

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

JANA OSTERMAN
MENTOR: DOC. DR. SMILJA AMON

**VLOGA LOKALNEGA MEDIJA GORENJSKI GLAS
PRI LOKALNIH VOLITVAH (1998–2002)**

DIPLOMSKO DELO

LJUBLJANA, 2003

KAZALO

UVOD	1
1. MESTO IN POMEN MEDIJEV V ČASU VOLITEV	4
1.1. TISK KOT ENA IZMED »MOČI« VLADANJA	4
1.2. ODNOS MED MEDIJI IN POLITIKO V PREDVOLILNI KAMPANJI	6
1.3. ČASOPIS KOT KANAL OGLAŠEVANJA POLITIČNIH SUBJEKTOV	9
2. MEDIJSKO POKRIVANJE VOLITEV	11
2.1. OBLIKE POKRIVANJA	11
2.2. KAKO POROČATI V PREDVOLILNEM OBDOBJU	12
2.3. PREDSTAVLJANJE JAVNEGA MNENJA V MEDIJIH	15
3. GORENJSKI MEDIJSKI PROSTOR IN MESTO GORENJSKEGA GLASA	18
3.1. MEDIJSKA POKRAJINA S Poudarkom NA GORENJSKI REGIJI	18
3.2. GORENJSKI GLAS – NJEGOVO ZAČETKI IN DANAŠNJI KONCEPT....	21
4. LOKALNE VOLITVE	29
4.1. LOKALNE VOLITVE 1998	30
4.2. LOKALNE VOLITVE 2002	33
5. GORENJSKI GLAS IN LOKALNE VOLITVE	37
5.1. ODMEVI V GORENJSKEM GLASU LETA 1998	37
5.2. ODMEVI V GORENJSKEM GLASU LETA 2002	43
6. PRIMERJALNA ANALIZA ČLANKOV	51
ZAKLJUČEK	59
LITERATURA	61

UVOD

Na področju regionalnega medijskega tiska ima Gorenjski glas v gorenjski regiji pomembno vlogo, saj je že skoraj šest desetletij nepogrešljiv delček gorenjskega vsakdana. V poplavi številnih regionalnih in lokalnih medijev dvakrat tedensko informira prebivalce širše Gorenjske oz. spremlja najpomembnejše lokalne dogodke. Pomembno vlogo pa ta tiskani medij opravlja tudi v času volitev, predvsem lokalnih, kar je razlog več, da sem se odločila za njegovo obravnavo v diplomskem delu.

Predmet raziskovanja v diplomskem delu je tako poltednik Gorenjski glas, najbolj bran regionalni (politično informativni) časopis na Gorenjskem.

V diplomskem delu me je zanimalo predvsem, kako je časopis Gorenjski glas zadevo spremljal, kako je pisal o županskih volitvah v letih 1998 in 2002 na širšem območju Gorenjske, tja do Domžal, Lukovice in Moravč, kjer poteka starodavna vzhodna meja Gorenjske oziroma kjer je Gorenjski glas prisoten (naj na samem začetku omenim, da so me v diplomskem delu zanimale le županske volitve, torej ključna figura v občini, medtem ko se volitev v občinske svete in krajevne skupnosti nisem dotikala) – o čem vse je pisal, komu je namenjal največ in komu najmanj prostora. Zanimalo me je, katere teme pri lokalnih volitvah je ta tiskani medij postavil v ospredje. Iz pisanja Gorenjskega glasa sem poskušala razbrati, ali je gorenjski tiskani medij (in njegovi novinarji) kazal politično naklonjenost, ko je poročal o lokalnih volitvah. V diplomski nalogi tako odpiram dilemo, ali je Gorenjski glas »objektivno« spremljal predvolilna dogajanja v dveh volilnih obdobjih.

Diplomsko delo naj bi bralcu med drugim prikazalo, da dogodki na lokalni ravni, ki jih nacionalni medij zaradi nepomembnosti oziroma nezanimivosti za širšo publiko ne pokrije in tako o njih ne poroča, pritegnejo pozornost lokalnega prebivalstva, še posebej v času volitev, saj lokalni mediji spremljajo, kaj vse se je čez teden zgodilo v njihovi regiji.

Glede na izbrano temo izhaja diplomsko delo iz **hipotetične misli**, da je Gorenjski glas ohranjal nevtralno politično držo tako na lokalnih volitvah leta 1998 kot tudi na zadnjih lokalnih volitvah leta 2002.

Z namenom, da bi ugotovila, koliko prostora je bilo v Gorenjskem glasu v času županskih volitev leta 1998 in 2002 posvečeno posameznemu tekmeču oz. politični stranki, je diplomsko delo zgrajeno na kvantitativni analizi časopisnih vsebin. V diplomski nalogi tako izpostavljam prispevke, ki analizirajo teme, o katerih menim, da odsevajo vlogo in pomen regionalnega tiskanega medija v dveh volilnih kampanjah v letih 1998 in 2002.

Analiza je časovno usmerjena na volilno obdobje leta 1998 in 2002, ko je na Slovenskem v medijih potekala organizirana kampanja za lokalne volitve, in sicer od dneva, ko je gorenjski tiskani medij določil in objavil pravila za predstavitev kandidatov in njihovih programov, pa vse do objave rezultatov 2. kroga volitev. Spremljala sem vse članke, fotografije, ilustracije in druge podobe, ki so se ukvarjale z lokalnimi volitvami, s političnimi strankami, pa tudi članke, ki so le omenjali (namigovali) povezavo z županskimi kandidati.

Cilj diplomske naloge je na zanimiv in razumljiv način prikazati mesto časopisa Gorenjski glas v informativni strukturi gorenjske regije in ugotavljanje njegove specifične vloge, ki jo je ta lokalni medij odigral v pripravah na volitve leta 1998 in 2002, obenem pa prikazati časopisno obravnavanje lokalnih volitev na Gorenjskem skozi dvoje obdobji, ju glede na ugotovitve med seboj primerjati in podati morebitne razlike ter se pri tem dotakniti še tem, ki se nanašajo na vez mediji in volitve. Seveda pa je ključna naloga ugotoviti, ali se bo zastavljena hipoteza potrdila ali jo bo potrebno sprejeti le deloma ali pa celo popolnoma ovreči.

Tako je v prvem poglavju naloge obravnavana vloga množičnih medijev v času volitev, predvsem je predstavljena prežetost medija (v mojem primeru tiska) s politiko.

Ker se slovenskemu medijskemu prostoru v zadnjem času očita, da je skoraj v celoti usmerjen v podporo tako rekoč sleherni vladni odločitvi, kar ima za posledico, da imamo državljani v večini prikrojene informacije in pristranske komentarje (tega mnenja so podpisniki državljanske pobude »Nekaj je treba storiti«), sem pozornost namenila tudi poklicnim novinarskim standardom, predvsem me je zanimalo načelo objektivnosti, v diplomsko nalogo pa sem vključila tudi nevtralnno in uravnoteženo predstavitev kandidatov in političnih strank, s poudarkom na poročanju v predvolilnem obdobju.

V nadaljevanju naloge pa sem skušala na kratko predstaviti gorenjski medijski prostor in v tem okviru opozoriti na gorenjski regionalni časopis, Gorenjski glas, njegov nastanek in koncept. V nekaj stavkih sem opozorila tudi na pomembno dejstvo povezave med vero in politiko. V diplomskem delu me tako med drugim zanima tudi, kakšno mesto ima Bog v gorenjskem tiskanem mediju, saj se mi zdi, da se v volilnem obdobju pomen verskim vsebinam oziroma temam, ki so z versko tematiko povezana posredno – predvsem prek morale, poveča.

Ker je za politične stranke uspeh na volitvah (tako državnih kot lokalnih) življenjskega pomena, sem v nadaljevanju naloge predstavila tudi politični prostor oz. strukturo in značilnosti lokalnih volitev leta 1998 in 2002 in seveda rezultate teh volitev, s poudarkom na občinah, v katerih se je pojavljal Gorenjski glas.

Na koncu pa sem skozi analizo gradiva ugotavljala, kako je Gorenjski glas v dveh volilnih obdobjih spremljal in komentiral županske volitve, posamezne stranke in kandidate. Pri spremljanju gorenjskega tiskanega medija sem tako ugotavljala, ali so bile politične stranke oz. njihovi kandidati s strani Glasovih novinarjev obravnavani na enak način (nepristransko), ali mi je kot bralki (in nenazadnje tudi volivki) pisanje Gorenjskega glasa nudilo dovolj koristnih informacij o županskem kandidatu, da sem si ustvarila svoje lastno mnenje o njem, ali pa mi je bilo dano spremljati le novinarske poglede. Tako sem spoznanja o »obnašanju« poltednika Gorenjski glas na volitvah 1998 primerjala s spoznanji volilnega »obnašanja« leta 2002.

1. MESTO IN POMEN MEDIJEV V ČASU VOLITEV¹

1.1. TISK KOT ENA IZMED »MOČI« VLADANJA²

Izmed številnih akterjev igrajo tudi mediji aktivno vlogo v političnem diskurzu. Ne samo da širijo poglede drugih akterjev, ampak tudi sami razvijajo svojo lastno ustrezno interpretacijo in vrednotenja, s čimer poskušajo vplivati na politične odločitve bodisi posredno bodisi neposredno skozi proces ustvarjanja javnega mnenja pri občinstvu. Uredništva pa medije izrecno pooblastijo, da javno izražajo svoje mnenje in predstavljajo sebe kot sodelujočega akterja (»medij kot politični akter«) v političnem procesu (Eilders, 1999).

Pri tem velja omeniti veliko in nepogrešljivo vlogo »**svobodo tiska** (poudarila J.O.), ki je poleg svobode govora in svobode združevanja eden temeljnih kamnov demokratične družbe: zagotavlja možnosti za razpravo o javnih zadevah, na kateri temelji dobra vlada; svoboden tisk je kritičen sogovornik oblasti; je svojevrsten »trg« za izmenjavo idej, njihovo analizo, oceno, sprejem ali zavrnitev« (McCord v Šelih, 1994)³; nenazadnje pa je Evropsko sodišče tisk imenovalo »javni pes čuvaj« v družbi (Šelih, 1994).

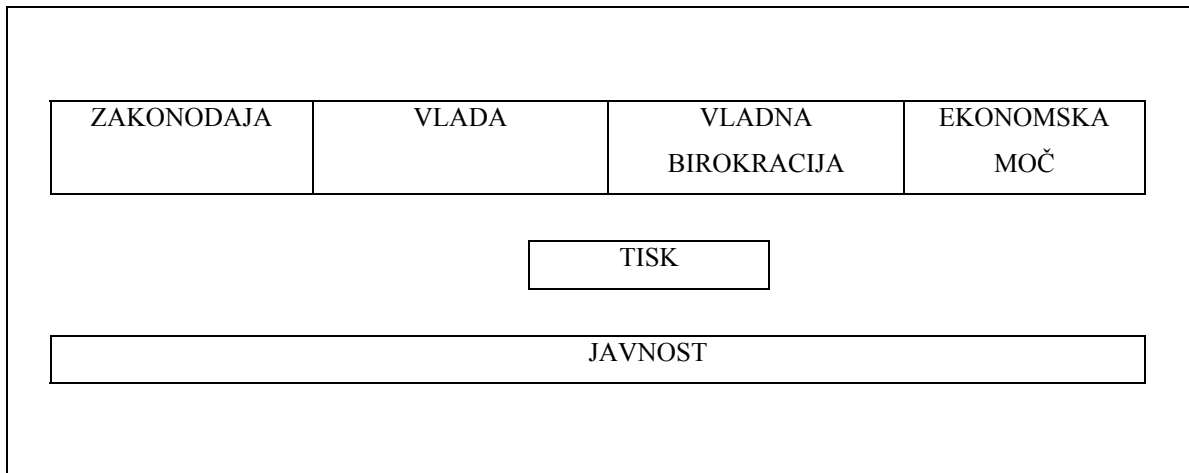
Svobodni tisk tako v mnogih primerih prevzame **vlogo psa čuvaja** (poudarila J.O.) ne glede na obliko moči v družbi. Objekti njegove pozornosti so lahko politični, ekonomski ali birokratski, pri čemer je tisk zunaj političnega procesa. Tako je edinstven in poseben družbeni akter, ki zavzema vrsto družbenega prostora med različnimi agencijami moči in javnosti, v korist katerih deluje (glej Sparks, 1995: 52). Za lažjo predstavo sem vloga tiska v sodobni družbi poskušala ponazoriti s spodnjo shematsko predstavitevjo (Slika 1.1), ki (kot sem že omenila) postavlja medij med dva bloka oz. med dve skupini, in sicer med javnost in med različne vrste moči (predvsem, ne pa izključno politične moči) v družbi (Sparks, 1995).

¹ (Samec, 1996: 7).

² (Sparks, 1995).

³ Generalna konferenca Unesca je leta 1991 sprejela resolucijo o promociji in razširjanju svobode tiska na svetu, v kateri je izrecno zapisano, da so svobodni pluralni in neodvisni mediji temeljna sestavina vsake demokratične družbe. Zato **3. maja** (poudarila J.O.) novinarske organizacije po vsem svetu opozarjajo oblasti, naj spoštujejo svojo zavezo svobodi tiska, pa tudi javnost, naj se zave, kolikšno vlogo ima svoboda tiska za demokracijo (Babič, 2003b: 1). Slovenska ustava določa svobodo tiska v okviru svobode izražanja (39. člen), ki zajema poleg svobode tiska še svobodo izražanja misli, svobodo govora, svobodo javnega nastopanja in svobodo zbiranja, sprejemanja in širjenja vesti in informacij (Krivic v Šelih, 1994).

Slika 1.1: Vloga tiska kot psa čuvaja (watchdog) (glej Sparks, 1995: 52)



Danes naj bi mediji poleg treh vej oblasti držali v rokah svojo, četrto vejo oblasti. No, vsaj nakazovali naj bi to, nikakor pa se ne šli oblasti.⁴ (...) Bili naj bi nosilci svobode govora in služili naj bi javnosti, vendar se v imenu neodvisnega novinarstva kar prepogoste vrste primeri novinarjev, vpletenih v politično strankarsko pajdašenje, v medsebojno spletkarjenje (...) (Meršol, 2003: 1).

Pri vsem tem proučevanju odnosov med tiskom in močjo pa je ključno, čeprav redko artikulirano vprašanje, koliko sploh mediji informirajo javnost o delovanju akterjev moči (podčrtala J.O.). To je implicirano v javnem značaju samih medijev in je osrednjega pomena za vsako veljavno teorijo demokracije (glej Sparks, 1995: 60-61). Pri tem pa se ve, da »novinarstvo, ki ne daje natančnih, zanesljivih in pravočasnih informacij, ne izpolnjuje svojega poslanstva, ki je v tem, da kot pes čuvaj bedi nad izvajanjem oblasti, najsibo ta ekonomska ali politična« (White, 2001).

⁴ V latinski Evropi je za tisk uveljavljen izraz »četrti moč« (Fourth Power), ponekod v srednji Evropi tudi »sedma moč« oz. »sedma sila« (Seventh Power). V anglosaškem svetu je običajen izraz »četrti stan« (Fourth Estate). V novejšem času se je uveljavil izraz »pes čuvaj« (watchdog) (Sparks, 1995: 60).

1.2. ODNOS MED MEDIJI IN POLITIKO V PREDVOLILNI KAMPANJI

Velik del populacije v modernih demokracijah skoraj izključno dobi informacije o svojem političnem sistemu in skupnih konceptih politične realnosti iz časopisov, radia in televizije. Medijski sistem tako igra ključno vlogo v interakciji med državo in družbo na način »inputa« in »outputa« političnega sistema. »Input« pomeni, da medij objavlja dejstva in mnenja z družbeno relevantnostjo, služi kot »opozorilni sistem« za razvoj znotraj družbe z istočasnim napotilom možnosti za konsenz o problemih, osebah in odločitvah. »Output« pa pomeni, da informira javnost o odločevalnih procesih in njihovih rezultatih v političnem sistemu. Nenazadnje množični mediji intenzivirajo in zgostijo komunikacijski proces znotraj političnega sistema, ki sam predstavlja osrednji informacijski vir za izmenjavo mnenj med političnimi akterji (Marcinkowski v Klein, 1998: 80).

Vsi pa vemo, da ustvarjanje političnih pomenov in realnosti iz nešteti sporočil, ki prihajajo iz politične kampanje, postaja zelo težko za povprečnega državljana. Gre za informacijo, ki je plačana in simbole, ki jih politiki ustvarjajo za volivce. Medij tako konstruira realnost za volivce, ki temelji tako na vsebini kot imidžu, ki ga sporočajo. Pri tem medij stopnjuje oz. okrepi prej veljavna čustvena prepričanja z izmišljanjem, osredotočanjem in pripisovanjem odgovornosti določenim dogodkom k določenim politikom. Volivci tako prevzamejo vse te informacije in jim pripisujejo nove pomene, ki temeljijo na njihovih lastnih percepcijskih filtrirnih sistemih in željah (glej Newman, 1999: 106). Lahko bi dejali, da »politiki komunicirajo prek medijev in zato ustvarjajo dogodke zanje in ne za ljudi« (Košir, 1996:250).⁵

Preden se lotim obravnave medijev (v mojem primeru lokalnega medija) v predvolilnem času, se moram na začetku vprašati, kakšen je **odnos med mediji (novinarji) in politikom (kandidati)**. To je namreč bistveno vprašanje, ki je pogosto tema javnih razprav in se

⁵ S pomočjo medijev pridobijo volivci večjo količino novih informacij, ki so jim med določeno volilno kampanjo na voljo. Saj velja, da prihajajo politični kandidati bolj kot kdajkoli prej v stik z ljudmi predvsem prek medijev in ne osebno (McCombs in Shaw v Oblak, 2000: 98). Iz česar sledi, da »politični nasprotniki govorijo danes vedno manj neposredno drug z drugim in vedno več na način preko množičnih medijev. Močneje kot kdajkoli prej pa so odvisni od medijev, saj jim le-ti dajejo podporo ali pa so proti njim« (Jarren, 1995: 62) oz. proti njim »brezobzirno vodjo diskvalifikacijske kampanje (Vreg, 2001: 192).

uvršča v vsaj tri različne »teorije zarote«: zarote kapitala, zarote starih elit in zarote ideološkega aparata države:

- **DOBRI FANTJE PROTI KAPITALU:** Je prva oblika teorije zarote, ki meni, da neodvisnost od kapitala in politike, od oblastnika in lastnika pomeni tudi neodvisne novinarje. Po tej tezi so novinarji dobri fantje, ki jih tlači in jih ovira v iskanju resnice bodisi oblastnik bodisi lastnik. Hkrati pa se, vsaj eni od verzij političnoekonomske teorije vpliva množičnih medijev v Sloveniji, tako konstruira tudi posebni status novinarjev v družbi – status tistih, ki imajo dostop do resnice.
- **SLABI FANTJE PROTI SLOVENSKEI POMLADI:** Kritizira domnevno politično neobjektivnost novinarjev in urednikov, ki kot del starega sistema in kontinuitete elit ostajajo na ključnih položajih. Opraviti imamo z »indoktrinacijo, ki je značilna za totalitarne sisteme«, kritiko vseh manjšinskih političnih mnenj in medijsko oligarhijo. Ideologija je razumljena kot popačena resnica, razloge za izkrivljanje realnosti pa pripisuje političnim interesom – politični/strankarski opredeljenosti novinarjev in urednikov.⁶
- **IDEOLOŠKI APARAT PROTI VSEM:** Na medije se gleda kot na ideološki aparat države ali pa »države kapitala«. Ideologija ni le popačenje resnice ali avtomatski učinek kapitalske produkcije, temveč mreža podob, simbolov, praks in konceptov, ki delujejo na podlagi interpelacije. Žal zagovorniki te teze v Sloveniji medije najpogosteje obravnavajo kot preprosto artikulacijo vladajoče ideologije. Včasih je poenostavitev še večja in vladajočo ideologijo personalizira kar v vladajoči stranki (Luthar, 2001: 12-15).

⁶ To tezo zagovarjajo predstavniki desnice, ki o sebi govorijo kot o zastopnikih civilne družbe. Pristranskim medijem in dolgotrajni medijski kampanji proti Bajukovi vladi je treba po njihovem mnenju v glavnem pripisati krivdo za poraz desnice na volitvah (Luthar, 2001). Tako je bilo v mesecu marcu 2003 v medijih (tudi v Gorenjskem glasu) zaslediti državljansko pobudo *Nekaj je treba storiti*, katere podpisniki (Barbara Brezigar, Drago Demšar, Drago Jančar, Vasko Simoniti, Rudi Šeligo in Aleksander Zorn) so predlagali, da se prisluhne tudi opoziciji. Barbara Brezigar v intervjuju za Delo tako pravi, da v Sloveniji opozicija nima veliko možnosti pri predstavitvi svojih mnenj. V glavnih medijih ni prikazan ves politični spekter. Med drugim dodaja, da imajo tudi tisti, katerih politična opcija ta hip ni na oblasti, pravico do izražanja svojega mnenja. Rešitev Brezigarjeva vidi v skandinavskem modelu, s katerim se zagotovi izhajanje neodvisnih časopisov. Poanta je v tem, da se zunaj tržnega sistema zagotovi sredstva, da takšen dnevnik lahko začne izhajati, se uveljavi, dobi svojo naklado in na koncu zaživi. Gre za to, da bi država po zakonu samo zagotavljala finančna sredstva in časopis ne bi bil vezan ne na določen kapital ne na aktualno politično oblast. Kljub temu, pa tudi Brezigarjeva priznava, da je vpliv vedno možen (težko je namreč verjeti, da se nekdo, ki zagotavlja sredstva, ne bi vmešaval v politiko uredništva. Še posebej, če je posredu država), a v bistvu gre za to, da takšen časopis sploh lahko nastane (Brezigar v Natlačen, 2003: 2).

