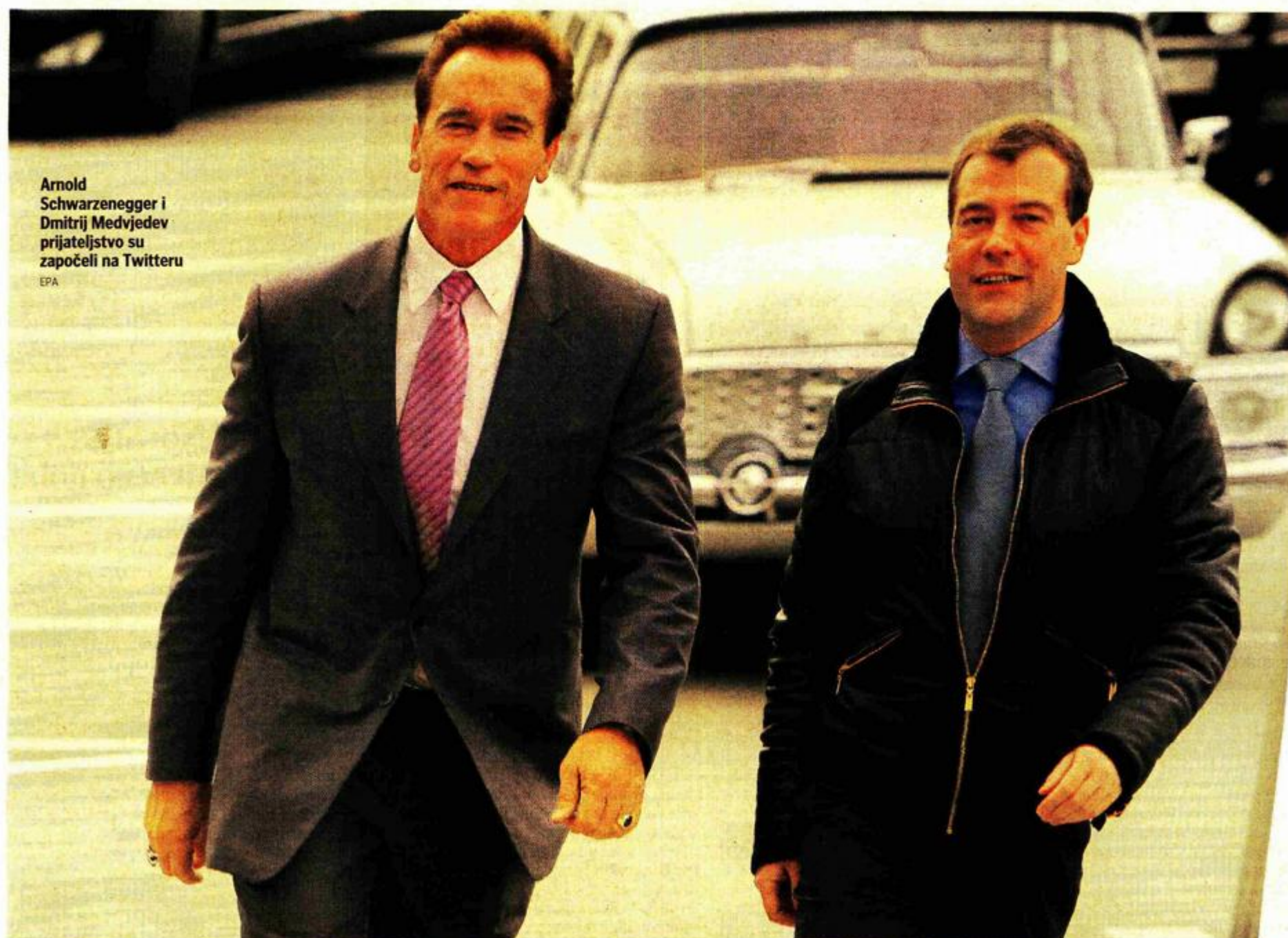




Društvene mreže Moćno oružje i za političare i birače – nije ih moguće zaustaviti ali ih se može naučiti koristiti



Arnold Schwarzenegger i Dmitrij Medvjedev prijateljstvo su započeli na Twitteru
EPA

Tweetaj Vladu zbog problema

OZREN PODNAR
redakcija@poslovni.hr

Još se ne nazire vrijeme kad će svaki građanin moći tweetati Vladu Republike Hrvatske, ali izbori se mogu dobiti i izgubiti zbog aktivnosti na internetu

Društvene su mreže sve važniji dio političke borbe. Čak ni Hrvati ne kaskaju puno u primjeni novih tehnologija, a svjetske trendove pratimo i utoliko što su i u nas lijevo orijentirani političari informatički osvješteniji od desnih.

