

NEKONEČNÝ PŘÍBĚH KAMPANÍ



POL505: TEORIE A KONCEPTY POLITICKÉHO MARKETINGU

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



POTŘEBA BUDO VAT STRANU JAKO ZNAČKU

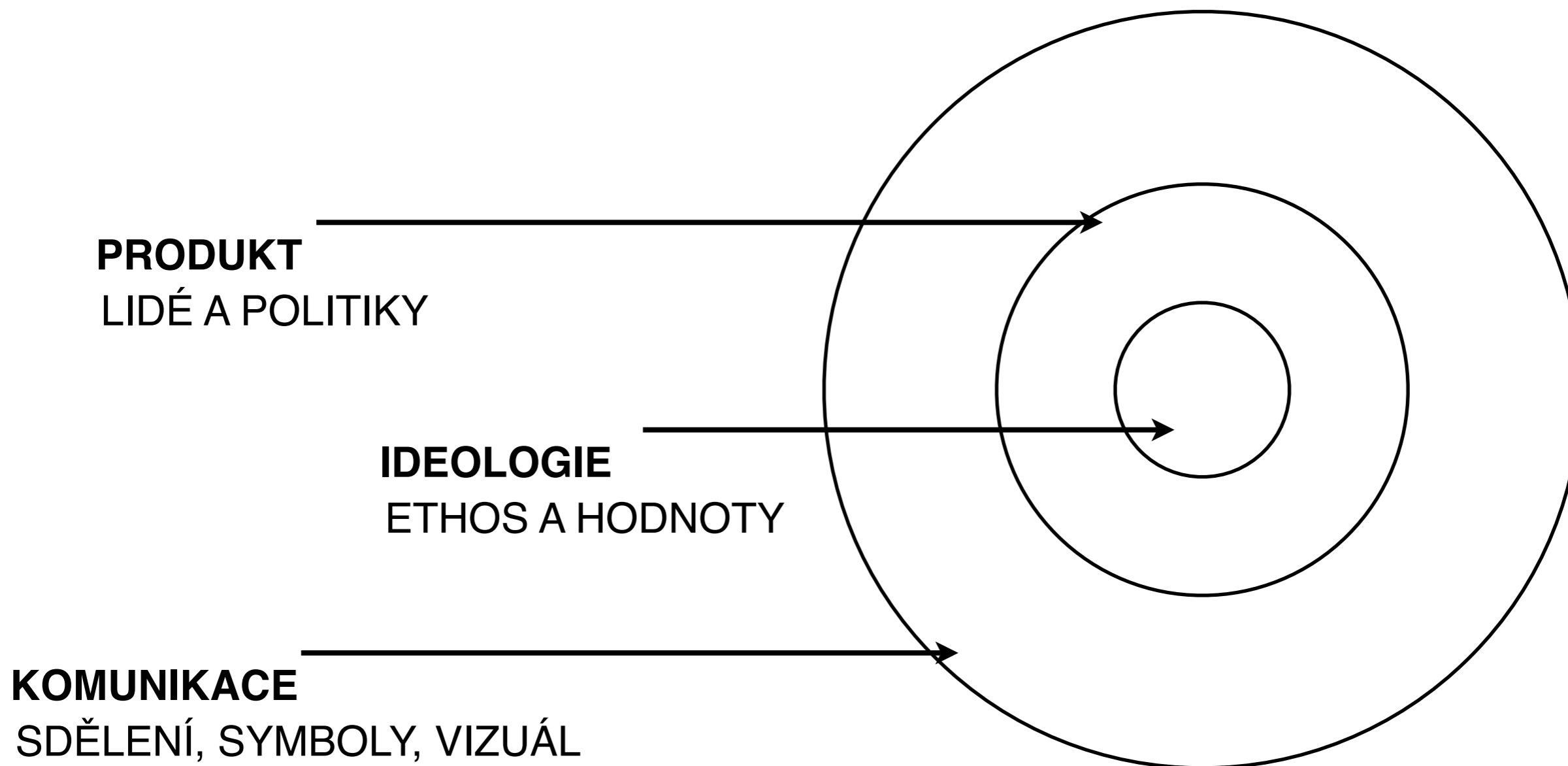
**“pokud nepřijdete s příběhem sami,
nějaký zatracený novinář si ho
vymyslí...”**

