

USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

**AMERICAN UNIVERSITY OF CENTRAL ASIA**

This thesis is submitted to fulfill partial requirements for Bachelor of Arts degree at the  
department of Journalism and Mass Communication

**ANALYSIS OF PROPAGANDA TECHNIQUES USED IN POLITICAL CAMPAIGN  
VIDEOS BY RUNNERS TO BISHKEK CITY COUNCIL IN 2012**

By Indira Enterieva

Thesis supervisor: Dinara Akhmatbekova

**ACKNOWLEDGMENTS**

I would like to express my gratitude to all Journalism and Mass Communications staff,  
especially to Elena Skochilo for her help and support.

I am grateful to my supervisor Dinara Akhmatbekova for her time, maintenance and tremendous  
support.

I want to thank all respondents for their great contribution into this research.

I would like to thank AUCA for great knowledge and people who study and work here.

And I want to thank my family for everything.

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

### LIST OF TABLES:

|   |       |
|---|-------|
| Table 1 Propaganda Techniques'presence  | 43    |
| Table 2 Summary of interview responds   | 44-46 |
| Table 3 Summary of overall impressions to videos based on age differences of interviewees         | 46    |
| Table 4 Summary of overall impressions to videos based on nationality differences of interviewees | 47    |
| Table 5 Summary of overall impressions to videos based on gender differences of interviewees      | 48    |

**LIST OF FIGURES**

|   |    |
|---|----|
| Figure1. Screenshot from political advertising video of <i>Adiletuu</i> party                             | 21 |
| Figure2. Screenshot from political advertising video of <i>Asman Ala-Too</i> party                        | 24 |
| Figure3. Screenshot from political advertising video of <i>Zamandash</i> party                            | 27 |
| Figure4. Screenshot from political advertising video of <i>Stolitza</i> party                             | 29 |
| Figure5. Screenshot from political advertising video of <i>Ak-Shumkar</i> party                           | 32 |
| Figure6. Screenshot from political advertising video of <i>Jasha “For life without barriers”</i><br>party | 34 |
| Figure7. Screenshot from political advertising video of <i>Ar-Namys</i> party                             | 38 |
| Figure8. Screenshot from political advertising video of <i>Respublika</i> party                           | 40 |

**TABLE OF CONTENTS**

Abstract.....5

Introduction.....6

Literature Review.....8

Research Methods and Research Questions.....18

- Content Analysis.....18
- Interview.....19
- Research Questions.....20

Analysis .....21

Conclusions and  
discussions.....56

Limitations.....59

References.....60

Appendix.....63

**ABSTRACT**

Over the past few years political advertising has become ever-present and widespread in Kyrgyzstan. To succeed Kyrgyz politicians hire advertising specialists, who in turn use different manipulative tools in order to make political messages more influential. Propaganda tools are one of the best world-known techniques that manipulate people's minds, making them act and think the way that is necessary for manipulators. Further research is dedicated to the analysis of political campaign videos produced by runners to Bishkek City Council in 2012. Analysis of content on its propaganda's presence, interview with people of different ages, gender, and nationality helped to determine the tendencies that prevail on the Kyrgyz political market, effectiveness of those advertising approaches and finally, what should be avoided and done in order to make advertising more successful.

## INTRODUCTION

Advertising has been known one of the important parts of people's lives for quite a long ago. Advertising follow us everywhere and every time. It forms our opinions and views, and this way has an influence on our lives.

At the same time with commercial advertising, political advertising increasingly becomes important and omnipresent. It affects our political views and motivates to give votes for one or another political party or politician. Thus, we decide who is going to rule our country and what our country will be.

Nowadays people tend to rarely believe politicians. It has been a long time since they had absolute credibility in society. There is a tendency to decrease of belief and trust to the politicians' promises. According to preliminary research and observations there is a tendency to perceive Kyrgyz politicians as negative. Many Kyrgyz observers have noted the low electorate activity of society.

During political campaigns Kyrgyz politicians tend to hire services of advertising and PR-specialists both from local and international advertising and PR-companies. These people know how to attract attention and how to make more sales. Their knowledge is necessary in order to make political campaigns successful. Media practitioners can make messages more influential and powerful, using different psychological manipulative tricks and appealing to human's emotions.

Propaganda has always been famous for its successful manipulation tools. It is an ideal technique of programming ideas and moods, to make think and act in a specific way. It convinces people to follow a specific way of thinking that is necessary for manipulators.

This research is dedicated to the detection of propaganda techniques, main features of and tendencies in the Kyrgyz political advertising, and also detection on its influence on electorate during agitation period to Bishkek City Council in 2012. This work is based on

political agitation videos of eight different parties that were placed in the Kyrgyz internet during the pre-election period from September to November 2012.

The research is based on the analysis of propaganda presence, structure of video, slogans, text of videos as a whole, plots, musical background, images, emotional and logical structure of scenarios and texts, and cultural features presented in political videos.

The main purpose of analysis is to identify propaganda techniques, to determine which trends prevail in Kyrgyz political commercials, to find out how electorate react to videos and, finally, what should be improved in political advertising in order to make it more efficient.

Discrepancy of political advertising is very relevant in the Kyrgyz political market. There is a gap between the theory and practice, between how politicians present information and how people perceive that information. This research will help both politicians and audience. The first could learn their mistakes. The latter could learn to not perceive information emotionally, but to think rationally while voting.



**LITERATURE REVIEW**

It is hard to imagine the world without advertising. It has not been a long time since advertising became an essential part of our everyday life. It affects almost all spheres of human life. Modern advertising is complex and diverse. It has had a rich history and underwent many changes. During its own history advertising dynamically transformed in accordance with human living, social, economic, cultural, scientific and political conditions. It was a simple signboard on the doors of an old tavern. Then it turned into was a mass propaganda tool.

Today advertising is a power that uses significant amount of material and intellectual resources. Modern advertising affects social, economic, educational, political, esthetic and psychological spheres. There are many and various definitions of advertising. There were many arguments about the most complete and accurate definitions. Each innovation in communication has been used in advertising, and in some way, each has changed the advertising. (Richards, Curron, 2002). Press, radio, television, Internet with its own inventions play significant role in formation of advertising in the form it appears today.

According to Bovee and Arens, (1992) “advertising is the non personal communication of information usually paid and usually persuasive in nature about products, services or ideas by identified sponsors through the various media”. (Bovee and Arens, 1992). This is a very capacious and strong definition, but we should take into account that advertising touches upon not only “products, services or ideas”, but also people. Oftentimes advertising is used in order to advertise people, and to stimulate audience to prefer concrete individuals. In other words not only products, but also people can be the object of advertising.

Shepilova(2010) in her article “*Advertising in Mass Media: Principles of Classification*” brings three type of advertising that differ from each other with concept. There are commercial, political and social types. Political advertising has its specific features: it aims to create popularity of some political leaders, parties and their ideas (Shepilova, 2010). Political activity is

a reflection of goals and interests of the whole society. But without media tools neither politicians, nor society could communicate with each other.

Media plays a significant role in society. Media is important due to its informational functions. Our generation lives in a time of information domination. Information itself is not the same as information transference. Media controls not only information, but also the way information is delivered to society and how society perceives certain events. The truth is that media rarely gives absolutely truthful messages, this especially applies to advertisers. According to Filimonov's article (2004) "*Comparative analysis of political and commercial advertising*" advertising never gives comprehensive information about a particular product, service or candidate, because it contradicts with the information presentment's principle in advertising- a law of informational selection. Any advertising consists of only definite information, which, as a rule, is about in why certain products, services, or candidates are better than others.

In this way both politics and media form public opinion. During pre-election campaigns their activity increases. The main function of activity is pre-election agitation and political advertising.

Political advertising is not a new phenomenon, as many people can think. It also has a very long and deep history that starts from ancient times. Back then people also needed to share information with each other, to be informed about news, and, to keep up the changes. At first information spread only verbally. People did not have any communication technologies, except writing, which also was a prerogative of high society. Majority of society was illiterate.

Vinnichuk (1988) in his *People, Morals and Traditions of Ancient Greece and Rome* tells about special institute of town criers that ancient states organized. First state was Ancient Egypt. Then ancient Greeks, Rome, Jews adopted profession of town criers. The main function of town criers was informing people on a daily basis. Oftentimes it was political advertising. They cried out news about states' rulers, foreign countries visitors etc. Town criers performed very important functions. That is why they were very valuable and enjoyed respect in society. In

ancient times profession of town criers considered to be under special protection of Gods, and therefore sacrosanct. No one dared to attack them. Profession passed from father to son. (Vinnichuk, 1988).

Since then many years have passed. But the institute of town criers brought great influence in formation of advertising and communication. Aside from crying out news, they developed a whole system of advertising tools: gestures, mimics, visual and verbal techniques, that attracted audience and provided a basis of modern political advertising.

Political advertising is a structure with a complex mechanism. During pre-election campaigns it becomes the most active. According to the Kyrgyz Republic Law “On election of deputies of the local councils of 2011, pre-election campaign is an activity of Kyrgyz Republic’s citizens, authorized representatives and agents of political candidates, political parties and groups of voters in the preparation and distribution of information during the election campaign, with the aim to encourage or motivate voters to vote for certain candidates (lists of candidates) or against them.

Along with inducing people to vote for a certain candidate or party, political advertising is aimed at controlling audience’s political behavior and forming advantageous political views and opinions as well.

Filimonov Aleksandr (2004) in his article where he compares political and commercial advertising reminds advertising formula AIDA (Attention, Information, Definition, Action) and claims that this formula is absolutely applicable to political advertising.

Attention: is the first part in process. Advertisers and media workers do their best in order to attract the attention of audience. Interest is almost a half of success.

Information: is distribution information about advertising object. It has to be structured in accordance with political advertising limitations that will be discussed further. Information step is very important. Information has to look believable, to be understandable and catchy. At last, information has to lead to next component of AIDA formula.

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

Definition: advertising has to be definite. It has to be unforgettable. It has to be logic, touching, emotional. If advertising becomes a personal value for a person's mind or soul it will motivate to an action.

Action: buying a product, voting for a candidate etc

If we apply this formula cited above to any pre-election campaign, a sequence of components should be as shown below:

- 1- Creating first enthusiasm to political object
- 2- Demonstrating one's politician's advantages over another
- 3- Making a memorable emotional image
- 4- Persuading to vote

Usually pre-election period makes all political performance activate and direct all efforts, money and time to advertising. In order to succeed and to win elections, politicians use all opportunities and technologies, which are many, that modern media provides.

Politicians rarely ignore any of these: press, television, radio, banners, brochures, posters, Internet. All these types of media are different from each other.

The most common and early kind of media is press. It is also considered to be one of the cheapest from the financial side of pre-election agitation. Despite new opportunities that modern technologies provide press advertising is still popular due to its benefits. Information in press is always available, while television and radio are not. Written media messages are not irritating. Yet while reading, a person is not able to do other things. Placing an information in newspaper, journal, magazine etc, let make a message most informative and volume. A content of article may provide the complete information about politician, political party and their agitation campaign.

Radio is another more or less cost-effective kind of media that enjoys popularity during election period. It may seem to be easy to make radio commercial. There is no need in filming

and actors, but text, sounds and music should be mixed professionally in order to achieve the goals of advertisement. Plus, while listening to the radio, people can do other things.

Outdoor advertising: banners, brochures, posters. A distinguishing feature of outdoor advertising is that it has the broadest coverage of audience. People cannot hide from outdoor media, as during pre-election period cities are full of images of politicians, parties and calls to vote. Simply, when people go outside to the street, they meet with advertising messages. But banners, brochures or posters convey very brief information. Their goal is not to inform, but to remind.

Television or video advertising holds a special place in political advertising. It is a unique kind of advertising that does not have any specific function- video advertising attracts attention, informs about product, service or political object, and is excellent to remember. Television has wider audience than newspaper or magazine has. A frequent repetition of information can be compared with only billboards (Filimonov, 2004).

It should be taken into account that television advertising contains not only text, but also images, music and sounds that make TV commercials the most effective and persuasive. In other words it has radio's, press's and pictorial media's advantages. That is why it has great opportunity to hold and control audience's minds. Television performs different methods and psychological techniques that help political advertising to achieve wondered results. For example, images allure the minds of the audience.. They are easy to get and to understand.

Basic significant thing in political videos is the language of advertising. Political language is an important component in politics. Political language is regulated by many other social adjustments, for example juridical. It must not contain any hints connected with national, rational, ethnic or gender differences. It should not infringe any human's rights. Political language has to be serious, laconic and thoughtful. Usually it has a form of official speech, therefore language should not contain any humor or sarcasm, or it is has to appear nicely and

wisely. In other case, jokes will lead to disrespect or discredit of political leader's or political party's authority.

During pre-election period political videos usually acquire entertaining character, using interesting plots, colorful shots, and splashy phrases. But language is never becomes vernacular. Video's heroes always speak correctly.

Kara- Murza (2000) in his *Manipulation of Consciousness* tells about change in political language. "Politician can speaks for hours, but it is impossible to repeat the main ideas of his speech" (Kara- Murza, 2000).

Tony Shwartz, creator of very popular political television advertising in 1964 known as "The Little Girl and the Daisy" wrote, "The question of truth is largely irrelevant when dealing with the electronic media. The best political commercials are like Rorschach patterns. They do not tell the viewer anything. They surface his feelings and provide a context for him to express those feelings." (as sited in Hiebert, 1994)

Linguistic tools that are often used are intentional complexity of language, creation of ambivalent wording, reticence of some information, strengthening and weakening of the different meanings, abuse of foreign words, words in quotation marks, propaganda techniques, tonal color, people that are bad orators (leads to discredit of ideas), parodies, blurred presentation of information, general slogans. (Kutyavina, 2002).

This is to say about language. Another very important instrument that is usually used in order to influence people is music. In political videos music is always used on the background, but it also ensures the result. Brown and Volgsten (2006) in their book "*Music and Manipulation: On the social uses and social control of music*" assert that music has crucial efficacy in influencing on the behavior of individuals and even whole group. Music being on of the most important forms of human communication is a great tool of manipulation due to its unique qualities. It does not have any boundaries that language or other cultural aspects have. It

is a language that everybody understands and speaks. Sounds enter people's souls and minds and produce emotions.

But, besides emotions and feelings, music becomes a manipulation device. It happens, when music placed in conjunction with an intellectual message, adding new and powerful dimension to it. The aim of music is "to fortify emotional experience" and "to generate a desire for a given product, service or ideology". (Brown, Volgtsen, 2006). These are the tools that are widely used in all areas of our live business, sports, leisure time, rest, advertising, religion etc. Music is a component of politics. During political campaigns music is also helps to attract electorates and call a desire for a given media political product.

In this way, political advertising, in fact, is a complex of different tactics and tools that easily enters into and manipulates people's minds.

Nikitina(2006) in her *Political Mass Media Discourse* says that the politic' s intentionality, mass orientation, national- cultural specifics, ideology, informational content and subjectivity create necessary conditions for manipulation of social consciousness. This way political discourse has all opportunities to control people's consciousness and audience's relation in a way that is needed.

Manipulation of consciousness is programming opinions and aspirations of the masses, of their moods and even mental state in order to ensure their behavior that is necessary for those, who own manipulation tools. (Kara-Murza, 2003).

There are many ways of manipulating people's minds. Propaganda uses the most effective and useful manipulation tools. Propaganda and manipulation of minds has the same definitions because the main goal of propaganda is to manipulate, in other words to convince the listener, viewer or reader that a particular way of thinking is right. Propaganda is not just advertising, it often uses less-than honest techniques to make audience to act or think in a specific way.

