



 **Volilna kampanja  
za predsednika RS –  
dr. Lev Kreft**

# Volilna kampanja za predsednika RS – dr. Lev Kreft

## Komunikacijska strategija

### 1. VLOGA KOMUNIKATORJA

Združena lista socialnih demokratov (v nadaljevanju ZLSD) pred začetkom volilne kampanje ni nameravala najeti nobene oglaševalske agencije, ker naj bi kampanjo vodili kar na sedežu stranke. V mislih so imeli vodjo kampanje Natašo Kovač in Janija Bavčarja, ki naj bi si zamisli celotno volilno kampanjo.

**Po temeljitem premisleku, me je stranka že konec septembra, najela za pripravo predsedniške volilne kampanje za predsedniškega kandidata, dr. Leva Krefta. Na voljo imam omejena denarna sredstva, stranka pa bo skrbno nadzorovala moje delo. Naš namen je doseči prepoznavnost kandidata, povezovanje njegovega imena s stranko in seveda zmaga na predsedniških volitvah 2002.**

### 2. PREDSEDNIŠKE VOLITVE V SLOVENIJI

Do sprejetja ustave decembra leta 1991 je funkcijo šefa države opravljalo kolektivno petčlansko predsedstvo. Tako so bile prve in edine neposredne volitve tega organa izvedene aprila 1990. Predsednika predsedstva se je torej volilo neposredno po sistemu absolutne večine. Ker izmed štirih kandidatov nihče ni osvojil absolutne večine vseh glasov, sta se Milan Kučan in Jože Pučnik kot prvouvrščena kandidata uvrstila v drugi krog. Zmagal je Milan Kučan. Ostale štiri člane se je volilo z enokrožnim večinskim sistemom. Izvoljeni so bili štirje kandidati, ki so dobili največ glasov. Aprila 1990 so bili izvoljeni Ivan Oman, Ciril Zlobec, Matjaž Kmecl in Dušan Plut.

Po novi ustavi iz decembra 1991 predstavlja funkcijo šefa države predsednik države, ki se voli neposredno na pet let. Ista oseba je lahko izvoljena največ dvakrat zaporedoma. Volitve razpiše predsednik državnega zbora. Kandidate za predsednike lahko predlagajo poslanci, politične stranke ali volivci. Kandidatura politične stranke mora biti podprta z najmanj tremi podpisi poslancev ali s podpisi pet tisoč državljanov. Potrebno je tudi pisno soglasje kandidata. Predlog kandidature se vloži pri republiški volilni komisiji najkasneje petindvajseti dan pred dnevom glasovanja. Kandidat lahko s pisno izjavo umakne soglasje najkasneje dvajseti dan pred dnevom glasovanja.

V nedeljo 6.12.1992 so potekale prve volitve predsednika republike Slovenije za obdobje 1992 – 1997. Za mesto predsednika se je potegovalo osem kandidatov. Volitve so potekale le v enem krogu, saj je Milan Kučan že v prvem krogu osvojil več glasov, kot ostalih sedem kandidatov. Dosegel je 63,93% vseh glasov.

Naslednje volitve za predsednika republike Slovenije so potekale v nedeljo 23.11.2002. Za mesto predsednika se je potegovalo osem kandidatov. Ponovno je že v prvem krogu zmagal Milan Kučan.

Tretje predsedniške volitve bodo potekale v nedeljo 10.11.2002. Izbiralo se bo med devetimi kandidati.

### 3. PREDSTAVITEV PREDSEDNIŠKEGA KANDIDATA

Dr. Lev Kreft se je rodil 15. septembra 1951 v Ljubljani. Njegov oče je bil umetnik, režiser in slavist, mati pa igralka v gledališču. Njihove korenine so v Prlekiji, kjer je Lev kot otrok preživel večino prostih dni. Pri dedku se je naučil kletarjenja, obrezovanja trt in ostalih del, ki jih mora obvladati vinogradnik.

