoj tehnologija pridonio je razvoju poslovanja, komunikacije i u ovom slučaju pronalaženju novog puta do birača. U svim državama osim u BiH naravno..

Svakako najbolji primjer za to bi bila kampanja sadašnjeg predsjednika SAD-a **Baracka Obame**, koja je dijelom izvedena u online okruženju, čime je uz nove medije ostvario dobivanje podrške diljem svijeta. U ovoj kampanji smo mogli vidjeti duhovite video klipove i fotografije koje su se na brz i jeftin način širile preko interneta, a prikazivale su Obamu kao super junaka.

Veliku ulogu na kreiranje političkog mijenja i interes većine medija u susjednoj Republici Hrvatskoj odigrao je i autor YouTube klipova **Bijesprvi**.

Za vrijeme zadnjih izbora za gradonačelnika Zagreba, Bandićev izazivač u Zagrebu **Josip Kregar** nudio je na svojim stranicama prigodnu predizbornu igru „Holding napada“, u kojoj posjetitelji, gađajući sliku aktualnog gradonačelnika Milana Bandića, „štede“ Zagrebu milijune kuna. Bandić je uzvratilo online igrama „Miki super gradonačelnik“ gdje ste mogli uz pomoć lika **Milana Bandića** graditi zgrade po Zagrebu. Vijest o igri ubrzo su prenijeli svi bitniji hrvatski mediji.

Bez obzira na okolnosti i tešku situaciju na koju se svi vole izvlačiti kada su u pitanju ulaganja u visoke tehnologije **političari nemaju izgovora** za ovakvo stanje jer je poznato da je **internet kampanja jeftinija** od ostalih oblika bombardiranja glasača informacijama.

Iz mora je isplivao specijalizirani izborni portal [izbori2010.org](http://izbori2010.org) ugodan oku, pregledne navigacije, idejno dobar i s dosta informativnog sadržaja vezanom za izbore 2010. Nakon kraćeg surfanja istim vrlo lako se može zaključiti kakva je „specijalizacija“ ovog portala, odnosno kojoj opciji je naklonjen.

Zanimljiv je i anti-portal koji prikazuje popularnog političara Dragana Čovića ( [dragancovic.com](http://dragancovic.com) ) , koji se trenutno koristi da bi se ukazalo na njegovu stranačku kolegicu Borjanu Krišto. Realizacija portala je nešto lošija i dojmama smo kako je autor prije netko kome se Dragan

zamjerio nego da je to planirani napad neke od stranaka.

Još jedan portal zabavnog karaktera po uzoru na drage nam susjede jest i [vijest.in](http://vijest.in) na kojem možete unijeti vlastite podatke i tako kreirati vijesti s aktualnim karikiranim političkim temama, te tako kreiranu vijest podijeliti sa prijateljima. Primjer jedne šaljive vijesti koju smo kreirali je:

[Senzacionalno: Stroj iz Mostara Dragan Čović novi premijer ZHŽ](#)



Kada pogledamo pojedinačno kandidate prema njihovoj web kampanji, zaista postaje teško odlučiti kome dati svoj precijenjeni glas u tom velikom surovom internet ringu.

### **Martin Raguž**

Uz reklame po pojedinim portalima, Raguž redovito osvježava Facebook stranice. Jedina zamjerka na njegove osobne stranice ( [martinraguz.com](http://martinraguz.com) ) što u ovom trenutku zahtijevaju više vremena za pronalaženje. Ali to možemo pripisati tome što je domena nova, odnosno zakupljena relativno kasno (30.6.2010) za neko ozbiljno pozicioniranje na pretraživačima. Nažalost ovaj kandidat zasad nije ponudio gladnoj publici nikakvu zanimljivu internet kampanju.

### **Borjana Krišto**

Nešto aktivnija od svog konkurenta je Borjana, na čijoj stranici [borjanakristo.com](http://borjanakristo.com) možemo pročitati dosta aktualnosti vezanih za političke i druge aktivnosti. Pristojan izgled stranica. Borjana je malo ozbiljnije shvatila i najpopularniju društvenu mrežu, pa tako ima aktualne statuse, no malo prijatelja (to su oni što lajkaju).

Ali kao i Martin jako kasno se uključila u borbu na internetu te je njena domena rezervirana tek 12.8.2010 što pokazuje koliko je njen tim spreman za internet kampanju.

Nakon što vidimo njen utjecaj na nekim portalima i par stotina vrištećih banneri po lokalnim portalima, Borjanina internet kampanja se zaustavlja. Bez ideje, bez smisla.

### **Željko Komšić**

Kandidat se doista potrudio i napravio je vlastiti blog, originalno se naziva Predsjednikov blog ( [zeljokokomsic.blogger.ba](http://zeljokokomsic.blogger.ba)

), koji izgleda kao blog kratkovidnog 15-godišnjaka s daltonizmom, uz napomenu da mu zadnja objava datuma 26.02.2010. Nešto ažurniji je na stranicama

[zeljokokomsic.ba](http://zeljokokomsic.ba)

, ali još uvijek dizajnerski nezreo s uvijek zabavnim pozerskim slikama koje upadaju u oči.

Ovaj kandidat aktivno sudjeluje i na Facebooku, gdje je zadnji status objavljen u siječnju 2009.

### **Jerko Ivanković Lijanović**

Ovaj je kandidat dosta specifičan po svojim nastupima, što je prenio i na internet. Pored osnovnih informacija koje su nam i ostali kandidati ponudili, Jerko je najažurniji kandidat na internetu. Zadnja objava na Facebooku je prije 30min (sad je 1 ujutro), ima svoj YouTube kanal, Twitter... Sve je preplavljeno plavom bojom i crvenim srcima, sa sumblimarnom porukom vezanom za Medvjediće dobrog srca.

Na YouTube kanalu Jerko objavljuje videa svojih „plavih naježda“ što je pohvalno i dosadno u isto vrijeme (broj pogleda po videu je nekoliko desetaka).

Kandidat ima dobar radni tim koji prati moderne prakse, bez nekih inovativnih ideja. Nadasve zbunjujući je spot pjesme Za bolje sutra koji bode s lijeve na početnoj stranici Jerkine stranke.

Na kraju možemo zaključiti kako internet nije prepoznat od strane predsjedničkih kandidata za hrvatskog člana. Puno je lakše pridobiti staru glasačku ekipu preko velikog broja bilborda i skupova na koje dolaze samo oni koji moraju. Ali na internetu boravi jako puno neodlučnih birača koji mogu bitno utjecati na tijek izbora. Ti birači su obično zahtjevniji i zanima ih više od parola, potrebno im je pristupiti manje konvencionalnim metodama i omogućiti povratnu reakciju. Političari za to jednostavno nisu spremni.

Naslov ovog članka bi se mogao prebaciti za izbore 2018.g. do kada će valjda i političarima biti jasno kakav potencijal leži u korištenju interneta.

(upit.siroki.net)