Term propaganda became well-known and got spread during wartime, thanks to political chieftains that created artful and tricky propaganda tools. Propaganda was so omnipresent that it became necessary to create a special organization that would study this discipline. In the 1937 group of social psychologists, sociologists and educator's formed that Institute of Propaganda Analysis (Silverstein, B. 1987). It was formed to identify types of political advertising, to educate public on their guard and avoid making decisions simply on emotional appeal. (Lee, 1978).

At present time much propaganda analysis is being done with the help of social psychologists, political scientists, journalists, sociologists etc. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future* written by Baran and Davis(1995) shared the following information about propaganda techniques. There are 7 mentioned propaganda tools:

1. Bandwagon: In this technique, the audience is drawn to a particular thought-process by encouraging them to follow a crowd or group of people. Persuasion is done by presenting an argument that, if many people are following a particular way, it has to be credible and must lead to success.

2. Name-Calling: The practice of name-calling makes use of bad names in creating a negative opinion among the public, about a particular person/idea/group. There is no attempt made by the propagandist in presenting reasons for hating or name-calling the person in question

3. Glittering Generalities: The technique of glittering generalities makes use of concepts/words which are valued by common people. The original agenda/motive of a person is veiled behind these inspiring values (for example, freedom, democracy, glory, etc.) and people are forced to accept the same.

4. Testimonial: The technique of using testimonials is widely used in TV commercials. Testimonial is an approval given by prominent/famous personalities to a particular concept or entity. Since, the masses tend to believe the words of renowned people, technique of testimonial works most of the time.



5. Transfer: It is a technique of linking one entity to other in an attempt to create the impression that both share the same qualities. The transfer technique can be used to generate positive and negative feelings as well. To overcome the false claims made with the help of transfer technique, one should try to assess the qualities of the linked entities independently.

6. Card Stacking: The card stacking technique is the way of propagating particular idea by presenting only its positive aspects. Factual information that is contrary or which exhibits the negative aspects of a particular entity are not presented. Carrying extensive research and in-depth analysis of the issue/problem in question is the answer to overcoming card stacking propaganda.

7. Plain Folks: Propagandists use plain folks technique, to assure the masses that their (speaker's) views are in line with or reflect the common interests of people. Speech of propagandists using this technique is smartly interspersed with jokes and idioms, which relate or appeal to a set of audience. To get the true idea of what a propagandist is presenting actually, audience should assess his thoughts without taking into account the personality.

According to Shabo(2008) in *Techniques of propaganda and persuasion* there are two propaganda tools in addition to Lasswel's(1927) 7 techniques.

They are:

8. Assertion: An enthusiastic statement about a product or company, said without proof and as it is fact, is called "assertion". Assertions lack supporting data to prove their validity. This style of propaganda is often used in advertising campaigns where a bold claim is made stating that a product or service is better than everyone else's. It is further implied that everyone believes the same way and, therefore, the unfounded claim should not be questioned.

9. Pinpointing the enemy: Pinpointing the enemy is a technique used in political debates as well as wartime situations. It simplifies complex problems by defining them as being clear cut: either right or wrong. Without looking at the finer details, the recipient of this message is

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

expected to choose sides. This approach is very successful if the hearer does not ask questions and takes the presentation at face value.

## RESEARCH METHODS AND RESEARCH QUESTIONS

Kyrgyzstan is considered to be a politicized country. Majority of adult population is interested in politics. They follow and discuss news and events that happen in the country. However, ability to think and perceive information critically is poor. Level of media literacy is low. There is lack of specific education in Kyrgyzstan that teaches people to think critically from childhood. There is no such subject as Critical Skills and alike in the curriculum of the Kyrgyz Ministry of Education.

During political campaign Kyrgyz politicians do their best in order to perform perfectly and spend loads of money in order to attract more electorates. For the several years they invited foreign political and advertising specialists, trying to make their election campaigns more successful. One of tools that is used is propaganda, which is considered to be one of the most effective manipulative basics in political arena for years.

Elections to City Jogorku Kenesh (Bishkek City Council) were held in November 2012. The peak of elections occurred in October 2012. Most parties used not only common resources, such as newspaper, radio, television, brochures and banners, but also Internet media.

Many parties created accounts in social networks like Twitter and Facebook which reported on their activities, post their programs, also, internet users could watch different political commercials that call for voting for a particular party. Watching political videos is a great opportunity to get ideology of party, its principles and guidelines, as well as, to assess the level of professionalism and development, which is more important. Even watching a video once, can change settled opinion concerning the whole party and induce to give vote for this party.

### **Content Analysis**

In this research the content analysis tool is used to identify propaganda techniques used during elections to City Jokorku Kenesh 2012. Eight different videos of eight different political parties are studied. These parties are: *Adiletuu Kyrgyzstan* (Fair Kyrgyzstan) , *Zamandash*

*Sovremennik* (Contemporary), *Ar-Namys* (Honor and Dignity), *Ak-Shumkar* (White Falcon), *Stolitz* (the Capital), *Respublika* (Republic), *Jasha* “*For life without barriers*” (Live), and *Asman Ala-Too* (Sky Ala-Too). The choice is not random. The videos are different terms of their plots, actors and ideas.

Content analyses will help to analyze visual and verbal information that is presented in political campaign videos, to compare them and spot propaganda techniques. Analysis covers storyline, text, voice, music, national symbols, creativity and propaganda. The main purpose of the study is to reveal whether there are propaganda tools in political commercials and how they are applied.

### **Interview**

Besides content analysis, this research uses interview method. For this research, interview is very important tool in order to receive information from the people that could watch political campaign videos and understand how differently people react to same videos. The interview has 10 standardized open-ended questions that were asked from all interviewees. Interview was limited in time. Interviewees were asked to watch the same political videos and to respond to the same questions. Moreover, interviewees were asked to answer fast and not think deeply. This approach facilitates easier comparing and analyzing interviews. Also it helps to find out how people truly react in their minds, without pretending and choosing words. Time restrictions does not give them time to lie.

The interviews were conducted with seven different men and women at the age of 20, 30, 40 and 50 years old. All of them differ not only in age, but also in nationalities, social status and field of working. This was made in order to determine influence of age, nationality and occupation on perceiving and reacting to similar information. Also, all of interviewees are average people, which are neither specialists in politics, nor media experts. In other words, they are common people who give their votes to the politicians that they like the most. Analyzing

their responses will help to understand whether pre-election videos were successful or not and whether audience was able to think critically. Thus, the research questions are following:

*RQ1. What propaganda tools were used in political campaign videos during elections to the Bishkek City Council in 2012?*

*RQ2. Which propaganda tools prevailed in 2012 in Kyrgyz political advertising?*

*RQ3. What was the perception of the viewers of the 2012 political campaign videos*

ANALYSIS OF DATA

Figure1. Screenshot from political advertising video of *Adiletuu* Party



Figure1. Screenshot shows a man who sits near the table.

**I. *Adiletuu Kyrgyzstan № 19***

Analysis

Synopsis:

Young man sits back to the audience. He is looking on television screen. Revolution that was in April 8<sup>th</sup>, 2010 year are shown on the screen. There is a crowd of revolutionists.

Frame is replaced. A young man sits at a table, presumably in the cabinet of business office and tells the story. He is dressed in a classic suit and glasses. He has Asian appearance.

Background is very dark. The light is concentrated on the main character. The right hand of the man is put on the table, the index finger twitches regularly, showing that main hero is very excited. A young man is sitting in a relaxed position, with thoughtful, focused face.

Text:

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

It was 2010 year, 8<sup>th</sup> of April. In Bishkek do not cease bloodshed, people die. Meanwhile, in Almaty, in the office of one of the largest banks in Kazakhstan, I wrote a resignation letter and put on the table of my director. The director looked at me and asked:

- Eldar, where are you going?

-At home, I said.

He looked at me like I was crazy and even more surprised asked:

-Balam, you have a war there!

And I said, - whom the war, and who's a Motherland!

I'm back, and I've met dozens just like me. We united. We have a team that is willing to take responsibility for the future of Kyrgyzstan. The team consists of representatives from all regions of Kyrgyzstan. The team is ready to work and we have to leave our children a decent Kyrgyzstan.

Voice:

The voice of the main hero is quiet, pleasant baritone. Diction is hard to be called ideal. The protagonist swallows and chews a lot of words. In some places there is need to strain your ears, in order to accurately analyze it, despite the fact that the speed of the story is unhurried. There is little emotional coloring. Speech is monotonous, except for a few times, where the emphasis on the word is unnecessary. Emphasis on the word "team" does not make sense. Obviously, the main character is not professional. Grammatical errors are not detected. The exception is the use of the Russian pronoun "tya" instead of "tebya". This reduction is commonly used in everyday speech. For political advertising, where the language has to be very literate, use of the word makes advertising unprofessional.

Music:

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

Kyrgyz national motifs in a modern symphonic design are used. The main instrument playing is the piano. On the background music there are of sounds of revolution: shots, stomp, whistles.

National symbols: none

Creative solutions: none

Propaganda techniques:

Video of *Adiletuu* party contains several propaganda techniques. The most visible is an assertion technique, where “enthusiastic statement said without proof”. There is no proof in video that this party is truly ready to work and able to “take responsibility for Kyrgyzstan’s future”. Producers of the video did not give any evidence of party’s willingness, except the words. Also *Adiletuu* party’s political commercial presents glittering words such as: future, motherland, our children, decent country, and responsibility. Therefore, there is also usage of “glittering generalities” technique. The last tool that is presented in video is “plain folks”. Main hero emphasizes that he was an ordinary bank employee, and he met tens just like him. It makes a feeling that this party consists of common people that we can meet on the street, not of big detached politicians. Therefore audiences think that party’s views, values and goals are the same with common masses.

Additionally:

There is a poor video’s quality of picture and sound. There is a sense of "amateur" video. Perhaps, a party was limited in financial resources.



II. *Asman Ala-Too* “Package Man”

Figure2. Screenshot from the political advertising video of *Asman Ala-Too* party



Figure2. Screenshot shows a man with a package instead of head. A title “Our man” is in the left bottom corner.

Synopsis:

The video presents a hero of “perfect” politician that has a brown paper package with painted face with different emotions without a real head.

Video starts with a picture of confidently walking man’s feet in classical shoes. Camera goes up and shows a body of man in classical suit. Camera goes upper and image shows that a man has a package instead of head. There is a painted face with confident, masculine and categorical emotions.

Then a politician is showed to his full weight. The camera is set on the floor so that the hero looks tall and big. Birds fly behinds his shoulders. Monument of Kyrgyz national hero Manas is used as a background. In this frame a man changes his package’s expression, it becomes conceited and arrogant. His pose is very confident.

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

Suddenly a young looking man in jeans and T-shirt runs up against politician, rips his “head” and runs away. Immediately, politician loses his braveness and starts to run disorderedly, making moaning sounds. He tries to catch the young boy that has had stolen his package-head. Finally, there is a picture that all parties use: *Asman Ala-Too*’s logo and check mark near #18.

Text:

A man of his word! A man of action! Our man!

Always these masks tell us fairytales, now it is time to rip the masks!

Description near video: “A video, where big words and empty promises mean nothing. We are tired of fairytales, of politicians that tear our country to pieces. It is time to reap the masks and to choose, thinking!

Voice: none.

Music:

The video is supported by solemn music that is often used in action films. The music is used professionally. It does not contradict with video. Conversely, it helps to create special atmosphere and appeals to human emotions.

Sentences that pop-up during the video from time to time are accompanied with firing sounds.

National Symbols:

Logo of the party is an eagle in blue color. Eagle has always been a symbol of Kyrgyz people. It is associated with part of Kyrgyz traditional life: hunting. Eagle is a sign of sun, win, freedom, power.

Also the video was shot near monument of Manas, a Kyrgyz national world-wide known hero.

Manas is a tremendous part of Kyrgyz culture.

Creative Solutions:

*Asman Ala-Too* party’s commercial differs from others. There are no politicians’ faces, narratives or soulful stories. The work is performed in a modern creative way. They have own

chip that attracts attention. *Asman Ala Too* refused to use verbal techniques, focusing on visual content.

Propaganda techniques:

“Plain folks” propaganda tool is used. Watching the video “Package Man’ gives an aftertaste that people who made a video are common people. They feel the same things that most of Bishkek citizens feel. They are also tired of lies and empty promises. *Asman Ala-Too’s* commercial agents created an atmosphere of commonality between the party and electorates. Also the video contains “name calling” propaganda technique, but in a very smooth discreet way. Commercial specialists did not call any concrete names, but they formed a negative impression about other politicians and political parties, discrediting their promises and efforts.

Shooting Package Man near Manas monument during first part of the video draws a parallel between them. “Transfer” propaganda tool was used in order to endow the politician qualities that national hero has.

Additionally:

The quality of the video is very professional. Music and image support each other. Absence of text does not make the video weak. It is a fresh idea on Kyrgyzstan political market to use a character of super hero.

III. Zamandash Party

Figure3. Screenshot from political advertising video of *Zamandash* party



Figure3. Screenshot show a main page of someone’s profile on the Facebook social networking. Title imitates a profile’s status “Country of corruption”.

Synopsis:

The first part of the video is done in black and white style. Video consists of four parts. First image is about woman that washes the dishes. She turns her head and looks at her husband. Young man lies on the sofa, indifferently watching television. He does not pay any attention to his wife. Her face is very disappointed. Second part tells another story that happens in the common office. A boss tears a paper with a new plan into pieces that supposedly was proposed by employee. A boss tears the paper in front of young man. Employee’s face is very upset. Third composite is about a young girl. She sits on the bed, holding a computer in her hands. Her profile on Facebook social network’s page is opened on the screen. Lady updates her face book status. She prints “A country of corruption”. Below, a status of somebody else “There will be nothing in this country”.

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

Park. A company of young men throw garbage in the face of yardman. It is an old man with an emotional face with expressive wrinkles. His face is very upset. Old man lowers his eyes, sighs hardly and continues to clean with broom. Suddenly, with broom's next wag a black and white motion turns into colorful sunny picture.

Video finishes with an image of bulletin with a check mark near party's name "Zamandash Sovremennik", its logo and slogan "Only together we can change the country to the better"!

Text:

We want to live a worthy life, but there is always someone or something intereferes. We seek to change the future, but we vote for those who have already deceived our expectations. We want to build a strong state, but we are not ready for real actions. We say that the power needs honest and energetic people, but it goes all the way around. What will be tomorrow depends on your choice today! Zamandash Sovremennik, only together we can change the country to the better!

Voice:

Voice-over is implemented professionally. Text is voiced by a man with pleasant sonorous voice. Supposedly, party used the service of professional orator. Speech is distinct and clear. The words and meanings are easy to understand. Thanks to professional skills of anchorman, emotional appeal is pleasing, but discreet. Tonal stresses are used in needful places.

Music:

Solemn classical music is used.

National symbols: none.

Creative solutions:

- Different stories that follow one idea, which is supported by textual content.
- A shift from black and white into colored motion, implicating from negative past and positive future that *Zamandash* party is ready to build.

Propaganda Techniques:

There are many pronouns “we” in this party’s video. It repeats for 5 times. This is to say, that video’s producers’ goal was to create a commonality between party and audience. Even party’s motto says “only together we can change the future to the better”. The word “together” also points the unity between political party participants and voters. “Plain folks” propaganda tool was used. Also presenting information with applying pronoun “we” makes a viewer feel that he also behave the way that video says. He classes himself to a part of this society that” votes for them who already deceived expectation”, and “is not ready for real actions”. In this case, “bandwagon” technique is used.

**IV. Stolitza Party**

Figure4. Screenshot from political advertising video of *Stolitza* party



Figure4. Screenshot shows four people in Russian national costumes singing a song.

Synopsis:

Four people in Russian national costumes sing a song. The background is one of the Bishkek parks. There are two women and two men. Women wear red Russian national dresses

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

with national sashes, holding wraps in their hands. Men are also in Russian shirts. They play on Russian musical instruments: accordion and rattles.