Kao i u mnogočemu drugome, Amerikanci su utrli put i u korištenju društvenih mreža radi prikupljanja glasova. U Sjedinjenim Državama vlada uvjerenje da je predsjednička kampanja u kiberprostoru 2008. imala velikog učinka te da je navela mnoge birače da se pojave na predizbornim manifestacijama i napokon da glasaju.

Pobjeda Baracka Obame označila je prekretnicu u ulozi društvenih mreža u političkim kampanjama. Facebook i druge mreže poslužile su za prikupljanje sredstava, organiziranje i provedbu kampanjske strategije te, najvažnije, za dobivanje glasova. Istraživanje Aarona Smitha pokazalo je da je 15% Amerikanaca starijih od 18 godina sudjelovalo u izborima 2008. posredstvom društvenih mreža, promi-

ćući svoje ideje u virtualnom svijetu. Korisnici društvenih mreža pretvorili su se u sastavni dio kampanja obaju kandidata i to po mnogo nižoj cijeni no što bi demokrati i republikanci bili morali platiti da jednak učinak ostvare na terenu, podalje od interneta. I britanski su se konzervativci, torijevci, prebacili na internet, lansirajući prošle godine aplikaciju na Facebooku s pozivom ljudima da se učlane u Konzervativnu stranku. Sljedbenici Torijevaca koji se pridruže grupi "prijatelja konzervativaca" redovno primaju novosti i upute kako da se uključe u rad stranke.

Webcameron u papučama

I druge su britanske stranke prisutne na mreži. Liberalni demokrati su se Facebooku priključili 2007., čim je ovaj servis postao svjetski popularan. Njihov čelnik Nick Clegg prvi je vođa velike britanske stranke koji je na "Fejsu" otvorio profil. Laburistička stranka također je aktivna na mreži, postavljajući intervjue sa svojim čelnicima na YouTube, a svoju službenu stranicu na Facebooku otvorili su u jesen 2007.

Sve britanske stranke imaju svoj kanal na YouTubeu, a njima se pridružila i Vlada. Na Vladinom kanalu, prethodni premijer Gordon Brown prikazivao je svoje susrete s tv-diteljem Simonom Cowellom i Paulom Pottsom, pobjednikom Britain's Got Talenta u kategoriji opernog pje-

15

posto

Amerikanaca starijih od 18 godina sudjelovalo je u izborima 2008., promičući svoje ideje u virtualnom svijetu

1,73

milijuna

sljedbenika ima senator John McCain, najaktivniji član Kongresa na Twitteru

vanja. Konzervativni lider i današnji premijer David Cameron otvorio je svoju mrežnu stranicu inteligentno nazvanu "webcameron", s čije naslovnice promatra sjedeći za kuhinjskim stolom.

Facebook nije jedina platforma s koje političari šarmiraju birače. Mnogi imaju profile i na MySpaceu, iako je domašaj ovog prvenstveno zabavno-glazbenog servisa u političkoj sferi znatno manji. Kad su 2007. Laburisti imali izbor za novog zamjenika predsjednika, mnogi su se kandidati upisali na MySpace, no nakon izbora nisu se često vraćali da ažuriraju svoje profile. Vjerojatno nisu pogriješili, jer je istraživanje iste godine pokazalo da ljudi koji posjećuju MySpace u najmanjem postotku izlaze na izbore.

Zapadnjačke je političare osvojio i Twitter. Portal tweetcongress.org pobrojao je 191 člana američkog Kongresa s profilom na Twitteru, a američku je pomamu za ovim mikro-blogerskim servisom pokrenuo, opet, Obama. Danas su njegovi suradnici ti koji šalju poruke umjesto njega, uglavnom raspravljajući o njegovim političkim odlukama.

