

➤ **Nastop dr. Antona
Beblerja na
predsedniških**

Nastop dr. Antona Beblerja na predsedniških volitvah leta 2002

Komunikacijska strategija

UVOD

»Po bitki je vsak lahko general«

Letošnje leto 2002 je bilo leto v katerem smo opravili dvoje volitev hkrati. Na isti dan smo volili predsednika republike in lokalne veljake. Tako leto se bo ponovilo šele čez dvajset let.

Letošnje volitve so bile še bolj pomembne, zaradi nekega drugega vzroka. Poslavlja se Milan Kučan, dolgoletni šef Doline šenflorjanske. Ustava mu omogoča samo dva (zaporedna) mandata. Na čelu države smo tako dobili novega-starega človeka dr. Janeza Drnovška. Zmagal je (šele) v drugem krogu s 56,51% glasov pred Barbaro Brezigar.

Predsedniške volitve so torej že mimo in mi naj bi jih po »toči« ocenili in tako na nek način popravili napake opazovanih predsedniških kandidatov. Pa dajmo, igravimo se generala po bitki!

1. SITUACIJA

Začnimo z vprašanjem, ki bi se moralo porajati vsakomur, ki bi poizkušal delati volilno strategijo za kateregakoli predsedniškega kandidata. Bi bil lahko dr. Anton Bebler predsednik republike Slovenije, oziroma kakšen je njegov domet?

Odgovor je da, ampak... Resnično, dr. Bebler bi bil lahko naš predsednik republike. Zakaj pa ni? Da, vmes je ta znameniti ampak. In ta ampak je situacija. Torej če bi bila situacija primerna, bi bil lahko v nasprotju z nekaterimi drugimi kandidati res naš naslednik Milana Kučana. Kriv je dr. Drnovšek. Ta njegova kandidatura pa je bila nesreča tudi za mnoge druge kandidate, vendar je bila še nekoliko večja nesreča za dr. Anton Beblerja. Nekoliko večja pa zato, ker sta oba igrala na karto izkušenj, kjer ga Janez Drnovšek s svojim deset-letnim stažem gladko prekosi.

Naslednje vprašanje, ki si ga logično lahko zastavimo pa je, zakaj je dr. Bebler, ta eminentni strokovnjak, sploh kandidiral? Je bil njegov cilj res dobiti samo 3% na volitvah za predsednika republike, kot je dejala njegova predstavnica za odnose z javnostjo. Nekoliko smo poizkušali pobrskat po tem vprašanju in odkrili nekaj indicev, ki nam pomagajo odgovoriti na ta zakaj.

Najbolj pomemben vzrok za njegovo kandidaturo je pravgotovo dejstvo, da je dr. Bebler resnično predvideval, da dr. Drnovšek vendarle ne bo kandidiral za predsednika republike.

Enega od odgovorov za njegovo kandidaturo (na drugi ravni), pa lahko najdemo prav v kandidatovi biografiji. Dr. Anton Bebler je sin uglednega Titovega diplomata, ustanovitelja OF Slovenije in strokovnjaka, ki je doktoriral na Sorboni, dr. Aleša Beblerja. Anton se je poročil z Darjo Lavtižar Bebler, prav tako političarko, diplomatinjo in nekdanjo poslanko državnega zbora. Celo življenje je bil posredno v direktnem stiku s politiko, lahko bi celo rekli, da je bil in je nekoliko obremenjen s svojim okoljem in naravno je, da si je uspeha želel

tudi on sam. Očitno je, da se hoče rešiti stereotipne podobe zaprtega profesorja, ki samo sedi v svojem kabinetu in predava učencem. To podobo je že presegal sedaj s svojo aktivnostjo na mnogih področjih, vendar jo je očitno poizkušal obogatiti še z izkušnjami v politiki, v poklicu, ki sta ga pred njem izbrala že njegov oče in njegova soproga. Naskok je bil izveden na najbolj prestižno funkcijo v državi, na funkcijo predsednika republike.

