

Kako su političke poruke iz kampanje Zohrana Mamdanija osvojile internet?

Sponzorirani članak

Dani komunikacija u Rovinju dovode Doru Pekeč, jednu od ključnih komunikacijskih stručnjakinja iz kampanje Zohrana Mamdanija za gradonačelnika New Yorka.



Veliki festival tržišnih komunikacija, kreativnosti i medija **Dani komunikacija, koji će se od 7. do 10. svibnja održati u Rovinju**, i ove godine okuplja međunarodne stručnjake koji oblikuju način na koji danas nastaju poruke, kampanje i javne rasprave. Među njima je i [Dora Pekeč](#), glasnogovornica Ureda gradonačelnika New Yorka i glasnogovornica kampanje *Zohran for NYC*, jedne od najpraćenijih i najkomentiranih političkih kampanja u novijoj američkoj politici.

Ako marketing oblikuje percepciju, politička komunikacija oblikuje stvarnost i uvijek dolazi s realnim posljedicama za društvo. Upravo se na tom presjeku poruka, strategije i javnog utjecaja razvijala karijera Dore Pekeč. Sa samo 25 godina postala je **glasnogovornica kampanje Zohrana Mamdanija za gradonačelnika New Yorka**, sudjelujući u komunikacijskoj strategiji kampanje koja je uspjela **kompleksne političke teme poput stanovanja, javnog prijevoza i troškova života** pretvoriti u poruke koje su mobilizirale birače u jednom od najdinamičnijih i najzahtjevnijih političkih okruženja na svijetu.

Odrasla između Sjedinjenih Američkih Država i Hrvatske te obrazovana na Duke Universityju, Dora Pekeč vrlo je rano ušla u svijet američkih političkih kampanja. Sudjelovala je u **komunikacijskim strategijama na nacionalnoj razini u SAD-u**, radeći na kongresnim utrkama, kampanji za reizbor guvernera Illinoisa te pobjedničkoj kampanji za gradsko vijeće Chicaga, kao i na nizu političkih projekata unutar Demokratske stranke. Drugim riječima – kada su uloženi visoki, medijski ciklusi brzi, a poruke moraju pogoditi točno gdje treba, Dora Pekeč često je dio tima koji ih oblikuje.



Foto: Matija Habljak/PIXSELL

Kampanja za gradonačelnika New Yorka, u kojoj je imala važnu komunikacijsku ulogu, ubrzo je postala globalni primjer političke komunikacije koja se širi brzinom interneta. Njezine poruke, vizuale i komunikacijske taktike analizirali su novinari, stratezi brendova, dizajneri i komunikacijski stručnjaci diljem svijeta, pokušavajući razumjeti **kako je kampanja uspjela pretvoriti političke teme u sadržaj koji dominira online raspravama**. Na Danima komunikacija Dora Pekeč donosi rijedak uvid iza kulisa kampanje koja je osvojila internet – kako se oblikuju političke poruke, kako se kontrolira narativ i kako nastaju izjave koje završavaju na naslovnicama u vremenu kada svaka rečenica može postati viralna. Nakon predavanja Pekeč će odgovarati na pitanja publike, a ovaj će segment moderirati članica Uprave HURA-e **Kristina Laco** (Komunikacijski ured Colić, Laco i partneri).

Na glavnoj pozornici **Pekeč** se pridružuje **Jürgenu Schmidhuberu**, nekonvencionalnom profesoru i ocu moderne umjetne inteligencije, **Julie Supan**, elitnoj brend strateginji koja je postavila temelje YouTubea, Airbnb, Dropboxa, Reddita i Discorda, **Marku Pollardu**, jednom od najutjecajnijih svjetskih stratega današnjice, **Chrisu Dou**, kreativnom mentoru poznatom po redefiniranju načina na koji kreativci pozicioniraju i naplaćuju svoj rad, **Steveu Kelleru**, stručnjaku za sonični branding, **Alex Cattoni**, osnivačica platforme The Copy Posse koja okuplja zajednicu s više od pola milijuna marketinških stručnjaka, **Mikeu Folletteu**, pioniru ekonomije pažnje i mjerenja, te **Neilu Patelu**, stručnjaku za digitalni marketing i growth, dodatno potvrđujući poziciju Dana komunikacija kao mjesta susreta ideja koje dugoročno oblikuju industriju.

24 sata, 19.3.2026.

Evidencijski broj / Article ID: 26491196

Naslov / Title: Kako su političke poruke iz kampanje Zohrana Mamdanija osvojile internet?

URL: [Originalni članak](#)

OTS: 682603



Foto: Matija Habljak/PIXSELL

Dani komunikacija i ove godine u Rovinj dovode globalne perspektive i konkretna znanja – na mjestu susreta industrije koja traži više od inspiracije. Više informacija dostupno je na www.danikomunikacija.com.

Sponzorirani članak