Republikanski kandidat na prošlim američkim izborima, senator John McCain, ima najaktivniji račun na Twitteru od svih članova Kongresa. Prosječno šalje 2,64 poruke dnevno i ima 1,73 milijuna sljedbenika. Na ovoj je mreži još popularniji nekadašnji dopredsjednik i predsjed-

nički kandidat Al Gore, s 2,1 milijuna sljedbenika. Kalifornijski guverner Arnold Schwarzenegger također je spretn "tviteraš" i obraća se vojsci od 1,7 milijuna sljedbenika. Iako je bivša guvernerica Aljaske Sarah Palin njegova stranačka kolegica, Schwarzenegger ju povremeno podbada na Twitteru, na što mu ona uzvraća jednakom mjerom. Kad je prošlog mjeseca na zračnom putovanju prema Aziji prelijetao Aljasku, napisao je na Twitteru "letim iznad Anchoragea, gledam na sve strane i nigdje ne vidim Rusiju. Potraga se nastavlja, javljat ću vam rezultate."

Japancima Twitter novi haiku

Bila je to Terminatorova šala na račun Palinove i njene izjave da bi bila odlična dopredsjednica SAD, jer s Aljaske vidi Rusiju (to je imao biti dokaz njene upućenosti u međunarodnu politiku). Ljuta mu je Sarah preko Twittera odgovorila da bi mu bilo bolje da pogleda koliki je proračunski deficit Kalifornije, u usporedbi s odlično stojećom Aljaskom.

Domišljati se Arnie preko Twittera dopisuje i s ruskim predsjednikom Dimitrijem Medvedevom, s kojim je učvrstio prijateljstvo prilikom nedavne posjete Moskvi, gdje mu je predsjednik kurtoazno ponudio da se o isteku guvernerskog mandata u Kaliforniji kandidira za gradonačelnika glavnog grada Rusije.

U Japanu, gdje se mladi sve manje zanimaju za politiku, zastupnici

Evidencijski broj / Article ID: 10751406
 Vrsta novine / Frequency: Dnevna
 Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
 Rubrika / Section: Hrvatska i EU



zaustaviti facebook



Političari se bude uoči izbora, kaže Macan
LUKUNIĆ/PIXSELL

u parlamentu okrenuli su se Twitteru u želji da preokrenu taj zabrinjavajući trend. Na pojedine dane, političari objave i do 200 poruka dužine 140 japanskih znakova, a poruke dosežu i po 5000 čitatelja.

Twittermanija među japanskim političarima zavlada je uoči izbora za Donji dom parlamenta 30. kolovoza 2009., a među prvima koji je objavio poruku preko ovog servisa kratkog oglašavanja bio je demokrat Seidži Osaka, napisavši "mislim da bi bilo u redu spustiti dobnu granicu za glasanje na 18 godina. Što vi kažete na to?" U idućih deset dana, 198 je ljudi izrazilo mišljenje o tom pitanju, a jedan je korisnik čak napravio analizu i utvrdio da 76,8% korisnika podržava spuštanje dobne granice, dok je 23,2% bilo protiv. Japanski se političari putem Twittera oglašavaju i o manje sudbonosnim pitanjima. Parlamentarac iz Liberalno-demokratske stranke, Gaku Hašimoto, javlja svojim sljedbenicima svoja kretanja, primjerice "Nalazim se na aerodromu Haneda na putu kući radi nastavka kampanje".

"Nema ničeg lošeg u pokazivanju glasačima da se i ja vozim brzim vlakovima, da čitam tjedne vijesti o profesionalnom hrvanju i da se politikom bave obični ljudi", veli Hašimoto, koji je skupio preko 5000 sljedbenika na Twitteru.

"Japanci obično glasaju za stranku, a ne za političare osobno, jer ih ne poznaju. Zato je Twitter odlična alatka, jer omogućuje glasačima da se zbliže sa svojim predstavnicima", smatra Daisuke Tsuda, japanski stručnjak za internetsku komunikaciju.

A japanski se političari navodno dobro snalaze u kratkoj formi Twittera, jer ih ograničenje dužine poruke na 140 glasova podsjeća na domaću poeziju.

"U Japanu postoji duga tradicija haikua, u kojemu se i vrlo duboke misli izražavaju sa znatno manje riječi čak i od poruke na Twitteru", dodaje Hašimoto. Društvene su mreže velika stvar i u političkom životu zemalja koje nadmeni Zapadnjaci obično ne smatraju tehnološki dovoljno naprednima da bi se u većoj mjeri služile modernim tehnologijama.