Naj gre za dobre ali slabe fante pa »novinarji ravno tako kot civilna družba predstavljajo opozicijo vladi. Zato se ne moremo strinjati z očitki, da so novinarji v večini primerov orodje politične elite. Opozicija – tako civilna kot politična – novinarjem očita, da so pristranski, da so orodje v rokah politične elite. Politična elita pa pritiska, k sreči večinoma neuspešno, zaradi novinarjevega doslednega dela« (Natlačen, 2003: 2). Tudi Grega Repovž pravi, da se sicer ljudje iz služb za odnose z javnostjo trudijo z različnimi strategijami, vendar ocenjuje, da bolj kot skušajo vplivati na medije, manjši učinek dosežejo. Peter Jančič dodaja, da so takšne intervencije včasih celo koristne, saj lahko novinar zve tudi kaj novega. Predvsem pa je pomembno, da novinarja ščitijo znotraj hiše.⁷ Po Jančičevem mnenju so za slovensko novinarstvo značilni interni spopadi znotraj novinarskih hiš, ki vplivajo tudi na uredniško politiko. Časopis je močan toliko kolikor različnih mnenj lahko zdrži. Tudi Grega Repovž je mnenja, da znotraj hiš vedno poteka notranja debata. Sicer pa se ne strinja s tem, da obstaja levo ali desno novinarstvo. Novinar je dober ali pa slab, ne pa levi ali desni (Jančič in Repovž, 2000).

Razlika med lokalno in državno ravno pri prepletanju medijev in politike pa se kaže predvsem v tem, da so politiki na lokalni ravni v primerjavi z državno ravno bolj neizkušeni in želijo imeti »svoje« novinarje, ki bi o njih zavestno poročali samo dobro, ki bi bili »njihovi« (Černetič, 2001). Torej je govora o politični naklonjenosti medijev in novinarjev določenim političnim osebnostim. Zlasti se ta problem vidneje izpostavlja za čas poročanja o volitvah, na kar sta opozorila tudi Yasha Lange in Andrew Palmer, ki »pravita, da je vedno odprto vprašanje, komu bodo mediji naklonjeni: ali politikom ali pa javnosti. Njun odgovor je nedvoumen: Kot posredniki morajo novinarji obojim omogočiti, da se sliši njihov glas, toda ko gre za intervjuje in razprave, je jasno, da morajo novinarji igrati vlogo predstavnikov poslušalcev in bralcev« (Lange in Palmer v Vreg, 2001: 199).⁸

⁷ Miran Korošec, predsednik samostojnega Društva novinarjev Slovenije – aktiva Celje meni, da so še pred leti avtonomno in profesionalno novinarstvo najbolj ogrožali pritiski iz centrov politične in ekonomske moči, zadnje čase pa ga čedalje bolj ogrožajo pritiski delodajalcev v medijskih hišah – torej uprave in lastniki. V ozadju je seveda kapital. Boj za novinarsko avtonomijo se čedalje bolj seli za zidove posameznih medijskih hiš – večjih in manjših, čeprav so v manjših hišah taki pritiski še veliko hujši. Po njegovem je odpor proti takšnim notranjim pritiskom še težji, saj se novinar ali urednik tistim, ki mu režejo kruh in od katerih je eksistenčno odvisen, veliko težje upre kot pritiskom kakšnega lokalnega političnega ali drugega veljaka (Korošec v Piano, 2003: 4).

⁸ Novinarji so pri svojem delovanju svobodni in neodvisni. Ta svoboda pa jim nalaga odgovornost, kot piše tudi Poler: »Pravica javnosti do obveščeniosti« ima pomembno etično razsežnost, saj novinarjem podeljuje posebno odgovornost: novinarji delujejo kot predstavniki javnosti. To pomeni, da je novinarjeva primarna odgovornost »odgovornost do javnosti« (glej Poler v Oblak, 1997: 906).

Do razhajanja med novinarji in politiki, omenjenega zgoraj, prihaja predvsem zaradi različnih potreb medijev in ciljev kandidatov. »Kandidati skušajo posredovati sporočila volivcem, ki identificirajo kandidatov sloves, osebne značilnosti in politično držo. Novinarji pa na drugi strani iščejo novice« (Davis, 1992: 264), ki jih opredelijo kot konflikt, kontroverzo, dvoumnost, škandal. Preizkušajo kandidatovo šibkost, zmotnost, prikrite tajnosti. Kandidatom skušajo vsiliti medijske definicije tega, kaj je pomembno. Prednost dajo problemom, ki se prilegajo medijem. Ignorirajo ali zavračajo predloge kandidatov in strank ter iščejo zgodbe za medije. Mediji dajejo prednost problemom in zgodbam, ki vzbujajo pozornost in so na meji senzacionalnosti. To metodo uporabljajo zlasti komercialni mediji (Vreg, 2001: 198).

Kljub vsemu povedanemu, vsem pastem, ki jih politika »nastavlja« medijskim delavcem, pa mora biti »novinar na strani resnice, politični konflikt pa naj bi predstavil takšen kot je v resnici, objektivno, nepristrano« (Lukšič, 1999: 430).

1.3. ČASOPIS KOT KANAL OGLAŠEVANJA POLITIČNIH SUBJEKTOV

Politični subjekti si prizadevajo v medijih (predvsem v času pred volitvami) ustvarjati tak imidž, ki bi prepričal kar največje število volivcev.⁹ Za ustvarjanje imidža pa politiki oziroma profesionalci, ki skrbijo za njihovo podobo pri občinstvu (običajno so to strokovnjaki za odnose z javnostmi, psihologi in podobno), kot kanal uporabljajo predvsem medije. Preko tega kanala posredujejo sporočila in imidž najširšemu krogu občinstva oziroma volivcev. Temeljni cilj političnih strank in kandidatov v predvolilnih kampanjah je pridobiti čim več simpatizerjev oziroma čim več volivcev in s tem doseči čim boljši volilni rezultat (Adam in Šadl v Samec, 1996: 2). To pa pomeni, da morajo kandidate za župane »volivci opaziti, doživeti, skratka spoznati, saj lahko šele po tem ocenijo in si izoblikujejo mnenje o političnih subjektih, ki nastopajo na volitvah. S predvolilno kampanjo zato politični subjekti poskušajo o sebi in o svojem političnem programu pri volivcih pustiti čim bolj pozitivne vtise« (Adam in Šadl v Samec, 1996: 2).

⁹ Volivec ima o kandidatu določeno predstavo in voli na podlagi njegovega imidža. Zato ne bo nihče, ki ima ambicije v politiki, prepustil izgradnje svojega imidža naključju. Poskušal bo izoblikovati takšnega, ki se bo po njegovi presoji kar najbolj ujemal z željami ciljnih volivcev. Seveda ga ne oblikuje sam. Pri tem mu pomagajo profesionalni svetovalci – posebni strokovnjaki in agencije. Vseeno imidža ne more popolnoma nadzorovati. Gradijo ga tudi novinarji, njegovi politični nasprotniki, nepričakovani dogodki in druge okoliščine (Jančič, 1996).

Volilni uspeh posameznega kandidata je torej odvisen od tega, kako ga predstavljajo mediji¹⁰ in koliko pozornosti mu namenjajo (Samec, 1996: 2).

Kandidate morajo volivci torej »spoznati« (Samec, 1996: 6) in časopis je eden od kanalov, preko katerega se politični subjekti, v mojem primeru kandidati za župana, predstavijo javnosti, v časopisu oglašujejo svoje politične programe, objavljajo sporočila za svoje volivce ipd. Tako pomeni objava sporočil politikov v predvolilnem času v časopisu kazanje oz. predstavljanje oblasti svojim bralcem, pasivnemu občinstvu, kar »namiguje na to, kar je Habermas poimenoval reprezentativna javnost, to je na javno predstavitev laičnih ali verskih oblasti pred navadnimi ljudmi, kar je zelo učinkovita oblika družbenega nadzora, značilna za fevdalno družbo« (Splichal, 1997: 246). Habermasova ideja refevdalizacije javnosti v razvitem kapitalizmu ali informacijski družbi aktualizira prav ta pomen javnosti, predvsem v povezavi z množičnimi mediji, v katerih se reprezentira oblast. Še več, zgodovinsko gledano je prav ta oblika oz. razsežnost javnosti videti tista, na kateri so utemeljene novodobne oblike množičnega-javnega komuniciranja, v katerih se vnovič uveljavlja težnja »predstavljanja javnih oseb« (Warner v Splichal, 1997: 34-35). In volitve so idealni čas, da posameznik preko medija (tako nacionalnega kot lokalnega) postane javna osebnost. Pri čemer nam lokalni medij posreduje novice, ki jih drugje (predvsem v velikih medijskih hišah) ne moremo videti, slišati ali prebrati.

Medijsko poročanje na več ravneh oblasti je lahko ključno zlasti z vidika pridobivanja informacij. Zgolj informacije iz centralnega, torej nacionalnega vira javnosti ne morejo prepričati, kljub temu da najverjetneje ne gre dvomiti v profesionalno delo te vrste medija, ampak in predvsem v psihološki vidik nezaupanja državljanov v »tiste od tam«. Lokalni mediji lahko predstavljajo le posrednika, prevodnika informacij na nacionalni ravni, po drugi strani pa javnost oziroma občane obveščajo tudi o tistih dogodkih, ki jih nacionalni mediji zaradi problema prenasičenosti trga informacij niso zmožni ažurno pokriti. V tem kontekstu problematika ažurnosti ni povezana z močjo informacij, temveč predvsem z vsebino, odločitvijo medijskih »vratarjev«. Če se izkaže, da dogodki npr. v Idriji, Karlovcu, Tuzli, Smederevu, Cetinju ali Prilepu pač niso tako pomembni, da bi bili zanimivi na nacionalni ravni, potem torej v okviru te ravni tudi ne morejo biti objavljeni. Vprašanje pomembnosti opisanih dogodkov pa po drugi strani še vedno ostaja življenjskega pomena za prebivalce ožje okolice omenjenih krajev. Možen kompromis in preprečitev nezadovoljstva krajanov zaradi poročanja o dogodkih na njihovih območjih so lahko prav lokalni mediji (Kustec, 2001: 202).

¹⁰ Medijska prezentacija je proces predstavljanja političnega subjekta v medijih (Negrine v Samec, 1996: 4).

2. MEDIJSKO POKRIVANJE VOLITEV

2.1. OBLIKE POKRIVANJA

Med volilnim bojem bo volilno telo dobilo pomoč pri oblikovanju informirane sodbe, če bo medijsko pokrivanje izraženo v množici oblik, ki bodo z mnogih različnih gledišč osvetlile kandidate, njihove minule dosežke in njihova izhodišča. Ob poročanju o samem predvolilnem boju - o tiskovnih konferencah, srečanjih z volivci in tako dalje - obstajajo še tri poglobitve oblike pokrivanja, ki imajo poseben pomen, in sicer **intervjuji**, **okrogle mize** in **strokovne analize** (Lange in Palmer, 1996):

- Ob tem, da je intervju živahna oblika, je tudi koristna in velika priložnost za to, da javnost zve, kaj ji ima kandidat povedati, časnikarji pa z njim izpričajo svojo domiselnost. Časnikarji naj bi v njem zastavljali neposredna vprašanja, kot predstavniki volilnega telesa pa imajo pravico terjati od politikov, da na vprašanja odgovorijo in da nanje odgovarjajo jasno. Glede na pravilo, ki govori o uravnoteženem pokrivanju, je treba intervjuje opraviti z vsemi pomembnimi kandidati in strankami. Čas in prostor, posvečena tem intervjujem, bi morala biti v glavnem enaka. Nobene potrebe ni, da bi kandidatom zastavljala natančno ista vprašanja, kajti to bi utegnilo biti napoti podrobni obdelavi posameznih tem, vendar pa je razumno pričakovati, da se bodo v vsakem intervjuju dotaknili istih političnih področij, da bi tako ustvarili okvir za primerjavo med kandidati;
- Okrogle mize so priporočljive kot sredstvo, ki občinstvu omogoča neposredno primerjavo med kandidati. Za organiziranje okroglih miz je treba sprejeti odločitev o obliki, udeležencih, dolžini itd. Vsakdo ima možnost, da izrazi svoje poglede na najpomembnejše zastavljene teme, vendar je velik del smisla okroglih miz ravno v tem, da kandidatom omogočajo, da zasenčijo svoje tekmece in prevladajo nad njimi v prostem pogovoru;
- Na strokovne analize uredniki povabijo strokovnjake za posamezne teme, ki komentirajo politična stališča posameznih političnih strank ali kandidatov. Strokovnjaki bi morali biti nevezani, če pa niso, je treba jasno objaviti njihova politična nagnjenja in uveljaviti običajna načela uravnoteženosti (Lange in Palmer, 1996: 109 - 111).

2.2. KAKO POROČATI V PREDVOLILNEM OBDOBJU

Simona Kustec pravi, da so »še le pluralno zasnovan zakon in ustavno opredeljene pravice do svobode govora, izražanja in tudi združevanja tiste, ki sploh lahko omogočijo kvalitetno in s tem v pogledih raznoliko vsebinsko poročanje« (Kustec, 2001: 203). Vendar pa novinarji in uredniki o tem, kako in o čem bo medij poročal in kaj bo komentiral, odločajo sami (Babič, 2003a: 2). Skratka, oklepajo se svoje politične usmeritve, upoštevajoč profesionalna novinarska načela, pluralizem virov informiranja, pravne akte in seveda časnikarsko avtonomijo. Vse naštetu pa je garant za dobro pokrivanje predvolilnega boja:

- Najpomembnejše etično načelo, po katerem se morajo časnikarji ravnati, je načelo objektivnosti – zagotavljanje informacij o delovanju, pristopih in pogledih tako večine kot tudi manjšine brez predsodkov (Lange in Palmer, 1996: 12). Objektivno, nevtralnno in uravnoteženo poročanje pomeni enakovredno, nepristrano obravnavanje vseh kandidatov, ki se potegujejo za našo naklonjenost. »Mit o »objektivnem (s)poročanju« je zapisan v vseh kodeksih novinarske etike sveta in razglašen za »uredniško politiko« slehernega množičnega občila (Košir, 1988: 11).¹¹
- Tudi pluralizem virov obveščanja, virov, katerih nenehno medsebojno tekmovanje je najboljša obramba pred izrojevanjem medijev v skrite in pristranske posredovalce popačene stvarnosti; zlasti Slovenija je kot majhen medijski trg, ki sam po sebi ponuja pogoje za nastanek monopolov ali oligopolov, na tej točki skrajno ranljiva (Sedmak v Lange in Palmer, 1996: 3). Pluralizacija medijev ne pomeni, da država ustanavlja časopise »po svoji podobi«, temveč da država zagotavlja pluralnost »po podobi svojih državljanov« (Basić Hrvatini, 2000: 62). Pluralnost medijev pomeni, da imajo manjšine, o katerih se pogosto diskriminatorno poroča, možnosti za vstop v javno razpravo (Basić Hrvatini, 2000:

¹¹ Skupščina Društva novinarjev Slovenije (DNS) je 10. oktobra 2002 v Izoli sprejela novi Kodeks slovenskih novinarjev. Določbe več kot deset let starega kodeksa, ki je nastal v drugačnem času, so bile delno zastarele in neuporabne, hkrati pa stari kodeks ni vseboval natančnih ravnanj novinarjev v primerih vedno bolj prisotnih konfliktov interesov. Namen novega kodeksa je, da poskrbi za uporabna in jasna pravila za dobro opravljeno delo novinarjev, ki temelji na znanju, poštenosti in pogumu. Ni pa se spremenilo temeljno načelo kodeksa: pravica javnosti do čim boljše obveščeniosti. Prav zato morajo novinarji vedno braniti to pravico, z njo pa tudi načela svobode zbiranja in objavljanja informacij ter izražanja mnenj (Delo, 2002: 3).

64). Zaradi visoke konkurenčnosti med časopisi pa tudi resni časopisi prepogosto podležejo skušnjavi in z objavljanjem t.i. »nizkih udarcev«¹² v medstrankarski tekmi prestopajo meje kulturnosti (Korošec, 1993: 1232).

- Pravila, ki se nanašajo na vedenje tiskanih medijev med predvolilnim bojem, so zajeta v posameznih pravnih aktih, med drugim v **zakonu o volilni kampanji**.¹³
- Časnikarska avtonomija je temeljni kamen verodostojnega informativnega pokrivanja predvolilnega boja in volitev. Biti mora znano, da mediji niso predmet posegov predstavnikov vlade, politične stranke ali posameznega kandidata, ko gre za oblikovanje programske vsebine (Lange in Palmer, 1996: 10).

Nedvomno so novinarji v medijskih institucijah tisti, ki imajo dostop do vseh virov informacij, analiz, planov in celo do predvidenih odločitev politične elite in državne oblasti. Dostop imajo do najvišjih funkcionarjev političnih strank, do predsednikov vlad in republik, do zaupnih podatkov raznih ministrov. Tako lahko oblikujejo javno mnenje v skladu s politiko komunikacijske hiše, pripadnosti vladajoči ali opozicijski stranki in »občimi« interesi javnosti, naroda in države (Vreg, 1990: 267).

Za nacionalne medije je izjemno pomembno, da ohranjajo status neodvisnih javnih institucij. V predvolilnem boju morajo ohraniti nepristranskost, objektivnost in kompleksnost poročanja. Zadržati morajo kritično razdaljo do vseh strank. Novinar naj bi

¹² V slovenskih medijih je bil leta 1999 zelo odmeven primer, ko je Gorenjski glas objavil »osmrtnico« za živega tržiškega župana Pavla Rupla.

¹³ Pravila volilne kampanje, ki se lahko začne najprej 30 dni in se mora končati najkasneje 24 ur pred dnevom glasovanja (1. odstavek 2. člena), določa poseben zakon, in sicer **zakon o volilni kampanji**. Ta kampanjo opredeljuje kot vsa politično propagandna sporočila in druge oblike politične propagande, katerih namen je vplivati na odločanje volivcev pri glasovanju o kandidatih za predsednika republike ter člane občinskih svetov in župane in med katere sodijo zlasti: volilna propaganda v javnih glasilih in drugih sredstvih javnega obveščanja, plakatiranje in predvolilni shodi (2. odstavek 1. člena). Zakon o volilni kampanji tudi podrobno določa potek kampanje v javnih glasilih, ki so morala najkasneje 45 dni pred dnevom glasovanja določiti in objaviti pravila (obseg, pogoje in način) za izrabo programskega časa oziroma časopisnega prostora za predstavitev kandidatov in njihovih programov. S temi pravili mora biti zagotovljena enakopravnost kandidatov ter političnih strank in drugih predlagateljev kandidatov pri predstavitvi kandidatov in njihovih programov, pri čemer se lahko predvidijo posebni termini ali prostor za politične stranke, ki so že zastopane v državnem zboru ali v občinskih svetih oziroma za politične stranke, ki še niso zastopane v državnem zboru ali v občinskih svetih. Informativno-politična javna glasila v pretežno javni lasti morajo zagotoviti vsem organizatorjem volilne kampanje enake pogoje za objavljanje volilnih propagandnih sporočil (5. člen). Med drugim zakon določa, da javna glasila ne smejo objavljati volilnih propagandnih sporočil brez navedbe naročnika (6. člen). Pri objavah raziskav javnega mnenja o kandidatih in strankah v času volilne kampanje je treba v skladu z zakonom navesti izvajalca, metodologijo in naročnika raziskave. Sedem dni pred dnevom glasovanja ni dovoljena objava raziskav javnega mnenja o kandidatih, listah kandidatov in strankah (4. člen).

bil na strani resnice in naj bi politične konflikte predstavil takšne kot so v resnici, objektivno in nepristrano (Vreg, 2001: 196-197). Mediji so to dolžni storiti zaradi javnosti, kajti pred njo so odgovorni za sporočanje resnice in za kulturo javnega dialoga. To je še zlasti pomembno zato, ker javnost zlasti ob volilnem boju razpade v strankarske »javnosti«, v pristaše strank, ki bodo volili svojo stranko. Toda javnost sestavlja skoraj tretjina neopredeljenih ali tistih, ki se šele odločajo, koga bodo volili. Za te je objektivna predstavitev kandidatov in programov izredno pomembna (Vreg, 2001: 197).

Novinar naj bi bil na strani resnice in naj bi politične konflikte predstavil takšne, kot so v resnici, objektivno in nepristrano. Toda v politiki pogosto ne gre za boj za resnico, čeprav se kaže tako (Vreg, 2000: 204). Pri vsem tem je potrebno še posebej poudariti, da »novinar ni v službi politike, marveč v službi svojih bralcev« (Basić Hrvatina, 2000: 58), iz česar sledi, da novinarji niso javni uslužbenci, ampak so v službi javnosti (po Praprotnik, 2002: 3), ki morajo zagotoviti:

- »da bo poročanje brez strasti,
- da si ljudje različnih prepričanj ustvarijo svoje lastno mnenje,
- da se politiki ne bodo izogibali težavnim temam,
- da so kritični, da bodo razčlenjevali pomembne razlike med političnimi strankami in kandidati,
- da bodo osvetljevali pomembne aktualne teme in
- da si bodo nenehno prizadevali nuditi javnosti tehtno, poučno in pošteno informacijo« (Lange in Palmer, 1996: 13).

V času predvolilne debate naj novinarji razširijo svojo agendo od vnaprej pripravljenih dogodkov in tem, bolje pogledajo v preteklost, zlasti preverijo, kaj so kandidati izjavili ali naredili, razmislijo o racionalni delitvi novinarskih zadolžitev in pokrivanja predvolilnih dogodkov, spremljajo sporočila kandidatov do zadnjega trenutka volitev, uporabijo svojo strokovno specializacijo, so pozorni za protislovja v izjavah kandidatov, poskušajo spremeniti format predvolilnih soočenj, vztrajajo na svoji pravici do dostopa do kandidatov in informacij, igrajo ostro igro v odnosu do kandidata (npr. če ni pripravljen odgovarjati na vprašanja, ki zanimajo določenega novinarja in medijsko hišo, pogovora z

njim ne bodo predvajali) in poskrbijo za to, da bodo politiki tudi po izvolitvi držali svoje obljube in ostali odgovorni svojim volivcem (Plavšak, 2001).

Novinarji so srce slehernega časopisa. Brez dobrih novinarjev ni zanimivih tem, ni dobrih rubrik, ni dobrih člankov, ne zanimivega časopisa, ne bralcev, ne naročnikov in ne poslovnega uspeha (Gorenjski glas, 10. oktober 1997: 11), iz česar lahko zaključim, da je vsaka medijska hiša (skupaj z novinarji) dejansko predvsem »veliko kapitalistično podjetje, katerega neposredni glavni cilj je ustvariti dobiček v poslovanju«, in po tem cilju se morajo ravnati tudi novinarji« (Tönnies v Splichal, 1997: 140).

