

**Clark Curtis:**

Koliki ti izazov predstavlja to što znaš da je publika tako raznolika u svakom gradu u koji odete da održite predizborni skup? Moraš li promijeniti svoju poruku u skladu sa kontekstom, ili se držiš onoga što i inače radite s nadom da će biti prihvaćeno?

**Mirsad Hadžikadić:**

To je odlično pitanje. Poruka je uglavnom ista, i ja samo koristim drugačije primjere. Koristim primjere iz lokalne ekonomije i ono što predstavlja lokalne izazove. Međutim, ključna poruka je ista. Svaki grad je drugačiji, naravno, i drugačije su religije i distribucija nacionalnosti i religija, kao i distribucija članstva u raznim političkim organizacijama. Ali na kraju krajeva, to su ljudi. Ponekad je razlika u tome koliko dugo im treba da se otvore i počnu primati informacije. Na početku je to uglavnom radoznalost a pri sredini događaja oni primijete da je ovo drugačije, i onda vidite da se gestikulacija i govor tijela ljudi mijenjaju, oči se rašire, više se smiješe, počnu kimati glavom. Pred kraj vidite da je došlo do promjene stava, i tačno vidite koliko njih će postati aktivisti. Oni drugačije govore, dođu da se fotografišu, razmjenjuju informacije, nude pomoć, i obično oko 20% ljudi odu kući kao novi aktivisti. Dakle, dobro je.

**Clark Curtis:**

U svjetlu reakcije u nekim od tih mjesta o kojima si govorio, lampica se upali kod nekih od tih ljudi s kojima nikad ranije nisi razgovarao, i u kratkom ciklusu predizborne kampanje (mada znam da to ima i prednosti), kad naiđeš na takve reakcije, da li poželiš da imaš više vremena da naglasiš svoju poruku?

**Mirsad Hadžikadić:**

Da, volio bih da imam više prilika da razgovaram s tim ljudima. Obično ti skupovi i tribine traju oko dva sata, i u nekom trenutku znate da ljudi moraju da idu kući i da će oni zaboraviti uzbuđenje ako nešto potraje predugo, pa pokušavam da ti događaji ne traju preko dva sata, iako bih mogao pričati i malo više. Obično bude još pola sata razgovora sa pojedincima, koji žele da se fotografišu ali i da mi kažu nešto što nisu željeli reći pred svima. Ponekad su to ljudi koji bi voljeli da mi kažu vlastiti stav o raznim temama.

**Clark Curtis:**

Ima li još neki način mjerenja kakav je prijem osim da tvoj tim bude prisutan, ili jednostavno morate da budete prisutni tu?

**Mirsad Hadžikadić:**

Način na koji mjerimo reakcije je putem društvenih medija. Mi najavimo svaki događaj, i onda gledamo koliko ljudi je pogledalo, podijelilo i označilo da im se sviđa ta najava. Sama činjenica da su se ostala trojica prepala i nisu se pojavili je glasno odjeknula u državnim medijima. To nam je išlo u korist, i mi smo ih nazvali kukavicama. Dakle, to nam je dalo mnogo pažnje medija. Druga stvar je to što je jako mali broj negativnih reakcija. Naši sljedbenici u velikim brojkama

šalju čestitke i kažu kako je sjajno bilo, označavaju da im se događaj svidio ili dijele objave, pristižu novi zahtjevi za prijateljstva i onda vidimo da imamo nove sljedbenike. Ovaj put je bilo čak i više toga nego inače, što znači da je bilo dobro prihvaćeno. Nisam pregledao druga mjesta da vidim šta kažu o drugoj dvojici kandidata, ali moj tim je pregledao državne portale i druge elektronske oblike državnih medija, gdje zaista nije bilo dosta negativnih reakcija, a i to što je bilo su uglavnom pisali oni koji nisu prisustvovali događaju. Mnogi su izrazili mišljenje da sam ja taj koji je na neki način pobijedio, a da su se ostala trojica koji se nisu pojavili bojali mene a ne druge dvojice. Dakle, to jedini način: da mjerimo i razumijemo šta društveni mediji kažu odnosno šta ljudi kažu u komentarima o informacijama objavljenim o događaju ili o samom snimku događaja.