Ensemble sing a chastushka, wave their hands in folk manner. Then cadre changes to words “My city, my capital (Stolitza). A democratic party”. The background is a blue sky.

Text:

Let the capital be cleaner, greener and more beautiful!

We are for Stolitza party, waiting for your votes!

Voice-over: My city. My capital.

Voice:

Voices of folklore quartet are loud and ringing. They sound positive and inspiring. The voice of the anchor is professional. It is a pleasant masculine voice. Diction is clear. Except the thing that due to specific folklore singing some words may be hard to dismantle for people which are not got used to folklore singing. Voices of actors sound positive and inspiring. They sing their song with obvious pleasure. It seems that they really believe in this party.

Music:

Video is supported by traditional Russian folklore music with hooting and whistles. Actors hold musical instrument in their hands it makes a feeling that music is played by their selves.

National Symbols:

There are no Kyrgyz national symbols, instead of Russian. Video composed from many Russian folklore objects: costumes, dresses, musical instruments.

Creative solutions:

Application of Russian culture and folklore musical ensemble is a fresh idea, especially in political pre-agitation period. This method was rarely used in relation to Kyrgyz audience.

Propaganda Techniques:

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

“Let the capital be cleaner, greener and more beautiful, we are for Stolitza party” note “assertion” propaganda technique. In other words, they say that only *Stolitza* is able to make the city cleaner, etc. But video does not consist information about how party is going to do this, which resources it has, and when it will be done. It is a positive statement that is said without argumentation.

Also, party’s video is bet on Russian folklore. They dress their actors in Russian national costumes. Actors sing chastooshka. Video is focused on Russian population that lives in Kyrgyzstan. It is a transfer propaganda tool, when the aim is to make audience think that two things share the same qualities. In this case these things are party and electorate.



V. *Ak Shumkar Party*

Figure5. Screenshot from political advertising video of *Ak-Shumkar* party



Figure5. Screenshot shows a family of three people in the living room.

Synopsis:

It presents a typical russian family that spend their leisure time. Video starts from the image of ordinary living room. A family of four people sits near the table. They are grandfather, grandmother, their daughter and little grandson. Grandmother and young woman watch family album with old photos. A daughter hugs her mother from aback. Grandfather reads a newspaper written in a Kyrgyz language. The title of newspaper says” Sayatka Aralashuuga- Erte Emes” which means “It is never early to politicize”. There is an image of Temir Sariev, leader of Ak Shumkar party, and young man on the main page of the newspaper. Their little grandson plays with toy car.

Next image is where his grandson asks old man:” Grandpa, what are you reading about”? Grandfather answers him that he is reading about elections. Grandson:”Who are you going to

vote for”? Then old Russian woman, his Grandmother enthusiastically says:” For you future, for decent city”! Video finishes with a picture of party’s label: a blue colored bird.

Text:

- Grandpa, what are you reading about?

-I am reading about elections!

-Who are you going to vote for”?

-For your future, for decent city!

Voice:

There are only four sentences that appear in the video, but three people pronounce them: grandfather, grandmother and their grandson. Their voices are pleasant, especially kid’s voice. Applying a child’s voice is a good idea to appeal to human’s emotions. Pronunciation is clear and understandable, except the fact that there is specific sounding of old people and little child. Emotional stresses are put in right places. But due to the fact that people from the video are not professional actors, their voices do not sound enough convincing.

Music:

Traditional Soviet music, reminding the songs of 50’s, sounds during the commercial. It creates nostalgic positive emotions.

National Symbols: none.

Creative Solutions:

*Ak Shumkar’s* media workers decided to show the connection between different things and how together they can make a positive result. In this video these connections are Russian and Kyrgyz people, interests of old and little people, past and future.

Propaganda techniques:

*Ak Shumkar’s* video presents an image of old soviet people, which give a kind of “testimony”. These people usually have positive image and an authority in society, because they

have a life experience acquired over the years and they will not advise bad things. An old couple appeared in the video remind us our own Grandfather and Grandmother and we believe to them.

In addition an image of a leader of *Ak Shumkar* political party, Temir Sariiev on the main page of newspaper that Grandfather read in video, also creates a “testimony” effect. If he believes to Temir Sariiev, maybe I should too?

*Ak- Shumkar* party used the image of its leader, despite the fact that during this political agitation period many of parties decided to refuse from the image of politicians in commercials. Also video focuses on the most precious and recognizable things that people value: traditions, elderly people, veterans, family, children, unity of different nations, hopes and happy future. All these things are used in order to create special emotions that are dear to audience. Actual information that goes after, namely, a call for voting for a specific party, perceived better. Glittering generalities propaganda tool is used.

#### VI. *Zhazha “For life without barriers”*

Figure6. Screenshot from political advertising video of *Zhazha* party



Figure 6. Screenshot shows a man with main Bishkek's square on the background. Title "Iskender Sharshekeev candidate of "For life without barriers party" is in the left corner.

Synopsis:

A video starts from the image of main hero Iskender Sharshekeev. He sits on the bench, telling a story. The background is Ala-Too square.

Next part of the video is shot in one of the business offices with modern high-tech interior. Different shots change each other. Iskender types on a computer, checks information on iPad, draws on white board, talks on the telephone. In other words, it shows very active work. The shot changes to the streets of Bishkek. It is evening. City lights. Main hero and another young man cross the street, talking with each other. Shots change each other: different cars pass by, bus stop, autobuses, traffic lights, park, main hero drinking coffee, watches, subway, little boy roller-skating, man playing on accordion, young boy making a wheel, Ala-Too cinema theatre, Rossiya cinema theatre, Kyrgyz flag, smiling people. Shots with main hero and his friend walking and talking and Iskender's interview are put in the intervals. Video finishes with party's label and party's slogan "For a life without barriers", links to party's profiles on Facebook and Twitter, and party's #6 number in voting sheet.

Text:

My name is Iskender. My surname is Sharsheyev. I am a business analyst. Why did I decide to come to politics? Because I understood that we... Well... Generally, analysts draw government strategy and let government be successful in big countries, yea? But in our state agencies, uh... it can be said that, there are lack of analysts yes. Possibly, there are none. That is why, I think that if I can do business well, yea, I can do it with government, namely, government is a big хозяйство. In the beginning we united as a group of experts, "cleanly", experts united, yea! We united in one power, and in this... this thing inspired me. This is not just a party. This is a party consisted of experts. The basis of any system is people. The strong basis of any system is specialists, yea... Specialists that manage, yea, and majority of them manage on the patterns of

Soviet Union. People from our party, they operate with modern actual methods, uh. Management system, control system, yea, everything is modern, and technologies, and new informational technologies, yea, and communicational technologies, technologies of construction, yea, organization, everything is modern. I believe, that only they can do this: to change the city and to make it modern and developing.

Voice:

Commercialists of “For life without barriers” party did not use the services of professional anchor. The reason is that heroes of their agitation videos tell the story by their selves. There is an informal manner of storytelling. We can hear analogical conversations everywhere. This was the reason of plenty of sounds-parasites, such as: “yea”, “uh”, “mmm”. However, it does not annoy the ears too much. Main hero’s voice is affective. He makes stresses to different words. His speech is interesting to listen to.

It is important to notice that the speed of main hero’s narrative is very fast. In comparison with other parties’ verbal content, Jasha party put a lot of information in only one video. It would be hard to understand the words for a person who is not a native Russian speaker.

Music:

There is a modern electronic music on the background of the video. The rhythm is very fast and dynamic. Accent is done on drums.

National symbols:

Kyrgyz flag that is built near Ala-Too square

Prospect of main Bishkek’s square - Ala-Too square

Monument to Manas, a national Kyrgyz hero

Creative solutions:

It is a very dynamic video in a very good quality. The speed of the video is very fast, including change of shots, hero’s manner of speaking, cars passing by, city lights burning, and also background music. It is a good idea and also it fortifies party’s views and goals: to change

Bishkek into modern and developing city. It is not new, that most of developed countries live in a very fast rhythm. Commercialists tried to bring our city and developed megalopolises together. Also on the finishing cadre there are links to party's profiles on twitter and facebook. This detail points that party is in the spirit of times.

Propaganda techniques:

Text told by main hero contains several propaganda tools.

At first, this party pinpoints the enemy, using words "*our party is not just a party, it is a party consisted of experts*", implying that other parties are not experts. This is a smooth way to create a negative impression about other parties. Other case is "*majority of them manage on the patterns of Soviet Union. People from our party, they operate with modern actual methods*" i.e. Soviet Union's patterns are outdated, party that rule with Soviet Union's patterns are outdated. People usually dislike things that are outdated, therefore they feel negative about other parties. "Pinpointing the enemy" tool is implicitly used.

Secondly, main hero argues that business analysts in government are necessary. Saying "*analysts draw government strategy and let government be successful*", he presents only its positive effects. This is an example of "card stacking" propaganda tool.

**VII. Ar-Namys**

Figure7. Screenshot from political advertising video of *Ar-Namys* party



Figure7. Screenshot shows a man sitting face to viewers. A screen with helicopter's image is on the background.

Synopsis:

Video presents a virile gray adult man. He sits on the chair with a screen on the background, telling a party's agitation text. There is a sign "Tynybek Kadyrov" in the beginning of the video. The images of military battle: soldier, helicopter and tank appear on the back screen. Video finishes with Ar-Namys' labels: flag and emblem. The flag consists of two colors: blue and red. The emblem is composed from a golden circle with a five-pointed star in the center. There are words "serve" in the left and "protect" in the right corners.

Analysis

Text:

I am a presenter of Republican Council of Afghan war veterans. Also I am a candidate to Bishkek City Kenesh from Ar-Namys party. I fought in Afghanistan. In order to do our duty,

giving our lives, we pay the blood in order to keep our faith. We are people of honor and dignity, that is why, we, afghans, with Ar-Namys party. Vote for Ar-Namys party! We keep our faith!

Voice:

A man has deep stentorian voice. Also he has a specific soft muted diction due to his physical appearance. He is a big man. That is why some of words are difficult to recognize. Main hero sounds confident and sincere. There is not much emotionality. But man's voice does not sound inanimate, plus, he makes right stresses on words.

Music:

Ceremonial music reminding of wartime music is on the background of the video.

Sounds of battle supplement main music line.

National Symbols: none.

Creative solutions: none.

Propaganda techniques:

In this case "testimonial" propaganda technique is used in a most often used way. Throughout the history many of politicians used the images of flag or emblem in order to emphasize their attachment to government and their country. Ar-Namys is considered to be a pro-Russian party. The colors of their party's flag are blue and red. According to majority of people this flag reminds them of a Russian Federation's national flag.

The pentagram that is situated in the center of Ar-Namys' emblem has also a very strong and world-wide known meaning for people. According to Ancient Rome's mythology it is a symbol of Mars, a God of war. In the beginning five-pointed star indicated a lily, a flower where Mars was born. Pentagram became a sign of safety and security and is already known for three thousand years.

Another important aspect that has to be mentioned is party's aim to connect Afghan veterans' features to Ar-Namys political party. It is a "transfer" technique where politicians want to make an impression that politicians and veterans share the same qualities. Words "we are the



people of honor and dignity, that is why we, afghans, with Ar-Namys party” demonstrates how party wanted to create a positive impression about own self. In the mass opinion veterans are people that should be respected and believed to, therefore we can vote for An-Namys party.

Finally, a structure of video’s text content is doubtless, because listening to Tanybek Kadyrov creates questions. “In order to do our duty, giving our lives, we pay the blood in order to keep our faith. We are people of honor and dignity, that is why, we, afghans, with Ar-Namys party”. This is a statement said without any proof. “Assertion” propaganda technique is used.

### VIII. Respublika Party

Figure8. Screenshot from political advertising video of Respublika party

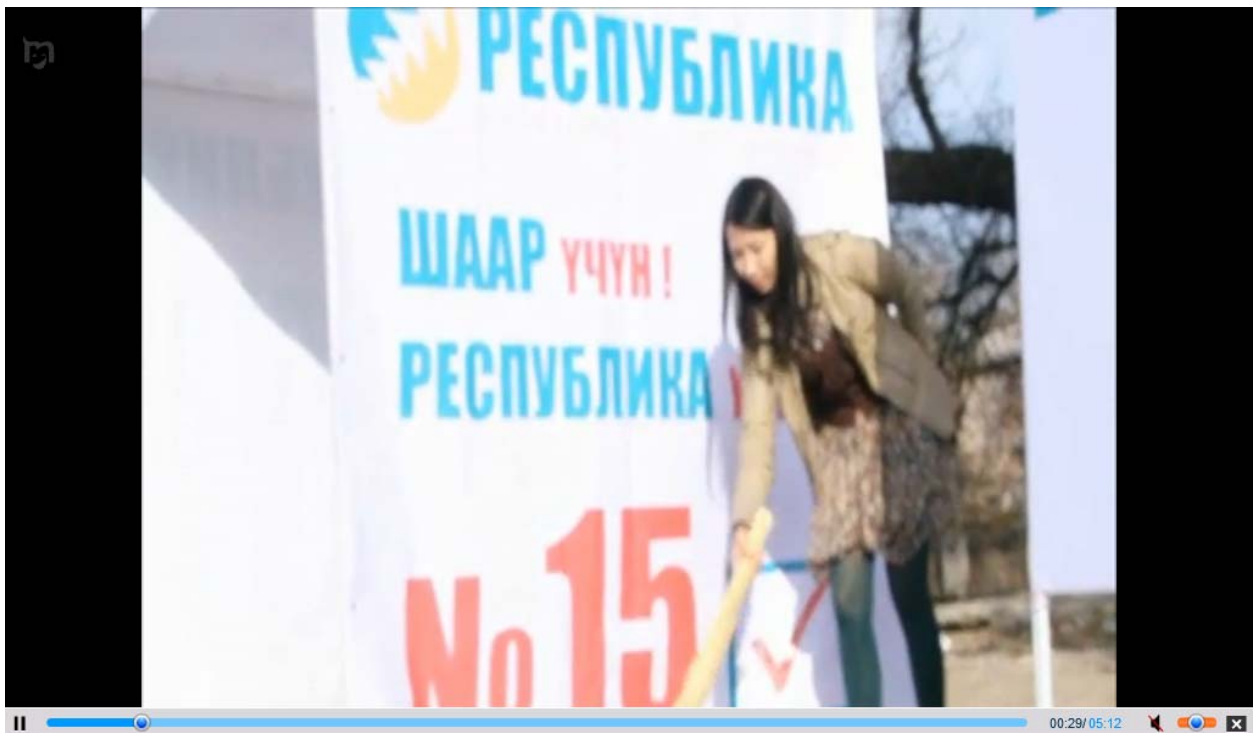


Figure8. Screenshot shows a girl cleaning the street. The background is poster with party’s slogan and number in bulletin.

Analysis

Synopsis:

The whole video is a sequence of changing frames of the same origin. The content is about working day, cleaning the city streets, games with children that party organized. Also

there people from party that talk to ordinary people, calling for voting. Throughout the video a viewer can see happy, faces, balloons, clouds, different games, balls, blue sky and of course, Respublika party's symbols: leaflets and banners with slogans in both Russian and Kyrgyz languages. Also there are scenes with people who wear party's T-shirts with titles "We live here", shots with newspaper's title "Respublika's number in bulletin is #15" and balloons with similar texts. There are many people of different ages: children, young men and women, retirees. Everybody is smiling and talking to each other. Finally, the video finishes with waving flag with party's label "Respublika" written in blue color.

Text: none.

Music:

A very popular song "Little Lies" sung by American songwriter and singer Dave Barnes is used in video. But it is very interesting did they use this song accidentally or not? For the person that understands the meaning of the song's title video appears comical and ridiculous.

National symbols:

None.