Kljub želji po uspehu in slavi, pa je vendar »cilj vseh novinarjev biti čim bližje resnici. Vendar pa resnica ni vedno na sredini. Jack Newfield pravi, da ne verjame, da je sam lahko objektivni o rasizmu ... zastrupitvah. Določena dejstva torej niso moralno nevtralna (Newfield v Davis, 1992: 101). Kar je le eden od problemov pri spremljanju volitev doma in po svetu, medtem ko je v Sloveniji problem tudi ta, »da so predvolilne obljube slovenskih politikov in programi političnih strank zelo splošni in jih je »težko zagrabití«. Tudi na večkrat postavljena vprašanja novinar ne dobi konkretnega odgovora« (Jančič in Repovž, 2000).

2.3. PREDSTAVLJANJE JAVNEGA MNENJA V MEDIJIH¹⁴

V demokratičnih ureditvah so se oblastniki naučili, da lahko ostanejo na oblasti tako, da ves čas spremljajo meritve javnega mnenja. Poskušajo izmeriti, kar si ljudje mislijo. Namesto da bi politiki nastopali z odločnimi potezami, na osnovi katerih bi volivci vedeli, koga naj podprejo na naslednjih volitvah, zelo natančno preverjajo, kako bi javnost reagirala na načrtovane poteze. Včasih so se politiki le enkrat na štiri leta vprašali, kakšno je javno mnenje. Moderen politik pa si to vprašanje zastavlja ves čas (Manchi v Žerdin, 2000).¹⁵

¹⁴ (Splichal, 1997: 267).

¹⁵ S pravilom, ki pravi, da teden dni pred volitvami mediji ne smejo objavljati javnomnenjskih raziskav, se Manchi ne strinja, ker je zadnjih osem dni pred volitvami usodnih. S tem, ko ljudje ne vedo, kaj se dogaja z javnim mnenjem, je javnost prikrajšana za pomembno informacijo. To pa še ne pomeni, da v zadnjem tednu javnomnenjskih raziskav ni. Stranke v zadnjem tednu zelo intenzivno merijo javno mnenje. Pol denarja, ki ga namenijo za meritve, pokurijo v zadnjem tednu. Vsi volilni štabi torej zelo dobro vedo, kaj se dogaja. Le

In kaj je sploh raziskava javnega mnenja (v nadaljevanju RJM)? Vreg pravi, da gre za »zanesljiv znanstveni instrument za ugotavljanje javnega mnenja, ki se oblikuje v javni razpravi. Raziskava je registriranje stališč in mnenj v določenem časovnem trenutku. Mnenjski proces s tem še ni zaključen; razprava se lahko nadaljuje, vnašajo se novi argumenti, predlogi ali alternative; mnenja se lahko okrepijo, modificirajo ali spremenijo; nova raziskava (nov presek mnenjskega procesa) lahko ugotovi drugačne rezultate« (Vreg, 1980: 31).

Pomen raziskovanja javnega mnenja je toliko večji, kolikor manjše možnosti ima kaka javnost, da se izrazi v javni razpravi ali prek institucionalnih sredstev komuniciranja. Poleg tega je raziskava sredstvo izražanja mnenj tistih slojev (kategorij) prebivalstva, ki imajo omejene možnosti družbenopolitične participacije zaradi objektivnih in subjektivnih dejavnikov (nizka stopnja izobrazbe, majhen dohodek, nizka kvalifikacija, prebivanje izven večjih naselij, nizke aspiracije itd.). Nobenega dvoma ne more biti, da so take raziskave tudi instrument znanstvene politične analize in zato sredstvo racionalne in učinkovite politične akcije (Vreg, 1980: 32).

Zgoraj definirana javnomnenjska raziskava, ki je danes del predvolilnega boja skoraj vsakega medija, tako ne prikazuje mišljenja ljudstva v celoti, temveč le nakazuje kar je vzorec prebivalstva povedal raziskovalcem v trenutku, ko je bila raziskava izvedena. »Raziskovalci zelo pogosto precej natančno ocenjujejo volilne namere državljanov, vendar pa imajo različne oblike objavljanja rezultatov takšnih glasovanj zelo različne učinke, ki ne kažejo nikakršnega sistematičnega vzorca. V določenih okoliščinah se zdi, da povzročajo vlakovne učinke (vse več posameznikov začne podpirati kandidate, ki zmagujejo, kar bi bilo mogoče sklepati tudi iz modela Noelle-Neumannove),¹⁶ v drugačnih okoliščinah pa nastopijo »učinki poražencev« (underdog effects – posamezniki začnejo podpirati stran, ki izgublja) in končno lahko sploh ni nikakršnega učinka« (Splichal, 1997:

javnost nima pravice, da bi bila seznanjena s temi podatki. Kakšna demokracija je torej to? Na ta način dobijo razni manipulanti, ki so specializirani za pridobivanje glasov v zadnjih minutah, veliko moč (Manchi v Žerdin, 2000).

¹⁶ Proces upadanja manjšinskega mnenja je raziskala komunikologinja Elisabeth Noelle-Neumann in ga ponazorila s hipotezo o »spirali molka«. Množični mediji oblikujejo dominantno verzijo mnenjskega konsenza o nekem problemu, ga vsakodnevno krepijo z novimi informacijami in s političnimi kampanjami, dokler ne postane tako prevladujoča, da se tisti, ki se z dominantnim mnenjem ne strinjajo, pogreznejo v molk (Vreg, 1990: 267-269). Prednost spirale molka naj bi bila prav v tem, da je mogoče spremembe mnenj posameznikov pojasnjevati z učinki medijev, ki so jim izpostavljeni (Splichal, 1997: 270).

270). Glasovanje lahko vpliva ne samo na mnenja tistih, ki preberejo v medijih objavljene rezultate teh glasovanj, ampak tudi (in še posebej) na mnenja anketirancev v naslednji raziskavi (Splichal, 1997: 269). Pomembno pa je tudi poudariti, da »množični mediji rezultatov mnenjskih glasovanj ne objavljajo predvsem z namenom, da bi vplivali na politične odločevalce, ampak zato, da bi pritegnili pozornost publike« (Splichal, 1997: 332).

Vse več medijskih organizacij samih izvaja raziskave in objavlja njihove rezultate oziroma jih naroči pri določeni instituciji, ki v Sloveniji opravlja javnomnenjske raziskave, saj v primeru, da medij ne vsebuje ugotovitve povpraševanj, kar je danes že prava redkost, ne posreduje svojemu občinstvu informacije, ki je v času volitev »pogosto nosilna tema tekočega političnega razpravljanja« (Lange in Palmer, 1996: 125). Pri tem pa je potrebno poudariti, da »mediji v vzhodni Evropi še niso neodvisni. Če rezultate ankete objaviš v določenem časopisu, bodo ljudje predpostavljali, da je tudi anketa, ki je narejena profesionalno, obremenjena s političnim predznakom. Če torej ni neodvisnih časopisov, pač pa so ti bodisi malo rdečkasti bodisi malo črni, tudi agencija dobi pečat, da dela bodisi za desne bodisi za leve časopise« (Manchi v Žerdin, 2000). Ta problem, ki je posebej viden v času volitev ali v primeru, ko se razpravlja o pomembnih političnih in družbenih vprašanjih, ki naznanjajo spremembo, je moč zaslediti tudi v slovenskem medijskem prostoru.

3. GORENJSKI MEDIJSKI PROSTOR IN MESTO GORENJSKEGA GLASA

3.1. MEDIJSKA POKRAJINA S Poudarkom NA GORENJSKI REGIJI

Medijska pokrajina v grobem pomeni število in vrsto medijev in medijskih podjetij, ki delujejo na nekem prostoru, včasih pa tudi zakonodajo in lastniško strukturo teh medijskih podjetij ter morebitne problematike, povezane z mediji in medijskimi podjetji. Osnovni namen medijskih pokrajin je kar najbolj natančno prikazati te strukture in medsebojne odnose ter razkrivati morebitne lastniške in politične povezave, ki lahko vplivajo na konkretno delovanje medijev v nekem prostoru.¹⁷ Na »Zemljevidu 3.1« je zaradi samega razumevanja slovenskega medijskega prostora predstavljena naša država po regijah. Naj poudarim, da se v diplomski nalogi osredotočam le na gorenjsko regijo, na kateri, kot je prikazano v nadaljevanju, deluje pestra medijska ponudba, tako tiskanih kot elektronskih medijev.¹⁸

Zemljevid 3.1: Členitev Slovenije na dvanajst regij¹⁹



¹⁷ <http://www.media-forum.si/slo/pokrajina/>, dne 6. 3. 2003.

¹⁸ Zakonsko je medijsko področje v Sloveniji formalno pokrito z **zakonom o medijih**. Mediji so po tem zakonu časopisi in revije, radijski in televizijski programi, elektronske publikacije, teletekst ter druge oblike dnevnega ali periodičnega objavljanja uredniško oblikovanih programskih vsebin s prenosom zapisa, glasu, zvoka ali slike, na način, ki je dostopen javnosti (1. odstavek 2. člena).

¹⁹ Zemljevid je povzet po <http://www.media-forum.si/slo/pokrajina/>, dne 6. 3. 2003. Naj omenim, da projekt ustanavljanja pokrajin, o katerem je v zadnjem času govora, vključuje tri možne opcije delitve Slovenije na pokrajine: na šest, osem ali dvanajst. Sama sem se odločila, da v diplomskem delu (zaradi same predstavitve gorenjske regije) predstavim členitev na dvanajst pokrajin, ki je v Sloveniji »udomačen« iz sedemdesetih let prejšnjega stoletja (Taškar, 2003: 2).

Slovenski medijski prostor je, kot je razvidno iz »Zemljevida 3.1«, sestavljen iz pokrajin, v katerih pa poleg nacionalnih medijev, ki zadovoljujejo številne interese in ki jih lahko spremljamo po celotnem območju Slovenije, delujejo tudi številni lokalni mediji, ki imajo poudarek na lokalnih in regionalnih dogodkih ter »lepotah« svoje regije. Število le-teh pa je od pokrajine do pokrajine različno, pri čemer je kriterij tudi sama razvitost regije.

In kako je urejen gorenjski medijski prostor? Pred približno štirimi desetletji je gorenjski medijski prostor, poleg časopisa Gorenjski glas, »postopno začela dopolnjevati mreža **lokalnih radijskih postaj**, poleg njih pa so nastajale tudi **lokalne televizijske postaje**. Razvoj elektronike je pač hiter, nekdanje robustne in drage aparature so postale dostopne in cenejše, zato sta radijski in televizijski sprejemnik dandanes nepogrešljiva v vsakem gospodinjstvu in skupaj s časopisom (tiskanim medijem) zapolnjujeta človekovo potrebo po informiranosti« (Gorenjski glas, 1997).

Spodnja tabela (Tabela 3.1) prikazuje ključne množične medije, ki delujejo na področju gorenjske regije in dajejo poseben poudarek lokalnim (regionalnim) informacijam. Med tiskane medije sem v tabelo uvrstila le Gorenjski glas, saj ostali lokalni tisk pokriva le območje občine, ki ta tisk tudi izdaja (torej gre za občinske in ne regijske informacije),²⁰ medtem ko se Glas novinarsko vključuje v vsa dogajanja, ki so tako ali drugače povezana z Gorenjsko, Gorenjkami in Gorenjci. Kljub temu, da Glas pokriva širše območje Gorenjske, pa si ne upam trditi, da vsi najraje posegajo po branju osrednjega gorenjskega poltednika, saj je že »od Lazarsfeldovih raziskav iz poznih tridesetih let dalje obsežno dokumentirano, da se posamezniki selektivno izpostavljajo predvsem tistim medijem, katerih vsebine so skladne z njihovimi lastnimi predispozicijami« (Splichal, 1997: 269).

²⁰ Poleg tiskanega medija Gorenjski glas gospodinjstva po gorenjskih občinah prejemajo novice, ki se tičejo prav njihovih krajev. Tako, na primer mesečnik APLENCA prejmejo brezplačno vsa gospodinjstva občine Komenda ter vasi Zalog in Cerklje. BLEJSKE NOVICE izhajajo desetkrat letno in jih brezplačno prejmejo vsa gospodinjstva v občini Bled. DEŽELNE NOVICE kot mesečnik prejmejo brezplačno vsa gospodinjstva v občini Radovljica. V občini Naklo štirikrat letno brezplačno po pošti prejmejo vsa gospodinjstva GLAS OBČINE NAKLO. Dvomesečnik KAMNIŠKI OBČAN se brezplačno dostavi gospodinjstvom na območju občine Kamnik. Občina Vodice pa mesečno v vsa svoja gospodinjstva dostavi KOPITARJEV GLAS. LOŠKI UTRIP kot mesečnik se brezplačno dostavi po gospodinjstvih v Škofji Loki, mesečnik MENGEŠAN pa brezplačno v vsa gospodinjstva in podjetja na območju občine Mengeš. Štirikrat letno na območju občine Jezersko izide PR'JEZER, ki ga prejmejo vsa gospodinjstva te občine. Mesečnik TRŽIČAN pa brezplačno prejmejo vsa gospodinjstva v občini Tržič. Glasilo občine Moravče, imenovano NOVICE IZ MORAVŠKE DOLINE pa prejmejo brezplačno vsa gospodinjstva v občini Moravče. Mesečnik ODSEV se brezplačno dostavi vsem gospodinjstvom in pravnim osebam s stalnim naslovom na območju občine oz. naselja Trzin. Raznos po pošti v vsako gospodinjstvo na območju občine Lukovica pa se opravi tudi za mesečnik ROKOVNJAC. Preko Pošte Slovenije brezplačno vsa gospodinjstva v občini Domžale prejmejo na tri tedne tiskani medij SLAMNIK (<http://www.gov.si/mk/slo/kajsedogaja/mediji.html>).

Za nekatere je to Gorenjski glas, za druge radio Hit, spet tretji prisegajo na »svojo« lokalno televizijo.

Tabela 3.1: Razvid ključnih medijev v gorenjski regiji ²¹

Medij	Zvrst	Časovni interval izhajanja/oddajanja medija	Območje pokritosti	Odgovorni urednik
ATM TV KLANJSKA GORA	Televizijski medij	7 dni v tednu po 3 ure dnevno	Kranj-Rateče-Planica, območje gornjesavske doline	Tanja Pezdarnik
DEŽELNA TELEVIZIJA LOKA	Televizijski medij	Vsak dan najmanj 6 ur na dan in sicer med 18.00 in 23.00 uro in med 8.00 in 10.30 uro, ob nedeljah od 8.00 do 12.00, preostali čas je namenjen videostranem	Škofja Loka s širšo gorenjsko okolico	Drago Papler
GORENJSKA TELEVIZIJA - GTV	Televizijski medij	Vsak dan v živo od 18.00 do 1.00, od 1.00 do 18.29 vklop panoramskih kamer, videostrani, obvestila	Kabelska distribucija v sistemu vseh gorenjskih kabelskih operaterjev razen Škofje Loke, Poljanske doline in Selške doline	Črt Kanoni
GORENJSKI GLAS	Tiskani medij	Poltednik	Statistična regija Gorenjske z obrobjem, prodaja in naročnine po Sloveniji, tujina (zdomci, izseljenci, slovenska manjšina v Avstriji)	Marija Volčjak
POSLOVNI VAL	Radijski medij	12 ur dnevno v TIME SHARINGU	Radijsko oddajanje na območju Gorenjske, Ljubljane, Dolenjske in Notranjske	Darja Štravs Tisu
RADIO BELVI	Radijski medij	24 ur dnevno	Območje Kranja z okolico	Tomaž Čop
RADIO GORENC	Radijski medij	24 ur dnevno	Območje občin Trzič, Naklo, Šenčur, Mestna občina Kranj, delno Radovljica	Milan Krsnik
RADIO HIT	Radijski medij	24 ur dnevno	Širše območje ljubljanske kotline	Nataša Gliha
RADIO KRANJ - GORENJSKI MEGASRČEK	Radijski medij	24 ur dnevno	Skoraj celotno področje Gorenjske in širše področje Ljubljane z okolico	Sonja Zaplotnik
RADIO SORA	Radijski medij	24 ur dnevno	Zemeljski oddajniki: Lubnik: 91, 1 MHz, Koprivnik: 89, 9 MHz in Kališe-Sv. Križ: 96, 3 MHz	Jelka Mlakar
RADIO TOP	Radijski medij	24 ur dnevno	Območje Jesenic, Radovljice, Kranja, Bleda,	Samo Razingar

²¹ Na spletnih straneh Ministrstva za kulturo vodijo »razvid medijev« (<http://www.gov.si/mk/slo/kajsedogaja/mediji.html>), ki naj bi bila najpopolnejša baza medijev pri nas. Po tej spletni strani je delno povzeta tudi »Tabela 3.1«.

			Kranjske Gore, Bohinja, Škofje Loke oz. območja severne Gorenjske	
RADIO TRIGLAV	Radijski medij	24 ur dnevno	Od Rateč, preko Bohinja, Bleda, Radovljice in Kranja do Ljubljane	Rina Klinar

Kljub dejstvu, da je prevladujoč medij 21. stoletja v predvolilnem boju televizija (preko nje si gledalci ustvarjamo vtis o kandidatu, spoznavamo njegovo zunanjo podobo, njegov retorični nastop, obleko, pričesko, nasmeh, njegov glas ipd.), pa vloga tiskanih medijev v volilnem obdobju ni zanemarljiva. Predvsem starejši Gorenjci, ki so lokalnemu časopisu zvesti že desetletja, so vezani na tiskano besedo, saj jim le-ta nudi podrobnejše informacije o dogajanjih v njihovem in sosednjem kraju, v času volitev pa podrobno predstavi kandidate, ki jih večji mediji ne smatrajo za pomembne. »Bralec v »svojem« časniku – poleg političnih in gospodarskih novic, po katerih je »newspaper« tudi imenovan – najde predvsem potrjeno svoje lastno mnenje oz. mnenje znancev, interesnih združenj in strankarskih tovarištev ter s tem krepí in »opogumlja« svoje lastno mnenje« (Splichal, 1997: 139).

3.2. GORENJSKI GLAS – NJEGOVI ZAČETKI IN DANAŠNJI KONCEPT²²

a) Zgodovina časopisa Gorenjski glas

Začetki Gorenjskega glasa spadajo v obdobje ustanavljanja pokrajinskih časopisov ob prelomu devetnajstega v dvajseto stoletje. Takrat se je na ozemlju današnje Slovenije, predvsem v gospodarsko močnih regijah – kar je Gorenjska nedvomno bila, ustanovilo kar nekaj podobnih časopisov (Brun, 2002).

Gorenjska ima več ko devetdesetletno tradicijo izdajanja svojega pokrajinskega časopisa, kajti že **13. januarja 1900** je v Kranju izšla prva številka Gorenjca, političnega in gospodarskega lista, ki je zatem izhajal kot tednik vsako soboto do marca 1916. Na tega prvega predhodnika današnjega Gorenjskega glasa spominja, med drugim, tudi to, da se marsikje po Gorenjskem za Gorenjski glas še vedno uporablja ime »Gorenjec«. Le-ta v

²² (Primožič, 1986: 13)

letih med 1916 in 1933 ni izhajal, med bralci se je pojavil spet 2. februarja 1934 in kot »tednik za gospodarstvo, socialno politiko in prosveto«²³ izhajal do 5. aprila 1941.

Prva, rojstna številka Gorenjskega glasa je izšla **21. avgusta leta 1944** (21. avgust je rojstni dan Gorenjskega glasa)²⁴, natiskana pa je bila v Donovi tiskarni Donas. Sledili sta še dve številki: druga 8. septembra, tretja in zadnja številka »vojnega« Gorenjskega glasa pa 20. septembra. Vsaka številka je izšla v skoraj 2000 izvodih, kar je bil za takratne čase in vojne razmere izreden dosežek. Potem je Gorenjski glas kot glasilo pokrajinskega odbora Osvobodilne fronte za Gorenjsko nehal izhajati, »ker je takrat začel izhajati Partizanski dnevnik kot skupno glasilo za Primorsko in Gorenjsko. Imel je pač prednost, ker je izhajal vsak dan. Bil je edini politični dnevnik protifašističnega boja na ozemlju okupirane Evrope, celo na območju »nemškega Reicha« (Košnjek, 1994a: 15).

Redno je časopis začel izhajati **28. oktobra leta 1947**, kar lahko štejemo za rojstno leto Gorenjskega glasa.²⁵ Leta 1947 je tako začel izhajati gorenjski časopis Naše delo (tako sta se imenovali le prvi dve številki), 1. oktobra 1948 pa prva številka Gorenjskega glasa (današnji Gorenjski glas), ki je bil do leta 1955 tednik, zatem štiri leta poltednik (kot sedaj), pa pet let celo trikrat tedensko (1960 – 1964), nato pa ponovno kot poltednik ob sredah in sobotah, od julija 1974 pa vse do danes pa izhaja ob torkih in petkih.

b) Gorenjski glas danes

Danes je Gorenjski glas, za katerega se pogosto predvsem v pogovornem jeziku uporablja okrajšava Glas, »časopis z največjo naklado (22 tisoč izvodov) in tradicijo na Gorenjskem« (Gorenjska 2002-2003: 2). »Prisoten je že skoraj v vsakem drugem gorenjskem domu, kar pomeni, da je najmočnejši in najbolj razširjen gorenjski medij« (Leopoldina Bogataj, Gorenjski glas, 10. oktober 1997: 10). »Največje bogastvo Gorenjskega glasa so njegovi zvesti naročniki, ki jih pri Glasu imenujejo kar zlati

²³ Tedaj je zapisal: »Po 18 letih se je dvignil »Gorenjec« k novemu življenju... V novi obleki se bo docela prilagodil današnji dobi« (Naglič, 1989: 14).

²⁴ V prvi številki 21. avgusta je uredništvo v uvodni besedi med drugim zapisalo, da je glasilo posvečeno še posebej gorenjskim razmeram, postane pa naj tolmač in zrcalo naših gorenjskih razmer ter vodnik našega gorenjskega ljudstva. Ne sme pa podleči ozkemu lokalpatriotizmu in zaverovanosti v našo pokrajino, ampak mora podirati vse ozke pregrade lokalpatriotizma, ozkosrčnosti in sebičnosti, »razširiti mora zaplankano obzorje tistim, ki še ne vidijo ali nočejo videti dlje od meja svoje vasi in ki jim tako ozek razgled onemogoča, da bi si ustvarili pravo sliko o današnjem zgodovinskem dogajanju« (Košnjek, 1994b: 12).