Filipinski suparnici za predsjedničku dužnosti Benigno S. Aquino III, kandidat Liberalne stranke i kasnije izborni pobjednik te Manny Villar iz Nacionalističke stranke stvorili su profile na Facebooku i stekli po stotine tisuća sljedbenika, koji su prilično pristojno izražavali stavove na zidovima kandidata na engleskom i filipinskom. Aquinovi i Villarovi profili prošle su i ove godine bili među najbrže rastućim profilima na Facebooku, što je moguće objasniti brojnošću Filipinaca – ovo otočje danas ima 92 milijuna stanovnika.

Jedan od uzroka popularnosti društvenih mreža i njihove primjenjivosti u političkoj borbi je njihova dostupnost na mobilnim uređajima. Više nije nužno imati stolno računalo radi sudjelovanja u kampanji. Dok su ljubitelji Obame, Camerona ili Josipovića svoju potporu izražavali s kućnih računala, na Filipinima se veći dio

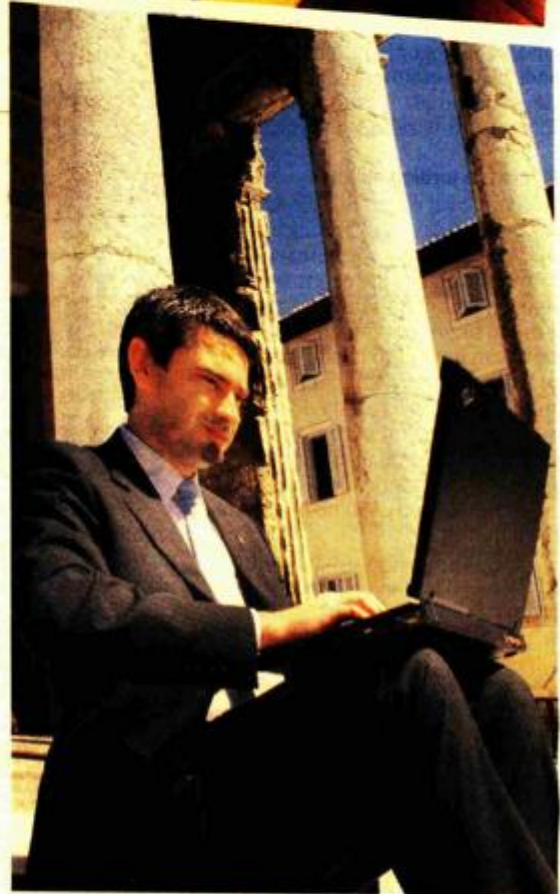


Dragutin Lesar, čelnik Hrvatskih laburista, redovito komunicira s online zajednicom
JURICA GALOVIĆ/PIXSELL

vijesti brzo šire", veli Macan, vlasnik promidžbene agencije Manjgura. "Bit je u tome da sporadični i kampanjski korisnici interneta ne mogu postići tako dobre učinke kao oni koji se društvenim mrežama i internetom bave s razumijevanjem kroz cijeli svoj mandat. Na taj način stvaraju zajednice s kojima mogu učinkovito komunicirati. Prostora za napredak još uvijek ima, tim više što, za razliku od razvikane Amerike, nemamo kulturu volontiranja i doniranja, kojima su internet i društvene mreže samo pogodno platforme. Ne vidim razloga da upravo putem Facebooka neka dobra kampanja ne mobilizira javnost na masovne skupove ili čak zajedničko pisanje programa ili ciljeva", dodaje Macan, koji je i sam vrlo aktivan na Facebooku, potičući rasprave o tekućim pitanjima.

Raspored snaga na internetu u Hrvatskoj je sličan onome u inozemstvu. "Silom prilika, a i valjda po prirodnoj orijentaciji, u internetsku su promidžbu upućenije ljevice i potom manje stranke", nastavlja Macan. "Naime, ljevica je dugo bila u oporbi pa je, da bi probila medijsku blokadu, počela koristiti tada alternativne medije, a danas bitne i neizostavne kanale poput weba, bloga i društvenih mreža. Također, ljevica nije tako striktno hijerarhijski ustrojena i sklona je aktivizmu, za što su društvene mreže idealne."