Končal je osnovno šolo Prežihovega Voranca v Ljubljani, se vpisal na Šubičevo gimnazijo in po njej na Filozofski fakulteti diplomiral iz filozofije in sociologije. Kasneje si je pridobil še naziv doktor filozofskih znanosti.

Že pred zaključkom študija pa se je zaposlil kot samostojni sodelavec za splošna kulturna vprašanja na Ljubljanski kulturni skupnosti. Kasneje se je preselil v Beograd, kjer je na ZSMJ vodil ekonomsko politiko in kulturo, postal tudi njen predsednik. Po tem se je zaposlil v Marksističnem centru CK ZKS in bil njegov zadnji direktor.

Na prvih večstrankarskih volitvah v Sloveniji leta 1990 je bil izvoljen za poslanca prvega sklica slovenskega parlamenta, v drugem mandatu pa je bil podpredsednik Državnega zbora Republike Slovenije. Sedaj je redni profesor Univerze v Ljubljani.

Z ženo Vesno imata dve hčeri, Ino in Ivano, vsem skupaj pa dela družbo kuža Orko. Lev Kreft je eden izmed redkih moških, ki vsak dan pripravijo kosilo. Je izvrsten kuhar in pravi gurman. Svoj prosti čas namenja športu kot gledalec in kot rekreativec. Redkokdaj zamudi tekmo kluba Union Olimpija, z veseljem pa tudi sam vrže žogo na koš. Obožuje tudi planinarjenje, tek na smučeh in plavanje.

#### **4. POLITIČNI CILJI**

Strankin politični cilj je bil predvsem pridobiti volivce ZLSD in utrditi njihovo lojalnost stranki. Dr. Lev Kreft naj bo le figura v senci stranke in opora kandidaturi Danice Simšič za županjo mesta Ljubljane.

**S tem se nisem strinjala in moj politični cilj je bil predstaviti dr. Leva Krefta kot najboljšega kandidata, doseči njegovo priljubljenost ter uvrstitve v drugi krog volitev. Zastavljen je zelo visok cilj, ki pa ga bomo poskušali doseči predvsem s tem, da bomo aktivirali tudi tiste volivce, ki nimajo namena priti na volitve.**

#### **5. CILJNE JAVNOSTI**

Stranka je kot ključne javnosti za podporo predsedniškemu kandidatu ocenila posebne, strokovne in domače javnosti. KAMPANJA naj bi bila namenjena pristašem ZLSD, intelektualcem, ljudem srednjih let ter predvsem domači javnosti.

**Moje mnenje je bilo, da se je treba osredotočiti na mlade volivce, srednješolce in študente ter mlade družine. Pomembna ciljna skupina so tudi nezaposleni, volivci iz bivše Jugoslavije s slovenskim državljanstvom.**

**Predvsem se bo treba potruditi pri tistih volivcih, ki se ne nameravajo udeležiti volitev. V teh volivcih vidim tiste glasove, ki nam bodo pomagali zmagati.**

#### **6. SPOROČILA NAMENJENA CILJNIM JAVNOSTIM**

**»Lahko izvoli tvoj glas!«** namenjen tistim, ki so mnenja, da ne morejo vplivati na izvolitev in se zaradi tega ponavadi ne udeležijo volitev.

**»Naj bo to naša zmaga!«**

**»Pojdimo skupaj naprej!«**

**»Ravnajmo odgovorno!«**

**»Čas za spremembo!«**

## 7. STRATEGIJA IN TAKTIKA

V stranki so nameravali objaviti kandidaturo v začetku oktobra. Zaradi možnosti, da bi pred nami lahko vložila kandidaturo predsedniška kandidatka Barbara Brezigar, smo se odločili drugače.

**Kandidaturo bomo objavili kot prvi in to že konec septembra. Ljudje že nestrpno pričakujejo kandidate, zato menim, da si bodo prvega uradnega kandidata bolje zapomnili od naslednjih.**

Glede tega prek katerih medijev bo kandidat nastopal smo si bili s stranko dokaj enotni. Dr. Lev Kreft se bo pojavljal na plakatih in letakih, v časopisih in revijah, na radijskih valovih, javnih prireditvah, na televiziji in seveda na spletu.