²⁵ Leta 2002 je Gorenjski glas praznoval svoj 55 rojstni dan.

naročniki (kar ni čudno, saj poltednik velik del svojih prihodkov pridobiva od naročnin – dodala J.O.). Nekateri so »Gorencu« zvesti že desetletja« (Gorenjska 2002-2003: 2). Število naročnikov Gorenjskega glasa, ki se uvršča v kategorijo regionalnih časopisov, se tako z leti povečuje, že nekaj let pa ima, kot je pokazala »Nacionalna raziskava branosti v prvem polletju 2002, 80 tisoč rednih bralcev (Gorenjska 2002-2003: 2). Večina bralk in bralcev (in seveda naročnic in naročnikov) Gorenjskega glasa je z območja ožje Gorenjske,²⁶ precej izvodov Gorenjskega glasa pa pismonoše vsak torek in petek raznosijo tudi v poštno okoliše po širši Gorenjski,²⁷ tja do Domžal, Lukovice in Moravč.

»Gorenjski glas je družinski časopis, v katerem vsakdo najde nekaj zase, zato je priljubljen med vsemi družinskimi člani« (Gorenjska 2002-2003: 2). V zadnjih letih je postal prava časopisna družina. Za območja posameznih gorenjskih občin tako izhajajo revijalne priloge časopisa (nekatero mesečno, druge na tri mesece, tretje pa imajo svoj termin izida, denimo dvakrat letno), ki so že pravi mali časopisi Gorenjskega glasa.²⁸

Poleg lokalnih prilog, s katerimi naj bi se pokrile vse gorenjske občine, pa je Glas poznan tudi po svojih prireditvah. Ena izmed zelo uspešnih je t. i. GLASOVA PREJA, ki poteka

²⁶ Glede na območja statistični podatki najbolj kažejo na jeseniško – kranjskogorsko območje, na škofjeloško, trziško, širšo kranjsko, radovljiško – blejsko – bohinjsko območje. Naj omenim, da je občin v Gorenjski regiji 19: Jesenice, Žirovnica, Kranjska Gora, Bled, Bohinj, Radovljica, Trzič, Cerklje na Gorenjskem, Naklo, Jezersko, Šenčur, Mestna občina Kranj, Preddvor, Gorenja vas – Poljane, Škofja Loka, Železniki, Žiri, Kamnik, Komenda (Brun, 2002).

²⁷ Po sedanji organiziranosti lokalne samouprave pokriva časopis območje občin: Kranjska Gora, Jesenice, Bohinj, Bled, Radovljica, Trzič, Naklo, Šenčur, Kranj, Preddvor, Cerklje, Škofja Loka, Gorenja vas – Poljane, Žiri, Železniki, Vodice, Medvode, Mengeš, Kamnik, Jezersko, Žirovnica, Komenda in Trzin. Zasledijo pa se tudi imena občin kot Moravče, Lukovica in Domžale (Brun, 2002).

²⁸ Tako so nastale mesečnik KRANJČANKA, ki izhaja vsak drugi torek z naklado 21.400 izvodov za območje Mestne občine Kranj, mesečnik LOČANKA, ki izhaja vsak zadnji torek z naklado 17.000 izvodov za območja občin Škofja Loka, Železniki, Gorenja vas – Poljane in Žiri, mesečnik JESENICE – OBČINSKE NOVICE, ki izhaja vsak zadnji petek z naklado 9.400 izvodov – JON za območje občine Jesenice, BOHINJSKE NOVICE za območje občine Bohinj, mesečnik SOTOČJE, ki izhaja vsak prvi petek z naklado 4.950 izvodov za območje občine Medvode, JURIJ za območje občine Šenčur, NOVICE IZPOD KRVAVCA za območje občine Cerklje, ZGORNJESAV'Č za območje občine Kranjska Gora, PREDDVORSKA CAJNA za območje občine Preddvor, NAKLANEC za območje občine Naklo, SITAR za območje krajevne skupnosti Stražišče pri Kranju. Redna priloga naročniških izvodov, ki je izhajala vsak zadnji torek v mesecu z naklado vsaj 30.000 izvodov in so jo brezplačno prejeli naročniki Gorenjskega glasa pa je bila tudi revija GREGOR (prej se je ta priloga imenovala GG). Meseca marca 2003 pa je Gregor dobil novo podobo, imenovano MOJA GORENJSKA (revija za razvojna vprašanja Gorenjske; je mesečna priloga poltednika Gorenjski glas). Ob koncu leta pa kot priloga Gorenjskega glasa izhaja LETOPIS GORENJSKA (almanah), ki je za naročnike Gorenjskega glasa sestavni del časopisa, možno pa ga je kupiti tudi v redni prodaji. Gorenjski glas pa vsebuje tudi priloge, ki so skupni projekt oziroma skupne edicije slovenskih pokrajinskih časopisov (SLOVENSKE POČITNICE, NA ZDRAVJE, ŽIVLJENJE BREZ MEJA ...) z nakladami nad 100.000 izvodov. Novost, ki se je pojavila v letu 2003 pa je priloga s tv sporedi, imenovana TV OKNO, ki je skupna tv priloga slovenskih regionalnih časopisov (Primorske novice, Gorenjski glas, Novi tednik, Tednik in Vestnik).

že več kot deset let.²⁹ Gre za prireditve odprtega tipa, na katero se povabijo različni strokovnjaki, osebnosti s področja politike, literature, zgodovine, medicine ipd., ki razpravljajo o določeni tematiki, pri čemer je publika aktivno udeležena v razpravljanju.

Potrebno je še poudariti, da Glas organizira tudi izlete, se pojavlja v vlogi sponzorja nekaterih prireditev, na svojih straneh izvaja akcijo Gorenjka oziroma Gorenjec meseca ipd. Posebnih pohval pa je bil časopis deležen v letu 1999, ko je v sodelovanju z Gorenjskim muzejem Kranj izdal knjigo Gorenjska 1900 – 2000, v kateri je zabeležena kronika tisočletja Gorenjske.

V petinpetdesetih letih rednega izhajanja se je format časopisa sicer spreminjal,³⁰ šele pred leti so se pojavile barvne fotografije (prej le črnobeje), »vseskozi pa se je obseg časopisa postopno povečeval, s tem pa možnost, da časopis dobro spremlja dogajanje po Gorenjskem« (Gorenjski glas, 1997). Politika, kultura, prehrana, moda, zdravje, šport, kronika, gospodarstvo, kmetijstvo, turizem, kažipot, mali oglasi, zahvale, osmrtnice, so le ene izmed mnogih rubrik, ki se pojavljajo na straneh Glasa.³¹

Pomemben dejavnik v obstoju svobodnega tiska je tudi lastništvo. Lastnik časopisa ima moč, da vpliva na njegovo vsebino, njegovo politično držo in uredniško politiko. Nikoli še ni bilo časopisa, kjer njegovi lastniki ne bi vplivali na časopisni vsebino (Reah, 1998: 8). Kar velja tudi za Glas, ki je z leti spreminjal svoj položaj. Razmeroma brez posebnih pretresov je preстал lastninske in ostale spremembe zadnjih nekaj let³² ter se začel

²⁹ Februarja 2003 je bila jubilejna 70. preja, katere gostja je bila dr. Mateja de Leoni Stanonik, dr. med., slovenska znanstvenica in zdravnica v Združenih državah Amerike.

³⁰ Način novinarskega pisanja se je v teh petdesetih letih korenito spreminjal. V časih, ko je bil medijski prostor še razmeroma nezasičen, so bile novice v Glasu razmeroma udobno, gostobesedno pisane. Ko pa se je medijska konkurenca povečala, se je tudi časopisno novinarsko izražanje zgostilo, intenziviralo (Dežman, 1997: 65).

³¹ Sama sem se v diplomski nalogi osredotočila na gorenjske občine, ki so ena izmed pomembnejših vsebin časopisa. IZ GORENJSKIH OBČIN je naslov rubrike (ponavadi 4. in 5. stran v Glasu), ki se pojavlja tako v torek kot petek, tako leta 1998 kot leta 2002, le da v torek obsega eno, v petek pa dve strani. Tako sem prebirala članke, ki jih je bilo o določenih občinah več, o drugih manj. »Nekatere občine pač same bolj skrbijo za dogajanje v svoji občini kot druge, in obenem poskrbijo za medijsko pokritost in odmevnost teh dogodkov« (po Brun, 2002). V vseh občinah pa so »osrednji predmet Glasove pripovedi Gorenjska in Gorenjci. Glas je preživel in pridobival bralce predvsem zato, ker se je posvečal gorenjskim in predvsem krajevnim problemom« (Dežman, 1997: 65).

³² Leta 1996 se je Gorenjski glas lastninsko preoblikoval v gospodarsko družbo, v družbo z omejeno odgovornostjo. Poimenoval se je v GORENJSKI GLAS, Časopisno podjetje, d.o.o., Kranj (skrajšano Gorenjski glas, d.o.o., Kranj), s sedežem podjetja na Zoisovi 1, 4000 Kranj. Od leta 1996 je torej družba z omejeno odgovornostjo z osnovnim kapitalom v vrednosti 32.323.000,00 slovenskih tolarjev, katere večji ustanovitelji so bili: KAPITALSKI SKLAD POKOJNINSKEGA IN INVALIDSKEGA ZAVAROVANJA, d.d., (10 %), SLOVENSKI ODŠKODNINSKI SKLAD, d.d., (10 %), SLOVENSKA RAZVOJNA

»vzpostavljati kot razmeroma avtonomen in suveren medij. Morda pojem neodvisen ni najbolj ustrezen. Kajti Glas je danes odvisen predvsem od svojih bralcev. In če je Glasu nekdanj postavljala meje predvsem politična elita, mu jih sedaj bolj postavljajo bralci. Zato Glas ostaja prijetno konzervativen« (Dežman, 1997: 65). Leta 2002, z odstopom takratnega direktorja časopisa Marka Valjavca in nastopom nove direktorice Marije Volčjak, ki je obenem danes tudi odgovorna urednica, je Glas začel uresničevati novo programsko zasnovo,³³ med drugim je uvedel nekaj novih rubrik (verske skupnosti, rekreacija ipd). Šele po odhodu takratnega direktorja (Marka Valjavca) se je delovanje v časopisni hiši Gorenjski glas dejansko začelo spreminjati. Na bolje.

Tako je danes Gorenjski glas s kadrovske spremembo »nekaj več kot zgolj dobavitelj informacij in mnenj. Četudi ni povsem učinkovit pri dopovedovanju ljudem, kaj naj si mislijo, je zagotovo precej uspešen pri pripovedovanju svojim bralcem, o čem naj razmišljajo. Ravno od tu izhaja za različne ljudi raznovrstna slika sveta, ki ni odvisna le od njihovih osebnih interesov, pač pa tudi od podobe, ki jo zarisujejo pisci, uredniki in založniki časopisov, ki jih ljudje berejo« (Cohen v Oblak, 2000: 98). Kar je vidno tudi v prispevkih, ki se tičejo verskih vsebin, iz katerih je moč razbrati, da je Glas **laičen časopis**, ki se s teološkimi vprašanji neposredno ne ukvarja, poroča pa o cerkvenem dogajanju (npr. o odprtju novega župnišča, spremlja dogajanje v posameznih župnijah, pozornost namenja tudi verskim praznikom, svetnikom ipd.).

Na vprašanje Družine, slovenskega katoliškega tednika, kakšno mesto ima bog v časopisu Gorenjski glas, Marija Volčjak pravi, da Glas piše tudi o verskih skupnostih. Z novo programsko zasnovo, ki jo je Glas začel uresničevati v letu 2002, je bila uvedena tudi rubrika o verskih skupnostih. O tem je Glas sicer pisal že prej, toda posebna rubrika je na začetku vzbudila precej pozornosti. Bralke in bralci so po telefonu izražali naklonjenost in nasprotovanje, kar seveda ni nič posebnega, takšni klici so običajni pri vsaki novosti. Že po nekaj mesecih so se stvari umirile, po

DRUŽBA oziroma danes SKLAD RS ZA RAZVOJ (33 %), zaposleni, bivši zaposleni in upokojenci (47 %) (Brun, 2002).

³³ Ko je glavna in odgovorna urednica Gorenjskega glasu Leopoldina Bogataj odhajala v pokoj, se je Jože Dežman, avtor članka O tranziciji in strategiji Gorenjskega glasu v Sobotni prilogi Dela spraševal, kaj bo za ta časopis pomenila menjava na uredniškem mestu. Pri Glasu ne gre samo za novo uredniško ime, ampak je zanj značilno tudi, da ni znana politika njegovih lastnikov, zato se postavlja vprašanje, ali bodo postavili novega urednika po svojih željah. Tudi direktor še ni imenovan, zato se pri tem časniku ne ve, kdo pije in kdo plača. Toda na ta vprašanja bo treba kmalu odgovoriti, zlasti ker je v zadnjem času zadnji komercialist pri Gorenjskem glasu vreden več kot prvi novinar. S tem pa se omejuje prvi člen novinarskega kodeksa, ki govori o resničnem in neponarejenem obveščanju javnosti (Dežman, 2001: 13). Naj omenim, da je Jože Dežman, včasih stalni sodelavec na Glasu, članek želel objaviti v Gorenjskem glasu, vendar do objave ni prišlo.

besedah Marije Volčjak predvsem zaradi strokovnega novinarskega pristopa. Marija Volčjak pa med drugim tudi ugotavlja, da je pri nas še vedno premalo strpnosti pri sprejemanju različnosti, drugačnosti. Takšna je tudi Glasova izkušnja pri pisanju o verskih skupnostih. Gorenjski glas piše namreč o vseh, ki so prisotne na Gorenjskem. Torej tudi o muslimanski, kar je za nekatere sporno, saj sprašujejo: zakaj pišejo o njih, saj na Gorenjskem pa že ne bodo imeli mošeje itd. Toda, na Gorenjskem je približno petnajst tisoč muslimanov. Odgovor na vprašanje, zakaj Glas piše o muslimanih je torej jasen (Marija Volčjak, Družina, 19. januar 2003, str.9).

Skozi povedano lahko strnem, da ima bog skozi verske vsebine mesto tudi v Gorenjskem glasu. Vendar to velja šele v zadnjem času, saj so v preteklosti »komunisti skušali sebe uveljaviti kot popolnega gospodarja nad religijami in idejami. Zato so veri, cerkvi in seveda tudi alternativnim duhovnim iskanjem preprečevali dostop v javnost. Zato te teme do demokratičnega preobrata v Glasu zasledimo predvsem v njihovem negativnem odrazu, političnih obsodbah in napadih. Vendar tehtnejših prispevkov, ki bi obravnavali človekovo večno osmišljanje sveta, je razmeroma malo« (Dežman, 1997: 65).

Kljub tradiciji, ki se časopisa drži, pa si Gorenjski glas med drugim počasi pridobiva tudi oznako časopisa, ki sledi povsem zahodnemu videzu (npr. številne brezplačne priloge, ki pritegujejo gorenjskega kupca/bralca), pri čemer si je »uspel preoblikovati v tržno usmerjen kvaliteten časopis in pri tem izkoristiti dejstvo, da so ga bralci že poznali« (Gulyas, 1998). Tekmovanje za bralce, šibka predstavitev časopisa (oglaševalci so mnenja, da večina časopisov ni uspela privabiti krog zvestih bralcev, ciljne skupine, ki je za oglaševalce, z vidika prodaje blaga in storitev, bistvena) in nove poslovne možnosti s poudarkom na moči (denimo razne tehnične izboljšave pri pripravi časopisa), so po Finku ključni razlogi, zakaj je časopis prisiljen v tržni koncept (glej Fink, 1988: 122).

Vendar pa Gorenjski glas zaradi tržne naravnosti - katera ključna značilnost je, da časopis »poskuša bolj ugajati kot informirati občinstvo, postaja bolj vizualno orientiran, porast infozabave, tabloidnega novinarstva, novica se smatra kot blago, skratka, govora je o produktu, oblikovanem bolj za prodajo kot za informiranje« (McManus, 1994) - ne prinaša »izključno prispevkov, ki bi že s svojo ekskluzivnostjo dajali možnost za senzacionalistično poročanje, vendar je nagnjen k takemu oblikovanju besedil, zlasti v naslovih pa je opazen izbor izraznih sredstev, ki ga v stilistiki imenujemo hiperboličnost, ta pa je (dobra) podlaga za senzacionalističen učinek« (Korošec, 1993: 1231). To pa so

razlogi, ki jih je mogoče pojasniti kot posledico odnosa med mediji in političnim sistemom ter vse večje konkurence na slovenskem medijskem trgu, zaradi katere se spreminja tudi značaj Glasovega pisanja, v katerem je v zadnjem času moč zaznati težnjo po dramatiziranju in senzacionalnosti oz. na Glasovih straneh se povečuje število k zabavi usmerjenih novinarskih prispevkov.

c) Sklepne ugotovitve

Če za konec strnem vse pomembnejše podatke o poltedniku Gorenjski glas, dobim naslednjo podobo:

1. **Izdajatelj:** Gorenjski glas, časopisno podjetje, d.o.o., Kranj (ključna dejavnost oziroma naloga družbe Gorenjski glas je izdajanje časopisa, ukvarja pa se tudi z izdajanjem knjig, izdajanjem revij in periodike, pripravo in proizvodnjo tiskovnih sestavkov, druge s tiskarstvom povezane storitve - priprava časopisa za tisk ni v domeni družbe, dajanjem lastnih nepremičnin v najem, raziskovanje trga in javnega mnenja, ekonomsko propagiranje, fotografska dejavnost in druge razvedrilne dejavnosti)
2. **Direktorica in odgovorna urednica:** Marija Volčjak
3. **Namestnika odgovorne urednice:** Jože Košnjek, Cveto Zaplotnik
4. **Uredništvo:**
Novinarji in uredniki: Boštjan Bogataj, Alenka Brun, Helena Jelovčan, Katja Dolenc, Igor Kavčič, Jože Košnjek, Urša Peternel, Stojan Saje, Darinka Sedej, Vilma Stanovnik, Cveto Zaplotnik, Danica Zavrl – Žlebir, Andrej Žalar, Štefan Žargi
Novinarji - stalni sodelavci: Matjaž Gregorič, Andraž Kalamar, Mendi Kokot, Majda Lovrenčič, Miha Naglič, Milena Miklavčič, Mateja Rant, Eva Senčar, Marjeta Smolnikar, Renata Škrjanc, Simon Šubic
5. **Fotografija:** Tina Dokl, Gorazd Kavčič, Gorazd Šinik
6. **Lektorica:** Marjeta Vozlič
7. **Tehnično urejanje:** Nada Prevc
8. **Priprava za tisk:** Media Art, Kranj
9. **Tisk:** SET, d.d., Ljubljana

10. **Tradicija:** Gorenjski glas je prvič izšel avgusta 1944 in izhaja nepretrgoma od oktobra 1947
11. **Uredniška politika:** neodvisni nestrankarski politično informativni časopis s poudarkom na dogajanjih na Gorenjskem
12. **Trženje/oglasi in propagandna sporočila** (po ceniku iz leta 2001/02): cela barvna stran 821.700 SIT, polovica barvne strani 405.900 SIT, četrtnina barvne strani 198.000 SIT, osmina barvne strani 99.000 SIT, šestnajstina barvne strani 52.800 SIT
13. **Cena na izvod** (februar 2003): v torek 180 SIT ; v petek 290 SIT
14. **Naročnina:** za prvo trimesečje 2003 znaša 5.930 tolarjev, posamezniki redni plačniki imajo 20-odstotni popust in zanje trimesečna naročnina znaša 4.744 tolarjev. Letna naročnina znaša 24.080 tolarjev, posamezniki – redni plačniki imajo 25-odstotni popust in zanje letna naročnina znaša 18.060 tolarjev. V cene je vračunan DDV. Za tujino: letna naročnina 100 evrov.
15. **Tehnični podatki:** širina stolpca 43 mm, dveh stolpcev 90 mm, treh stolpcev 137 mm, štirih stolpcev 184 mm, petih stolpcev 231 mm, širina strani 278 mm, višina strani 415 mm
16. **Tip:** Izhaja vsak torek in petek
17. **Naklada:** Približno 22.000 izvodov
18. **Pokritost:** po sedanji organiziranosti lokalne samouprave pokriva območje 23 gorenjskih občin: Kranjska Gora, Jesenice, Bohinj, Bled, Radovljica, Tržič, Naklo, Kranj, Šenčur, Preddvor, Cerklje, Škofja Loka, Gorenja vas – Poljane, Žiri, Železniki, Vodice, Medvode, Mengeš, Kamnik, Jezersko, Žirovnica, Komenda in Trzin. Zasledijo pa se tudi imena občin kot Moravče, Lukovica in Domžale.
19. **Doseg in branost:** vsaj 100 številčk poltednika Gorenjski glas letno in 12 številčk družinske barvne revije MOJA GORENJSKA; v povprečju 30 strani na številko; redne in občasne priloge časopisa (Bohinjske novice, Jurij, Kranjčanka, Novice izpod Krvavca, Jesenice-občinske novice, Zgornjesav'c, Podblegaške novice, Preddvorska čajna, Sotočje, Ločanka ...); 80.000 rednih bralcev.

4. LOKALNE VOLITVE³⁴

V sodobnih predstavniških demokracijah so volitve eden pomembnejših načinov izražanja ljudske volje (Boh, 2001: 833) in eden nujnih pogojev za demokratično oblikovanje najpomembnejših državnih organov in seveda tudi organov lokalne samouprave. Po političnem pomenu so lokalne volitve popolnoma primerljive z državnimi, saj je lokalna samouprava ključna za življenje ljudi; lokalne volitve pomenijo najpomembnejši vpliv prebivalcev lokalne skupnosti na delovanje lokalne samouprave in so kot take bistvena prvina lokalne demokracije. Lokalne volitve tako omogočajo prebivalcem lokalne skupnosti neposreden vpliv na sestavo predstavniškega telesa, s tem pa tudi vpliv na odločitve, ki jih ta sprejema. Z volitvami podelijo volivci članom predstavniškega telesa mandat - pooblastilo za to, da odločajo v njihovem imenu o vseh pomembnih vprašanjih v lokalni skupnosti, o katerih se je potrebno odločati takorekoč vsakodnevno in o njih ni mogoče odločati na načine neposredne lokalne demokracije (zbor občanov, referendum). Zato imajo volitve odločilen pomen tudi za demokratično uresničevanje lokalne samouprave (Grad v Haček, 1999: 218).

