



Scekic, R. (2008), „Internet as a Type of Political Marketing and Promotions”, *Media dialogues / Medijski dijalozi*, Vol. 1, No. 3, pp. 39-43.

Esej (*Essay*)

dr RADENKO ŠČEKIĆ, docent  
Istorijski institut Univerziteta Crne Gore

### **INTERNET AS A TYPE OF POLITICAL MARKETING AND PROMOTIONS**

**Abstract:** *Internet is a network of most communication networks - connecting tens of thousands of interconnected networks in particular almost all countries of the world. Internet consists of a peer who can communicate with each other, it is a two-way communication over a network, the owner of the computer is able to send the same response, that the new information. On-line and internet presentations of political programs, political blogs, sites that promote the national history and culture of the ;desired perception - the achievements are already in the first decade of the new millennium and beyond have risen in Montenegro. Internet presentation of political subjects are reduced mainly to a brief presentation of history and of political parties, and mostly during the current election campaign, serving to inform the public about the program and promotion announcements.*

**Keywords:** *Internet, Political Marketing, Advertising, Site, Montenegro.*

# INTERNET KAO VID POLITIČKE PROMOCIJE I MARKETINGA

**Apstrakt:** Internet predstavlja mrežu većine komunikacionih mreža – povezuje nekoliko desetina hiljada međusobno povezanih posebnih mreža u skoro svim državama svijeta. Internet se sastoji od ravnopravnih računara koji mogu da komuniciraju jedni sa drugima, to je dvosmjerna komunikacija preko mreže, vlasnik računara je u mogućnosti da na isti način pošalje odgovor, odnosno novu informaciju. On-line i internet prezentacija političkih programa, politički blogovi, sajtovi koji afirmišu nacionalnu istoriju i kulturu u „željenoj percepciji“ – tekovina su već prve decenije novog milenijuma i kasnije su zaživjeli u Crnoj Gori. Internet prezentacije političkih subjekata se svode uglavnom na ukratko predstavljanje istorijata i programa političke stranke, i uglavnom su aktuelni tokom izborne kampanje služeći za informisanje publike o programu i najavama promocija.

**Ključne riječi:** Internet, politički marketing, propaganda, sajt, Crna Gora.

1990-ete godine su donijele ekspanziju novog, još moćnijeg medija – *Interneta*, mreže povezanih personalnih računara.<sup>1</sup> Ministarstvo odbrane SAD je 1946 je na Univerzitetu „Pensilvanija“ pustilo u rad prvi digitalni kompjuter dug 30 metara, visok oko 3 metra i težak preko 30 tona, koji je trošio preko 100 000 W električne energije i sastojao se od oko 18 000 vakumskih cijevi. (R. Fidler, 2004:138). Godine 1971. napravljeno je u kompaniji Intel integrisano kolo što je omogućilo razvoj integrisane tehnike i nastanak mikroprocesora, odnosno kompjutera na čipu. Godine 1969. počeo je sa radom ARPANET. Osamdesete godine su donijele veliku promjenu u ovoj oblasti, došlo je do razvoja malih kućnih peronalnih kompjutera i svi su oni počeli da se priključuju na ARPANET, tako da mreža više nije mogla da podnese toliko zagušenje i prati dalji razvoj tako da je do 1990. ugašen pošto je prenio većinu svojih poslova na NSFNET.

*Internet predstavlja mrežu većine komunikacionih mreža – povezuje nekoliko desetina hiljada međusobno povezanih posebnih mreža u skoro svim državama svijeta. Internet se sastoji od ravnopravnih računara koji mogu da komuniciraju jedni sa drugima, to je dvosmjerna komunikacija preko mreže, vlasnik računara je u mogućnosti*

---

1 "Ideja onoga što danas zovemo Internetom začela se sredinom 60-tih godina 20. vijeka u vojnim krugovima SAD. plašeci se da eventualni nuklearni rat može da dovede do potpunog raspada komunikacija, Ministarstvo odbrane je finansiralo projekat distribuirane računarske opreme koja bi funkcionisala i onda kada bi se pojedine veze prekinule. Posao je povjeren Upravi za napredne istraživačke projekte (ARPA koja se dans zove DARPA – dodato je D od riječi Defence – odbrana)) koja je u sastavu pomenutog ministarstva. Sa povezivanjem tri računara u Kaliforniji i jednog u državi Juuta (Utah) stvoren je arpanet – prva kompjuterska mreža. Uskoro su mnogi, prije svih univerziteti željeli da se priključe na ovu mrežu, pa je zbog rastućeg broja korisnika, a zbog lakšeg upravljanja, mreža podijeljena na dva dijela – na MILNET koji je obuhvatio vojne centre, dok je ARPANET ostao za civilne korisnike." – (Tadić, 2002, s. 231).

da na isti način pošalje odgovor, odnosno novu informaciju. Pored slanja informacija Internet je uostalom kao i svako komunikaciono sredstvo, pogodan medij za propagandnu aktivnost.<sup>2</sup> Prostor kojim putuju sve digitalne i elektronske informacije označen je kao sajbersvemir i omogućava novu vrstu ratovanja. To je kompjuterski rat koji se ogleda u upadu u kompjuterski sistem neke organizacije, institucije ili kompanije u cilju prikupljanja određenih podataka, jer saznavanje i korišćenje informacija daje suštinsku moć u eri informatike.