2. CILJI

Menim, da je pri ciljih potrebno upoštevati kandidaturo dr. Janeza Drnovška, kandidata, ki mu ob uspešni kampaniji lahko prevzame skoraj celotno potencialno volilno bazo. Tako dr. Janez Drnovšek, kot tudi dr. Anton Bebler imata namreč potencialno volilno bazo pri t.i. "levih" volilcih, zaradi tega se mi zdi potrebno cilje razdeliti v dva sklopa:

a. Če dr. Janez Drnovšek kandidira.

Ob kandidaturi najmočnejšega kandidata na volitvah bi bil cilj pridobiti 10% volilnih glasov. Potrebno bi bilo določiti ciljne skupine volilcem in njim posvetiti največjo pozornost.

b. Če dr. Janez Drnovšek ne kandidira.

Če Drnovšek ne kandidira bi ob ustrezni strategiji dr. Bebler lahko tudi zmagal. V tem primeru je potrebno predstaviti kandidata kot edinega dovolj močnega in primerneza za volilce celotne "leve" opcije. Z zagotovljeno podporo DeSUSa bi bilo potrebno še počakati, saj je precej pomembno katera stranka kandidata podpre prva. Če hočemo zmagati na volitvah je zelo zaželeno (čeprav ne popolnoma nujno – "historia magistra vitae"), da nas podpre največja parlamentarna stranka LDS. Potrebno je torej, da to prestižno mesto prepustimo največji stranki. Nato bi poizkušal pregovoriti za podporo še ZLSD in na koncu bi nas javno podprla še DeSUS. V kolikor bi kandidaturo podprli obe največji stranki na "levici" ima kandidat veliko verjetnost za zmago na volitvah. Tako bi kandidata predstavil kot kandidata, ki ga podpirajo vse stranke na "levici", vendar ne bi ostal ekskluziven in bi ostal odprt še za podporo drugih strank. Prav bi prišla še podpora Stranke mladih slovenije, tako da kandidat ne bi ostal s svojo podporo zgolj na »levici«, ampak bi do neke mere poizkušal sekati ustaljene vzorce dolitve.

3. CILJNE JAVNOSTI

Ustrezno našim ciljem bi bilo potrebno v našem štabu pripraviti tudi strategijo v odnosu do ciljnih javnosti.

- **Mediji.** Zelo velik povdarek bi bilo potreben dati medijem, saj so že nekaj časa odločilen faktor na volitvah. Če si zagotoviš naklonjenost medijev in imaš dovolj veliko podporo strank potem ti je pot do zmage odprta.
- **Volilci.** V demokraciji na koncu vedno odločajo volilci, zato bi bilo njim potrebno nameniti največ pozornosti. Treba bi jih bilo razdeliti na ustrezne starostne kategorije in na spol, treba pa bi se bilo zavedati tudi prevladujoče veroizpovedi v slovenskem prostoru. Po vsej verjetnosti bi dr. Beblerja najbolj podpirali moški starejši od 60 let, zato bi bil do njih kandidat seveda najbolj naklonjen, vendar za njih ne bi porabil

največ energije, saj nima smisla prepričevati prepričanih.

4. SPOROČILA

V skladu s koncem velikih ideologij in s strategijo “catch all” bi bila naša temeljna sporočila tako splošna, da bi bila dovolj primerna za vse starostne skupine, da jih vzamejo za svoja.

Temeljno sporočilo bi bilo, da je prof. dr. Anton Bebler zelo izobražen človek, človek velikih življenjskih izkušenj in poznanstev, pravi človek za Slovenijo, ki vstopa v Evropsko unijo, govori veliko tujih jezikov in je poučeval na precej tujih univerzah. Poudariti bi bilo potrebno njegovo primernost za državniške naloge in zakriti, da je relativen novinec v politiki, s tem da se poudarja njegovo diplomatsko kariero. Prav tako pa menim, da bi mu koristilo njegovo naslanjenje na očetovo dediščino, da bi osvetlil njegov pomen za Slovenijo ter tako pridobil nekaj političnega kapitala.