(John Chen, konzultant, Clinton. 2003)

**KOMUNIKACE MUSÍ
BÝT POZITIVNÍ A
KONZISTENTNÍ**

- IMAGE LEADRA
- IMAGE STRANY
- MYŠLENKY A VÍRA
- POLITIKY
- KOMUNIKACE

POTŘEBA BUDOVAT STRANU JAKO ZNAČKU



PERMANENTNÍ KAMPAŇ

- dostát volebním slibům je málo
- potřeba neustálé komunikace
(co strana dělá, proč to dělá a kde a jak to)

“je třeba voličům

posílat konstantní signály,

“vládnutí se souhlasem
veřejnosti si žádá



PATRICK CADDELL

PERMANENTNÍ KAMPAŇ

- dostát volebním slibům je málo
- potřeba neustálé komunikace

(... a kde a jak to

“je třeba vědět, kdo
jsi - jestli to nevíš,

“je třeba voličům

... signály,

“vládnutí se souhlasem
veřejnosti si žádá



MICHAEL DEAVER



PATRICK CADDELL

PERMANENTNÍ KAMPAŇ

- dostát volebním slibům je málo
- potřeba neustálé komunikace

(... a kde a jak to

“je třeba vědět, kdo jsi - jestli to nevíš,

“je třeba voličům

... signály,

“vládnutí se souhlasem veřejnosti si žádá

“je třeba vědět, co chceš říst a uvědomit si, že sdělení je třeba stále opakovat”



MICHAEL DEAVER



PATRICK CADDELL

od každého, kdo chce zůstat v úřadu, je prozíravé, aby chápal svůj nástupní projev po volbách jako zahajovací řeč k dalším volbám



SIDNEY BLUMENTHAL

1980
PERMANENTNÍ KAMPAŇ
KOMBINACE VYTVÁŘENÍ IMAGE A
STRATEGICKÉ KALKULACE;
VLÁDNUTÍ = PROCES/NÁSTROJ K
ZAJIŠTĚNÍ VEŘEJNÉ PODPORY PRO
ZVOLENÉ ZÁSTUPCE

od každého, kdo chce zůstat v úřadu, je prozíravé, aby chápal svůj nástupní projev po volbách jako zahajovací řeč k dalším volbám



SIDNEY BLUMENTHAL

1980
PERMANENTNÍ KAMPAŇ
KOMBINACE VYTVÁŘENÍ IMAGE A
STRATEGICKÉ KALKULACE;
VLÁDNUTÍ = PROCES/NÁSTROJ K
ZA UŠTĚNÍ VEŘEJNÉ PODPORY PRO

**“vedení kampaně (campaigning) je
politická ideologie dnešních dnů”**

HUGH HECCLO

PK je zcela něco jiného než neustálá potřeba vlády získávat podporu veřejnosti;

každý den = volební den

takový způsob vedení kampaně usiluje o manipulaci zdrojů veřejného souhlasu k tomu, aby se mohlo vládnout

HUGH HECLO

- slabé politické strany
- systém politiky zájmových skupin
- moderní komunikační technologie
- vyspělé techniky volebních profesionálů
- obrovská finanční náročnost
- sázky na “aktivistickou vládu”

absence ideologického základu

prostá orientace na průzkumy

riziko (pro) pro stranické odbočky -
nechuť k unifikaci a distribuci
sdělení např. na nižších úrovních

krátkodobost - vládnutí jako série
minikampaní

reklamní charakter - strany soupeří
o agendu

politická komunikace = propaganda

DĚKUJI ZA POZORNOST



Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.