Lokalne volitve pomenijo pomemben preizkus političnega javnega mnenja v obdobju med volitvami na državni ravni, čeprav se volivci na lokalni ravni pogosto odločajo povsem drugače kot na državnih volitvah. Na lokalni ravni volivci pogosto podpirajo stranke, ki jih na državni ravni (še) ni v parlamentu ali predvsem neodvisne kandidate. Nasploh pa so na volilno izbiro na obojih slovenskih lokalnih volitvah (1998 in 2002) (dodala J.O.) gotovo najbolj vplivali specifični lokalni interesi, povezani zlasti z razlikami v ekonomskem položaju posameznikov in tudi celotnih lokalnih skupnosti (Haček, 1999: 219).

³⁴ Lokalne volitve zajemajo predvsem volitve župana ter volitve občinskega sveta. Poleg tega potekajo tudi volitve za predstavniške organe ožjih lokalnih skupnosti – svete krajevnih, vaških in četrtnih skupnosti. V diplomski nalogi sem se osredotočila le na volitve županov. Župana se voli neposredno po sistemu absolutne večine, podobno kot se voli predsednika države. Kandidat potrebuje za izvolitev večino glasov, oddanih na veljavnih glasovnicah. Če v prvem krogu nihče izmed kandidatov ni izvoljen, se opravi drugi krog glasovanja med dvema kandidatoma, ki sta pri prvem glasovanju dobila največ glasov (povzeto po <http://www.volitve.si/lv.html>, dne 23.2.2003).

V nadaljevanju sem podrobneje predstavila strankarsko razslojenost oziroma politični ustroj (upoštevati je potrebno, da je v Sloveniji registriranih nad 30 strank) in volilne rezultate posameznih strank ter organizacijo posameznih strank na lokalni ravni preteklih lokalnih volitev. V predstavitev sem zajela poleg občin, ki jih je pokrival Gorenjski glas, tudi podatke in rezultate lokalnih volitev občin v celotni državi (zaradi lažjega razumevanja in primerjave). Ker »v politiki postaja vloga ženske vse bolj opazna, pri čemer se praviloma poudarja potreba po zagotovitvi večje participacije žensk v političnih institucijah oziroma potreba po doseganju ravnotežja med zastopanostjo obeh spolov v politiki (Guček in Oblak, 1996: 490), sem navedla tudi samo zastopanost žensk v politiki na preteklih lokalnih volitvah. Tabele in opisi omogočajo vpogled v kandidate in volilne izide po gorenjskih občinah oz. prikazujejo kakšna je pripadnost kandidatov in kandidatk posameznim parlamentarnim političnim strankam.

4.1. LOKALNE VOLITVE 1998

Druge redne lokalne volitve so potekale v nedeljo, 22. novembra 1998 (volitve občinskega sveta ter prvi krog volitev župana) in v nedeljo, 6. decembra 1998 (drugi krog volitev župana, kjer je bilo to potrebno).³⁵ Za eno župansko mesto so povprečno kandidirali štirje kandidati, kar pomeni, da je bilo kandidatov blizu 800. Začetek volilne kampanje za prvi krog volitev je bil 23. oktobra 1998, kampanja pa je trajala do 20. novembra do polnoči, ko se je začel volilni molk. Drugi krog volitev pa se je izvedel 6. decembra 1998.

Na slovenskih lokalnih volitvah leta 1998 je osem političnih strank, in sicer Liberalna demokracija Slovenije (LDS), Združena lista socialnih demokratov (ZLSD), Demokratična stranka upokojujencev (DeSUS), Slovenski krščanski demokrati (SKD), Slovenska ljudska stranka (SLS), Socialdemokratska stranka Slovenije (SDS) in zunajparlamentarna Demokratska stranka (DS), imele najbolj razvito terensko mrežo oz. najboljšo stopnjo organiziranosti na lokalni ravni kar se tiče števila občin, v katerih je stranka predlagala kandidata za župana. Zaznati pa je bilo tudi predvolilno povezovanje

³⁵ Povzeto po <http://www.volitve.si/198.html>, dne 8.2.2003. Prve lokalne volitve so se izvedle leta 1994 in so potekale v 147 občinah. »V Republiki Sloveniji je bilo v času lokalnih volitev v letu 1998 konstituiranih 192 občin (opomba: lokalne volitve v letu 1998 so potekale v 190 občinah, saj so bile volitve v občini Horjul naknadno« (Haček, 1999: 225) – »volitve so se izvedle 20.12.1998, v Mestni občini Koper pa se volitve niso izvedle, ker se le-ta ni razdelila v več občin, kot bi se morala« (povzeto po <http://www.volitve.si/198.html>, dne 8.2.2003).

večjih političnih strank. Poleg nestranskih kandidatov pa so tudi SOPS, Zveza za Primorsko in Istrski demokrati svet imeli samostojnega kandidata za župana.

Med izvoljenimi župani je bilo največ neodvisnih županov (44), torej tistih, katere so predlagali volivci in ne politične stranke. Naj omenim, da se je od leta 1994 število neodvisnih županov podvojilo. Med strankami je bila najuspešnejša SLS (40, 57), sledila ji je LDS (22, 34), SDS (21, 32), SKD (20, 34), ZLSD (9, 18), Demokrati (3), Zveza za Primorsko (2, 3), SNS (1), SOPS (1), DeSUS (0, 4) in Istrski demokrati svet (0, 1).³⁶ Med izvoljenimi je bilo osem žensk. »Na županskih volitvah je tako premočno zmagala SLS, ki je imela kar v 57 občinah župane, ki jih je predlagala bodisi samostojno bodisi skupaj z ostalimi političnimi strankami« (glej Haček, 1999: 225).

Na Gorenjskem (24 občin širšega gorenjskega območja³⁷), kjer je kandidiralo več kot polovica starih županov, je bilo 88 županskih kandidatov. Največ županskih kandidatov je bilo v Kranju, kar 8, v Bohinju pa samo eden. Med županskimi kandidati je bilo samo pet žensk, kar kaže na nizko stopnjo udeležbe žensk pri kandidaturah za županje. Zastopanost žensk na lokalnih volitvah v gorenjski regiji je bila tako bistveno manjša od udeležbe moških. Ženske so se za mesto županje potegovale v občinah Domžale, Kamnik, Komenda in Šenčur (tj. v štirih od 24 gorenjskih občin), po končanih lokalnih volitvah pa je mesto županje dobila le ena kandidatka, in sicer v občini Domžale.

Iz preglednice (Tabela 4.1) je razvidno, da so imele lokalne volitve 1998 v gorenjski regiji dve bistveni značilnosti: zelo uspešni so bili nestranskih kandidati (z vstopom neodvisnih kandidatov smo dobili na izbiro posameznike, ki so člani različnih strank, pripadniki različnih ideologij), zmagoslavje pa so poželi stari župani. **Socialdemokrati** so dobili tri župane, **Slovenski krščanski demokrati** dva, **Združena lista socialnih demokratov** enega, **LDS** enega in **Demokrati** enega, po zaslugi zmage Toneta Peršaka iz Trzina. **Koalicija SKD-SDS in SLS** je dobila dva župana, **koalicija SLS in SKD** enega župana in navezava **LDS-SLS** enega župana. Izvoljenih pa je bilo kar 12 **nestranskih** županov. »S kandidiranjem na nestranskih osnovi si je večina razširila »volilno bazo«,

³⁶ Prvo navedeno število pomeni število izvoljenih županov, ki jih je politična stranka predlagala samostojno kot kandidate samo te politične stranke, drugo navedeno število pa pomeni število izvoljenih županov, ki jih je politična stranka predlagala ali samostojno ali skupaj z drugimi političnimi strankami (Haček, 1999: 225).

³⁷ V volilnem letu 1998 je Gorenjski glas pokrival 24 gorenjskih občin, štiri leta kasneje, torej leta 2002 pa je svoje pokrivanje razširil še na občini Lukovica in Moravče, torej je v svojih volilnih rubrikah zajel 26 občin. To sem upoštevala tudi v diplomski nalogi in tako tudi navajala podatke.

čeprav je bilo mogoče za vsakega kandidata ugotoviti, kateri politični usmeritvi in stranki pripada« (Haček, 1999).

Tabela 4.1: Prikaz vloženih kandidatur za volitve županov in dejansko izvoljenih županov (prvi navedeni s poudarjeno pisavo) po političnih strankah v 24 gorenjskih občinah na lokalnih volitvah 1998

Občina	Izvoljeni župan in protikandidati ³⁸
BLED	Boris Malej (LDS-SLS) , Borut Rus (neodvisni), Rafael Pintar (LDS), Brane Dolžan (SDS), Anton Poklukar (neodvisni), Miro Rozman (Demokratska stranka)
BOHINJ	Franc Kramar (neodvisni)
CERKLJE	Franc Čebulj (SDS) , Miha Zevnik (SKD), Stanislav Bernard (ZLSD), Božo Janež (LDS)
DOMŽALE	Cvetka Zalokar Oražem (neodvisna) , Franc Herle (neodvisni), Jurij Berlot (SLS), Jože Majdič (Naprej Slovenija)
GORENJA VAS – POLJANE	Jože Bogataj (neodvisni) , Janez Hrovat (neodvisni), Ivan Petrovčič (LDS)
JESENICE	Boris Bergant (ZLSD) , Valentin Markež (LDS), Božidar Brudar (SDS)
JEZERSKO	Milan Kocjan (neodvisni) , Jože Piskernik (ZLSD)
KAMNIK	Anton Smolnikar (neodvisni) , Marjeta Humar (SKD-SDS), Tatjana Sonja Rot Djalil (ZLSD), Maks Lavrinc (LDS), Florjan Mlakar (neodvisni)
KOMENDA	Tomaž Drolec (neodvisni) , Angelca Žerovnik (SDS), Vincenc Ovijač (SKD)
KRANJ	Mohor Bogataj (LDS) , Janez Remškar (SKD), Rastko Tepina (neodvisni), Štefan Kadoič (ZLSD), Mladen Mihalinec (neodvisni), Rok Žibert (SDS), Vitomir Gros (Liberalno stranko), Leon Pintar (neodvisni)
KRANJSKA GORA	Jože Kotnik (neodvisni) , Bogomir Košir (neodvisni), Emil Tavčar (LDS), Branko Dolhar (ZLSD)
MEDVODE	Stanislav Žagar (neodvisni) , Mitja Ljubeljšek (SDS-SKD), Roman Lavtar (LDS), Igor Lukšič (ZLSD), Matija Kavčič (Liberalna stranka), Mišo Korošec (Slovenski forum)
MENGEŠ	Tomaž Štebe (SDS) , Janez Per (SLS), Marjan Trobec (ZLSD), Kostja Modec (LDS), Robert Ručigaj (SKD), Stanislav Golob (neodvisni)
NAKLO	Ivan Janez Štular (SKD) , Stanislav Koselj (ZLSD),
PREDDVOR	Miroslav Zadnikar (neodvisni) , Štefan Zaplotnik (ZLSD)
RADOVLJICA	Janko S. Stušek (neodvisni) , Černe Vladimir (SLS), Stane Krainer (neodvisni), Zvone Prezelj (SDS)
ŠENČUR	Franc Kern (neodvisni) , Ciril Sitar (ZLSD), Ivana Mohorič (SKD)
ŠKOFJA LOKA	Igor Draksler (SKD-SLS) , Benedikt Pančur (Republikanci Slovenije), Boris Tomašič (SDS), Franc Šifrar (neodvisni)
TRZIN	Anton Peršak (Demokrati Slovenije) , Janez Abet (SLS), Marjan Tekavc (SKD)
TRŽIČ	Pavel Rupar (SDS) , Borut Sajovic (neodvisni), Marko Lavrič (LDS)
VODICE	Anton Kokalj (SKD) , Janez Podgoršek (SLS), Miha Kranjc (Lista nestranskih kandidatov), Milan Žebovic (SDS)
ŽELEZNIKI	Mihael Prevc (SKD-SLS-SDS) , Lojze Jelanc (LDS), Jurij Tarfilo (neodvisni)

³⁸ Spisek kandidatov za župane gorenjskih občin je delno povzeto po spletni strani <http://www.volitve.si/198.html>, dne 8.2.2003.

	(neodvisni)
ŽIRI	Bojan Starman (SKD-SLS-SDS) , Kosmač Janko (ZLSD), More Franc (neodvisni)
ŽIROVNICA	Anton Dežman (neodvisni) , Jože Hribar (SKD), Franc Legat (ZLSD)

Glavna ugotovitev analize lokalnih volitev 1998 je, da so rezultati vseh političnih strank na teh volitvah v veliki meri odvisni od pokrivanja terena, to je od stopnje razvitosti organizacijske mreže občinskih in krajevnih odborov, ki so bili (ali pa ne) sposobni najti ustrezne kandidate, oblikovati liste kandidatov in vložiti kandidature za volitve županov (Haček, 1999: 226).

4.2. LOKALNE VOLITVE 2002

Leto 2002 je bilo v Sloveniji v znamenju volitev, saj so tako predsedniške kot lokalne volitve potekale sočasno. Predsednika države ter župane in občinske svete v 193 občinah je približno 1,6 milijona volilnih upravičencev volilo v nedeljo, 10. novembra (drugi krog županskih volitev je potekal 1. decembra 2002). Volilna kampanja za predsedniške in lokalne volitve se je začela 11. oktobra, v kateri so se kandidatke in kandidati potegovali za glasove volivcev, in je potekala do petka, 8. novembra, ko je opolnoči nastopil volilni molk. Volilna kampanja za drugi krog volitev predsednika republike in županov pa je trajala od 11. novembra do 29. novembra 2002, 30. novembra 2002 pa je bil dan volilnega molka.

Lokalne volitve 2002 so bile najobsežnejši volilni zalogaj doslej. Izvoliti je bilo namreč treba 193 novih županov. Na županskih volitvah so bili najuspešnejši nestranski oziroma strankarsko neodvisni kandidati: izvoljenih je bilo 61. Med strankami je bila pri županih najuspešnejša Slovenska ljudska stranka, ki jih ima 46, sledi ji Liberalna demokracija Slovenije z 29 župani, 18 jih ima Socialdemokratska stranka Slovenije, 14 Združena lista socialnih demokratov, Nova Slovenija štiri, Slovenska nacionalna stranka enega, zunajparlamentarni Nacionalna stranka dela in Zveza za Primorsko tudi po enega, 18 izvoljenih županov pa je podprlo več strank. Prvi volilni krog, 10. novembra, je bil uspešnejši za dosedanje župane od drugega: v 132 občinah so volivci mandat ponovno zaupali staremu županu v 114 primerih. V drugem krogu jih je v 61 občinah za ponovno izvolitev tekmovalo 46, uspešnih je bilo 19. Značilnost županskih volitev so bili že v

prvem krogu v posameznih primerih tesni volilni izidi. Na županskih volitvah je tekmovala tudi tretjina poslancev. Že v prvem krogu jih je županski mandat dobilo 13, v nedeljo jih je slavilo še pet (glej Babič in Taškar, 2002: 1).

In kako je bilo na Gorenjskem? V 26 gorenjskih občinah (kolikor jih je leta 2002 pokrival Gorenjski glas) se je za županske stolčke potegovalo 15 kandidatk in kar 84 kandidatov, vsega skupaj torej 99 kandidatov. Največ v Kamniku, kjer jih je bilo devet, od tega tri ženske in šest moških. Najmanj pa na Jesenicah, kjer je Boris Bregant, ki je imel le eno protikandidatko, ponovno kandidiral za župana.

Na podlagi preglednice (Tabela 4.2) lahko ugotovimo, da je bilo največ izvoljenih **neodvisnih kandidatov** (13), torej tistih, katere so predlagali volivci. Med strankami sta bili najuspešnejši **LDS** in **SDS** (obe sta dobili po tri župane), sledila jima je **SLS** (dobila je dva župana), **N.Si** pa je dobila enega župana, štiri izvoljene župane pa je podprlo **več strank**, medtem ko ostalim strankam, ki so v drugih slovenskih pokrajinah dobile svoje župane, v gorenjski regiji ni uspelo dobiti kandidatov za župane, iz česar je razvidno, da se volilna podpora, ki so jo na županskih volitvah leta 2002 dobile politične stranke od občine do občine precej razlikuje. Med izvoljenimi v gorenjski regiji so bile tudi tri županje.³⁹

Tabela 4.2: Prikaz vloženih kandidatur za volitve županov in dejansko izvoljenih županov (prvi navedeni s poudarjeno pisavo) po političnih strankah v 26 gorenjskih občinah na lokalnih volitvah 2002

Občina	Izvoljeni župan in protikandidati ⁴⁰
BLED	Jože Antoni č (SLS-SDS-N.Si), Zvone Špec (ZLSD-LDS), Roman Beznik (neodvisni), Boris Malej (neodvisni), Alojz Poklukar (neodvisni), Janez Petkoš (neodvisni), Jože Pogačar (Naprej Slovenija)
BOHINJ	Evgenija Kegl Korošec (LDS), Jože Cvetek (N.Si)

³⁹ Na lokalnih volitvah za župane sta bili na Gorenjskem v prvem krogu izvoljeni dve ženski, in sicer je v Bohinju osvojila Evgenija Kegl Korošec (LDS) 52 odstotkov glasov, v Domžalah pa je z 61,5 odstotka glasov zmagala Cvetka Zalokar Oražem (LDS). V drugem krogu se je potegovala za županski sedež samo še ena, to je Ljudmila Novak iz Moravč (N.Si), ki je v prvem krogu dobila 48,6 glasov, njen protikandidat iz SLS Tadej Jemec pa 26,81 odstotka glasov (Hanc, 2002: 7).

⁴⁰ Spisek kandidatov za župane gorenjskih občin je delno povzeto po spletni strani <http://www.volitve.si/obcine.html>, dne 16.3.2003.

CERKLJE	Franc Čebulj (neodvisni) , Jože Ipavec (N.Si-SDS), Jožef Božidar Janež (LDS), Oskar Pirih (ZLSD)
DOMŽALE	Cvetka Zalokar Oražem (LDS) , Bogdan Osolin (N.Si-SDS-SLS), Marija Majdič (Naprej Slovenija)
GORENJA VAS – POLJANE	Jože Bogataj (neodvisni) , Janez Hrovat (N.Si)
JESENICE	Boris Bergant (neodvisni) , Sabina Trako (Naprej Slovenija)
JEZERSKO	Milan Kocjan (neodvisni) , Andrej Krničar (SDS)
KAMNIK	Anton Smolnikar (neodvisni) , Janez Repanjšek (SDS), Marjeta Humar (N.Si), Lojze Vavpetič (neodvisni), Demitrij Perčič (LDS), Anton Hočevar (SLS), Tatjana Sonja Rot Djalič (ZLSD), Anton Plahutnik (Naprej Slovenija), Silva Cegnar (neodvisna)
KOMENDA	Tomaž Drolec (neodvisni) , Vinko Petek (SDS-N.Si)
KRANJ	Mohor Bogataj (LDS-ZLSD-Desus) , Janez Jereb (N.Si-SDS-SLS-Zeleni Slovenije-Socialno liberalna stranka), Aleš Lavrič (Naprej Slovenija)
KRANJSKA GORA	Jure Žerjav (LDS) , Robert Plavčak (neodvisni), Bogomir Košir (SDS), Jožef Lavtižar (SLS), Matjaž Oman Lavtižer (Naprej Slovenija)
LUKOVICA	Matej Kotnik (neodvisni) , Anastazij Živko Burja (N.Si)
MEDVODE	Stanislav Žagar (neodvisni) , Janez Barle (SDS), Bojan Kržišnik (neodvisni), Sandi Bartol (ZLSD), Janez Brezovec (Socialna liberalna stranka), Stanka Žalig (Naprej Slovenija)
MENGES	Tomaž Štebe (SDS) , Janez Per (SLS), Marjan Trobec (neodvisni), Peter Gubanc (LDS), Janez Škrlep (N.Si), Luka Podgoršek (Naprej Slovenija)
MORAVČE	Ljudmila Novak (N.Si) , Franc Kmetič (ZLSD-LDS), Tadej Jemec (SLS), Bernarda Prosenc (Naprej Slovenija), Jože Zupančič (neodvisni)
NAKLO	Ivan Janez Štular (SLS) , Viktor Poličar (neodvisni), Stanislav Koselj (ZLSD), Janez Pivk (SDS)
PREDDVOR	Franc Ekar (neodvisni) , Bernarda Šifrer Nada (SDS)
RADOVLJICA	Janko S. Stušek (neodvisni) , Bogomir Vnučec (SMS-SLS), Zvonko Prezelj (SDS-N.Si), Stane Perc (neodvisni)
ŠENČUR	Miro Kozelj (SDS-N.Si) , Janez Sušnik (neodvisni), Branko Pajer (LDS-ZLSD)
ŠKOFJA LOKA	Igor Draksler (SLS-SDS-N.Si) , Blaž Kavčič (LDS), Mirjam Jan-Blažič (ZLSD), Silvo Furlan (Naprej Slovenija), Drago Leskovšek (neodvisni)
TRZIN	Anton Peršak (neodvisni) , Natalija Chvatal (neodvisni), Robert Pančur (Naprej Slovenija)
TRŽIČ	Pavel Rupar (SDS) , Borut Sajovic (LDS), Jožko Kuhelj (SLS), Ivan Kapel (ZLSD), Mitja Jazbec (Naprej Slovenija)
VODICE	Brane Podboršek (neodvisni) , Anton Kokalj (N.Si), Janez Koritnik (neodvisni), Mihaela Logar (SLS), Rudi Hočevar (LDS)

ŽELEZNIKI	Mihael Prevc (neodvisni) , Tatjana Polajnar (ZLSD)
ŽIRI	Bojan Starman (SDS) , Viktor Žakelj (LDS-ZLSD)
ŽIROVNICA	Franc Pfajfar (SLS) , Jože Hribar (N.Si-SDS), Rok Peljhan (Naprej Slovenija), Pavel Bešter (neodvisni)

Rezultati lokalnih volitev 2002 »so pokazatelj trenda krepitve največjih parlamentarnih političnih strank, ki svojo moč z državne ravni uspešno prenašajo tudi na lokalno raven« (Haček, 1999: 228). Pa tudi na veliko mero zaupanja volivcev v izvoljene neodvisne kandidate (večina le-teh je bila izvoljena že v prvem krogu volitev), torej kandidate, ki jih niso predlagale politične stranke (Haček, 1999: 225).