Creative solutions:

There is a thing about this video that in comparison with other video makes this commercial creative. This party was the only one, which showed the evidence of party's activity, working with people and agitation process.

Propaganda techniques:

Main ideas of "Respublika" party's commercial are happiness and other things that are appreciated by majority of people. There are: sun, children, clean, unity, friendship, decency. Without saying any words except party's slogans "glittering generalities" propaganda tool is used.

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

Secondly, the video presents many people that are involved in process. Moreover, people from video are very different. They are retirees, adults, young men and women, children.

Everybody can find somebody like “himself” and if somebody votes for Respublika, then maybe

I should too? In this case “bandwagon” technique is used. The audience is encouraged to follow a big crowd of people. Usually audience thinks that it will lead to success.

Additionally:

The video is very prolonged. Despite this is not a commercial that goes to television, but to internet. Five minute video is rarely used during agitation period. In addition, the content is a series of same cadres. Video is monotonous.

**Table 1 Propaganda Techniques’ presence**

Table 1 shows the presence of 9 propaganda techniques in 8 political agitation videos that were analyzed in research.

|                         | <i>Adiletuu<br/>Kyrgyzstan</i> | <i>Asman<br/>Ala-<br/>Too</i> | <i>Zamandash</i> | <i>Stolitza</i> | <i>Ak-<br/>Shumkar</i> | <i>Jasha</i> | <i>Ar-<br/>Namys</i> | <i>Respublika</i> |
|-------------------------|--------------------------------|-------------------------------|------------------|-----------------|------------------------|--------------|----------------------|-------------------|
| Bandwagon               |                                |                               | +                |                 |                        |              |                      | +                 |
| Name-calling            |                                | +                             |                  |                 |                        |              |                      |                   |
| Glittering Generalities | +                              |                               |                  |                 | +                      |              |                      | +                 |
| Testimonial             |                                |                               |                  |                 | ++                     |              | +                    |                   |
| Transfer                |                                | +                             |                  | +               |                        |              | +                    |                   |
| Card Stacking           |                                |                               |                  |                 |                        | +            |                      |                   |
| Plain Folks             | +                              | +                             | +                |                 |                        |              |                      |                   |
| Assertion               | +                              |                               |                  | +               |                        |              | +                    |                   |
| Pinpointing the enemy   |                                |                               |                  |                 |                        | +            |                      |                   |

**Table 2 Summary of interview responds**

|                                  | <i>Adiletuu</i>   | <i>Asman Ala-Too</i>  | <i>Zaman-Dash</i>   | <i>Stolitza</i>  |
|----------------------------------|---|---|---|--|
| What do you like?                | Informal language<br>Patriotism<br>Text<br>Youth position<br>Sincerity    | Story<br>Epilogue<br>Words<br>Idea<br>Creativity<br>Humor             | Shooting<br>Words<br>Quality<br>Idea<br>Dynamics<br>Laconism                                  | Nothing<br>Fun<br>Costumes<br>Actors<br>Text<br>Russian folklore |
| What do you dislike?             | Sound<br>Music<br>No diction<br>No proper idea<br>Main hero<br>Dark image | A guy, that ripped the mask<br>Presentation of idea<br>Place<br>Story | Common topic<br>Loud music<br>Advertising voice-over  | No idea<br>Actors' appeal<br>Dilettante video<br>Words           |
| What do you feel while watching? | Com-<br>passion<br>Stress<br>Sorrow<br>Need to listen attentively         | Misunderstanding<br>Fun<br>Motivation                                 | Sorrow to the country and to yardman<br>Stereotype words<br>Misunderstanding of the beginning | Misunderstanding<br>No association<br>Fun<br>Incompetence        |
| Music                            | Appropriate<br>Intrusive<br>Failure<br>Bad                                | Normal<br>Good  | Excellent<br>Loud<br>Common   | Good<br>Loud<br>Funny<br>Creative<br>Bad                         |
| Text                             | Good<br>No meaning<br>No idea<br>No goals<br>Monotonous                   | Logic<br>Stereotype<br>Motivation                                     | Good lexica<br>Touching<br>Words<br>Many stereotypes  | Hard to understand words<br>Dislike                              |
| Image/Plot                       | Dark<br>Negative<br>Poor<br>Clear<br>"Home video"                         | Grey<br>Comedy<br>Show<br>Catchy<br>Good                              | Excellent<br>Good actors<br>No fake playing   | Amateur<br>No concepts<br>No party<br>Weird<br>Bad<br>Quality    |
| Do you believe in this party?    | No  | No  | Yes   | No   |
| Would you vote for this          | No  | No  | Yes   | No   |

USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

|                                |  |  |   |  |
|--------------------------------|--|--|---|--|
| party?                         |  |  |   |  |
| How would you call this video? | Dark<br>Boring<br>Patriotic<br>Common<br>Sincere | Funny<br>Absurd<br>Not finished<br>Interesting<br>Creative               | Campaigning<br>Truthful<br>Emotional<br>Patriotic<br>Uniting<br>Professional    | Weird<br>Funny<br>Stupid<br>Pointless                          |
| What would you advice?         | To work on music, text, image                    | To change Director<br>To develop<br>To give more information about party | To add more creativity<br>To add concrete ideas<br>To avoid stereotype<br>Words | To try something new<br>To use experts' help<br>More concretes |

|                                  | <i>Ak-Shumkar</i>  | <i>Jasha</i>   | <i>Ar-Namys</i>   | <i>Respublika</i>   |
|----------------------------------|--|--|---|---|
| What do you like?                | Little boy<br>Motive<br>Idea<br>Text<br>Unity of family  | Crowd scene<br>Music<br>Main hero<br>Name of party and party's slogan<br>Bishkek's panorama        | Music<br>Well-defined text<br>Integrity   | Children<br>Smiles<br>Cleaning the city<br>Positivity<br>Atmosphere of holiday              |
| What do you dislike?             | Acting<br>Wartime music<br>Plot<br>No goals<br>No slogan<br>Sense of video for olds<br>Shortness     | Style of shooting<br>Categorical style of narrative<br>Too many difficult words<br>Words-parasites | Shortness<br>Fat main hero<br>War topic<br>Actor's appearance<br>Text                 | Lack of information<br>Long video<br>English song<br>Obsessive presentation of party's logo |
| What do you feel while watching? | Disbelief<br>Nostalgia<br>Misunder-standing of Kyrgyz and Russian connection<br>Warmness to children | Aspiration to believe to party<br>Joy<br>Uncertainty about candidate<br>Reality<br>Motivation      | Com-compassion<br>Respect to Afghans<br>No motivation<br>Conflict<br>Negative<br>Fear | Pleasure<br>Joy<br>Irritation from music and party's number in bulletin                     |
| Music                            | Disgusting<br>Bad<br>Dominative  | Not disturbing<br>Successful<br>Good   | Good<br>Fitting   | Annoying<br>Disharmonious<br>Foreign  |
| Text                             | Lack of words<br>Unclear words<br>Good meaning<br>Empty  | Right words<br>Incomplete text<br>Doubtful   | Make believe<br>No relation in words<br>Clear   |   |

USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

|                                |   |   |  |  |
|--------------------------------|---|---|--|--|
|                                |   |   | Right  |  |
| Image/Plot                     | Too domestic<br>Colorful<br>Good quality  | Good<br>Right place and<br>right meaning<br>Beautiful<br>Professional<br>Good quality | Boring<br>Not interesting<br>Logical   | Beautiful<br>Kind<br>No idea<br>Cheap                            |
| Do you believe in this party?  | No  | Yes   | No   | No   |
| Would you vote for this party? | No  | Yes   | No   | No   |
| How would you call this video? | Kind<br>Not motivating<br>Uncertain<br>Domestic<br>Loud<br>Primitive              | Modern<br>Open<br>Professional<br>Thought-out<br>Creative<br>Intriguing               | Boring<br>Short<br>Not motivating<br>Fat<br>Clear<br>Obvious<br>Fearful                            | Positive<br>Light<br>Long<br>Bright<br>Meaningless<br>Irritating |
| What would you advice?         | To add party's signs<br>To determine objectives<br>To pay attention to the actors | To develop idea<br>To work on text<br>To dress heroes differently                     | To change the plot<br>To not use war topic<br>To add more facts<br>To pay more attention to actors | To show another activity<br>To change music<br>Determine idea    |

Table 2 summarizes the answers to interview's question of all seven interviewees about political agitation videos.

**Table 3 Summary of overall impressions to videos based on age differences of interviewees**

|       | <i>Adiletuu</i> | <i>Asman<br/>Ala-Too</i> | <i>Zaman-<br/>dash</i> | <i>Stolitza</i> | <i>Ak-<br/>Shumkar</i> | <i>Jasha</i> | <i>Ar-<br/>Namys</i> | <i>Respublika</i> |
|-------|-----------------|--------------------------|------------------------|-----------------|------------------------|--------------|----------------------|-------------------|
| 20-30 | -               | S                        | S                      | S               | -                      | S            | S                    | S                 |
| 30-40 | -               | *                        | *                      | -               | -                      | -            | +                    | -                 |
| 40-50 | S               | *                        | S                      | -               | S                      | +            | -                    | -                 |
| 50-60 | S               | -                        | +                      | -               | +                      | S            | S                    | S                 |

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

Table 3 is a summary of overall impressions about each political agitation video of interview participants of different age groups: from 20 to 30, from 20-40, from 40-50 and 50 to 60.

### Coding units:

“+”- positive                      “-“-negative                      “S”- separated                      “\*-“\*- uncertain

**Table 4 Summary of overall impressions to videos based on national differences of interviewees**

|             | <i>Adiletuu</i> | <i>Asman<br/>Ala-<br/>Too</i> | <i>Zamandash</i> | <i>Stolitza</i> | <i>Ak-<br/>Shumkar</i> | <i>Jasha</i> | <i>Ar-<br/>Namys</i> | <i>Respublika</i> |
|-------------|-----------------|-------------------------------|------------------|-----------------|------------------------|--------------|----------------------|-------------------|
| Kyrgyz(3p.) | S               | -                             | S                | -               | S                      | +            | -                    | +                 |
| Russian     | +               | -                             | +                | -               | +                      | *            | -                    | +                 |
| Uzbek       | -               | -                             | *                | *               | -                      | +            | -                    | +                 |
| Kazakh      | -               | *                             | -                | -               | *                      | +            | -                    | -                 |
| Tatar       | -               | *                             | *                | -               | -                      | -            | +                    | -                 |

Table 4 showed summarized impressions about each political agitation video of interview respondents based in their nationality differences. There were Russian, Uzbek, Kazakh, Tatar and three Kyrgyz nationalities.

### Coding units:

“+”- positive                      “-“-negative                      “\*-“\*- uncertain                      “S”-separated



**Table 4 Summary of overall impressions to videos based of gender differences of interviewees**

|        | <i>Adiletuu</i> | <i>Asman Ala-Too</i> | <i>Zaman-dash</i> | <i>Stolitza</i> | <i>Ak-Shumkar</i> | <i>Jasha</i> | <i>Ar-Namys</i> | <i>Respublika</i> |
|--------|-----------------|----------------------|-------------------|-----------------|-------------------|--------------|-----------------|-------------------|
| Female | -               | S                    | +                 | -               | S                 | S            | -               | -                 |
| Male   | -               | -                    | S                 | S               | -                 | +            | -               | -                 |

Table 4 summarizes the overall impressions to political agitation videos of interview participants based on their gender differences. There were 3 men and 4 women.

**Coding units:**

“+”- positive

“-”-negative

“\*”- uncertain

“S”-separated

Content analysis of agitation videos of eight different political parties such as *Adiletuu*, *Asman Ala-Too*, *Zamandash*, *Stolitza*, *Ak-Shumkar*, *Jasha*, *Ar-Namys* and *Respublika* has shown that every propaganda tool out of 9 mentioned were used. It is important to note that most of videos contain more than one technique. The average number of propaganda tools in one analyzed political commercial was three. But also there are some parties that used two or four techniques.

According to the analysis, *Adiletuu* party used glittering generalities, plain folks and assertion propaganda techniques. *Asman Ala-Too* video contains plain folks, transfer and name calling. Third party in the analysis is *Zamandash*, which used plain folks and bandwagon. Political party *Stolitza* used only two propaganda tools: transfer and assertion. *Ak-Shumkar* ‘s political commercial contains glittering generalities and two cases of testimonial tool. *Jasha* party with their slogan “For life without barriers” limited their video with transfer and

pinpointing the enemy. *Ar-Namys* used testimonial, transfer and assertion. Finally, *Respublika*'s video contained bandwagon and glittering generalities propaganda techniques.

As it was mentioned above, all of propaganda techniques took place in political campaign videos during pre-election campaign to Bishkek City Council. Bandwagon tool was used for two times. Name-calling is used only once. Glittering generalities was one of the most popular and used thrice. Next technique is Testimonial, which was presented in three cases. Transfer propaganda tool was found in three videos. Card stacking technique appeared to be not popular, because it was used only once. Plain folks tool was used in three situations. Assertion repeats the number of previous propaganda technique. Last tool is pinpointing the enemy which was used in only one case. Thus, it is easy to determine which propaganda tools prevail. According to the research, glittering generalities, transfer, testimonial, assertion and plain folks tools shared popularity during pre-election period in November 2012.

The facts that were presented suggest that beautiful generic words, usage of national symbols, intention to erase the psychological bounds between politicians and audience, fluent phrases are still take place and are popular in Kyrgyz political advertising.

Majority of analyzed political videos contained common *general words* that are often used and heard during election periods. These words are: "beautiful", "clean", "children", "decent", "honor", "together" and the most popular "future". These are the things that are valued by majority of people. Many of parties focused on *national symbols*, appealing to patriotism of Bishkek's citizens. They used not only Kyrgyz symbols, but also Russian. It points that these parties were focused on Russian electorate. The most popular national symbols that were used are flag, music and architecture monuments. Also Russian folklore culture was used. Another tendency out of analysis was to show the unity between political party and audience. Many parties used words "we" and "together", telling things and showing the stories about average middle class's routine. They showed common people, and presented politicians as an ordinary people, as a result, politicians become closer to the electorate. Human psychology is arranged

the way that give preference to the familiar things. Apart from glittering words, cultural symbols and aspiration to show unity, there were also many *assertions* said without proof, facts or any information that confirm statements presented in videos' content.

Such wise it becomes obvious that propaganda takes place on Kyrgyz media market and political arena. It is hard to evaluate whether applying of propaganda techniques was successful or not, basing on results of elections. The most appropriate way to find out how ordinary people react to videos, what they feel and think about chosen videos were interviews.

Seven people of different age, nationalities and gender were asked to watch every video out of eight and to briefly give answers to ten questions concerning videos. There were four age category in the research: about 20, 30, 40 and 50 years old. Kyrgyz, Kazakh, Russian, Uzbek and Tatar nationalities took part in interviewing. Respondents of Kyrgyz nationalities were three people due to most part of population are Kyrgyz's. Both men and women were interviewed. (See Appendix 1 for the list of questions)

According to overall interview analysis there are many commonalities, but also differences between interviewee's opinions. On the most important and general finding is connected to glittering generalities propaganda technique. As interview has shown all of the respondents pointed their weariness from *empty words, beautiful glittering phrases and loud promises*. They see no goals and no ideas of the party. Majority of respondents emphasized they need more concrete information and signs about party in the video, such as goals, facts, evidence of activity, plans. About *Zamandash* party: "Voice-over sounds like advertising, too many common words and promises. I have not heard anything new. Just common phrases, empty words", (N. Zavrazhnyi, personal communication, April 1, 2013). Additionally, according to the interview respondents pointed that there was *lack of motivation* in videos. "Azhar Koichumanova marked about *Adiletuu* party's video that there is no clear thought. Everything is very generic. Everything that is presented in video is obvious. There is no dynamism. It does not

motivate. It does encourage neither to act, nor to vote for this party. I would not vote for it (personal communication, April 2, 2013).