**Meni se je zdelo smiselno na seznam dodati še mobilno telefonijo, za katero je znano, da je v zadnjih letih obnorela Slovenijo.**

**Kandidatu bomo izdelali še prepoznaven osebni stil, ki ga bodo ljudje takoj opazili. Začeli bomo z zamenjavo njegovih očal, ki so nekoliko neprimerna zaradi tega, ker dajejo Kreftu še bolj resen videz. Videz intelektualca, ki je preveč pameten, da bi razumel ljudi. Kreftova obleka je vedno brežhibna, mogoče ji manjka le nekaj drznosti. Predlagala bi, da celotno kampanjo nosi črtaste srajce ali obleke in obuje čevlje moderne oblike. Svetovala bi tudi drzno kravato, ki bi se tako razlikovala od nasprotnikovih, ki bodo najbrž bolj umirjene.**

### a) PLAKATI IN LETAKI

Na jumbo plakatu naj bi bila skupaj Borut Pahor in dr. Lev Kreft. Prvi bi bil na levi strani nekoliko nižje, z rahlo sklonjeno glavo in s pogledom usmerjenim stran od volivca. Dr. Lev Kreft bi bil na desni strani plakata in bi zrl v volivce. Na plakatu zgoraj bi pisalo dr. Lev Kreft in z manjšimi črkami, za predsednika države. Na sredini spodaj bi bilo geslo, »Da se sliši tvoj glas!«, pod njim pa simbol Združene liste. Oba politika bi bila oblečena v srajco in kravato, kar je nekoliko manj formalno od obleke. Ta plakat se mi ni zdel primeren, ker bi bil Borut Pahor videti kot nekdo, ki se je na teh volitvah umaknil, zaradi kandidature dr. Janeza Drnovška. Kot, da se volivcem opravičuje s sklonjeno glavo, češ, da jim je ponudil nekakšno zamenjavo in da se bo sam še pojavil na predsedniških volitvah. Zaradi skupnega pojavljanja na plakatih bi dr. Lev Kreft ostal dokaj neopazen.

**Sama sem se zavzemala za plakat na katerem bo kandidat sam, oblečen v športna oblačila in fotografiran v celoti. Primerna bi se mi zdela fotografija Krefta, ki planinari (Pojdimo skupaj naprej!), obrezuje trto (Ravnajmo odgovorno!) ali pa igra košarko (Naj bo to naša zmaga!). V kotu plakata bi bila seveda tudi ime in simbol stranke. Plakati bi bili izdelani v treh različnih velikostih. Največ plakatov bi lepili po tistih krajih v Sloveniji, kjer imajo nizko volilno udeležbo in tam, kjer ima ZLSD veliko volivcev. Namen tega bi bil prepričati neprepričane in ohraniti že prepričane volivce. Razdeljevali bi tudi majhne zgibanke, na katerih bi bilo nekaj več podatkov o kandidatih. Delili bi jih na ulicah in pa po nabiralnikih v blokih.**

### b) PREDVOLILNI MATERIAL

**Izdelali smo lične papirnate vrečke, ki jih bomo delili na stojnici, vanjo pa dali zgibanke, kemični svinčnik, priponko in majhen blokec. Natisnili bomo tudi šaljive feliks kartice,**

ki jih bodo volivci lahko brezplačno dobili in pošiljali svojim prijateljem. Obvezne so seveda tudi kape, ki jih volivci z veseljem nosijo. Ker pa 1. december ni tako daleč kot se zdi, bomo predvsem mlade volivce, ki so ravnokar pridobili volilno pravico, presenetili s stojnicami po pomembnejših krajih v Sloveniji, na katerih bomo delili kondome. Za tiste z bolj zahtevnim okusom, bomo na stojnicah delili tudi kuhano vino.

c) ČASOPISI IN REVIJE

Na sedežu stranke so menili, da priprava posebnega oglasa za časopise ni potrebna. Želeli so objaviti čisto enostavno fotografijo kandidata in geslo. Oglas naj bi se pojavil le nekajkrat. To bi bila seveda velika napaka.