5. GORENJSKI GLAS IN LOKALNE VOLITVE

5.1. ODMEVI V GORENJSKEM GLASU LETA 1998

Ker ima oblikovanje časopisa svoje zakonitosti, je Leopoldina Bogataj, odgovorna urednica, v 81. številki Gorenjskega glasa z naslovom »Gorenjski glas in volitve '98«, predstavila pravila o tem, kako bo Glas poročal v predvolilnem obdobju. Tako je bilo s strani uredništva zapisano: »Gorenjski glas bo kot samostojen nestranski časopis s poudarkom na poročanju z Gorenjskega tudi tokrat spremljal predvolilno dogajanje na Gorenjskem in v Sloveniji v skladu s svojo usmeritvijo in profesionalnimi novinarskimi načeli. Uredništvo bo poskrbelo za uravnoteženo predstavitev političnih strank in kandidatov, vendar pri tem ne bo privolilo v nikakršno zunanje mehanično merjenje prostora in vrstic v uredniškem delu časopisa, namenjenih posameznim strankam in kandidatom. O vsebini, dolžini in načinu predstavljanja strank in kandidatov v bralnem delu odloča uredništvo samostojno v skladu s svojo avtonomno uredniško politiko. Zato bomo uredniki in novinarji zavračali vsako telefonsko in drugačno posredovanje od zunaj. (...) O predvolilnih opravilih bodo pisali samo naši uredniki in novinarji. To pomeni, da v bralnem delu časopisa ne bo nobenih strankarskih izjav, sporočil, objav, razglasov in komentarjev. Na bralnih straneh oz. v bralnem delu bomo sicer objavljali tudi oglase in objave strank, vendar bo oglasni prostor strank omejen na 39 colcm na stran. (...) Za širšo predstavitev strank in njihovih kandidatov za lokalne volitve '98 bomo od 23. oktobra do 20. novembra pri Gorenjskem glasu izdali 9 posebnih predvolilnih prilog časopisa, v katerih bodo stranke oz. kandidati lahko zakupili kumulativno do 9 strani oglasnega prostora po diskontni ceni (...). V predvolilni prilogi bomo objavili tudi sporočila, izjave, razglase, najave strankarskih prireditev, komentarje, razmišljanja strankarskih veljakov in kandidatov. V tem delu bomo objavili tudi vsa poročila s strankarskih prireditev, predstavitve kandidatov in strank, poročila o strankarskih dejavnostih in vse druge dogodke v zvezi z volitvami. V predvolilni prilogi bomo objavili tudi pisma in mnenja

bralcev, ki se bodo nanašala na volitve« (Leopoldina Bogataj, Gorenjski glas, 16. oktober 1998: 2).

V petek, 23. oktobra 1998, ko se je uradno začela volilna kampanja, je Glas izdal prvo predvolilno prilogo časopisa (od devetih) o predvolilni kampanji v gorenjskih občinah, naslovljeno z »Volimo župane in svetnike«, v kateri je predstavljal županske kandidate. Med drugim je zapisal, da je bila v občini Železniki izvedena anonimna anketa, za katero se ne ve, kdo jo je izvajal, ki je navrgla še eno ime: občane so spraševali, katerega od treh kandidatov bi podprli: dosedanjega župana Alojza Čufarja, kandidata koalicije strank Miho Prevca ali Franca Golijo iz Selc. Soproga slednjega (bil je na službeni poti) je Glasu zagotovila, da so to le govorice, in da ni res, da bi njen mož kandidiral. Po nekaterih vesteh pa naj bi se zaradi očitkov ob nedavnih poplavah dosedanji župan Alojz Čufar o ponovni kandidaturi premislil, zato je vse kazalo na to, da bo v Železnikih za župana le en kandidat in volivci ne bodo mogli izbirati. Nekoč je Winston Churchill take volitve označil kot »dirka enega konja« (Štefan Žargi, Gorenjski glas, 23. oktobra 1998: 29).

Med kandidati za župana Mestne občine Kranj je bil tudi gledališki igralec in lajnar, svobodni umetnik Rastislav Rastko Tepina, ki je, ko se je v gostilni Zala v Britofu pri Kranju uradno predstavil javnosti, med drugim povedal, »da bo 8. novembra v Predosljeh gledališka predstava Trije vaški svetniki, v kateri igra vlogo župana, kot napoved zaresne županske vloge« (Jože Košnjek, Gorenjski glas, 23. oktobra 1998: 29).

Spričo dejstva, da se uradna volilna kampanja v Sloveniji začne samo mesec dni pred volitvami je razumljivo, da se skuša ta kratek čas izkoristiti na najboljši možni način (Boh, 2001: 833), tudi z očrnitvijo protikandidatov. »Umazane igre« je članek naslovil Glasov novinar, v katerem piše, da je »na naslov predsednika občinskega odbora LDS iz Radovljice v torek prišlo anonimno pismo z Jesenic, v katerem avtor ali avtorica nespodobno piše o enem od radovljiških županskih kandidatov. Radovljiška LDS nikakor ne pristaja na takšne in podobne načine nepolitične komunikacije. Takšno početje nikakor ne sodi v demokratično družbo, še posebej podlo pa je, da se natolcevanje iz posameznikovega zasebnega življenja uporabljajo kot sredstvo predvolilnega boja. Glede na to, da je bilo pismo fotokopirano, v LDS Radovljica ocenjujejo, da so ga prejeli tudi predsedniki drugih strank v občini. Izvršni odbor LDS je pooblastil predsednika Andreja

Kokota, da inkriminirano pismo skupaj s kuverto izroči prizadetemu županskemu kandidatu« (Jože Košnjek, Gorenjski glas, 30. oktober 1998: 12).

V Glas pošiljajo članke in v njih razglašajo svoja stališča do dnevnih problemov tudi bralci. V rubriki »Prejeli smo« je Gorenjski glas objavil pismo »Zakaj novega župana?«, v katerem Megličevi iz Loma županskega kandidata Pavla Ruparja primerjajo z najboljšimi čokoladnimi bonboni in mu tako izražajo »sladko« podporo, pri čemer navajajo misel iz filma Forest Gump, ki jo je izrekel glavni igralec Tom Hanks. »Življenje je kot bonboniera, nikoli ne veš, kaj te čaka notri. Torej, zakaj bi menjali že odprto škatlo z najboljšimi čokoladnimi bomboni z zaprto, ki ne vemo, kaj je v njej. Boljše pa ne more biti od najboljšega. Zato g. Rupar, lahko vam v svojem imenu in verjamem, da tudi v imenu vseh dobrih in poštenih ljudi sporočim: računajte na nas!« (Megličevi iz Loma, Gorenjski glas, 30. oktober 1998: 14).

Kandidati so poskušali v medijih zapolniti niše med novicami tako, da so se udeleževali kulturnih, športnih, zabavnih in drugih dogodkov, nekateri so se pojavljali na neobičajnih mestih ali so kako drugače poskušali vzbuditi pozornost medijev in občinstva (Samec, 1996). Z naslovom »Dokončati letalnico v Planici« pa je v času volilnega boja nase opozoril tudi kandidat za kranjskogorskega župana. »Branko Dolhar, kandidat ZLSD za župana občine Kranjska Gora je pospremil ugledna člana komiteja za skoke pri mednarodni smučarski organizaciji FIS. Povedal je, da so prireditve Planica '99 pridobili, vendar je na letalnici treba dokončati dela, hkrati pa se v občini gospodarsko in organizacijsko pripraviti na tekmovanje in zagotoviti ugoden finančni rezultat« (Andrej Žalar, Gorenjski glas, 3. november 1998: 12).

V predvolilnem času so izstopale tudi razne prireditve. Tako je bil v Grajskem dvoru v Radovljici »Večer starih pesmi neznanih radovljiških avtorjev«, na katerem so nastopali Alenka Bole-Vrabec in mladi člani Gledališča Tone Čufar z Jesenic ter sestre Katja in Tanja Kokalj – citre in njun brat s harmoniko Matjaž Kokalj. Prireditve so organiziral stranke DeSUS, DS in ZLSD ter samostojni kandidat za župana Janko S. Stušek (Gorenjski glas, 6. november 1998: 17).

»Viagra za občinski svet« pa je bil Glasov naslov, ki je pritegnil pozornost marsikaterega bralca. Da naj bi se viagra zaradi možganske in politične impotence predpisala medvoškim

svetnikom, je na srečanju krajanov predlagal predsednik KS Mirko Gantar. Razlog: osemletno urejanje križišča v Valburgi in razmerje sil v občini Medvode. Ker pa se je bližal čas volitev, je bil Gantar mnenja, da imajo volivci v občini Medvode pred volitvami na voljo dvoje: da izberejo in izvolijo možgansko in politično potentne svetnike, ali pa da županu predlagajo, da ne bo imel nič proti plačilu viagre za člane občinskega sveta (Gorenjski glas, 10. november 1998: 15).

V 89. številki je Gorenjski glas prišel do primerjave volitev in nogometa, pri čemer je na naslovni strani zapisal, da so »županske volitve kot nogomet – nikjer ni nobene ženske« (Gorenjski glas, 17. november 1998: 1) - med 88 kandidati iz 24 gorenjskih občin je bilo le 5 kandidatk.

Glasov novinar nas v petek, 20. novembra, torej v zadnji številki Gorenjskega glasa pred volitvami (v soboto 21. se je začel volilni molk), poziva na volitve. »Čeprav volitve niso več pravica in dolžnost, ampak zgolj pravica, je vseeno treba iti na volišča. Kdor ne gre, prepušča odločanje drugim, prav tako pa nizka udeležba omogoča, da lahko sorazmerno malo volivcev izvoli tako pomembne ljudi v občini, kot so župani in svetniki. Na volitve je torej treba iti« (Jože Košnjek, Gorenjski glas, 20. november 1998: 19).

Gorenjski glas je registriral tudi nekaj nezakonitih dejanj, na katere je svoje bralce opozarjal z naslovi. Tako je v 92. številki novinarka z naslovom »Vitimir Gros vrnil zaseženi Titovi sliki« predstavila zgodbo o vdoru v prostor krajevne skupnosti Orehek-Drulovka ter nezakonito zasego slik, ki jo je zakrivil kranjski župan Vitimir Gros. »Po njegovih besedah je nekaj pred osmo zjutraj v njegovo pisarno vdrla policija, jo zasedla, vzela prostost vsem prisotnim, tudi Francu Košnjeku, čeprav ni uslužbenec mestne občine, ter z nalogom za preiskavo zahtevala oljno sliko amaterskega slikarja s podobo rojstne hiše diktatorja Tita in njegovega kipa ob hiši ter obledelo Titovo fotografijo«. Vitimir Gros je po posvetu z odvetnikom privolil v vrnitev slik, pri čemer pa je bil osumljen dveh kaznivih dejanj zaradi neupravičenega vstopa v prostore krajevne skupnosti Orehek-Drulovka in tatvine slik (Helena Jelovčan, Gorenjski glas 24. november 1998: 25).

»Sedanji župani so zmagovalci, le Gros je omagal« je bil naslov članka, ki je bralcem ponujal neuradne rezultate lokalnih volitev na Gorenjskem. Izpod peresa novinarja smo tako lahko prebrali, da je večina tedanjih županov, ki je kandidirala, zmagala že v prvem

krogu ali pa se je uvrstila v drugi krog. Eden redkih sedanjih županov, ki je doživel poraz, pa je bil kranjski župan inž. Vitomir Gros. Premagala sta ga tako kandidat LDS Mohor Bogataj (zelo prepričljivo) in z minimalno prednostjo tudi kandidat Slovenskih krščanskih demokratov dr. Janez Remškar (Gorenjski glas, 24. november 1998: 3). O rezultatu lokalnih volitev v Mestni občini Kranj pa veliko pove tudi karikatura⁴¹ na Glasovi tretji strani (Gorenjski glas, 24. november 1998:3), na kateri je v ospredju prikazan Mohor Bogataj s 46 odstotki glasov, Janez Remškar z 18 odstotki na levi strani, desno pa je prikazan bradati Vitomir Gros, ki se je potegoval za ponovno izvolitev, a je dosegel le 13 odstotkov glasov. Tako ga je že v prvem krogu premagal Mohor Bogataj. Gorenjski glas je g. Grosa predstavil ne samo kot vidno razočaranega, temveč tudi njegovo naglo jezo:



Kljub dejstvu, da se smatra Gorenjski glas za nestranski časopis, svetovnonazorsko odprt in strpen regionalni poltednik, se Glas opredeljuje. Kar je vidno, če ne iz pisanja, iz risanih stripov. Za primer ne navajam citatov izpod peresa Glasovih novinarjev, ampak kratek strip,⁴² ki naznanja rezultate 1. kroga volitev v Mestni občini Kranj, nad katerimi je Glas, kot prikazuje strip »Jaka Pokora«, več kot navdušen. To pa smatram kot Glasov

⁴¹ Karikatura – (ital. *caricatura* iz *caricare* naložiti; pretiravati); (umetniška) risba, kjer so značilnosti kake osebe, predmeta ali dogodka pretirano upodobljene tako, da zbujejo smeh; smešno pretirana, zasmehljiva risba ali upodobitev; fig. spaka, pokveka (Verbinc, 1994: 335).

⁴² Strip (angl. *strip* črta, trak, pas) risana, navadno pustolovska zgodba s kratkim besedilom, zlasti kot priloga v časopisih (komični strip) (Verbinc, 1994: 680). Avtor stripov in karikatur je Iztok Sitar, dolgoletni sodelavec Gorenjskega glasa.

odnos do znane Gorenjske osebnosti, Vitomirja Grosa, starega župana (omenila sem ga že v prejšnji karikaturi, kar je dokaz več, da se v volilnem letu 1998 Vitomir Gros najbolj značilno pojavlja na Glasovih straneh), ki je leta 1998 ponovno vstopil v boj za nov mandat, a na veselje Gorenjskega glasa neuspešno (Gorenjski glas, 24. november 1998: 32):



»Pred drugim krogom« pa so bile naslovljene priloge, ki so izšle pred 6. decembrom, torej pred 2. krogom lokalnih volitev. Prva taka priloga je izšla v petek 27. novembra, v kateri so bile na 3. strani navedene razlike med kandidati. V drugi prilogi »Pred drugim krogom« pa je Glas zapisal, da bo na Gorenjskem drugi krog županskih volitev v jeseniški, blejski, radovljiški, kranjski, škofovski, kamniški in mengeški občini (Gorenjski glas, 1. december 1998: 11).

Prva Glasova številka po volitvah je na prvi strani zapisala, da imajo nove župane na Jesenicah, Bledu, Radovljici, Kranju in Mengšu. Od starih županov je v 2. krogu uspelo zmagati le Igorju Drakslerju v Škofji Loki in Tonetu Smolnikarju v Kamniku (Gorenjski glas, 8. december 1998: 1). Slednji je na vprašanje, kaj je oz. bo kot novi stari župan najprej naredil, je v krogu prijateljev v nedeljo zvečer (po neuradnih rezultatih) povedal, da je prek Miklavža občinski volilni komisiji najprej poslal bogat narezek in refošk, protikandidatki pa zlato penino s pripisom: Marjeta, spoštujem tvojo korajžo, veliko željo po zmagi, morda svetovalci niso bili ravno vsi pravi. Tone! (Gorenjski glas, 8. december 1998: 4).

Petkova številka Gorenjskega glasa je spremljanje lokalnih volitev končala. Stare in nove župane in njihove občine je Glas začel spremljati po starem, tako kot pred volitvami, torej v rubriki »Iz gorenjskih občin«. Čez štiri leta pa se je Glasova predvolilna kampanja ponovno začela.

5.2. ODMEVI V GORENJSKEM GLASU LETA 2002

Uredništvo Gorenjskega glasa je z namenom, da bi na svojih straneh spremljalo lokalne volitve objavilo, da bodo pod enakimi pogoji zagotavljali kandidatom enak prostor za propagando. »Gorenjski glas pred volitvami« je bil naslov članka, v katerem je uredništvo Gorenjskega glasa bralcem in organizatorjem volilne kampanje pojasnilo pravila, ki bodo veljala za poročanje v času predvolilnega boja. V časopisu Gorenjski glas so med drugim zapisali, da bodo priprave na lokalne in predsedniške volitve 2002 spremljali in komentirali po lastni presoji, v skladu s programsko zasnovo, ki Gorenjski glas opredeljuje kot neodvisen in politično nevtralen časopis. Tako v Gorenjskem glasu noben kandidat oziroma nobena politična stranka ne bo v prednostnem ali v kakršnemkoli neenakopravnem položaju, v celoti bodo spoštovali določila zakona o volilni kampanji. V presoji uredništva oziroma odgovornega urednika bo izbor tem in sogovornikov ter selekcija dogodkov. Pripravili bodo pogovore z vsemi kandidati za predsednika, po gorenjskih občinah pa okrogle mize s kandidati za župane. V sredo, 18. septembra, so v prisotnosti kandidatov za župane in politične stranke, izžrebal vrstni red dvajsetih gorenjskih občin. V času volilne kampanje bo izšlo osem številčk Gorenjskega glasa, okrogle mize bodo objavili v sedmih številkah. Zadnja, petkova številka tik pred nedeljskimi volitvami, bo namenjena splošnim temam, da ne bi bila katera od občin v prednostnem položaju. V času volilne kampanje Gorenjski glas ne bo objavljaj strankarskih sporočil za javnost, politične stranke pa imajo možnost, da zanje zakupijo prostor v časopisu. Gorenjski glas bo vsem organizatorjem volilne kampanje v skladu z veljavnim cenikom zagotovil enake pogoje za objavljanje volilnih propagandnih sporočil (Gorenjski glas, 20. 9.2002: 3).

Volilna kampanja se po zakonu lahko začne 30 dni pred dnem glasovanja, a po mnenju Gorenjskega glasa se je volilna kampanja na Gorenjskem začela že mesec dni prej, in sicer

z dnem, ko so tržiškemu županu, lastniku vinograda pod Dobrčo v Lešanskih goricah, neznanči porezali 350 trsov. Posajeni grozdi tako ne bodo več rodili grozdja, ker je nekdo porezal tik nad tlemi. Pavel Rupar je prepričan, da gre za sovražno početje političnih nasprotnikov, saj to ni bila prva škoda v vinogradu. Čeprav sta bila botra pri sajenju legendarni smučar Bojan Križaj in tedanja vinska kraljica Katarina Jenžur, trto pa je blagoslovil tudi nadškof Franc Rode, se nasad ni obdržal. Novinar hudomušno dodaja: »Ker odkritje storilcev ni prav verjetno, bo moral mladi vinogradnik razmisliti o boljši zaščiti svojega vinograda, če bo vztrajal v politiki« (Stojan Saje, Gorenjski glas, 8.10.2002: 32).

S petkovo številko 11. oktobra, je Glas pričel z okroglimi mizami, naslovljene »Predstavljamo kandidate za župane gorenjskih občin«, in sicer so se pogovora v uredništvu Gorenjskega glasa pred novembrskimi volitvami udeležili županski kandidati občin Medvode, Kranjska Gora in Bled (po vrstnem redu, ki ga je določil žreb). Novinarka Danica Zavrl Žlebir, ki je pokrivala občino Medvode, je kandidate z vprašanjem »kdo ste možje, ki kandidirate za župana občine Medvode« najprej zaprosila za kratko predstavitev ter nato z vprašanjema »kakšen je vaš politični program in katere so vaše osebne kvalitete, zaradi katerih sodite, da bi bili dober župan«, okroglo mizo pa novinarka zaključuje z vprašanjem »kateri so v vaših očeh največji problemi občine in kako bi se vi lotili njihovega reševanja«. Podobna vprašanja je Jože Košnjek zastavljal tudi štirim kandidatom za župana občine Kranjska Gora ter novinar Simon Šubic, ki je pokrival občino Bled (Gorenjski glas, 11.10.2002: 15-17).

Predstavitev volivcem, kratek oris programa, sposobnosti, ki jih imajo kandidati da bodo dobri župani, nadaljnji razvoj občine, so bile teme o katerih je tekla razprava na drugi okrogli mizi, na katero so bili povabljeni kandidati za župana občin Cerklje, Vodice in Žirovnica. Simon Šubic piše, da se bodo v občini Cerklje na Gorenjskem za župansko mesto potegovali sedanji župan Franc Čebulj (neodvisni kandidat), podjetnika Jože Ipavec (N.Si in SDS) in Jožef Božidar Janež (LDS) ter vodja gradbišča Oskar Pirih (ZLSD). Povabilo na pogovor kandidatov za župana, ki ga je vodila Danica Zavrl Žlebi, sta se iz občine Vodice odzvala Mihaela Logar in Brane Podboršek. Jože Košnjak pa je tako kot ostalim kandidatom postavil tri vprašanja dvema kandidatom za župana občine Žirovnica, in sicer Francu Pfajfarju, kandidatu SLS in Jože Hribarju, kandidatu N.Si in SDS (Gorenjski glas, 15. oktober 2002: 13-15).

Pogovori s kandidati za župana občin Šenčur, Komenda, Gorenja vas – Poljane so bili predstavljeni v 81. številki Gorenjskega glasa. Zastavljena so jim bila enaka tri vprašanja kot ostalim kandidatom. Danica Zavrl Žlebir je postavljala vprašanja Janezu Horvatu (N.Si), ki je na samem začetku izrazil zahvalo Gorenjskemu glasu za povabilo in idejo, da na tak način predstavlja kandidate in mu zaželel, da se mu vsaj poveča naklada in Jožetu Bogataju (nestranski kandidat), kandidatom za župana občine Gorenja vas – Poljane. Jože Košnjek je vodil okroglo mizo za občino Komenda, ki se je predstavila z dvema kandidatom za župana - Vinko Petek (SDS) in Tomaž Drolec (samostojni kandidat). V občini Šenčur pa so se vabilu Glasa odzvali Branko Pajer (neodvisni kandidat), Janez Sušnik (neodvisni kandidat) in Miro Kozelj (SDS), ki je poudaril, da ne misli dajati velikih obljub, ker so te ponavadi neuresničljive in se dajejo le zaradi pridobitev volivcev. Njihovo predstavitev je spremljal Simon Šubic (Gorenjski glas, 18. oktober 2002: 15-17).

