

Jak se staví sen politického marketingu a proč se z něho po kratší, či delší době vždycky s kocovinou probudíme?

litterate.cz/jak-se-stavi-sen-politického-marketingu-a-proc-se-z-neho-po-kratsi-ci-delsi-dobe-vzdycky-s-kocovinou-probudime

Jana Marková

22 června, 2023

No proto, že když na něco někdo nemá, tak na to nemá a je jedno, za jakou fasádu ho marketéři schovají. Ať už hezky je blondátá, a nebo třeba důstojně vousatá.



V podstatě je to jednoduché, z televize má každý z nás asi v paměti nějaký ten teleshopping, ať už s Chuckem Norrisem, nebo s Horstem Fuchsem, nebo jen samostatnou matrací s polštářem zdarma. Celý ten většinou příšerně dlouhý spot je až ikonické vychvalování a opěvování výrobku. Už nemáte dál zkoumat výhody a nevýhody, už nemáte být jen vteřinu uvažovat nad tím, že by existovalo něco podobného, nedejbože lepšího. Dost dobře to funguje, jinak by to nedělali.

Stejně je to s tím politickým. Také vám je představen kandidát, který je téměř dokonalý, vystajlovaný, naleštěný a hlavně slušný a důstojný. To je totiž teď v kurzu. Prodají vám značku ideál. Teď se ovšem dostáváme k tomu zásadnímu a hlavnímu, a to je rozdíl mezi představeným výrobkem/politikem a realitou. V realitě se obvykle začne zásadně rozcházet to, co vám připravili PR specialisté a marketéři a tím, co poté občan a volič vidí. Mívá to ještě nějakou setrvačnost a malý předstupeň, což je v případě politického teleshoppingu úspěšné zvolení kandidáta. To je chvíle, kdy ještě narázu s realitou předchází krátká euforie a nadšení.

Poté přichází to tvrdé setkání se skutečností, a mnohdy velké zklamání, někdy až naštvaní, případně popírání reality toho co vidím a toho, co bych vidět chtěl. Přiznat si, že člověk naletěl není úplně snadné. Někdo to nedokáže nikdy. Proč o tom píšu zrovna teď? Protože poté, co prezidentka Slovenska oznámila, že nebude znovu kandidovat, všichni naši vládní politici to řádně už druhý den oplakávají a pějí na ní ódy. Čaputová nám ve strašně smutně, až tragicky podaném projevu řekla, že už nemá sílu na to jít dál a bojovat. To je zase ta marketingová část, kdy to v podstatě vůbec není její chyba, ale chyba všech okolo. Ideálně nás, co jsme nekriticky nejásali.

Pro konečné pochopení si dovolím použít přirovnání z dostihového prostředí. Její poradci prostě velmi dobře pochopili, že jejich kůň favorit prostě kulhá na obě nohy, a účast v dostihu by znamenala neúspěch, nebo dokonce smrt (politickou samozřejmě). A tak milé Zuzance naordinovali srdceryvný projev o tom, jak už to chudák holka nedává (proč se mi pořád vybavuje Mečiar a jeho neublížil som). 😊 Takže paní Zuzana měla sice krásně udělaný obrázek, ale naprosto nulové politické zkušenosti a tak si naší teleshoppingovou hvězdu političtí matadoři postupem času namazali na chleba.

V krizových a důležitých momentech selhala a neprojevila se jako rozhodná osobnost, další negativní body si připsala, když sice přijala demisi kabinetu současné vlády, ale místo rychlých předčasných

voleb zvolila formu dlouhé agónie dočasné úřednické vlády. Jen aby náhodou snad nezvítězil ten ošklivý Fico, to by tak hrálo, chovat se demokraticky zkutečně, a ne jenom jako. Zadání přišlo zřejmě jasné. Přitom čím déle toto provizorium bude trvat, tím víc to bude paradoxně nahrávat právě Ficovi a taky Pellegrinimu a samozřejmě také černému koni voleb hnutí Republika, vedené Milanem Uhríkem.

Teleshopping ať už televizní nebo politický, je prostě pořád jen o tom, že je lidem přestavena Potěmkinova vesnice, která navenek vypadá hezky, ale uvnitř může být zkažená, nebo prázdná. Takže nezapomínejme, že našemu prezidentovi dopomáhal k úspěchu ten stejný tým. Jim nezáleží ani na nás, ale ani na tom prezidentovi. Ten bývá po srdceryvném projevu postě nahrazen jiným koněm a uklizen někam, kde ideálně není moc vidět. Škody které napáchal, ovšem mohou být naprosto zásadní.