Časopisi in revije se mi zdijo zelo pomembni mediji, ki bi veliko doprinesli k rezultatu na volitvah. Osredotočila bi se predvsem na oglaševanje v Slovenskih novicah, ki jih bere večina Slovencev in na ženske revije ko so Jana, Naša žena, Ona pa tudi na revije za mladostnice in mlade ženske, na primer Smrklja, Cosmopolitan, Kaprica... Morda bi bil koristen tudi kakšen članek v smislu: «Lev Kreft svetuje kako prvič na volitve»

d) RADIO

Pripravili bomo radijski oglas katerega posebnost bo znana glasbena podlaga. Napev, ki si ga bodo požvižgavali vsi volivci. Kandidat se bo udeleževal radijskih oddaj na vseh postajah, kamor bo povabljen.

e) DNEVNE DEJAVNOSTI

Kandidatovo pojavljanje v javnosti je zelo pomembno za njegovo podobo. Predsednik vseh Slovencev, kakršnega si želimo, se mora predvsem posvečati »malemu« človeku, se z njim pogovarjati, mu biti blizu, poskušati razumeti njegove težave. Kandidat bo obiskoval srednje šole in fakultete. Pripravljena bodo zanimiva predavanja na temo strpnosti, droge, položaja žensk, Evropske Unije, Nata...Seveda bomo poudarjali tudi Kreftovo kulturno stran in zato se bo udeleževal otvoritev, razstav...Zanemarjen ne sme ostati niti šport, ki tako pomembno zaznamuje njegovo življenje. Predlagala bi pogovore s športniki, ogled tekem, organizacija pohoda z volivci. Enkrat na teden bi volivce povabili na jutranjo kavo, kjer bi imeli možnost pogovora s kandidatom. Obvezen bi bil tudi pogovor z nezaposlenimi, najbrž kar na zavodu, ki so pomembna ciljna skupina.

f) TELEVIZIJA

Na začetku nismo imeli namena pripraviti televizijskega oglasa. Kasneje smo temeljito premislili in se odločili za oglas, ki bo predstavil Krefta kot družinskega človeka, ki vsak dan pripravi kosilo za svojo ženo in hčere. Na način kuharskega recepta bo predstavil svoj politični program in vrednote za katere se zavzema. Prikazan bi bil celoten postopek od nakupovanja na tržnici do postrežene jedi. Na primer: z branjevkami beseda o tem kako pomembna je ohranitev majhnih kmetij, enakopravnost z ženskami, ob kuhanju bi razlagal o varnosti, brezposelnosti, vključevanju v Nato, profesionalizaciji vojske.

## g) INTERNET

Zaradi pomanjkanja denarja naj bi se kandidat predstavljal kar na spletnem naslovu stranke. Vsak dan naj bi bili objavljeni aktualni dogodki, kraji kjer se bo pojavljal kandidat. Na začetku bi se seveda odprla znana fotografija Krefta s Pahorjem potem pa bi nekaj sreče prišel do Kreftove pisalne mize. Tam bi lahko poljubno klikali na predmete na mizi in odpirala bi se različna poglavja v katerih bi lahko prebrali podrobnosti o kandidatu.

**Splet pa postaja vse preveč pomemben, da bi mu namenili tako malo pozornosti. Navsezadnje je edina vez z volivci v tujini, ki jih ni veliko, toda vsak glas šteje. Kreft vsekakor potrebuje svojo spletno stran [www.levkreft.si](http://www.levkreft.si), na katero pa bomo lahko prišli tudi prek strani [www.zlsd.si](http://www.zlsd.si).**