Ker je volilna kampanija prof. Beblerja že mimo se mi zdi potrebno, da poudarim, da je bil njegov slogan “Bebler za predsednika” zelo neprimeren in banalen ter da nima nikakršnega globljega pomena, niti motivacijskega naboja za volilno telo.

V kampanijo bi vstopili s sloganom: **“Prihodnost je z nami”**. Slogan je zelo splošen in je v skladu s “catch all” strategijo. Govori o prihodnosti in govori o nas. Prihodnost je Bebler in prihodnost je z nami. Prof. Bebler je del množice in je “primus inter pares” (prvi med enakimi). V tem stilu bi bil upodobljen tudi na jumbo plakatu in na letakih ter v televizijskem spotu. V prvem delu TV spota bi bil upodobljen v družbi velikih voditeljev in učenjakov s katerimi se je že rokoval, predstavljene bi bile samo podobe iz slik, v drugem delu spota pa bi bil v okviru ljudi, množice in svoje družine. V čisto zadnjem delu pa bi bilo predstavljeno geslo: “Prihodnost je z nami”.

5. STRATEGIJA IN TAKTIKA

*“Najvažnejša vojaška umetnost je preprečevanje in uničenje nasprotnikove strategije”
(Sun Cu, Umetnost vojne, 1998, 47)*

Najprej je potrebno spoznati kateri kandidat bi bil lahko največji nasprotnik naše kandidature in temu ustrezno prilagoditi taktiko. Na začetku volilne tekme, če dr. Drnovšek ne bi kandidiral je kazalo, da bi bil največji protikandidat lahko edino le dr. Arhar. Po medijskem umoru oziroma samomoru dr. Arharja je na njegovo mesto prišla ga. Barbara Brezigar.

*“Zmagoslavni so tisti, ki previdno oprezajo za nasprotnikovimi nesposobnostmi”
(Sun Cu, Umetnost vojne, 1998, 60)*

Potrebno je poznati slabosti nasprotnika in slabosti našega kandidata.

Za doseg ciljev je potrebno razdeliti strategijo na dve fazi:

- a. **Začetna faza**, zajema čas od uradne najave kandidature (rajši še kaj prej), pa do začetka uradne volilne tekme.

b. Končna faza, pa zajema čas od uradnega začetka volilne tekme pa do konca volitev.

Finančna sredstva kampanije so odvisna od kandidature dr. Janeza Drnovška. Naš cilj je odvisen od njegove kandidature in posledično so od tega odvisna tudi finančna sredstva. Veliko manj sponzorjev bi bilo pripravljenih podpreti kandidaturu nekoga, ki cilja na "samo" 10% glasov.

Struktura finančnih sredstev bi bila sestavljena iz prispevkov strank, ki bi kandidaturu podprli in iz prispevkov raznih donatorjev (podjetij).