Drugi vid ovoga ratovanja je uništavanje i prekid informacionih i komunikacionih sistema jedne zemlje i kao poseban vid, javlja se rat kompjuterskih mreža koji je usmjeren na javnost i elitu u cilju rušenja povjerenja građana u medije, društvo i vrijednosti u cjelini. Ova vrsta rata je jeftinija u poređenju sa konvencionalnim i razlikuje se od dosadašnjih oblika sukoba, jer nisu potrebna velika finansijska ulaganja, jer je u osnovi dovoljan kompjuter koji je priključen na internet, kao i stručnost i domišljatost. Granice rata nisu vidljive, cilj su vojna postrojenja povezana na mrežu, elektrane, naftovodi, željeznički i avio saobraćaj, telefonske mreže i sl. Što je zemlja tehnološki naprednija – to je više izložena i ranjivija u slučaju sajber rata. Ono što dodatno otežava situaciju, to je jedinstvena komunikaciona mreža koja se koristi. Radio i TV stanice o kojima je bilo riječi predstavljaju danas zastarjele oblike propagande i informisanja.

Iako su pojedini kandidati za pojedine političke funkcije u SAD već 1994. postavili Web stranice, kao početak većeg korišćenja tog novog oblika političke komunikacije uzima se 1996. i završna rečenica u TV debati demokratskog kandidata za potpredsjednika, Boba Dola, usmjerena mlađim biračima – *“Tražim vašu podršku. Tražim vašu pomoć, i ako stvarno želite uključiti se u kampanju, dođite na moju Web stranicu [www.dolekemp96.org](http://www.dolekemp96.org).”* Neposredno nakon emisije, njegova stranica je zabilježila više od 2 miliona posjeta. Iste te godine 50 miliona birača je posjetilo Web stranice CNN-a kako bi saznali izborne rezultate. (I.Šiber, 1998 : 29 ) Prema mišljenju Manuela Kastelsa, *nastaje nova civilizacijska tvorevina – dualni grad, koji sa jedne strane, odlikuje stvaranje kosmopolitske elite koja je funkcionalno, ekonomski i kulturno u dnevnom dodiru sa čitavim svijetom i lokalnih zajednica, na drugoj strani, koje se u okviru svojih lokalnih identiteta suprostavljaju tome. i jedan i drugi grad podjednako živi i stvarni i svako od nas živi na razmeđi jednog i drugog – pripadajući im istovremeno u većoj ili manjoj mjeri.* (M.Radojković,2004 : 9).

---

2 Značaj interneta je razmatrao Čarls Svit iz Odjeljenja za specijalne operacije i konflikte niskog intenziteta pri Američkom ministarstvu odbrane, i to u svojoj studiji iz 1995. On razmatra mogućnosti interneta u pogledu ostvarivanja interesa njegove zemlje i značaja za strategiju i odbranu: *“... internet može olakšati mnoge operacije i akcionosti Ministarstva odbrane. ... Informacije se mogu odaslati preko interneta grupama koje su nam simpatične, a koje operišu u politički nestabilnim oblastima, što im omogućava da vode operacije sami – operacije zbog kojih bi smo mi inače morali da pošaljemo sopstvene specijalne snage da bi to izveli... Kao ilustraciju uzmimo primjer djelovanja Zapatista, pobunjenika plemena Čjapas na jugu Meksika, koji su svojim predstavljanjem na internetu obezbijedili širu međunarodnu podršku. Takođe treba spomenuti djelovanje raznih ljevičarskih i desničarskih grupa o organizacija koje svojim porukama i debatama utiču na javno mnjenje.”* – (prema: Tadić, 2002, s. 235).

On-line i internet prezentacija političkih programa, politički blogovi, sajtovi koji afirmišu nacionalnu istoriju i kulturu u „željenoj percepciji“ – tekovina su već prve decenije novog milenijuma i kasnije su zaživjeli u Crnoj Gori. Internet prezentacije političkih subjekata se svode uglavnom na ukratko predstavljanje istorijata i programa političke stranke, i uglavnom su aktuelni tokom izborne kampanje služeći za informisanje publike o programu i najavama promocija. Tako npr. Pokret za promjene na svojoj internet prezentaciji [www.promjene.org](http://www.promjene.org) prikazuje aktuelne aktivnosti partije, fokusirajući se na borbu protiv korupcije u državi. Osnovana po uzoru na G 17+ u Srbiji, u partijskom diskursu dominantne su ekonomske teme i pitanja. Sama naslovna strana sajta je upotpunjena fotografijom na kojoj su jedno pored drugog prikazani stari spomenik u vidu zvonika ili kule i savremeni repetitor mobilne telefonije a što bi trebalo da simbolizuje i asocira posjetioce na spoj tradicionalnosti i modernog duha preduzetništva i blagostanja.

