

10 съвета, които никой не ми е искал

Посланията „от уста на уста“ нямат влияние само върху общности, които принудително си поставил в изолация или си им платил по 50 лева, за да гласуват, без да мислят

Георги Лозанов коментира днес кои са печелившите стратегии в една предизборна кампания

Те са към политиците и подреждат в „опорни точки“ илюзиите им по отношение на медиите в предизборна ситуация.

1. Не прекалявай с присъствието си в ефира! Старата максима, че и маймуна да вържеш в студиото, ще я направиш депутат, се преобърна и сега, колкото повече обикаляш из студията, толкова по-голям е шансът да станеш на маймуна. Така е, защото след романтичните години на „първоначалното натрупване на влияние“ публичната среда у нас загуби демократични качества и те товари с негативите си „по условие“; щом подадеш глава от дома, вече няма как да се върнеш „целият в бяло“. Историческата граница между двата периода бе маркирана от „урока по мълчание“ на царя.

2. Не си купувай медии или дялове в тях! Нито явно, нито пък тайно, защото то няма как дълго да остане такава. Играта на „свой терен“ престана, а нищо чудно и никога да не е била печеливша. Откакто хората излязоха на улицата, икономическата връзка между медиите и политиците беше разпозната като тежък конфликт на интереси, а фигурите, които я олицетворяват, са най-атакуваните в държавата. Партийните телевизионни проекти, вместо да вкарват, започнаха да вадят от парламента.

3. По-скромни с парите за кампанията! Получените гласове слабо зависят от тях. Дори често зависимостта е обратнопропорционална, както показва простата сметка от няколко избора насам. Скъпите кампании оставят дъх на корупция, защото е ясно, че взетото после по различни начини ще трябва да се връща. А и избирателят накрая разбра, че по време на кампания се опитват да го надхитрят с партийните приходи от неговите данъци.

4. Не си позволявай негативна кампания! Още от провала на Петър Стоянов в битката му за втори мандат се видя, че независимо дали имаш основания, или не, когато черниш опонента, му прехвърляш гласове. Хората по принцип са разочаровани от политиците си и затова не са готови да дарят разочарованието си един срещу друг. Това им се струва израз на откровено лицемерие, още повече след като станахме специалисти по коалиции и паракоалиции между непримирими врагове.

5. Не се хвали сам! Първо, защото самохвалството дори в балканско общество като нашето е проява на лош вкус. И второ, защото, ако една информация няма поне два независими източника, тя е „комуникативен брак“, думи, хвърлени на вятъра. Усещането на аудиторията е, че някой я баламосва или най-малкото ѝ губи времето.

6. Не разчитай само на агитация! Тя, включително и поради описаните тук политически илюзии, е досадна и приспивна, „Сънчо“ за възрастни. А случаят „Костинброд“ показва колко беззащитна е агитацията в законните си форми и как едно новинарски разиграно събитие може с лекота да я подмени. Заедно с това очакването е поне преди избори тези, които искат власт, не само да обещават, а и да извършат нещо, и то в плана на възмездието. В резултат политическият процес в страната се е превърнал в съдебен, но на ужким, в „игра на стражари и апаши“ Ако не се запишеш за участие в нея, няма особен смисъл и да се регистрираш за изборите.

7. Говори непредвидимо! Отдавна никой няма търпение да слуша заучени политически фрази, които звучат като публична маска, надяната за случая. Интересът се връща едва когато тя се повдигне от експресивни изблици, персонални откровения, дори очевидни издънки. Доган сякаш първи се усети с признанието за „обръча от фирми“ Така е, защото двата големи политически разказа на прехода - социалният и антикомунистическият, не бяха удържани съответно от левите и от десните и предизборната борба стана нещо като надомно гладиаторско шоу с мачистки привкус. А вотът играе ролята на възгласи „давай“ и „у-у-у“ от страна на публиката.

8. Не си крий плановете (дали, как и с кого ще управляваш)! Това предполага избирателят да ти даде гласа си, а после да те остави сам да решиш как да го използваш. Едва ли има някой, който вече може да разчита на подобно кредитиране без гаранции. Състоянието на политическата класа в България е по-тежко и от това на КТБ. Ако партийната система беше като банковата, избирателите още щяха да се редят на опашка пред централите на управляващите.

9. Не разчитай, че екранът няма памет! Че казаното отлита. Интернет ще ти види сметката, чичко Гугъл всичко знае, той е виртуалната съвест на политиката днес. Има все по-тренирани потребители на нета, способни светкавично да те изправят срещу собствените ти думи отпреди месец, година, две... и да те залееят с гняв и присмех. Онези, които градят публичния си образ върху пластове забрава, стават собственици на политически пирамиди, заплашени да рухнат във всеки един момент.

10. Не гледай на зрителя, слушателя и читателя като на по-глупав от теб! Ако не друго, след 25 години медиен плурализъм той знае за елитите всичко, което те биха искали да не се знае за тях. Като прибавим и гражданската солидарност, родена в социалните мрежи, ще стане ясно защо все по-често нейните говорители са лидери на мнение, а не политиците. Вярно е, че това е привилегия на живота в големия град, но също е вярно, че в нашето малко, а и все още патриархално общество каналите на частното общуване са по-мощни от медийните. Посланията „от уста на уста“ нямат влияние само върху общности, които принудително си поставил в изолация или си им платил по 50 лева „на калпак“, за да гласуват, без да мислят. Което пък въобще да не ти хрумва, но този съвет няма общо с медиите, така че спирам дотук.