a. Začetna faza. Priporočljivo je, če se določene poteze stori še pred uradno najavo kandidature kandidata. Takšen način propagiranja kandidata je po mojem mnenju precej uspešen, saj bralci oziroma poslušalci ne vedo, da bo ta človek o kateremu se širi glas res kandidiral in propagiranje kandidata sprejmejo veliko manj vsiljivo in zato bolj naklonjeno. V tem obdobju bi se lahko izdalo biografijo dr. Aleša Beblerja (kot sem obveščen jo dr. Anton Bebler v kratkem namerava izdati), prav tako pa bi v tem obdobju na Televiziji Slovenija lahko posneli dokumentarec o tem zaslužnem Slovencu (tudi ta je že v pripravi). Nekaj potez pa je pred svojo uradno kandidaturu dr. Bebler načrtno ali nenačrtno izvedel, vendar so bila vsa mnenja, ki jih je zapisal orientirana na eno samo temo in mnogokrat kontraproduktivna (primer Mekina). V obdobju pred uradno najavo kot tudi po njej pa bi morali kar precej pozornosti posvetiti pojavljanju kandidata v t.i. "rumenem" tisku (Jana, Naša žena, Ona, ipd.) v strokovnih revijah in časopisih. Kandidat bi se moral izogibati tami Nato, saj kar več kot 40% volilne baze, ki je povrhu vsega še pretežno levičarsko usmerjena (domnevno njegova primarna baza), vstopa v zvezo NATO ne podpira. Treba bi bilo poskrbeti za interjuje po lokalnih, regionalnih in nacionalnih časopisih, kakor tudi po televiziji in radiju. V splošnem bi bilo potrebno zagotoviti, da bi se kandidat pojavljal po medijih karseda pogosto in da bi se ustvarila pozitivna slika ter da bi bilo sporočilo kandidata jasno predstavljeno.

Vsaki skupini volilcev ločenih po starosti in spolu bi bilo potrebno ustrezno prilagoditi svojo strategijo. Mladim bi se moral predstaviti kot simpatični oče z veliki izkušnjami, ki ima znanje in modrost. Starejšimi pa kot njihov vrstnik, član zveze borcev in sin velikega Slovenca, skratka kot nekdo, ki bi jim lahko bil odličen prijatelj.

b. Končna faza. Zadnja faza bi bila vsekakor intenzivnejša in za kandidata bolj utrujajoča. Treba bi bilo pokrbeti za plakate, letake, brošure in ostali promocijski material na katerih bo sporočilo kandidata jasno razvidno.

Veliko mero pozornosti pa bi bilo potrebno nameniti televizijskim soočenjem na nacionalni TV na POP TV in na radiju. Potrebno bi bilo zabrisati nekatere osebenostne lastnosti in dr. Beblerja usposobiti za nastop pred kamero, saj nastop pred kamero ali mikrofonom pred širokim občinstvom zahteva popolnoma drugačno logiko nastopa kot nastop za katedrom.

Veliko mero pozornosti pa bi bilo potrebno nameniti tudi osebnim stikom z volilci. Potrebno bi bilo oditi na teren in propagirati slogan, ki govori o skupni prihodnosti. Kandidat bi si moral pridobiti simpatije volilcev tudi v neposrednem stiku.

Pozornost pa bi kandidat moral nameniti tudi nastopom na internetu (spletu), kjer bi se udeleževal neposrednega pogovora z volilci.

Povdaril bi, da je najpomembnejši nastop kandidata na televiziji nato na radiu in šele nato na terenu, na zadnjem mestu pa bi bila predstavitev na internetu; po enakem vrstnem redu pa bi se razporejala tudi pozornost ki bi jo kandidat namenil medijem.

6. PREDVIDENI UČINKI

Zavedamo se, da naš kandidat lahko zmaga samo v primeru, če dr. Drnovšek ne nastopi na volitvah. V nasprotnem primeru pa lahko računamo na 10% glasov volilcev. Ocenjujem, da bi teh 10% bil precejšen politični kapital, ki ga bi dr. Bebler s pridom lahko uporabil v svoji nadaljni politični karieri.

Pomembno je tudi, da je kampanija najavljena v pravem času ter mora biti ustrezno stopnjevana. Kampanija se ne sme najaviti prekmalu ali prepozno. Če bi začeli kampanijo prezgodaj, bi v končni, odločilni fazi lahko prišlo do zasičenosti in naveličanosti nad kandidatom, če pa bi jo začeli prepozno, pa nebi imeli dovolj časa da podamo v javnost svoje sporočilo in "pravo" podobo kandidata.

Marko Čehovin

Politologija teoretsko-analitska smer

Kranj, december 2002