**Na tej spletni strani bodo v rokovniku, na katerega se bo dalo poljubno klikati, objavljeni aktualni dogodki in poročila o njih. Ker pa ljudje radi kukamo in prislušujemo kaj se dogaja v tujih domovih, bomo skozi ključavnico lahko spremljali Krefta in preverili kaj počne doma. Toda paziti bo treba, da vas ne zasači. Lahko boste tudi kliknili na možgane, ki vam bodo prikazali Kreftovo vizijo predsednikovanja. Dr. Lev Kreft bo na vprašanja volivcev odgovarjal tudi v klepetalnici. Volivci mu bodo lahko pisali na njegov e-mail naslov in sproti jim bo odgovarjal.**

## h) MOBILNI TELEFONI

**Predsedniški kandidat bo imel posebno številko na kateri bo, ob določenih urah, dosegljiv za vprašanja. SMS sporočila bo sprejemal cel dan in na njih tudi odgovarjal. Na željo bo prek mobilnega telefona poslal tudi svojo fotografijo. Možna so tudi nagradna vprašanja, ki jih kandidat pove po radiu, volivci pa odgovore pošljejo na telefon. Vsi, ki bi poslali SMS bi nazaj dobili sporočilo v katerem bi bilo Levovo sporočilo in navodilo, naj ga za srečo pošljejo na tri različne številke.**

## 8. PREDVIDENI UČINKI

Če bi upoštevali strankino komunikacijsko strategijo, bi se dr. Lev Kreft, dne 10.11.2002, poslovil od drugega kroga predsedniških volitev. Dosegel bi najbrž kakšnih 2.25% in tako končal na šestem mestu. Z načrtovanimi komunikacijskimi aktivnostmi bi kvečjemu dosegli dvig podpore stranki in izvolitev Danice Simšič za županjo mesta Ljubljane. Verjetnost, da bi uspeli doseči izvolitev dr. Leva Krefta za predsednika, je zelo majhna. Zavedati se moramo predvsem tega, da bi ob pretiranem izpostavljanju stranke, Boruta Pahorja in Danice Simšič, dosegli večjo neopaznost kandidata in s tem preprečili njegovo izvolitev.

**Potrudili smo se, da upoštevamo deset Seguelajevih zapovedi, ki naj bi vodile do zmage. Volivci volijo človeka in ne stranke. Prav zato ideje stranke, da bi izpostavljali stranko in njene veljake, ni bila primerna. Bolj pomembno je predstaviti kandidata, ki bo za volivce obraz iz njihovih sanj idealnega kandidata.**

**Volivci volijo za prihodnost. Ponavadi nimajo spomina o kandidatovih prejšnjih zaslugah zato je treba poudarjati kaj mislijo še storiti in ne kaj so že naredili.**

**Volivci volijo idejo in ne ideologijo. Potrebujejo kandidata, ki bo znal goreče predstaviti idejo države.**

**Volivci volijo zase ne za kandidata. S svojim glasom mora kandidat zajeti čimveč volivcev.**

**Volivci volijo najboljšo predstavo. Kandidat mora prepričljivo odigrati svojo predstavo in se popolnoma predati vlogi.**

**Volivci volijo za spremembo ne pa za kontinuiteto. Volivci radi sanjajo o boljši prihodnosti in zato verjamejo tistemu, ki jim jo obljublja.**

**Volivci volijo tistega kandidata, ki pusti verodostojen vtis. Volivci so se naučili odkrivati laži, ki jih kandidati govorijo pred kamerami. Volijo tistega, ki se jim zdi najbolj verodostojen.**

**Volivci volijo vrednote ne funkcije. Kandidat mora simbolizirati vdanost. Če je le kandidat, ki zastopa politično akcijo, v očeh volivcev nima velike vrednosti.**

**Ker bomo upoštevali vseh deset zapovedi, pričakujemo, da se bomo močno približali najresnejšemu tekmecu, dr. Janezu Drnovšku. Najbrž se bo treba sprijazniti z drugim krogom volitev, toda potem računamo na zmago.**

**»Samo če se boriš za zmago, lahko kaj dosežeš«, so besede našega predsedniškega kandidata, dr. Leva Krefta.**

**Tina Klavora**

Komunikologija-TM, 4.letnik

Ljubljana, december 2002