V predstavitvi županskih kandidatov za občine Škofja Loka, Tržič in Preddvor so ponovno sodelovali trije novinarji, in sicer Jože Košnjek, ki je pokrival občino Tržič, Simon Šubic občino Preddvor, Danica Zavrl Žlebir pa občino Škofja Loka. Na pogovoru s kandidati za župana občine Tržič so sodelovali Ivan Kapel (ZLSD), Jožko Kuhelj (SLS) in Borut Sajevec (LDS), Pavel Rupar (SDS) se je za povabilo zahvalil in se opravičil, ker je bil zadržan, Mitja Jazbec (Naprej) pa je še razmišljal o kandidaturi. Bernarda Šifrer – Nada (SDS) in Franc Ekar (neodvisni), ki ga Slovenci poznamo kot predsednika Planinske zveze Slovenije, pa bi bila rada župana občine Preddvor. Igor Draksler, mag. Mirjam Jan Blažič, Blaž Kavčič in Drago Leskovšek pa so bili uradni kandidati za župana občine Škofja Loka (Gorenjski glas, 22. oktober 2002: 11-13).

V prispevkih, ki jih objavlja Gorenjski glas ob lokalnih volitvah so tudi kandidati za župane občin Žiri, Kamnik in Radovljica poskušali na Glasovih straneh predstaviti svoje poglede na probleme in projekte v posamezni občini, skratka odgovoriti na tri standardna vprašanja Glasovega novinarja. Kot zanimivost, v občini Kamnik se je za župansko mesto potegovalo kar devet kandidatov oziroma kandidatke (Gorenjski glas, 25. oktober 2002: 15-18).

84. številka Gorenjskega glasa je izšla v razširjenem obsegu (44 strani), saj so bili poleg seznamov kandidatov lokalnih volitev na Gorenjskem objavljeni tudi rezultati raziskave

javnega mnenja pred predsedniškimi in lokalnimi volitvami. »Sedanjim županom na volitvah kar dobro kaže« je bil naslov članka, v katerem so bili predstavljeni rezultati raziskave javnega mnenja pred predsedniškimi in lokalnimi volitvami. Za Gorenjski glas jo je opravil Klicni center slepih in slabovidnih v Škofji Loki, ki je anketo za 26 gorenjskih občin izvedel med 19. in 23. oktobrom 2002, in sicer so po telefonu poklicali 2.156 ljudi in pridobili njihova mnenja, med poklicanimi pa je bilo kar 69,8 odstotka žensk. Glas je napovedoval, da bo kar sedem sedanjih županov izvoljenih že v prvem krogu, pa tudi ko so si raziskavo podrobno ogledali v uredništvu, so se novinarjem, ki so pripravljali okrogle mize, potrdila pričakovanja, kar je Glas zaznal kot dober znak, da je raziskava dobra (Marija Volčjak, Gorenjski glas, 29. oktobra 2002: 20-21).

»Pridelovalcem nagrade, županu jajca« je Andrej Žalar naslovil prispevek, v katerem je predstavil prireditev Naj pridelki Slovenije 2002, ki je potekala v novi športni dvorani v Cerkljah in na kateri se je še enkrat zares potrdilo, da ima župan Franc Čebulj jajca. »Po končanem merjenju letine tradicionalnih devetih pridelkov mu jih je namreč (in to zares težka) tokrat podarila redna udeleženka vseh štirinajstih prireditev v Cerkljah Cvetka Tušek z Lenarta nad Lušo« (Andrej Žalar, Gorenjski glas, 29. oktobra 2002: 43).

Očitno »županska« ni preveč težka, saj so se za mesto župana potegovali kandidati različnih poklicev (teolog, delovodja, učitelj, svobodni umetnik ipd.). Za škofjeloškega župana bi bil tako rad izvoljen tudi 25 letni Silvo Furlan, po izobrazbi gradbeni tehnik, drugače pa še študent za gradbenega inženirja. Kot pomemben podatek je navedel tudi, da je po horoskopu bik in tako (menda značilno za to znamenje) ne odstopa od nobene stvari, ki se mu zdi pametna (Gorenjski glas, 5. november 2002: 9-12).

Trditev, da so politiki radi v družbi lepih deklet, je potrdil županski kandidat občine Šenčur Janez Sušnik. Ta je na veliko veselje moških volivcev priredil sklepno predstavitev s kulturnim programom, ki ga je vodila znana TV napovedovalka in pevka Natalija Verboten (Gorenjski glas, 5. november 2002: 11).

Če smo slavni, to pomeni, da javnost želi vedeti o nas bolj ali manj vse. Tako politiki ne morejo mimo javnega razkazovanja, na prizorišču se pojavi vse, kar naj bi bilo skrbno varovano, tudi tisto, kar lahko deluje proti njim. Državljeni želimo zvedeti podrobnosti o kandidatovem zasebnem življenju. Vedeti hočemo, kaj počne v prostem času, ali je dober

mož in oče, ali vrtnari, kolesari, kakšno znamko avtomobila vozi, kaj podari svoji ljubljenci za njen praznik. In vedno zanimivo, za Gorenjce »tabu« vprašanje, koliko zasluži. Ker je Glas vedel za naše voajerstvo, je v članku objavljenem v petek, 8. novembra z naslovom »Velike in male skrivnosti naših bodočih županov« samo za nas razkrival »intimne« podatke o županskih kandidatih. Tako je vsem kandidatom, ki so to želeli, omogočil predstavitev v zadnji številki Gorenjskega glasa pred volitvami. In povabilu se je izmed 54 kandidatov odzval tudi kandidat za župana občine Tržič Pavel Rupar (zanj sem se izmed množice kandidatov odločila zato, ker je poznan širši javnosti), ki je takole izpolnil predvolilni vprašalnik: rojen 21.5.1960, poročen z Marijo, oče Urške (22) in Matica (20), član SDS, po poklicu elektrotehnik, tudi poslanec, zasluži 550 tisoč tolarjev, vozi dve leti starega passata, stanuje v lastni hiši, aktivno govori angleško, nemško in hrvaško, v šoli se je navduševal za matematiko, zadnji dopust je preživel na hrvaškem morju, ženi je za zadnji rojstni dan podaril 43 vrtnic, rad smuča in poje, pogojno se zavzema za verouk v šole, nasprotuje splavu in bi z veseljem v svoji občini odprl javno hišo (Marija Volčjak, Gorenjski glas, 8. november 2002: 7-10).

V novembrski 86. številki pa je Gorenjski glas pripravil še zadnjo okroglo mizo, na katero so bili povabljeni županski kandidati občine Bohinj in Jezersko. Za župana občine Bohinj sta kandidirala samo dva kandidata, in sicer Evgenija Kegl Korošec (LDS) in Jožef Cvetek (N.Si), za župana občine Jezersko pa sedanji župan Milan Kocjan (neodvisni kandidat), star 58 let in Andrej Karničar, star 32 let (Gorenjski glas, 8. november 2002: 11).

Izmed vseh letnih časov prinese prav jesen največ novega: mošt se spremeni v vino (11. november – sv. Martin), v jesenskem času so ponavadi volitve ... Da so bile volitve 2002 prav na Martinovo nedeljo, je Glas v zadnji številki pred volitvami prikazal v kratkem stripu Jaka Pokora (Gorenjski glas, 5. november 2002: 28):



Dan volitev so spremljali vsi slovenski mediji. Tudi Glas. »Spremembe so dobrodošle« je članek naslovlila mlada novinarka Alenka Brun, ki se je skupaj s fotografom na dan volitev, v nedeljskih jutranjih urah, odpravila po nekaterih gorenjskih voliščih in povprašala naključne volilne udeležence, kaj menijo, kdo bo naš novi predsednik. Alenka, Franc, Darinka in Marija Hribar so se na volišču v Bašlju oglasili skupaj, takoj po sveti maši. Ker je bila nedelja, je pravzaprav masa ljudi hodila na volišča v intervalih. Po vaseh, kot je Bašelj, na primer, jih je bilo kar nekaj po prvi maši, veliko več pa potem po drugi. Franc pravi: »Saj bodo jutri povedali, kdo bo zmagal. Soočenja pa nisem ravno spremljal. Bolj malo«, mama Marija pa dodaja: »Ja, volila sem, sedaj bomo pa videli, kaj bo«. Na Štefani gori pa so ob dvanajstih volili praktično že vsi. Od 67 sta morala priti volit le še dva (Alenka Brun, Gorenjski glas, 12. november 2002: 28).

V torek, 12. novembra 2002 pa je Glas na prvih straneh že objavil tudi prve rezultate volitev, ki pa niso prinesli nič presenetljivega, saj so bili v kar 129 slovenskih občinah župani izvoljeni že v prvem krogu. Na Gorenjskem so tako že v nedeljo dobili župane na Jesenicah, v Bohinju, v Žirovnici, v Trziču, na Jezerskem, v Kranju, v Škofji Loki, v Gorenji vasi – Poljanah, v Žireh, v Železnikih, v Šenčurju, v Cerkljah, v Naklem, v Komendi, v Medvodah, v Trzinu, v Domžalah, in v Lukovici. V Kranjski Gori, na Bledu, v Radovljici, v Mengšu, v Kamniku in v Moravčah pa bodo tekli drugi krog. V njih ne bo sedanjih županov Bohinja in Kranjske Gore, ki nista kandidirala, in Bleda, ki se ni uvrstil v drugi krog. Če bi na Gorenjskem iskali najbolj »nesrečnega« kandidata, bi Glasovi novinarji izbrali Janka S. Stuška iz Radovljice, ki mu je za zmago v prvem krogu zmanjkalo 0,78 odstotka (Jože Košnjek, Gorenjski glas, 12. november 2002: 1).

Poleg številnih zahval volivcem za izkazano zaupanje, s strani novoizvoljenih županov, je Glas v kroniki, z naslovom »Župan trčil v postajališče«, poročal o prometni nezgodi 60-letnega preddvorskega župana in predsednika Planinske zveze Slovenije Franca Ekarja, ki je z oplom vectro iz neznanega razloga zapeljal prek levega pasu in brez zaviranja čelno trčil v avtobusno postajališče. V pokritem in zaprtem postajališču so bili takrat 57-letna A.K., 18-letni M.Z. in petletni otrok. Trčenje je bilo tako silovito, da je avto prebil leseno steno in vmesne podporne tramove ter zbil vse tri čakajoče. A.K. so huje ranjeno reševalci odpeljali v Klinični center, medtem ko sta bila M.Z. in otrok lažje ranjena. Francu Ekarju ni bilo nič, alkotest pa je pokazal, da je bil povsem trezen (Helena Jelovčan, Gorenjski glas, 15. novembra 2002: 13).

Tudi pred drugim krogom predsedniških in županskih volitev je Klicni center slepih in slabovidnih iz Škofje Loke za Gorenjski glas v soboto, 16. novembra, izvedel raziskavo javnega mnenja. Poklicali so 1.435 naključno izbranih telefonskih naročnikov na Gorenjskem v sedmih gorenjskih občinah, kjer župana v prvem krogu volitev niso izvolili in pridobili 1.055 mnenj. V anketi jih namreč 380 ni želelo sodelovati. Najbolj jasen naj bi bil po mnenju Glasa razplet v občini Kamnik, kjer je Anton Tone Smolnikar dobil kar 62,9 odstotka glasov. Podobno je bilo v Radovljici, kjer je Janko S. Stušek dobil 61,8 odstotka glasov vprašanih. Krepko vodstvo je v občini Moravče imela Ljudmila Novak, ki so ji vprašani prisodili polovico glasov. Glas je bil mnenja, da bodi najbolj zanimive županske volitve v Mengšu in Vodicach, kjer so kandidati zelo izenačeni. Po Glasovi raziskavi naj bi imel v Mengšu Tomaž Štebe prednost pred Janezom Perom, vendar se precej volivcev še ni odločilo. V Vodicach je Brane Podboršek vodil pred Antonom Kokaljem, vendar ju je ločilo le slabih pet odstotnih točk, skoraj 8 odstotkov volivcev pa še ni bilo odločenih. Na Bledu se je zmaga nasmihala Jožetu Antoniču, vendar tam skoraj petina volivcev še ni bila odločena in morda bi Roman Beznik lahko presenetil. Podobno je bilo tudi v Kranjski Gori, kjer se je zmaga obetala Juretu Žerjavu, vendar je bilo tudi tam še skoraj 18 odstotkov neodločenih (Marija Volčjak, Gorenjski glas, 22. november 2002: 15).

»Medijsko najbolj izpostavljene so raziskave javnega mnenja« (Bratina, 2002: 2). Kar je na svoji koži občutil tudi Gorenjski glas. V članku »Volitve moralno priznanje« je Glasov novinar predstavil primer, ko je neuspeli kandidat za blejskega župana Janez Petkoš v prvem krogu volitev zbral skoraj 16 odstotkov glasov, čeprav mu je Glasova anketa napovedala le odstotek glasov. »Glede na končni volilni rezultat ugotavljam, da je

nesmiselno v časopisu objaviti le eno anketo. Resni mediji bi morali istočasno objaviti ankete, ki bi jih izvedele vsaj tri neodvisne agencije«, je razmišljal Petkoš (Simon Šubic, Gorenjski glas, 26. novembra 2002: 5).

Pred drugim krogom volitev županov je Gorenjski glas na svojih straneh ponovno predstavil deset kandidatov petih gorenjskih občin (Radovljica, Bled, Kranjska Gora, Vodice in Kamnik), ki so se uvrstili v drugi krog. Tako je med drugim kandidat za župana občine Kamnik Demitrij Perčič (LDS), na vprašanje novinarja, kako bi komentiral podporo volivcev v prvem krogu (njegov protikandidat Anton Smolnikar je v prvem krogu dobil skoraj 47 odstotkov glasov) odgovoril, da je zadovoljen z uvrstitvijo v drugi krog, manj pa s številom glasov. »Vsekakor je razlog za majhno podporo tudi informiranje v občini Kamnik, saj je po prenehanju delovanja lokalne TV popolnoma nemogoče predstaviti programe in stališča kandidatov in strank, celo poročanje z občinskega sveta največkrat izzveni kot favoriziranje sedanjega župana« (Gorenjski glas, 29. novembra 2002: 15-17), to je g. Smolnikarja.

Jože Košnjek je rezultate lokalnih volitev drugega kroga na kratko predstavil na prvi Glasovi strani, kjer je zapisal, da Jure Žerjav, ki je imel v neznanemu Robertu Plavčaku dostojnega tekmeca, novi župan Kranjske Gore. Janko S. Stušek je po pričakovanju v Radovljici porazil Zvonka Prezlja, v Kamniku pa je tekmo po pričakovanju dobil Tone Smolnikar. Na Bledu je marsikdo pričakoval zmago Romana Beznika, vendar so volivci stavili na človeka, ki ga očitno bolje poznajo, na dosedanjega podžupana Jožeta Antoniča. V Vodicih je Brane Podboršek zrinil z županskega stola Antona Kokalja, v Mengšu pa Janezu Peru ni uspel vzpon na vrh: Tomaž Štebe ostaja župan še naprej (Jože Košnjek, Gorenjski glas, 3. december 2002: 1).

Torkova 93. številka Gorenjskega glasa, ki je izšla 3. decembra, je s poročanjem o lokalnih volitvah zaključila. Naslednja, petkova številka, lokalnih volitev ni več omenjala. Ponovno je moč zaslediti prispevke brez volilnih sporočil, a brez primesi politike tudi po volitvah ne gre, saj so gorenjske občine z župani ključna tema osrednjega gorenjskega medija.

6. PRIMERJALNA ANALIZA ČLANKOV

Gorenjski glas je spremljanje lokalnih volitev 1998 in 2002 (prvi in drugi krog) uvrstil v svoj program, tako v informativni (novice in posebne priloge) kot oglasni del. Da se predvolilni boj ne bi začel z obdolžitvami pristranskega pokrivanja, je Glas tako leta 1998 kot tudi leta 2002 določil pogoje za volilna sporočila.

V volilnem letu 1998 je Gorenjski glas oblikoval pripoved tistega, kar naj bi se dogajalo kandidatom čez dan. Tako so se lokalne volitev 1998 pri Glasu spremljale brez posebnega »pompa«. Na Glasovih straneh so prevladovali prispevki novinarjev in oglasna sporočila. Glede na število oglasov, člankov, predstavitev, je bilo zaznati preveliko količino informacij. Največ je bilo že ničkolikokrat slišanih obljub (volilnih), s katerimi pa si je povprečen Glasov bralec težko ustvaril vtis o županskem kandidatu in »njegovi« stranki oz. ljudeh, ki so kandidatu izražali zaupanje. Glasove priloge o volitvah 1998 so bile z mojega stališča prenatrpane.

Lokalne volitve 2002 so prinesle novosti (RJM, predvolilni vprašalnik). Kar je mogoče posledica zamenjave na uredniškem mestu (nov »šef« v gorenjski medijski hiši). Gorenjski glas si je s soočenji kandidatov na okroglih mizah prizadeval za preglednejše pokrivanje županskih kandidatov - in jih s tem bolj približal bralcem (v primerjavi z volilnim letom 1998). Poleg tega pa je Glas razširil svoje pokrivanje iz 24 občin (kolikor jih je spremljal leta 1998) na 26 občin (v volilnem letu 2002). Pa tudi črnobeke fotografije v volilnem letu 1998 niso tako pritegnile bralstvo kot pa barvne leta 2002. Glas je tudi prvič organiziral soočanja županskih kandidatov/tk po občinah, v vrstnem redu, ki ga je

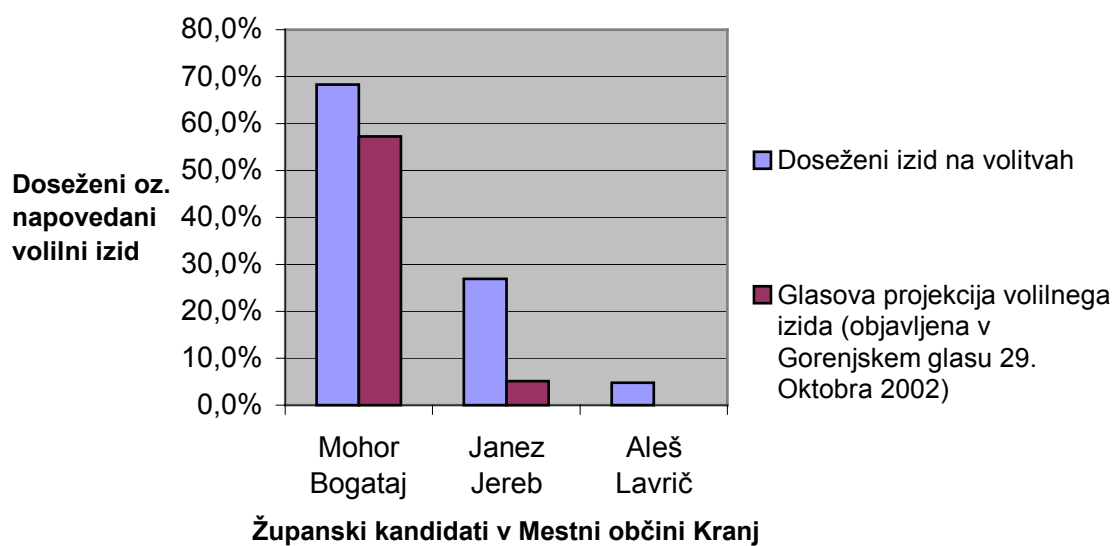
določil žreb, pogovor na okroglih mizah pa so vodili trije novinarji Gorenjskega glasa, ki pa so le postavljali (v razpravo Glasovi novinarji niso posegali) tri stalno ponavljajoča se vprašanja. Posledica: rahla neaktivnost, pasivnost gorenjskega medija, kar kaže na željo, da Glasu ne bi bilo mogoče očitati politične opredeljenosti.

O čem smo torej na Gorenjskem sploh lahko mislili med volitvami? Nedvomno o temah, tako leta 1998 kot 2002, ki so jih zapisovali Glasovi novinarji. Vendar, če se dotaknem tiskanega medija in njegove vloge pri volitvah, je potrebno, da opozorim tudi na probleme, o katerih v Gorenjskem glasu ni tekla odprta razprava, saj so bile izbrane le teme, ki jih javnost sprejema, ki so smatrane za »nesporne« (npr. sanacija lokalnih cest, razvoj gospodarstva, turizma ipd.). Odnos do tujcev »južnjakov« (Jesenice je znano po večnarodnosti in strukturi) in pribežnikov, do javnih hiš, verouka v šole so družbene teme, ki zadevajo konflikt. In o teh »družbenih temah«, ki jih smatram za »potlačene«, v Gorenjskem glasu ni bilo v volilnem letu 1998 pravega govora. Šele počasi si utirajo pot na Glasove strani - vprašanje o »statusu javnih hiš, verouka« je Gorenjski glas postavil le v anketo, ki jo je leta 2002 prvič uvedel in je tako slučajno (s težavo?) zašlo na Glasove strani. V predvolilnih soočenjih 2002 so Glasovi novinarji kandidate spraševali o političnem programu, osebnih kvalitetah, problemih v občini in njihovi rešitvi. Skratka, teme, ki so med volilno kampanjo postale kriterij, po katerem smo si ustvarjali mnenje/vtis o županskih kandidatih. V razgovoru, ki ga je Gorenjski glas organiziral s kandidati, pa nisem zasledila niti enega zastavljenega novinarskega vprašanja, ki bi kakorkoli nakazalo na odnose županskih kandidatov s Cerkvijo, niti v zadnjem času aktualnega vprašanja v zvezi z legalizacijo prostitucije. »Za te teme je Glas precej gluha. Gorenjci smo pač egalitarna družba. In egalitarizem se Glasa na neki način še danes drži. Zato je v Glasu le malo zapisov o posameznikih, ki bi izstopali s svojimi nazori, življenjskimi stili, bogastvom, ki bi predstavljali iskanja, ki prebijajo konformizem dobe, iskalcev smisla, drugače mislečih in verujočih« (Dežman, 1997).