Interviewees believe that it is necessary for every party to have *strong slogan* that would motivate and give comprehensive information about a party and party's candidates. "I would not vote for this party, because it is not clear- Who are they?" (B. Enteriev, personal communication, April 1, 2013). As it might be expected lack of individualism, concretes and solidity cause rejection and disbelief to the party.

Besides from observation mentioned above, another point that combines respondents' answers is the *video's quality*. All of interviewees gave more preference to the videos with good quality, bright and colorful pictures, and interesting scenarios. Oftentimes definitions "professional" and "not professional" were mentioned during interviewing. People dislike grey dark pictures and poor quality. According to analysis parties presented videos with good quality had won more preference and votes than parties with bad quality commercials. It becomes clear that professionalism inspires confidence and therefore, is valued by electorate. The public in general trend tend to vote for something that they can trust into. Professionalism causes respect.

Respondents paid much attention to *heroes* of the videos, which seems to confirm the idea that people play key role in decision-making. "In general people always attract attention. It is a law of advertisement. Put a human face in advertising, and it will attract attention. This case is the same" (D. Akhmerova, personal communication, April 3, 2013).

To be more precise, should say that interviewees in their answers mentioned many details about actors. They noticed general appearance, clothes, face and facial expressions, voices, diction, gestures and physical appearance. Not professional acting, simulation and affectedness are also played very significant role. In other words, every detail influenced on overall impressions from the video. Here is a response of one of interviewees Galiya Sadikova about *Ak-Shumkar's* video "I did not like Grandmother. She had to rehearse her speech, or they had to pick a different frame. I did not like the selection of actors. Grandfather and Grandmother could

smile more. I was listening to the music more than watching the video itself. I constantly felt false on actors' performance" (G. Sadikova, personal performance, April 3, 2013). Another respondent recommended Zamandash party "to dress up actors differently, not in strange sweater. They should look more businesslike, not like school pupils" (N.Zavrazhnyi, personal performance, April 1, 2013).

Another commonality that responses brought out is that people usually do not pay attention to the text and music only if the video is interesting and intriguing or vice versa poor and boring. Respondents straightly claimed that they did not mention slogans and musical background. Other reason is that interviewees did not have enough time to mention *written information*. Neutral responses about *musical background* in most cases showed that applying of music was successful. Respondents gave their votes to the videos where musical background was called "not irritating" or "appropriate" instead of "loud" or "obsessive".

All analysis's results mentioned above are common for all interview participants. It is time to specify differences on which gender, age, occupation and national differences had influence.

Trough the analysis of interviews it became obvious that majority of videos are considered to be pessimistic and does not contain any positive information about Kyrgyz country. *Humor* was a replacement to pessimism in several cases. In fact there was tremendous difference in reaction of participants. What was funny and creative for some people, was stupid and absurd for others. As follows from interview analysis, men and older generation tend to be more conservative than women and younger people. Here is impression of the one of interviewees from *Asman Ala-Too* party's video about Package Man "I did not like the plot itself. A party made something like Comedy club. Elections are the serious thing, it is not a joke. Idea is good, but I did not like the presentation of idea. Scenario is stupid. Weird guy wears a T-shirt, politician with weird package" (N. Zavrazhnyi, personal communication, April 1, 2013). Men and 40-50 years old respondents called the video "misunderstood", "strange", "absurd",

whereas young women found video as “funny”, “creative” and “logic”. Ajara Koichumanova answered about the same video with package man “I liked the idea of the video. It has good quality. It pleases the eyes. It is pleasurable to watch. Basically, I liked everything. Especially that they added a humor” (A. Koichumanova, personal communication, April 2, 2013).

In the same way *war topic* was more or less contradictory. Mainly, people disliked the theme of war, saying that war has an irritating, frightening and oppressive effect. Bakyt complained that while watching *Ar-Namys* party’ video that was brought Afghan war into the topic he felt only fear. “War is a scary thing. It is hardly to be liked by anybody. They should change the topic. War is a collapse. Always. We should work on peace. Be more positive” (B. Enteriev, personal communication, April 1, 2013). Nevertheless, there are some people with whom the war topic could work with. But it is a much specified audience. These are people that are somehow connected with war or were a soldier in former times. One man out of 7 respondents was an Afghan veteran. He was the only one who liked the war topic. “As I am an Afghan, I felt as if I was I there again (Afghan war) watching the video, following the main hero. Old memories emerged, images of war popped into my head. Of course, I trust to this party. I always vote for Afghans”. (Z. Suranchiev, personal communication, April 2, 2013). This one the only case when occupation influenced on respond.

In addition to war topic, music with *old war motives* is also caused dispute. In this situation is also gender difference did not influence on answers. It should be pointed that older generation of 50 years old liked the soviet music themes in videos, because this music is from time when they were young. They felt nostalgia during watching the video of *Ak-Shumkar* party that used was a 1930’s pasadoble “*For you, Rio-Rita*”. 52 years-old Russian women opined “I liked the music. It is from “Meeting place should not be changed”. It is a safe variant. I have warm emotions. I think about family and grandsons. I love this tango”. Over against younger people said they are tired of war marches and that presenting old family with soviet music as a background is a stereotype. A young woman noticed a striking thing about the same tango used

by Ak-Shumkar party “The music is horrible. Music is from 90’s MMM commercial with Lyonya Golubkov. This music means cheat and dishonesty for older generation. What were video producers thinking about? (D.Akhmerova, personal communication, April 3, 2013).

As analysis showed there was an active cultivation of *children’s and oldies’ images* in political agitation videos. Speaking generally there was a negative attitude towards old people. Their images created only compassion and respect, but not motivation and desire to vote. “I do not trust to this party. What can do team of retired pensioners with their defined setting and views on life? They have different way of thinking and attitude to life” (G. Sadykova, personal communication, April 3, 2013). At the same time images of young successful parties’ leaders provoked positive trustful emotions. It followed that main heroes of videos’ that were young, dressed well and spoke professionally caused respect and motivated for voting.

Opposite to retired, images of children were taken mainly positive. Almost every respondent emphasized that he liked children in videos where they were presented. Especially it applies to female respondents. Possibly it was based on the maternal instincts of women.

As it turned out younger interviewees were more demanding and strict to the political agitation videos. They noticed more mistakes and defects. 20-30 aged respondents required more facts, more information and evidence. Many things irritated them much then the older generation. Additionally, they have their own opinion considering many things. Perhaps this is so because nowadays children have more opportunities. They are more educated in critical thinking due to the fact that they are not limited in obtaining different information nowadays. Older people are more likely to be neutral and positive. They believed easier and perceived videos with smiles.

According to analysis nationality did not influence much on how respondents perceived information. There was only one case that showed the connection between nationality and videos’ contents. *Adiletuu* party in their political agitation video touched the topic of national conflict between Uzbek and Kyrgyz occurred in June 2010. One of the respondents was Uzbek,

and he was the only respondents who mentioned that this topic is important for him. Other interviewees did not make emphasize on aspect of ethnical conflict mentioned above.

As follows from the analysis present Kyrgyz population is not absolutely trustful. Oftentimes they said “I want to believe” instead of “I believe”. This is to say, that, however people are very choosy in receiving information and creating opinions. Other important finding is that they hardly trust to politicians and political parties’ because overall answer to the question “would you vote to this party” was “no”.

Finally it is important to summarize that nationality did not influence much on respondents’ answers, just as an occupation. On the contrary, both age and gender plays significant role on how electorates perceive information. Therefore, political parties have to be very accurate while defining their message and choosing their target electorates.



## CONCLUSIONS AND DISCUSSIONS

This part of thesis is dedicated to the recommendation that might be useful for both political advertisers and politicians that work in Kyrgyzstan. As followed from videos' and interviews' analysis there were mistakes and gaps made in political campaign videos of pre-election period to Bishkek Jokorku Kenesh in 2012.

It became clear that political advertisers should avoid typical stereotypes. First and foremost they should get away from common words, empty phrases and banal plots that do not hold any meaning. All interviewees highly recommended to videos' producers to provide more valuable information. Namely people needed reliability and party's visions. Politicians should present evidence of their activity and describe how they would implement future plans in detail. Political video should introduce party's individual signs that differentiate this certain party from others in order to assure people in their clear ideas and goals. Perhaps fact that interviewees complained on lack of motivation should be noted too. This is to say, that neither glittering generalities, nor assertion propaganda tools were not affective.

Second thing that it is important to be recommended to parties is to pay much attention to professionalism of their videos. This recommendation concerns every video's component. Main heroes should be chosen very accurately. Ideally, these should be professional actors or very good-looking politicians. Their acting has to be plausible and professional. Every detail is should be taken into account. Heroes should be dresses very accurate, preferably in businesslike style if it's a politician. They should look fresh and optimistic, speak clearly without mistakes, control gestures and face expression. According to the analysis young men with pleasant voices are best choice in political videos. Parties should remember that their actors present their party. Physical appearance is very important. If a main hero does not look healthy, or moreover overweight, it will create dislike.

Language of advertising does not have to sound very official, but it has to be grammatically perfect and mature. Verbal content should be understood by every citizen, so

there is no need in applying of abstruse unfamiliar words. Also they had to be accurate with mixing different languages or different nationalities in one video. For example, image of Russian man reading a newspaper in Kyrgyz language created misunderstood, instead of admiration, because it is a rare case anyway. Additionally, if commercialists use English songs they should clearly understand the meaning of lyrics. For example, usage of song “Little Lies” just because producers like motive was unsuccessful. Showing happy children faces with a background of song that tells about “lying” is absurd.

Another important thing about music is that it really has to be a musical background. In other words, it should never come to the forefront and mute the text. Too active musical accompaniment causes irritation and confusion. What is more, there is a finding which applies to concrete Kyrgyz region. As interview showed usage of foreign English song was taken unsuccessfully. Modern rhythmical motives or soft classical music are considered to be the optimal options.

In their future video commercials political parties should try to avoid topic with signs of the past, i.e. war topic, old soviet music and images of retired as a candidates, for the reason that analysis showed that people usually tend to vote for parties whose videos’ main heroes are young. War topic causes stress and fear. Old soviet marches raises boredom.

One more aspect aroused from the analysis. This aspect is a humor. It is a very delicate tool that should be used very delicate and accurate in agitation. Kyrgyz people still have preconceived views on politics, believing that politics is not a place for jokes and laughs.

Generally, people need more positive videos that show pleasant things about our city and country, bright colorful scenes, which were very little in videos’ content mentioned in the research. Political parties should not make emphasize that everything is bad, and it will be good thanks to their party. Negative words about our present time create negative impressions. Political parties should be closer to the people, speak simple, describe how and what they are willing to do for the city in details. True patriotism is a solid tool always respected by people.

Children are also a good way to present the bright future, instead of repeating this word from time to time. Young people in videos have the same position. Political agitation videos should make people want to change, to act and to vote.

This thesis was a dedication to Kyrgyz political advertising. To analyze tendencies in political advertising and to compare their effectiveness were the main goals of the research. Analysis of propaganda techniques showed that there is a presence of manipulative tools used by Kyrgyz politicians. Analysis of interviewees' responds that were asked to watch the political videos of runners to elections to Bishkek City Council showed that tendencies mentioned in analysis are not effective anymore. Kyrgyz adult population hardly believes to political objects. In order to make political campaigns more effective politicians and commercialists should try other ways to attract electorate.

**LIMITATIONS**

Lack of time influenced of fact that not all the off the videos of all the parties was analyzed.

Only one political campaign was analyzed instead off analyzing all Kyrgyz political campaigns due to no purpose of it.

There could be more precious focus group and interview participants from other cities of Kyrgyzstan in order to make the research more representative, but due to lack of time and possibilities research was limited to Bishkek city.(limited to Bishkek city)

**REFERENCES:**

Brown,S. & Volgsen,U. (2006). *Music and Manipulation: On the Social Issues and Social Control of music*. USA: Bergham Books.

Filimonov, A. (2004). "Comparative Analysis of Political and Commercial Advertising". *Teaching science and education in Russia and abroad: regional, global and informational aspects*, (2). Retrieved from: [http://rspu.edu.ru/university/publish/pednauka/2\\_2004/03filimonov.htm](http://rspu.edu.ru/university/publish/pednauka/2_2004/03filimonov.htm)

Lee, A.M. (1978). *Sociology For Whom?* Oxford University Press, New York, pp. 126-128.

Silverstein, B. (1987). *Toward a Science of Propaganda. International Society of political psychology*, New York.

Hiebert G., Ray,E. & Reuss, C. (ed.). (1994). *Politics. Impact of Mass Media*. (3<sup>rd</sup> ed.).USA: Longman Publishers.

Kutyavina, E.(2002).*Language and Power. Vestnik Nizhegorodsogo Universiteta*, 1(2), 143-149.

Nikitina, K.V. (2006). *Political Mass Media discourse and its features, creating conditions for manipulation of public opinion*, Office of Social and Economical systems, (2), Ufa:РНО БашГУ.

Baran, S.J. & Dennis, K.D. (1995). *Foundations, Ferment and Future*, Belmont, Calif. Wadsworth Pub.Co.

Bouvee,C.L.& Arens, W.F. (1992). *Contemporary Advertising*. Homewood, Boston: IRWIN.

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

Richards J.I.& Curron M.C. (2002). "Oracles on Advertising" Searching for a definition. *Journal of Advertising*, M.E. Sharpe, Inc. pp 63-77 Retrieved from: [jstor.org/stable/4189215](http://jstor.org/stable/4189215)

Shepilova, G. (2010). Advertising in Mass Media: Principles of Classification, *Advertising and PR journal* (№4). Retrieved from: <http://www.mediascope.ru/node/625>

Vinnichuk, L. (1988). People, Morals and Traditions of Ancient Greece and Rome, p 93.  
Moscow: Высшая Школа.

Kara-Murza S.G. (2003). *Manipulation of Consciousness*. ЭКСМО.

Shabo M.E. (2008). *Techniques of propaganda and persuasion*. USA: Prestwick House, Inc.

Law of the Kyrgyz Republic about elections to the City council of the Kyrgyz Republic

Retrieved from: [http://www.shailoo.gov.kg/index.php?module=content&page=ZAKON\\_KYRGYZSKOY\\_\\_RES\\_PUBLIKI\\_O\\_VYBORAH\\_DEPUTATOV\\_MESTNYH\\_KENESHEY\\_&pagelang=ru](http://www.shailoo.gov.kg/index.php?module=content&page=ZAKON_KYRGYZSKOY__RES_PUBLIKI_O_VYBORAH_DEPUTATOV_MESTNYH_KENESHEY_&pagelang=ru)

Sema Turusb. (2012,November) *Самый Лучший Предвыборный Ролик*. Retrieved from <http://namba.kg/#!/video/4131481/>

I love Bishkek. (2012,November) *Человек- Пакет: Кандидат Наш Человек*. Retrieved from <http://namba.kg/#!/video/4198701/>

Meder I. (2012, November) *Афганцы вместе с Ар-Намыс*. Retrieved from <http://namba.kg/#!/video/4148181/>

Партия Акшумкар. (2012, November) *За достойный город. За Бишкек. За Акишумкар*.

## USAGE OF PROPAGANDA IN POLITICAL VIDEOS

Retrieved from <http://namba.kg#!/video/4047801/>

OSDE. (2012, November) *Бнтымак*. Retrieved from: <http://bulbul.kg/video:19505/>

Ploton. (2012, November) *За жизнь без барьеров*. Retrieved from:

<http://bulbul.kg/video:18990/>

Oscar\_13. (2012, November) *Столица №10*. Retrieved from:

<http://bulbul.kg/video:19542/>

Sib sib. (2012, October) *Бишкек за Замандаш-Современник!* Retrieved from:

<http://namba.kg#!/video/3940221/>

**APPENDIX 1**

Interview Questions about each video:

(Follow the next page for interviews)

Name/Surname:

Age:

Gender:

Occupation:

1. What did you like about the video?
2. What did you dislike about the video?
3. What did you feel while watching the video?
4. How do you evaluate music of the video?
5. How do you evaluate text of the video?
6. How do you evaluate plot/image of the video?
7. Do you believe to this party?
8. Would you vote for this party basing only on watching the video?
9. Give three adjectives about the video.
10. What would you advice to the producers?