Male stranke nemaju drugog izbora nego posegnuti za online promidžbom, jer jednostavno ne raspolažu sa sredstvima kojima bi se probili u velike tiskane i elektronske medije. Društvene su mreže na predsjed-



Pulski gradonačelnik Boris Miletić jasno vidi koristi izravne komunikacije
DUŠKO MARUŠIĆ/PIXSELL

ničkim izborima jako dobro koristili simpatizeri Miroslava Tuđmana i Josipa Jurčevića.

Najveća stranka, vladajući HDZ, značajno kaska za drugim političkim snagama u primjeni internetske promidžbe. "Činjenica da Vlada nije na Facebooku najvećim dijelom govori sama za sebe. HDZ je dugo zaostajao u pogledu društvenih mreža, ali se i tu mogu očekivati pomaci, slušamo li poruke koje je predsjednica Kosor nedavno poslala mladeži HDZ-a", ocjenjuje naš sugovornik.

HDZ zaostaje za ljevicom

Čelnici oporbe, uključujući SDP-ovog Zorana Milanovića i HSLS-ovog Darinka Kosora, prisutniji su na Facebooku, no na njemu se rijetko oglašavaju. Predsjednik Ivo Josipović, iako puno rjeđe nego ranije, i dalje želi osobno komentirati događaje, ostajući tako jedini političar koji je nakon kampanje aktivno nastavio sa svojom prisutnošću na društvenim mrežama.

"Svi će se, vjerujte mi, opet probuditi zbog izbora, no takav kampanjski pristup redovni posjetitelji interneta ne vole.

Uvijek ću istaknuti neke manje poznate političare, koji se uistinu trude cijelo vrijeme i koje javnost prepoznaje. To su Dragutin Lesar, čelnik Hrvatskih laburista, Vojko Obersnel, gradonačelnik Rijeke, Boris Miletić, gradonačelnik Pule, Marija Lugarić, saborska zastupnica i niz drugih. Zanimljivo da gradonačelnici jasno vide prednosti te izravne komunikacije, jer ih građani ovim putem upozoravaju na probleme i korigiraju na vrijeme, puno brže nego klasični mediji", zaključuje Macan.

sljedbenika kandidata uključio preko mobitela. Internet i društvene mreže u svoje su javno djelovanje uklopili i neki domaći političari. No, hrvatski političari loše i neredovito koriste mogućnosti interneta, tvrdi Krešimir Macan, utjecajni stručnjak za odnose s javnošću.

Josipović je najrevniji

"U izbornom vrijeme svi se sjete društvenih mreža i interneta kao da očekuju neko čudo od tih razvikanih medija današnjice. A oni su uistinu promijenili puno toga - ne možete ih više ignorirati niti kontrolirati, svi vaši potezi komentiraju se u realnom vremenu, generiraju ideje za naslovnice tiska ili ubojite karikature. Političari itekako moraju voditi brigu da nešto ne ode ukrivo, jer su i klasični mediji uključeni u nove društvene tokove i loše se



o povlačenju iz afganistana na fejsu

Glavni tajnik NATO-a Rasmussen ima i videoblog

Glavni tajnik NATO-a, Anders Fogh Rasmussen, jedan je od internetski najprisutnijih lidera međunarodnih organizacija. Bivši danski premijer ima profile na Twitteru i Facebooku te kanal na YouTubeu i osobni videoblog. Među prvim europskih političara koji su se priključili Facebooku da komuniciraju s glasačima, Rasmussen ima 57.000 obožavatelja na najpopularnijoj društvenoj mreži. U zadnje vrijeme na Facebooku poručuje da je za rješenje afganistanske krize osim vojske "potreban i angažman civilnih vlasti", što je jasan znak da se NATO sprema na povlačenje iz ove srednjoazijske zemlje.

LJEVICA JE U HRVATSKOJ DUGO BILA U OPORBI PA SE NAUČILA SLUŽITI ALTERNATIVNIM MEDIJIMA KAKO BI PROBIJALA MEDIJSKU BLOKADU

MAČAN ISTIČE MANJE POZNATE POLITIČARE KOJI INTERNET NE KORISTE KAMPANJSKI, POPUT DRAGUTINA LESARA I MARIJE LUGARIĆ