Takođe je uočljiv link na popularnu društvenu grupu facebook.com na kojoj lider partije N. Medojević ima svoju ličnu prezentaciju i profil sa oko 5.000 prijatelja. I vladajuća stranka DPS ima kreirane web prezentacije, [www.dpscg.org](http://www.dpscg.org), [www.sigurno.me](http://www.sigurno.me), ali je njihova odlika da se rijetko ažuriraju ili ne funkcionišu, što dovodi do zaključka da ova partija ne pridaje previše važnosti ovom vidu promocije, fokusirajući se više na interpersonalnu komunikaciju, televiziju i štampu. Za razliku od njih, druga članica vladajuće koalicije posvećuje mnogo više pažnje redovnom ažuriranju svoga sajta. Tako Socijal-demokratska partija Crne Gore na [www.sdp.co.me](http://www.sdp.co.me) prikazuje aktivnosti partije, kako na unutrašnjem planu, tako i na planu međunarodne saradnje, dajući fokus na zaštiti i promovisanje crnogorskih nacionalnih posebnosti, kao i jasnu prvrženost NATO i EU integracijama. Internet prezentacija je upotpunjena foto i video galerijom sa konferencija za štampu i partijskih skupova.

Posebni linkovi upućuju na sastave opštinskih odbora partije, omladinu SDP-a, forum žena SDP-a, kao i na facebook prezentaciju partije. Sajt Socijalističke narodne partije [www.snp.co.me](http://www.snp.co.me) i [www.srdjanmilic.com](http://www.srdjanmilic.com) sadrži između ostalog informacije o aktivnostima partije, organizacija, klubovi odbornika i poslanika, klubovi mladih, foto, audio i video galeriju. U posebnom odjeljku pod nazivom Dokumenti dati su Ustav Crne Gore, Bijela knjiga – Referendum 2006., Prostorni plan Crne Gore i dr. U zaglavlju stoji natpis „Snaga ljubavi“ pored zastave EU, a i brojni linkovi i dokumenti apostrofiraju privrženost evropskim integracijama. Sajt Nove srpske demokratije (partije nastale iz nekadašnje Srpske liste i Srpske narodne stranke) [www.nova.org.me](http://www.nova.org.me) sadrži podatke o aktivnostima i organizaciji partije, partijskim dokumentima, klubu poslanika. Sav je u ćirilicom pismu, a poseban link upućuje na facebook profil stranke. Bošnjačka stranka Crne Gore na svojoj internet prezentaciji [www.bosnjackastranka.org](http://www.bosnjackastranka.org) daje istorijat, ciljeve i organizaciju stranke. Osim toga dat je program i statut partije, predstavljen klub poslanika a poseban link upućuje na facebook profil stranke. Hrvatska građanska inicijativa na [www.hgi.co.me](http://www.hgi.co.me) u prezentaciji svoje partije daje podatke o aktivnostima, organizaciji, statutu i spisku članova. Sajt je dekorisan nacionalnim obilježjem šahovnicom u crvenoj, plavoj i bijeloj boji.

Liberalna partija Crne Gore (proizašla iz nekadašnjeg LSCG-a) na svome sajtu [www.lpcg.org](http://www.lpcg.org) daje program, statut i aktivnosti partije. Data je i galerija slika a zaglavljje sajta je upotpunjeno crnogorskom zastavom i grbom. I Narodna stranka Crne Gore ima kreiranu internet prezentaciju na [www.narodnastranka.com](http://www.narodnastranka.com). Sajt je u ćirilicom pismu i osim aktivnosti, organizacije partije i foto galerije daje istorijat i povezanost savremene stranke sa Narodnom strankom iz 1906. godine.

Kao zanimljiv i neobičan način promocije predsjednika jedne partije treba izdvojiti Facebook party (februar 2009.godine) Srđana Milića, predsjednika opozicione SNP. Naime, Milić je pozvao sve svoje prijatelje sa društvene mreže facebook.com na kojoj ima kreiran lični profil na druženje uz muziku u restoranu. Očigledno je bila želja inicijatora da se ovim i sličnim potezima SNP predstavi kao moderna evropska stranka. Sličnu funkciju imaju i novogodišnji kokteli, jubileji i stranačke slave.

### REFERENCES (Literatura)

- Tadić, M. (2002), *Osnovi međunarodne propagande*, BINA, Beograd.  
Radojković M., Đorđević, T. (2004), *Osnove komunikologije*, FPN, Čigoja, Beograd.  
Šiber I. (1998), *Osnove političke psihologije*, Politička kultura, Zagreb.  
Fidler, R. (2004), *Mediamorphosis*, Clio, Beograd.

[www.dpsc.org](http://www.dpsc.org)

[www.sdp.co.me](http://www.sdp.co.me)

[www.snp.co.me](http://www.snp.co.me)

[www.lscg.org](http://www.lscg.org)

[www.narodnastranka.com](http://www.narodnastranka.com)

[www.hgi.co.me](http://www.hgi.co.me)