ФИО: Койчуманова Ажара

Возраст:22

Пол: женский

Сфера деятельности: работник авиа- компании

Национальность: кыргыз

*Адилетюю Кыргызстан*

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравились слова. В принципе, вызывают жалость к нашей стране.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Очень плохой звук. Много шумов, которые мешают слышать слова.

Нет четкой мысли. Все в общем виде. Все что представлено в видео, итак очевидно.

В нем нет динамики. Оно не мотивирует. Не побуждает ни к действиям, ни к голосованию за данную партию. Я бы за нее не проголосовала.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Жалость. Сочувствие. Чувство того, что они молодцы, раз они все бросили и вернулись в родную страну. Все же, стандартный ролик. Нет ни капли креатива.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Плохая, пессимистичная музыка. Вгоняет в тоску.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Речь главного героя не несет особого смысла. Нет четкой цели и поставленной задачи партии.

6. Как вы оцениваете сюжет и изображение данного ролика?

Изображение очень темное. Мне не нравится сюжет и само качество.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика? Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ Не мотивирующий
- ✓ Тусклый
- ✓ Скучный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Изменить музыку. Так как звук очень плохой. Приходится прислушиваться, для того чтобы разобрать слова. Добавить динамики в само видео. Разъяснить цель самого ролика. Она непонятна. Чего именно хотели добиться производители? Что они хотели донести?

**Асман Ала-Тоо**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Очень понравилась сама идея данного ролика. У видео очень хорошее качество. Это радует глаз. Приятно смотреть. В общем, в принципе, понравилось почти все. Особенно, что они добавили юмор.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Ни чего.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Смешной ролик. Он запоминается. Было интересно смотреть. И он мотивирует.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Хорошая, подходящая музыка. Не раздражает.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Понравилась фраза в конце про маски. Эти слова наталкивают на то, чтобы задуматься о том, что так и есть на самом деле. Ведь на самом деле наш народ устал от этих масок. Сами слова неплохо связаны с самим сюжетом видео. Они раскрывают основную идею, которую партия хотела донести.

6. Как вы оцениваете сюжет и изображение данного ролика?

Очень запоминающийся ролик. Особенно с визуальной точки зрения. Отличное качество. И в сюжете нет ни чего лишнего. Все по теме.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Скорее да

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ интересный

✓ запоминающийся

✓ качественный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Можно оставить все как есть.

### Замандаш

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравились слова, они агитируют. Так же раскрывают общий смысл. Неплохая идея самого ролика, хотя и довольно простая. Есть динамика.

Еще понравился пожилой дедушка-дворник.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

В принципе, видео вызывает только положительные эмоции. Но, я не увидела, ни чего нового для себя. Все очевидно.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Видео вызывает желание изменить страну к лучшему.

Правда, ощущение того, что я это уже слышала, и не раз.

Они хотели снять неплохой ролик, что у них и получилось, но особо не трудились насчет идеи.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Слишком громкая музыка. Из-за нее было плохо слышно слова.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Мне понравился голос. Он очень приятный, с хорошей четкой дикцией. У партии хороший лозунг, который запоминается. Какой-никакой лозунг, но хотя бы есть.

6. Как вы оцениваете сюжет и изображение данного ролика?

Простой сюжет, который был хорошо и качественно снят. Хорошие актеры. На героев приятно смотреть. Нет ощущения наигранности.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да, им хочется верить.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ побуждающий к действиям

✓ Стандартный

✓ хороший

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

В принципе, можно оставить все как есть. Просто можно для большего эффекта внести креатив, которого не хватает. У нас люди вообще знают, что такое креатив?

### Столица

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравились поющие бабушки и дедушки. Их задорность и веселость. Плюс, их прикольные костюмы.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Было ощущение любительского видео. Почти не разобрать слов их частушки.

Абсолютно не похоже на политический агитационный ролик. Не вижу никакой идеи, цели. Как вообще можно было такое снять?

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Было просто смешно. И только. Больше ни чего.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Я не любитель русского народного фольклора. Не понравились ни качество, ни сама музыка.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Я не расслышала слов.

6. Как вы оцениваете сюжет и изображение данного ролика?

Сюжета нет как такового. Не понравилось видео вообще. Оно не заставляет задуматься

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет, ни в коем случае.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ глупый
- ✓ бессмысленный
- ✓ смешной

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

11. Полностью изменить ролик. Продумать сюжет. Раскрыть цели, ценности, идеологию партии. Добавить лозунг. Кажется, он вообще отсутствует.

**Ак-Шумкар**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравился маленький мальчик. Неплохой смысл в том что старшее поколение голосует за будущее своих детей.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Плохая игра актеров. Наигранность. Неестественность. Фальшивость. Отвратительная музыка. Ох, уж эти военные марши. Сам по себе ролик неправдоподобный. Сам факт того, что русский дедушка читает газету на кыргызском языке, делает его неправдоподобным.

Сам сюжет не понравился. Нет завершающей мысли. Кажется, нет лозунга.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Доброе видео, добрый сюжет. Но не вызвало доверия.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Отвратительная музыка. Слишком громкая. Как будто из военного фильма.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Вообще смысл самих слов неплохой. Но их очень мало. Не совсем достаточно.

6. Как вы оцениваете изображение и сюжет данного ролика?

Не понравилось качество изображения. Сама обстановка (квартира) не понравилась. Она не располагает к тому чтобы проголосовать за них. Слишком домашнее видео. Как будто из домашнего архива какой-то русской семьи.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓           Добрый
- ✓ Не агитирующий
- ✓ -

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Идею можно оставить ту же. Но нужно сменить обстановку. Не буду ни чего говорить про актеров, ладно. Добавить личностные признаки партии. Ролик слишком обобщенный. Можно просто заменить в конце картинку с названием партии, и от этого ни чего не изменится.

**За жизнь без барьеров**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравилось качество видео. У партии хорошее название и идея ролика. Они соответствует их логотипу «партия нового поколения»

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Много слов. Очень тяжело воспринимается текст. Для простого слушателя слишком много заумных слов. Не вижу конкретных целей данной партии.

Что они хотели этим сказать? Слишком много непонятной информации о членах партии.

Не понравился сам главный герой.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Практически никаких ярких эмоций я не испытала. Я узнала о том, что как оказывается, бизнесмены могут хорошо управлять государством.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Неплохая музыка, которая не мешает воспринимать текст. Я ее особо не запомнила.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Много слов. Много слов-паразитов. Много «эээ», «mmm», «то есть», «как».

Тяжело воспринимается простым слушателем. Масло масляное. Сплошная тафтология.

6. Как вы оцениваете сюжет и изображение данного ролика?

Сюжет ни о чем. Ролик не ассоциируется с политической рекламой. Простое интервью у молодого бизнесмена.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Она может вызвать интерес у молодого поколения. Они, лично мне, ближе всего по видению, интересам, представлению о том каким должна быть наша страна.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ Тяжелый на восприятие
- ✓ Не раскрывающий цели партии
- ✓ Скучный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Изменить сюжет. Внести более конкретную идею. Снять в этом же качестве, с такой же музыкой, но добавить конкретики.

### **Ар-Намыс**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Музыка очень подходящая для политической агитации. Понравился мужчина, раз он действительно воевал в Афганистане, он заслуживает уважение.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Не понравилось то, что этот мужчина говорил о личных качествах людей их этой партии.

Видео очень короткое. Ролик не раскрывает смысл. Нет основ, идеи. Я не успела уловить основную мысль, которую хотела донести данная партия.

Не понравилось то, что они затронули тему войны. Внести смысл в ролик. Показать настоящую связь между Афганцами и партией. Агитационный ролик должен агитировать.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Сочувствие к людям, которые воевали в этой войне.

Ролик, лично меня, не смотивировал на голосование. Может быть, только из чувства сочувствия к воевавшим.

Особо эмоций не вызвал.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка понравилась.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Словам главного героя хочется верить. Но я не услышала тех слов, которые натолкнули бы меня отдать свой голос именно этой партии.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Неплохое изображение, но предельно скучное.

При всем желании, больше нечего сказать, про ролик который длится 20 секунд.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Больше да, чем нет. Но только потому, что это человек говорил о войне.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ грустный

✓ короткий

✓ не мотивирующий

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Изменить весь сценарий ролика.

### Республика

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Хорошее качество.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Это что агитационный ролик? Больше похоже на обыкновенный дешевый клип. Очень затянутый и бессмысленный. Нет мотивации.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Просто долгое позитивное видео. Не вызывает особых чувств кроме ощущения доброты и позитива. Очень затянутый.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Нормальная обыкновенная музыка.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

-

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Хорошее красочное яркое изображение. А вот сюжет на троечку. Люди как люди.



7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ долгий

✓ ни о чем

✓ добрый

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Необходимо укоротить ролик. Привнести смысл. Раскрыть основные задачи, которые ставит перед собой партия.

ФИО: Энтериев Бакытбек Саламатович

Возраст: 44 года

Пол: мужской

Сфера деятельности: бизнес

Национальность: кыргыз

*Адилетюю Кыргызстан*

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Мне показалось, что это ролик был искренним.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Не понравилось качество съемки, звука.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Бессилие перед властью держащими. Непонимание того, как люди не понимают истинных ценностей жизни.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыкальное сопровождение среднее, можно было бы более темпераментнее.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Можно было бы добавить больше эмоций. Поработать над текстом получше.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Сам сюжет средний. Заезженная идея.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Как ни странно, да. Искренность главного героя подкупила.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ искренний

✓ побуждающий к действиям

✓ хороший

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Поработать над музыкальным сопровождением. Поработать в тексте больше слов, вызывающих к объединению. Говорить о людях, не о себе. Герой говорит о себе, людям по большому счету интересны только они сами. Нужно говорить о народе.

**Асман Ала-Тоо**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Необычный, креативный ролик.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Сюжет. При чем тут пакет и маски? Хорошо, вы срываете маски? А вы кто?

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Никаких ощущений не испытал. Ни положительных, ни отрицательных.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Среднее музыкальное сопровождение. Не вдохновляет особо.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Среднее. Больше ни чего не могу сказать. Слов не было. Титры нормальные для данного ролика.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Одним словом, КВН.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет, так как непонятно «кто они» эта партия?

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ смешной

✓ грустный

✓ необычный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Больше дать информации о партии, о целях, о именах партии.

**Замандаш**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Хороший ролик. Все понравилось. Есть начало и хорошее завершение. Глаза бабушки понравились.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Не понравилось, что у нас в стране такие условия, которые заставляют пожилых людей, подметать улицы.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Нужны учителя, в школах, которые будут учить детей не бросать бутылки на асфальт.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Отличное музыкальное сопровождение.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Понравились слова, вызывающие к объединению. «Только вместе мы сможем изменить страну».

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Хорошее качество изображение. Сюжет понравился, все к месту. Как в жизни, муж лежит на диване, жена моет посуду, в стране коррупция.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ эмоциональный

✓ патриотичный

✓ объединяющий

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Успеха и удачи, продолжайте в том же духе.

### **Столица**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравились костюмы.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Один из артистов вроде забыл текст, и, кажется, был чуть выпивший. Ощущение такое, что как, будто их главная проблема только чистота в городе.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Что название партии и цели партии не совпадают. И что представители данной партии будут думать только о столице.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Нормально. Креативно. Смешно.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Непонятно, им что нужны только голоса для чистки города от мусора?

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Сюжет по-своему интересен, но наверное не каждому будет понятен и интересен.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ смешной

✓ средний

✓ короткий

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Нужно показать больше целей, больше определенности.

### Ак-Шумкар

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Ответ бабушки про «будущее».

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Ощущение как будто этот ролик предназначен для людей пенсионного возраста.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Непонимание. Дедушка читает газету на кыргызском языке, отвечает внуку на русском.

Вопрос задан внуком дедушке, перебивает его бабушка и отвечает внуку. Налицо руководящая роль бабушки в семье, а это неправильно.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Плохо. Музыка не к этой спокойной семейной обстановке. Чтение газеты, просмотр семейных, старых фотографий- должны быть другая музыка.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Общие слова- это вызовы. Будущее детей, достойное будущее- детям непонятны эти слова. Определитесь к кому вы обращаетесь.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Сюжет непонятен изначально. Музыка, слова не совпа

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ смешной

✓ неопределенный

✓ беспокойный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Определится.

### **За жизнь без барьеров**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Больше всего понравилась музыка.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Текст. Главный герой слишком молод, рассуждает о строительстве государства.

Временами говорит категорично.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Ощущение неуверенности кандидата в победе. Может неполной уверенности. Ощущение «давайте просто попробуем».

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка не напрягающая, применима для данного сюжета.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Некоторые предложения кандидата построены неверно. И это сразу заметно. Слова звучат временами неопределенно.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Красиво, офис, мебель, вечерний город. Новые умные слова. В целом хорошо, более менее профессионально.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Скорее да, чем нет. Они молодцы.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ хороший

✓ среднеубедительный

✓ креативный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Поработать над текстом и не обижать руководителей государства в возрасте.

### **Ар-Намыс**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Ни чего не понравилось. Может быть только музыка соответствует видео.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Не понравился текст. Не нужно говорить, что вы держите слово, нужно просто держать слово и все.

Получается, по тексту, что все афганцы за данную партию- наверное это неверно.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Страх. Война это все равно страшно, И это не всем нравится.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка соответствует видеоряду. Вызывает беспокойство.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Плохо оцениваю. Получается, что все афганцы и только они, держат слово. И это только из привычка, как будто ни кто кроме них не держит слово. Где цели?

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Сюжет для мужчин, военных и работников органов. И женщин, которые боятся войны. Не нужно играть на страхах людей.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ слабый

✓ страшный

✓ беспокойный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Изменить сюжет. Война- это разрушение. И это всегда. Нужно строить мир. Больше позитива.

### **Республика**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Дети, весна, шарики и все.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Музыка на иностранном языке. Думаю, у них за границей, не звучит кыргызская музыка.

Клоун тоже не наш.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Постоянно тяжело слушать эту музыку, и видеть № 15.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Плохо, определиться нужно где мы, кто мы куда идем? Какие ценности вызываем у людей?

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Нормально. Хотя ненавязчивое мелькание №15 на газете тоже напрягает.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Дети, шары, клоуны. Спокойная обстановка, не вызывающая никаких ощущений.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.



8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ раздражительный

✓ спокойный

✓ смешной

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Изменить музыку. Одеть клоуна в национальный костюм. «Мы здесь живем» на футболках изменить на более определенный сленг, побуждающий к действиям соответствующий целям партии.

## **Интервью**

ФИО: Садыкова Галия Мельсоновна

Возраст: 43

Пол: женский

Сфера деятельности: домохозяйка

Национальность: казашка

### **Адилетюю Кыргызстан**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравилось, что молодежь не равнодушна к судьбе Кыргызстана. Есть желание молодежи создавать, строить лучшую жизнь для соотечественников.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Мне не понравился сам оратор. Его вальяжный вид, нет четкости в риторике.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Приходилось напрягаться и вслушиваться в слова выступающего.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыкальное сопровождение могу назвать неудачным. Слишком громкое, навязчивое. Мешали какие-то посторонние звуки.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Сама идея хорошая, а текст слабенький. Главный герой не договаривает слова- сплошная каша. Монотонный текст, без определенных акцентов на ключевые слова, на главные смысловые акценты.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Не удачное. Видео мрачное, а сюжет не впечатляет. Партия выбрала самый обычный, легкий путь.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет, не убедительно.

8. Отдали бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ музыкально безграмотный

✓ монотонный

✓ скучный

9. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Переснять ролик.

Асман Ала-Тоо

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Мне понравилась сама идея- молодое поколение срывает маски притворщиков и сказочников, постоянно обещающих новую жизнь.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Где снят ролик. И как убегает молодой человек с этим бумажным пакетом, как буд-то он нарушил какое-то правонарушение.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Искала связь «манекена» со словами, которые периодически всплывали в видео. Это этого теряешь смысл происходящего.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Ужасная музыка. Слишком угнетающая.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Косноязычие. Можно было добавить остроты в слова и сюжет.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Серо.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Никакого доверия эта партия не вызывает.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ любительский

✓ незаконченный

✓ неинтересный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Партии нужно еще расти и развиваться.

**Замандаш**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравилась концовка ролика. Трогательная.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Ощущение того, что это был ролик на какую-то бытовую тему.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Было непонятно почему такое начало. Я не увидела связи между началом и концом данного ролика. По мне, они абсолютно из разных опер.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Похоже на сопровождение из мыльных опер.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Ощущение такое, как будто слышала этот ролик много раз, это не вызывает впечатления.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

У ролика неудачное начало и как следствие не связывается между собой сюжет. Сам текст не связан с картинками.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет, не вызывает.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ странный

✓ неудачный

✓ черный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Продумать другой сюжет, добавить конкретики.

**Столица**

1. 1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Он красочный и веселый. Сразу вызывает улыбку.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Ну выучили частушку, ну спели, без души, без особой цели. Вопрос «Для чего?»

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Самодетельность- хор русской песни. При чем здесь партия «Столица» и хор пенсионеров, которые хотели засветиться на телевидении?

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Громко!

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Вырванный текст- пришелся по вкусу только заказчикам ролика, а это ужасно.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Яркие костюмы. Возникает ассоциация с хором имени Пятницкого.

В ролике нет концепции партии, нет лидеров, а может это были лидеры в костюмах? «ха-ха» !

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет, не вызывает- что может сделать команда пенсионеров с их определенной установкой и взглядами на жизнь? У них другое мышление и отношение к жизни.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика? Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ весенний

✓ прикольный

✓ красочный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Обратиться к профессионалам, промоутерам- их помощь им необходима! Удачи!

### Ак-Шумкар

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

То, что в сюжете участвуют несколько поколений. Тема семьи. То, что внучок справился со своей речью, видимо недавно начал говорить.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Не понравилось бабушка. Надо было отрепетировать свою речь, или выбрать другой кадр.

Не понравилась подборка актеров. Дедушка и бабушка могли бы больше улыбаться.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Больше слушала музыку, чем смотрела на само видео. Их постоянно чувствовалась фальшивость в игре актеров.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Оно доминировало в ролике.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

В словах есть какой-никакой смысл.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Картинка подходит. Сюжет о среднестатистической семье.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

А где партия? Я ее не заметила. «Скромняги».

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ семейный

✓ громкий

✓ домашний

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

К операторам и производителям претензий нет.

### **За жизнь без барьеров**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Приятный ролик. Вид вечернего Бишкек, люди на заднем плане. Молодежь. Голос главного героя и музыка.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Особых таких моментов нет.

3. 3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Радость за то, что у нас есть образованная молодежь.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Очень удачное сопровождение текста, она не раздражает.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Немного не доработано, а в целом неплохо.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Все было к месту и по смыслу. Выдержанно. Ни чего лишнего, но и нет того, чего бы не хватало.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Не могу однозначно ответить. Хотя наверное надо дать шанс молодым- если они высококвалифицированные специалисты, с хорошим образованием и желанием менять город к лучшему. Почему бы и нет?

Скорее да.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ удачный
- ✓ продуманный
- ✓ профессиональный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Развивайтесь и дальше.

### **Ар-Намыс**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравилась завершающая заставка в ролике.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Сразу при первом кадре возникают неприятные ощущения от выступающего. Сам герой не очень удачный. Назойливая музыка.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Как будто пригласили больного ожирением III степени, одели на него костюм, дали текст и показали где камера.

Мы что к войне готовимся?!!

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка эта просто кошмар.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Было слишком много «Я» и «мы». Очень назойливо.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Безнадежный сюжет.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Абсолютно- нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ Тяп-ляп сделанный

✓ Не продуманный

✓ Воинственный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Ребята- это провал.

### **Республика**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

«Весна» в ролике.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Музыкальное сопровождение- если «Республика» причем здесь песенка на плохом ломанном английском языке. Плюс она звучит очень долго и однообразно.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Цирк уехал- клоуны остались. Данная партия дает обещания как эти воздушные шары- не более. Также задели недовольные лица, участвовавших в ролике, как будто их агитируют насильно, обещают многое- но увы, пока, ребята, так- во дворе и с шариками.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Кто-то хотел быть креативным- не получилось.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Ищу слова на футболках.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Очевидно, что партия хотела добиться большего результата, при малых затратах.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Популисты, нет, не вызывает.



8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ нудный

✓ бестолковый

✓ колхозный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Подскажите заказчикам ролика, пусть конкретизируют свою позицию, чего они хотят добиться.

**Интервью**

ФИО: Ахмерова Диана Набиуллиовна

Возраст: 30

Пол: женский

Сфера деятельности: ген.директор компании по логистике

Национальность: татарка

**Адилетюю Кыргызстан**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Сам посыл, обращение к патриотизму каждого жителя Кыргызстана. Обращение в форме не формального общения, речь была не спланированной, дружественной. Как обычный разговор двух людей.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Не понравилась речь. Приходилось напрягаться. Отсутствие дикции. Не отрегулированная громкость. Мрачная запись. Не понравился сам видеоряд. Он сидит в черном на черном фоне.

Если хотели сосредоточиться на лице, то сам герой невыразительный с невыразительной внешностью, само лицо не впечатляет. Нужно было сделать другой видеоряд для того чтобы создать хоть какое-то впечатление.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Напряжение от мрачной картинке, и от того что приходится вслушиваться в неразборчивую речь.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка соответствующая мрачной картинке, такая же мрачная.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Слова не цепляющие, текст сумбурный, без ярко выделенных акцентов. Не затронул.

6. Как вы оцениваете сюжет и изображение данного ролика?

Ощущение домашнего видео. Нет ни четкости картинке, ни освещения. Темный мрачный фон.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет, не вызывает.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ мрачный

✓ напрягающий

✓ скучный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Купите нормальную камеру. Сделать речь более выразительной.

**Асман Ала-Тоо**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Прикольно. Сюжет необычный. Хочется досмотреть до конца. Интересно, что будет в конце. Неожиданная развязка.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Наверное, парень, срывающий маску, был лишним. Не понравилось то, как он убежал. Достаточно было показать, что маска кем-то сорвана. Этот мальчик не особо нужен.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Интерес. Смех. Юмор. Не знаю даже как сказать. В общем, осталось позитивное ощущение.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка, мне кажется, хорошо подобрана. Она не выбивалась, соответствовала ролику.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Слова хорошие. Не было много текста, но общая идея было ясна.

6. Как вы оцениваете сюжет и изображение данного ролика?

Сюжет хороший. Изображение, в принципе, тоже.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет, хотя... Может быть отдала бы.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ позитивный

- ✓ веселый
- ✓ креативный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Оттачивать идею, потому что она была хорошая, но некоторые моменты недоработанные. То есть этот мальчик убегающий был не нужен вообще, внимание зрителя уходит не в ту сторону.

### Замандаш

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Видео ряд интересный, переход от черно-белого к цвету. Вообще всегда привлекают внимание люди, это закон рекламиста. Поставь в рекламу лицо человека, и оно будет привлекать внимание. И в этом случае так же.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Наверное, сама реализация идеи не удалась. Сам видео ряд не поддержал эту идею. Сюжеты не были такими яркими. Переход от худшему к лучшему вроде был. Цвет появился, дворник метет, а хорошее не последовало. В общем, добро не победило зло. Я не успела осознать глубину этой идеи, видимо она была очень глубоко зарыта

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Интерес. Ощущение незавершенности. Мне не хватило этого «дворниковского» позитива.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка слишком громогласная, мне кажется, бьющая по нервам. Когда слышишь такую музыку, сразу хочется переключить на другой канал.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Текст хороший. Идея хорошая и посыл. В принципе, четкость была.

6. Как вы оцениваете сюжет и изображение данного ролика?

Сюжет был интересный, но недоработанный. А качество замечательное.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет, лично меня он не зацепил

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ интересный
- ✓ незавершенный
- ✓ громкий

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Доработать видеоряд, для того чтобы идея стала более понятной.

### Столица

Что Вам понравилось в данном ролике?

Жизнерадостность главных героев.

1. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Неразборчивый текст. Я, честно говоря, не поняла, что они там пели. Поняла только что-то про зелень. Качество съемки не понравилось. Несерьезность.

2. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Было весело но, ни чего не понятно.

3. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Частушки это не мой формат.

4. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Слова я вообще не поняла, не распознала.

5. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Полное отсутствие и качество и сюжета. Если уж хотели снять румяных теток, то сделали бы это профессионально. А то поставили их бедных под солнцем, жариться на площади.

6. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

7. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролик?

Нет.

8. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ непрофессиональный
- ✓ нелепый
- ✓ маразматический

9. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Не производить подобную продукцию.

*Ак-Шумкар*

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Ни чего не понравилось.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Все. Слишком наигранно. Примитивно. Растянuto. Ужасная операторская работа. Семья русская, а дед активно читал газету на кыргызском?!! Не знаю даже, что сказать по этому поводу.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Неприятие. Раздражение. Возмущение непрофессионализмом и примитивностью.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Ужасная музыка. Она напоминает рекламу из МММ 90-х годов с Леней Голубковым. У старшего поколения эта музыка напоминает об обмане и надувательстве. О чем думали эти «роликосниматели»?

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Не знаю, примитив такой.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Мы такой ролик дома можем снять и то лучше. Сюжет избитый.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ примитивный

✓ примитивный

✓ и еще раз примитивный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Не производить больше никаких роликов. Сменить род деятельности.

*За жизнь без барьеров*

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Не знаю даже, как это описать. Что сказать-то? Видеоряд конечно интересный. Жизнь современного Бишкека снята такой, какая она есть. Город. Случайные люди. Но непонятно как это вообще связано с тем, что он говорил.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Я смотрю просто меняющиеся картинки, но я его не слушаю. Большой не сформулированный текст. Он говорит о каких-то проблемах в управлении, но не говорит о том, как его партия собирается решать эти проблемы. То, что он говорит с кем-то, но точно не со мной. Он не смотрит в камеру. То есть мне уже неинтересно, что он там говорит. Я смотрю на роллера и на дедушку с баяном. Общая размытость, нет четкости. Он к чему-то ведет, ведет, но ни к чему так и не приводит.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Не почувствовала его профессионализма, что он аналитик. Показывали его рабочий день, или что там. Я не почувствовала его силу анализировать и управлять. Просто банальный уставший менеджер, который рассуждает о своих идеях на скамейке и гуляет после работы.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыку я не заметила. Она там фоном шла. Она нормальная. Не раздражали и не отвлекала.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Слова невнятные. Бесцельная речь, не вызывающая ни интереса, ни доверия. Манера говорить простонародная. Даже если идея была как обращение к другу, как к равному, все равно должен присутствовать заранее написанный, отрепетированный текст с нужной интонацией. А не пробубненное на одной ноте. Большой длинный непонятный текст, одним словом.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Сюжет отсутствовал. Изображение примитивное.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ занудный
- ✓ непрофессиональный
- ✓ скучный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Нужно было поработать над текстом, над донесением идеи, если она там была. Показался длинным.

*Ар-Намыс*

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Четкий хороший текст. Музыка. Сюжет. В ролике была цельность. Он был оптимальным по времени, по содержанию, по подаче.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Личность кандидата. Не чувствовалось искренности в его словах. Было понятно, что он вызубрил текст и рассказал на камеру. Пиджак, который топорщился во всех местах, где только можно.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Тяжело ответить. Никаких особых эмоций я не испытала. Думала о том, что главному герою нужно срочно похудеть. У меня неоднозначное отношение к афганцем. Эта глупая война, которая загубила тысячи молодых парней, которые ни чего не понимали. Поэтому у меня нет позитивного отношения к афганской войне.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка была хорошая и соответствовала картинке и смыслу.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Слова четкие и понятные.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Сюжет соответствует содержанию. Он говорит о войне, и показывают войну. Все логично. Картинка соответствует тому, о чем говорит главный герой. Музыка к словам. Но во мне не находит отклика. Во мне, кроме сожаления, больше ни чего не вызывает.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да



8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ Оптимальный

✓ четкий

✓ понятный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Обратить внимание на подборку героев видео. Нужно чтобы было больше эмоциональности. Что бы люди верили в то, что говорят герои, а не слышали просто заученный текст.

### Республика

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Позитивность. Светлые детские лица. Общее настроение расслабленности и праздника. Все.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Мне не понравилась англоязычная песенка на фоне наших азиатских лиц. Несоответствие музыки и картинки. Прямо «била по нервам». Не понравилось то, что используют детей. Обычно когда нечего показывать, показывают детей или животных. Это вызывает умиление итд. Никакой идеи я вообще не увидела. Бесконечный субботник с шариками. Эффект 25 кадра, ведь каждые 3 секунду тебе показывают Республика, № 15 и галочку.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Приятно посмотреть. Светлые и яркие цвета.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Как я уже сказала, полное несоответствие.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Лозунг сам по себе хороший, но когда он идет под «ла-ла-ла-ла-ла» это вообще никак не вяжется.

6. Как вы оцениваете сюжет и изображение данного ролика?

Сюжет непонятный. Изображение яркое, позитивное, но не несущее никакой смысловой нагрузки. Помимо детей и шариков там больше ни чего нет.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ светлый

✓ бессмысленный

✓ долгий

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Разделить его на два ролика. Четко сформулировать идею и поменять музыку.

**Интервью**

ФИО: Суранчиев Замирбек Токторбекович

Возраст: 50 лет

Пол: мужской

Сфера деятельности: Служба Безопасности

Национальность: кыргыз

**Адилетюю Кыргызстан**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Мне понравилось то, как говорил главный герой. Он говорил красиво.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Мне ни чего не понравилось, если честно.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Никаких особых ощущений не испытал, если быть честным до конца.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка понравилась. Хорошая.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Как я уже сказал, мне понравилось то как он говорил, его слова. Красиво звучит.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Вполне сносно. Не раздражает, интересно смотреть.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Я не знаком с данной партией, поэтому данная партия у меня доверия не вызывает.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ сомнительный

✓ сносный

✓ трогательный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Можно было бы более ярко снять. А то слишком темное видео.

Асман Ала-Тоо

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Мне абсолютно в данном ролике ни чего не понравилось.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Я не понял смысла этого ролика. Что? Зачем? Почему? К чему, в конце концов?

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Если они хотели показать то, что надо снимать маски у руководства, то я ощутил удовлетворение.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка данного ролика хорошая, мне понравилась.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Слова вполне сносные. Наталкивают на мысль. И вроде как соответствуют ролику.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Снято хорошо, больше ни чего не могу сказать, так как опять же идея ролика вызвала во мне сомнения, непонимания.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ Сносный

✓ Непонятный

✓ Сумбурный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Надо было дать больше информации, о ком идет речь, что они конкретно хотят сказать, для того чтобы привлечь избирателей.

Замандаш

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравилось все. Снято отлично. Такие бы ролики показывать каждый день по телевизору вместо рекламы, глядишь город стал бы чище. Может молодежь по-другому относилась бы к мусорным проблемам.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Понравилось все.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Конечно, дворника жалко. Такое ощущение, что так и должно быть. Но все же, надо воспитывать молодежь, со школы. Даже нет, с детского сада.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Оцениваю отлично, классная музыка.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Приятная речь. Красивые и, самое главное правдивые, слова. Лексика отличная.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Опять же на отлично. Очень понравились и истории, и конец. Сюжет хороший.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ вдумчивый
- ✓ показательный
- ✓ воспитательный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Побольше! Побольше таких роликов снимать надо!

### Столица

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Конечно, понравилась эта частушка. Да и артисты эти.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

В общем, абсолютно ни чего не понравилось.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Ощущение как будто на концерте побывал, на главной площади.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

А музыка и старания актеров хорошие.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Не очень, на мой взгляд, вышел ролик.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Оценить этот ролик я не могу, так как ролик слишком короткий. Более того, он не содержательный.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ Короткий

✓ Любительский

✓ Пустой

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Опять же скажу, пусть научатся у других производителей роликов.

### **Ак-Шумкар**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

На мой взгляд, ролик снят отлично. Сам сюжет мне понравился. Понравились слова о «будущем». Ведь это очень важно.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Вроде касаясь этого ролика «не понравилось» я не скажу.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Я испытал ностальгию по Советским временам. Аж заплакать захотелось.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Отличная музыка. Напоминает о молодости, о родителях. Хорошее было время. Не могу не притоптывать под эту музыку.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Касаемо словесного содержания, ни чего особого не могу сказать. Опять же понравились слова о «будущем». Остальное не помню. Вроде было сказано хорошо.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Видео снято хорошо. Ярко. Приятно смотреть. Было бы хорошо, если бы все ролики были сняты так же.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Я затрудняюсь ответить.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ отличный

✓ -

✓ -

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Продолжать в том же духе.

### **За жизнь без барьеров**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравился герой ролика. Понравилось, как он говорит. Сюжет снят отлично.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Мне понравилось все.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Ощущение такое, как будто я сам снимался. Молодец этот главный герой ролика.

Молодежь надо привлекать в политику.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка понравилась. Хорошая. И подходит под само видео.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Слов нет, одни эмоции. Все бы так говорили: красиво, четко, без заминок.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Снято отлично. Суперски! Я бы так сказал. Как я уже говорил, надо молодежь привлекать.

А у нас все политики лет 30 наверное не менялись.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Опять же, я не был ранее знаком с этой партией. Но основываясь на ролике, я за «за» их идею.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ прогрессивный

✓ четкий

✓ современный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Снято отлично. Советовать ни чего не буду, да и нет в этом надобности.

### *Ар-Намыс*

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравился и сюжет, и герой ролика. Трогает душу. Я им верю.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Все понравилось. Нет того, чтобы мне не понравилось.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Так как, я сам афганец, как будто снова побывал там, посмотрев сюжет за героем ролика.

Всплыли старые воспоминания, в голове замелькали картины войны.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Хорошая подходящая музыка.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Главный герой говорил грамотно, молодец. Слова тоже воодушевляют. В них есть смысл и идея.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Хорошее видео. Все к месту и по делу. Ни чего лишнего.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Конечно, она вызывает доверие. Я всегда голосую за афганцев.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.



9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ личный
- ✓ выдержанный
- ✓ отличный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Советовать я ни чего не могу, и не хочу.

**Республика**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравилась разве что игры. Такие мероприятия нужно проводить хотя бы каждые выходные. А еще лучше каждый день.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Как-то снято это все непрофессионально. И надписи эти мелькают везде «Республика», уборки эти. Сплошная показуха.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Отвратительные ощущения. Если бы только Республиканца проводили эти мероприятия постоянно, а не только на период выборов, все было бы по-другому.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Насчет музыки я никаких возражений не имею. Хорошая и веселая музыка.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Ну, говорить или писать можно везде хорошо, а вот сделать дело, совсем другое!

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Очень слабо.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ непрофессиональный
- ✓ длинный
- ✓ позерство

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Посоветую поучиться у «Замандашовцев»

**Интервью**

ФИО: Завражный Науфаль Игоревич

Возраст:22

Пол: мужской

Сфера деятельности: студент

Национальность: узбек

**Адилетюю Кыргызстан**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравилось то, что он, как настоящий патриот вернулся на родину, во время войны, если это действительно, правда, конечно...

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Сам ролик не вызывает восторга. Главный герой не понравился тоже.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Скорбь к событиям 2010 года. Жалость и сожаление к тому, что в нашей стране была война, к этому грустному несправедливому времени. Внутреннее переживание. Тяжелые воспоминания.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Подходящая музыка, к ролику, к словам.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Понравилась фраза «Кому война, а кому родная страна». Хорошие слова. Чувствуется, что речь подготовленная. Но концовка не вдохновила. Не понравились эти общие слова «нас много», «мы готовы».

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Низкое качество видео. Слабый изъезженный сюжет.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Не особо.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ подготовленный

- ✓ средний
- ✓ обычный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Раз они взяли эту тему, должны были рассказать про свою деятельность, во время межнациональной войны.

Асман Ала-Тоо

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Понравились конечные слова, про, то что нас обманывают. И то, что они якобы готовы положить этому конец.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Мне не понравился сам сюжет. Партия сделала что-то вроде КВН. Выборы это серьезная вещь, это не шутка. Идея хорошая, но сама подача не понравилась. Сюжет глупый. Непонятный парень в майке. Политик в непонятном пакете.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Беспонтовый ролик. Вызвал негатив. Не вызвало интереса к партии.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Хорошая музыка, но обычная. Ни чем не примечательная.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Там не было особых слов, за исключением последних. Про то, что нас обманывают. Это зацепило внимание. Сильные слова, которые действительно правдивы.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Качество хорошее.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ Некрасивый
- ✓ несерьезный
- ✓ бессмысленный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Продолжать в том же духе. Придерживаться идеи по поводу срывания масок, открывать правду. Показывайте депутатов такими, какие они есть. Было бы хорошо если бы в самом видео, маску сорвал не случайный прохожий пацан, а представитель данной партии. И чтобы это было понятно зрителю.

### Замандаш

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Мне понравился ролик. Показали правду жизни и то, что несмотря ни на что эта партия не будет опускать руки. Хотелось бы, чтоб было так действительно. Чтобы люди относились ко всему с пониманием и усердием, как это сделал дворник.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Голос за кадром говорит как обычная реклама, слишком много общих слов и обещаний. Не услышал ни чего нового. Общие фразы, пустые слова.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Было жалко дворника, труд которого не уважают. Хочется наказывать таких людей. Чувствуется, что молодым дают мало перспективы, возможности развиваться.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка подходит. Приятная музыка. Начинаешь вникать, привлекает внимание. Если бы ролик был длиннее, смотреть было бы еще интересней.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Не понравились слова. Голос диктора приятный, но все же не вдохновляет. Усталость от избитых фраз.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Качество ролика хорошее. Грамотно снято.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Скорее да.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ Жизненный

- ✓ Правдивый
- ✓ Слова пустые

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Постараться избегать избитых слов, общих фраз, продумать лозунг партии. Чтобы люди понимали, что именно готова дать эта партия городу.

### Столица

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Что сделали интернациональный. Не забывают о том, что в нашей стране живут люди разных наций и показали это в ролике. Что он веселый, положительный. Поднимает настроение.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Слишком короткий ролик. Мало одной частушки для партии, которая будет управлять городом.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Веселье.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

С юмором. Понравилось использование русского фольклора.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Половина на половину. Общие слова и фразы. Пустые обещания. Нет индивидуальности в самом содержании. Оно не подкреплено действиями и фактами. Ни чего конкретного.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Плохое качество изображения.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ жизнерадостный
- ✓ интернациональный
- ✓ веселый

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Добавить еще нации. Сделать акцент на разных народах, раз уже используют данную тему.

**Ак-Шумкар**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Ребенок. Смешной. Пожилые люди, которые переживают за будущее своего внука. Присутствие пожилых людей.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Плохая игра героев. Наигранность, неестественность.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Ожидание большего от ролика. Ждешь, ждешь, но в конце ни чего не происходит.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка не понравилась. Песня напоминает про времена Великой Отечественной войны. Странно, что если обязательно русские и пожилые, то обязательно старые военные песни.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Пусто. Мало. Слабо. Ни чего такого, что могло бы заинтересовать и заставить поверить.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Качество изображения хорошего. Приятно смотреть на домашний уют.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ неинтересный
- ✓ домашний
- ✓ обычный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Переснять ролик. Обратить внимание на актерскую игру героев.

**За жизнь без барьеров**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Что молодая команда следит за тем, что идет в городе, и пытаются и хотят что-то сделать в городе. Метод аналитики. Мне кажется, что аналитика это нужная сфера. Если человек умеет управлять бизнесом и анализировать, то это хорошо и нужно нашему городу.

Молодые перспективные ребята. Понравилась прогулка по всему городу, как будто они сами обычные люди, и отмечают и замечают недостатки для того, чтобы их улучшить

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Речь актера. Много слов паразитов. Как будто ему тяжело говорить. Как не политик, не аналитик, а обычный горожанин.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Было очень интересно смотреть ролик, следить за сюжетом. Появляется желание что-то сделать для страны.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Не обратил внимания. Увлёкся сюжетом.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Достаточно подготовленный человек. Хотя и много неправильных слов. Мырк-вариант.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Все сделано красиво, интересно.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ интересный

✓ увлекательный

✓ продвинутый

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Одеть по-другому главных героев. Непонятный свитер, должны выглядеть более деловыми, а не как ученики. Показали всю команду.



*Ар-Намыс*

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Ни чего не понравилось. НЕ понравился главный герой. Он толстый.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Не вижу связи между службой и политикой. Зачем он вообще лезет в политику. Военные должны следить за безопасностью, а не как командовать страной.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Противоречивые ощущения. Негатив. Не вызвал интереса.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Нормальная, подходящая.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Не вижу связи в его словах. Между службой в Афгане и держанием слова.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Неинтересно.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ сухой

✓ толстый

✓ неинтересный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Больше информации. Больше фактов. Больше креатива. Вообще не понимаю, как можно было снять такой ролик. Я могу снять такой же дома. Сел человек и сказал пару слов. Не приложено никаких усилий.

*Республика*

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Помощь людям, дарят радость детям( наверное это был дет.дом). Что сделали программу помощи, уборки. У детей останутся воспоминания.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Очень длинный ролик. Мало информации. Одно и то же.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Было приятно смотреть за тем, как радуются дети.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка хорошая, но не понравилось, что они плохо смонтировали переход. Песня закончилась и сразу началась.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Слов не было.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Красиво. Доброе.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да, видно, что старались, что-то делали, ездили...

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ позитивный

✓ легкий

✓ жизнерадостный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Показать другую деятельность в этом же ролике.

**Интервью**

ФИО: Петриченко Ольга Николаевна

Возраст: 52

Пол: женский

Сфера деятельности: косметолог

Национальность: русская

**Адилетюю Кыргызстан**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Позиция молодого человека понравилась.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Музыкальный шум. Заглушал голос, и приходилось прислушиваться.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Щемящие чувства. Вспомнились события того времени. Я тоже гражданка этой страны и тоже болею душой за ее будущее.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка слегка навязчивая.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

На 5 баллов, по пятибалльной шкале.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Содержание понятно. Все на хорошем уровне.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Если опираться только на данный ролик, то да.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ патриотичный

✓ цельный

✓ умный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Сделать его чуть-чуть длиннее и чтобы музыка действительно шла фоном.

Асман Ала-Тоо

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Ни чего.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Было смешно, а видно, что он должен был вызывать другие эмоции.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Недоумение.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка нормальная.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Слова были только написаны, со словами как раз все логично.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Сюжет на слабую троечку, по пятибалльной шкале.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ Смешной

✓ Нелепый

✓ Абсурдный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Сменить режиссера, может быть, или сценариста, может быть и оператор подкачал.

Замандаш

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Хороший ролик. Краткость и внятность понравились.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Чуть громче, чем надо звучала музыка.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Сожаление что в нашей стране все не так, как хочется. Актеры нашего театра показали, вспомнила ужасный последний спектакль в театре, а значит ролик хороший, достучался до души.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Нормальная музыка.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Все было на хорошем уровне.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Вполне складной сюжет и приятное изображение.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да, вызывает.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ Профессиональный

✓ умный

✓ приятный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Продолжать в том же духе.

### **Столица**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Хочется спросить « И ЭТО ВСЕ?»

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

К сожалению, не удалось понять даже что понравилось.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Недоумение.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Хорошее.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Слов не удалось разобрать, к сожалению.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Никак, самодеятельность какая-то!

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Нет, пожалуй.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Нет.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ Да никакой

✓ Непонятный

✓ Водянистый

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Попробовать что-то другое.

### **Ак-Шумкар**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Музыка очень понравилось, из «Место встречи». Вариант безпролетный.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Коротковат.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Теплые ощущения. Вспоминаются сразу семья, внуки.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

На отлично. Я сама очень люблю это танго.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Все логично.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Вполне нормально. Приятная семейная обстановка, которая располагает к себе.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ уютный
- ✓ домашний
- ✓ теплый

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Продолжать снимать в том же духе.

**За жизнь без барьеров**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?

Говорил герой хорошо, умно, логично. Но есть какое-то «НО». Лично у меня к нему какое-то недоверие.

2. Что Вам не понравилось в данном ролике?

Снят как-то непрофессионально. Мне кажется, камера мечется местами.

3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?

Хочется ему верить.

4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка не мешала абсолютно, а это очень важно!

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Ребята большие молодцы! Хороший текст с правильными словами.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Сюжет мне понравился.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Сомневаюсь, затрудняюсь ответить.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Не знаю.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

- ✓ Открытый
- ✓ Внятный
- ✓ современный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Чтобы оператор снимал мягче что ли? Камера постоянно мечется. Это раздражает.

**Ар-Намыс**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?  
Не понравилось ни чего.
2. Что Вам не понравилось в данном ролике?  
Почему-то я ему, главному герою ролика, не верю.
3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?  
Равнодушие или тревогу какую-то. Если честно, я сама не поняла.
4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?  
Я музыки не услышала.
5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?  
Говорит то он правильно, но в душу не проникает, наоборот настораживает.
6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?  
Да сюжета то и не было вовсе.
7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?  
Скорее нет.
8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?  
Нет.
9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?
  - ✓ Тревожный
  - ✓ Неинтересный
  - ✓ Незапоминающийся
10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?  
Не нужно эксплуатировать тему Афганской войны!

**Республика**

1. Что Вам понравилось в данном ролике?  
Очень позитивный! Молодцы ребята! Я тоже за чистый, уютный, родной город!
2. Что Вам не понравилось в данном ролике?  
Да все понравилось!
3. Какие основные ощущения вы испытали при просмотре данного ролика?  
Радость! Дети, молодежь! Убирают улицы. Очень хорошие чувства испытала.



4. Как вы оцениваете музыкальное содержание данного ролика?

Музыка не только присутствовала, но и дополняла ролик.

5. Как вы оцениваете словесное содержание данного ролика?

Слов не было, а все понятно! Наверное потому, что талантливо снято.

6. Как вы оцениваете картинку данного ролика?

Очень хороший сюжет. Именно с очищения города и над начинать.

7. Вызывает ли у Вас доверие данная партия?

Да.

8. Отдали ли бы вы голос данной партии, основываясь только на просмотре ролика?

Да.

9. Приведите 3 ответа на вопрос «какой?» этот ролик для Вас?

✓ Радостный

✓ Яркий

✓ Позитивный

10. Что бы вы посоветовали производителям данного ролика?

Продолжать в том же духе, хорошо получилось!