Kot sem že omenila, je Gorenjski glas pred volitvami 2002 prvič pripravil tudi javnomnenjsko raziskavo o volilnih namerah Gorenjk in Gorenjcev (leta 1998 RJM Glas »ni poznal«) in jo objavil sedem dni pred volitvami, tako kot določa zakon o volilni kampanji. A brez »napak« ni šlo. Namesto, da bi pri pisanju izrazil nujen **dvom** o stopnji zanesljivosti raziskave, pa svojo raziskavo hvali, »da je dobra«, pa tudi **napovedoval** je, da bo kar sedem starih županov izvoljenih že v prvem krogu. Kar ni prav, saj se volilnih

rezultatov naj ne bi napovedovalo le z izidi javnomnenjskih raziskav. Ker pa me je zanimalo, koliko se izid Glasove javnomnenjske raziskave ujema z dejanskim volilnim izidom (Graf 6.1), sem se lotila primerjave. Za primer sem vzela Mestno občino Kranj, v kateri je Gorenjski glas napovedal nekoliko drugačne izide, kot so se izkazali na volitvah (v spodnjem grafu sta prikazani obe vrednosti). Rezultati so pokazali, da je napoved Glasa kar za nekaj odstotkov zgrešila izid. »Razlog: kratka volilna kampanja in spreminjanje stališč do dneva volitev. Skoraj mesec dni pred volitvami (ko je bila telefonska RJM opravljena) ni bilo mogoče natančno napovedati izida. Podpora kandidatom se je v zadnjih dneh močno spreminjala. Če bi uporabili enak princip napovedovanja, denimo tri dni pred volitvami, bi prišli do precej različnih podatkov. Pa tudi izkušnje kažejo, da najboljše rezultate posredujejo terenske raziskave, čeprav je tudi telefonsko anketiranje že zelo izpopolnjeno« (glej Bratina, 2002: 2).

Graf 6.1: Volilni izid in Glasova projekcija županskih volitev 2002 v Mestni občini Kranj



Če je bilo zaznati nekaj Glasovih novosti pri spremljanju lokalnih volitev, pa je bilo za oboje volitev značilno veliko število neodvisnih kandidatov, ki so se potegovali za županske stolčke, pri čemer so bile izkušnje nekaterih pogosto minimalne, njihov predvolilni boj pa je bil omejen le na njihov »domači kraj«. V takšnih razmerah, ko

kandidat »preinaivno« vstopi v volitve, ko se v volilni kampanji premalo angažira in se predstavi le svojim občanom, je tudi možnost lokalnega medija, da zagotovi celovito in skladno volilno pokrivanje, resno omejena (glej Lange in Palmer, 1996: 10). Dejstvo je, da je za uspeh na volitvah pomembno tudi poprejšnje poznavanje kandidata pri občinstvu. Kandidati, ki se v slovenskih medijih ne pojavljajo kontinuirano, za kar pa ne nosi popolne odgovornosti le medij, temveč tudi kandidat, ne morejo pričakovati dobrega volilnega izida.

Vprašanju, ali si mora časopis prizadevati pokriti vse tekmece, vključno tudi »nepomembne«, pritrjujejo vsi. Tudi Gorenjski glas. Česar se nekako tudi drži, a kaj ko smo bralci pozorni predvsem na znane medijske obraze - tudi če Glas napiše prispevek več o kandidatu, ki v volilni boj vstopi prvič v svojem življenju, se ga ne zapomnimo tako dobro kot pa že poznanega politika. Vendar pa pred lokalnimi volitvami vsi županski kandidati (javnosti poznani in nepoznani) poskušajo z informacijami, primernimi za njihovo izvolitev ter z dogodki, ki privabljajo tako in drugačno pozornost (npr. nastopi v gostiščih, napadi na nasprotnike), preplaviti Gorenjski glas. Zaradi preobilja podatkov nastopi »selekcija tem oziroma sporočil, ki je poglobitni način redukcije (selekcije) kompleksnosti (celovitosti sporočanja) v množičnem (enosmernem) komuniciranju« (Splichal v Samec, 1996: 4).⁴³ Gre torej za zavestno selekcijo novic po kriterijih, ki so del uredniške politike osrednjega gorenjskega časopisa. In če je določena politična osebnost, določen kandidat, po mnenju uredništva zanimivejši za bralce, bo imel na straneh časopisa pač prednost pred kandidatom, ki »ne šarmira«. »Tako se posveča pozornost zgolj nekaterim kandidatom in zanemarja ostale, s tem pa se določa svojim bralcem lestvica, po kateri posamezne županske kandidate razvrščajo po pomembnosti« (glej Oblak, 2000: 96). Skratka, če se kandidat v Glasu ne bo pojavljal pogosto, bomo bralci mnenja, da ne sodi v krog favoritov za zmago in ga tako ne bomo volili (čeprav se nam mogoče zdi primernejši za to mesto).

Čeprav je časopis sledil vsem županskim kandidatom na Gorenjskem, pa glede na objavljene prispevke v časopisu Gorenjski glas lahko rečem, da so nekatere občine zaradi

⁴³ Bralci časopisa niso samo prejemniki novih informacij, svežih dogodkov, temveč selekcioniranih informacij novih dogodkov in ta informacija je lahko prezentirana ideološko, kar predstavlja težavo bralcem, da si ustvarijo neodvisno odločitev oz. svoj pogled na te dogodke (Reah, 1998: 9).

svojih županov izstopale bolj kot druge (izstopajoče župansko ime na Gorenjskem je tako leta 1998 Vitomir Gros, leta 2002 pa nedvomno Pavel Rupar).

Pri Gorenjskem glasu pa sem opazila tudi trend, ki velja za večino medijskih hiš – to je želja po dobičku, pri čemer Glas teži, da bi si pridobil čim več bralcev, predvsem naročnikov, tudi izven gorenjske regije. Da pa bi pritegnil in pri tem ohranil pozornost občinstva, postavlja v ospredje zgodbe, ki zabavajo (ljudstvo je pač željno razvedrila). In slednje je Glas dosegel prav s predvolilnim vprašalnikom (»Velike in male skrivnosti naših bodočih županov«) na zadnjih volitvah. Z vprašalnikom, sestavljenem po ameriškem zgledu, je Glas zbral kopico »zanimivih« podatkov o kandidatih za župane (da je kandidat še samski, ima pa dva otroka, da je pravnik, vendar mu do univerzitetne diplome manjka še nekaj izpitov ipd.). Pri razkrivanju podatkov pa je bil Glas precej bolj prizanesljiv kot so Američani, kljub temu pa so kandidati odgovarjali zadržano, predvsem na vprašanje o višini plače niso bili prav zgovorni. »Pri nas je pač bogastvo (visoka plača) pregrešno in mnogi volivci (posebej pa še Gorenjci) še niso prepričani, da je bogastvo najboljša lastnost politika. Medtem ko Američane najbolj zanima, če je kandidat dovolj bogat, da se lahko ukvarja s politiko.« (glej Gorenjski glas, 8. november 2002: 7-10).⁴⁴

Načelo objektivnega (brezosebnega, uravnoveženega, nevtralnega) poročanja teži k enaki obravnavi vseh županskih kandidatov različnih političnih strank, vendar pa kljub temu obstajajo tudi primeri novinarjev, ki v časopisnih prispevkih bolj ali manj vidno »navijajo« za »svojega« politika. Zato je zanimiv pregled deleža gorenjskega časopisa (Tabela 6.1), ki je v dveh volilnih letih (od dneva, ko je gorenjski tiskani medij določil in objavil pravila za predstavitev kandidatov in njihovih programov, pa vse do objave rezultatov 2. kroga volitev) namenjal pozornost različnim političnim strankam in njihovim kandidatom. Iz preglednice je tako razvidno, da kljub temu, da je moč zaslediti več prispevkov znanih, večjih parlamentarnih strank (LDS in nekatere druge večje stranke: SLS, SDS, N.Si), kar je posledica dobre organiziranosti teh strank na lokalni ravni -

⁴⁴ Pri vsem tem se mi zastavlja vprašanje, »kakšno mnenje imamo Slovenci o bogastvu. Velikokrat se mi zdi, da pri nas bogate ljudi obsojamo – preprosto zato, ker so bogati. Siromašnost pa naravnost obožujemo, včasih celo povečujemo. Kar se mi ne zdi prav. Če je bogastvo pridobljeno na pošten način, je to za celotno skupnost lahko samo koristno. Bogat človek, če je dober, seveda, bo del svojega premoženja namenil dobrotelnim dejavnostim, s svojimi drugimi, zlasti poslovnimi aktivnostmi, pa bo lahko pomembno pripomogel k bogastvu vseh nas« (Peter Frankl, Družina, 19. januar 2003, str.9). Torej, svojih bodočih občanov, v primeru, če mu bo zaupan županski mandat.

»desne« stranke so pač močnejše v ruralnih in manjših občinah, LDS, ZLSD pa v večjih, predvsem mestnih občinah, je Gorenjski glas tako leta 1998 kot 2002 po svojih najboljših močeh uravnoteženo spremljal politične stranke, katerim so pripadali kandidati za gorenjske župane. Tako so bile na obojih volitvah največje pozornosti na Glasovih straneh poleg nestranskih kandidatov deležne LDS, ZLSD, SDS in SLS. Pohvalno, z vidika načela objektivnosti, je predvsem dobro pokrivanje neodvisnih kandidatov.

Gorenjski tiskani medij je bil po mojem prepričanju objektivno do vseh političnih strank, seveda tudi nestranskih kandidatov, ne glede na to, ali so bile stranke tisti hip del koalicije, opozicije ali pa zunajparlamentarne. Sklenem lahko, da je Glas svoje delo opravil dobro. Dokaz za to je vsekakor visok ugled Glasovih novinarjev in samega medija v gorenjski regiji.

Tabela 6.1: Pregled deleža časopisa Gorenjski glas, ki je bil v letih 1998 in 2002 namenjen političnim strankam in njihovim županskim kandidatom (število prispevkov)

POLITIČNA STRANKA / LETO	1998 (23.oktob.-8.december)	2002 (11.oktob.-3.december)
LDS	15	20
ZLSD	14	9
DeSUS	1	2
SKD	12	politična stranka ne deluje več
SLS	14	19
SDS	17	15
N.Si	politična stranka še ni bila ustanovljena	19
SMS	politična stranka še ni bila ustanovljena	2
SNS	0	0
DS	4	0
NPS	1	1
SEG	0	2
ReS	1	0
Nestranski kandidati	23	20

Legenda: LDS – Liberalna demokracija Slovenije, ZLSD – Združena lista socialnih demokratov, DeSUS – Demokratična stranka upokojencev Slovenije, SKD – Slovenski krščanski demokrati, SLS – Slovenska ljudska stranka, SDS – Socialdemokratska stranka Slovenije, N.Si – Nova Slovenija, SMS – Stranka mladih

Slovenije, SNS – Slovenska nacionalna stranka, DS - Demokratska stranka Slovenije, NPS – Naprej Slovenija, SEG – Stranka ekoloških gibanj Slovenije, ReS - Republikanci Slovenije.

Kvantitativna analiza volilnih prispevkov tako razkriva, da je Gorenjski glas zaradi konkurenčnosti trga (Glas je želel pritegniti nove bralce oz. občinstva različnih političnih prepričanj) poskušal po svojih najboljših močeh zagotavljati uravnoteženo obravnavanje županskih kandidatov v dveh volilnih kampanjah v letih 1998 in 2002 iz različnih političnih strank in ideoloških usmeritev (na Glasovih straneh so bili opazni predvsem prispevki največjih parlamentarnih strank in neodvisnih kandidatov, medtem ko ostale politične stranke v prispevkih Gorenjskega glasa niso bile omenjene tako pogosto ali pa sploh ne, pri čemer je po mojem mnenju glavni razlog, da stranki, ki je ni moč zaslediti v Glasu, ni uspelo dobiti kandidatov za župana v gorenjski regiji). Večjih razlik, razen tega, da so nekatere stranke, ki so bile aktivne v politiki leta 1998 prenehale delovati ali pa so se združile z drugo stranko (primer SKD) ali pa se je v političnem prostoru (in tako posledično tudi na straneh Glasa) pojavila popolnoma nova stranka, v pokrivanju volitev leta 1998 in 2002 nisem zasledila.

Kljub temu, da se pojavlja zahteva po uravnoteženem odmerjanju, pa ne morem mimo dejstva, da več denarja pomeni več časopisnega prostora. Za to me ni nikakor presenetilo, da je v volilnih prilogah večja, močnejša politična stranka imela pač večji oglas. Tako sem v volilnem letu 1998 na Glasovih straneh zasledila predvsem velike oglase LDS, ki ji je Glas za oglaševanje njihovega kandidata namenil kar polovico svoje strani (28cm×20cm). LDS je pač za to mastno plačala. Kar pa se tiče velikosti oglasov leta 2002, pa so stranke imele približno enako velika oglasna sporočila. Skratka, leta 2002 ni bilo opaziti večjih oglasov županskih kandidatov, pripadajoči določeni politični opciji. Vendar pa, kot sta se spraševala tudi Lange in Palmer, ali je moč dostop, ki je odmerjen v skladu z debelostjo politikove denarnice, sploh opisati kot pravičen? Kot je videti, si bodo politiki z izdatnejšo finančno podporo lahko kupili več prostora, bolj bodo na očeh in bodo bili predvolilni boj, ki bo presegal sredstva drugih (Lange in Palmer, 1996: 99-100). Naj torej zmaga najbogatejši?!

Gorenjski glas svoje pisanje v vsaki številki dopolnjuje s karikaturjo na drugi strani in kratkim stripom na zadnji strani Gorenjskega glasa, tako s temami politike, gospodarstva,

z običajnimi življenjskimi temami, z medčloveškimi odnosi ...⁴⁵ Medtem ko se Gorenjski glas v volilnih prispevkih leta 1998 in 2002 trudi biti le prenosnik informacij, pa sem v karikaturah in kratkih stripih v obeh volilnih letih zasledila Glasove politične poglede, ki komentirajo napisano oz. bolje rečeno, v katerih se prepletajo informacije in komentarji, kar po mojem mnenju slabi sposobnost bralcev, ki nastopajo v vlogi volivcev, da si izoblikujejo svoje lastno mnenje. V diplomski nalogi sem omenila karikaturu in dva kratka stripa, ki vsak po svoje prikazujeta ključne značilnosti županskih volitev na Gorenjskem leta 1998 in 2002. In če se Glas ne opredeljuje pri svojem pisanju, »kar je značilno za sedanja politična besedila v časopisih, da so oblikovana previdno, včasih tudi zavito, in sicer tudi za javnost znotraj ene politične stranke« (Korošec, 1993: 1229), pa je s pomočjo »hudomušnih« karikatur in stripov zaznati njegovo usmerjenost, njegov pogled na dogajanja v politiki, družbi ... Zato so Glasove karikature in stripi mnogokrat odkrito zrcalo, ki pozornemu bralcu odkriva napetosti med gorenjsko medijsko hišo in nekaterimi politiki.

Zanimivo pa je bilo opazovati tudi pokrivanje nekaterih političnih voditeljev. Ugotovila sem, da je na lokalnih volitvah 1998 kandidat za župana Mestne občine Kranj Vitomir Gros doživljal na Glasovih straneh predvsem negativno publiciteto. G. Gros se sicer skozi leta na straneh Gorenjskega glasa pojavlja pogosteje kot nekateri drugi županski kandidati, »vendar afirmativnih dejstev o njegovi politiki nisem zasledila. Lahko pa sem natančno spremljala vso njegovo lovljenje ravnotežja po ekscesnem robu. To je primer, ki kaže, da Glas ni več slepo odvisen od oblasti in moči, ampak si jemlje pravico, da oblikuje svoj odnos do sveta. In če se nekdo do medija vede kot Vitomir Gros, ki se z Glasom srečuje več na sodišču kot na tiskovnih konferencah, je ustrezen tudi Glasov odziv« (glej Dežman, 1997: 65). Tako se je leta 1998 čutila »vzajemna sovražnost« med novinarji Gorenjskega glasa in kranjskim politikom (takrat še županom Vitomirjem Grosom), kar je po mojem mnenju vplivalo na njegovo korektno predstavitev v gorenjskem tiskanem mediju – Gorenjski glas Vitomirja Grosa ni »resno« vključil v volilni boj.

Predvolilna kampanja je tako imela v Gorenjskem glasu leta 1998 delno negativen (pristranski) učinek na volilne rezultate za takratnega župana Grosa, medtem ko leta 2002

⁴⁵ Karikatura na drugi in strip Jaka Pokora na zadnji strani časopisa sta že deset let stalnici v Gorenjskem glasu. Risbe in misli Iztoka Sitarja iz Poljan so ostre, a duhovite, razumljive na prvi pogled (Kavčič, 2003: 8).

ni bistveno vplivala na izide volitev v gorenjskih občinah, temveč je Glas vplival predvsem na to, o čem so volivci sploh lahko razmišljali, določal je, katere vsebine so postale družbeno pomembne, bolje rečeno, smatrane kot problem posamezne gorenjske občine.

In kako naj se pokrivanja volitev, ki imajo z vidika političnih kandidatov skoraj vedno značilnost odstopanja novinarjev od poklicnih novinarskih standardov, predvsem od standarda objektivnega obravnavanja posameznih kandidatov ali političnih strank, loti Gorenjski glas v prihodnje? Sama sem mnenja, da je bolje, ne samo za demokracijo, temveč tudi za Gorenjski glas, da po svojih najboljših močeh predstavi (kar se da v enakem razmerju) vse politične strani, tudi tiste, s katerimi ne deli enakega mnenja. Kajti le tako se bo zagotovila vsestranska informiranost javnosti na tem lokalnem prostoru.

ZAKLJUČEK

Županski kandidati so si morali pred volitvami novembra (1. krog) in decembra (2. krog) leta 1998 in leta 2002 pridobiti zadostno število privrženecv, torej zadostno število glasov volivcev za zmago na lokalnih volitvah. In tako so med drugim gorenjsko javnost nagovarjali tudi preko Gorenjskega glasa. Predpostavljala sem, da so bili vsi kandidati za župane gorenjskih občin s strani Gorenjskega glasa obravnavani enakopravno, torej objektivno, nevtralnno in uravnoteženo.

V dvakrat tedenskih (torek in petek) »gorenjskih tiskanih poročilih« si je Glas prizadeval s posebnimi prilogami v času volitev zajeti dogodke dnevnega utripa, značilnosti županskih kandidatov in krajev iz katerih prihajajo, razvojne načrte in problematiko lokalnih skupnosti. Pri tem je nastopal kot politično neopredeljen medij in se zavzemal za objektivno, nepristransko novinarsko poročanje. Seveda pa ima Glas tudi svojo usmeritev, saj vsak časopis (njegovo uredništvo) zavzame določeno stališče in tako (naj bi) v slovenskem medijskem prostoru na splošno vlada(la) politična raznolikost.

Če strnem rezultate analize, lahko le delno potrdim na začetku zastavljeno hipotezo. Res je, da je prostor za predstavitev ponudil vsem kandidatom pod enakimi pogoji. V obeh volilnih obdobjih je obsežno pokrival lokalne volitve na Gorenjskem (leta 1998 je bilo začutiti nenaklonjenost ponovni kandidaturi starega župana v Mestni občini Kranj, leta 2002 pa je Glas vpeljal novosti s pridihom senzacionalizma) in tako dajal veliko aktualnih podatkov o županskih kandidatih.

Zastavljeno hipotezo je tako **težko popolnoma sprejeti ali popolnoma ovreči**. Resnica je torej nekje vmes. »Vsak posameznik ima svojo razlago na podane informacije. Ljudje (vključno z novinarji s svojo zgodovino, s svojimi cilji, delujoči v določeni medijski hiši) si ne moremo pomagati, da ne bi bili subjektivni. Lahko priznamo, da novinarsko pisanje odseva določeno ideologijo – določen zbir razlag, kako stvari delujejo, kaj je resnično in kaj izmišljeno, kaj je pomembno oz. zanimivo in kaj ne, kaj je vredno za vnovičenje in kaj ne. To pa ne pomeni, da se nekateri nikoli ne strinjajo, kaj je v zgodbi resnica in kaj ne, ampak da tisto, čemur nekateri pravimo, da je resnica, drugi z drugačnimi pogledi na zgodbo to smatrajo za neresnično, napačno« (glej McManus, 1994: 144). Iz česar sledi, da

ni nevtralnega delovanja, saj vsaka zgodba, vsak prispevek v časopisu vsebuje vsaj kanček subjektivnega pogleda pisca.

Kljub slednjemu pa je Gorenjski glas tako leta 1998 kot 2002 dosegel, da so bili na njegovih straneh predstavljeni vsi, še tako »ekstra« politični pogledi. Bralstvo pač prikimava različnim osebkom, ki so že ali pa šele vstopajo v blišč in bedo politike. In osrednji tiskani medij Gorenjske si zgolj zaradi poudarjanja nekaterih ideologij oz. zaradi »nеспametne« uredniške politične usmerjenosti ne želi izgubiti težko pridobljenega bralca/oglaševalce.

LITERATURA

Babič, Mateja in Jana Taškar (2002): Janez Drnovšek seznanil predsednika DZ z odstopom. Delo, 3. decembra, str. 1, Ljubljana.

Babič, Mateja (2003a): So mediji moteči, ker dobro delajo?. Delo, 3. maja, str. 2, Ljubljana.

Babič, Mateja (2003b): Novinarji srečajo tudi smrt. Delo, 3. maja, str. 1, Ljubljana.

Boh, Tomaž (2001): Samopredstavitve strank in medstrankarska soočenja kot orodje političnega prepričevanja. Teorija in praksa, 38, 5, str. 832-847.

Bratina, Aleksander (2002): Napoved Dela le za 0,4 odstotka zgrešila izid. Delo, 3. decembra 2002, str. 2.

Brun, Alenka (2002): Gorenjski glas o komunalni problematiki. Diplomsko delo, Ljubljana. Dostopno preko <http://dk.fdv.uni-lj.si/dela/Brun-Alenka.PDF>, dne 3. 2. 2003.

Černetič, Matej (2001): Peter Jančič – novinar med politiko in javnostjo. Zapiski iz vaj pri predmetu Politično komuniciranje. FDV, Ljubljana, 8.11.2001.

Davis, Richard (1992): *The Press and American Politics: The New Mediator*. Longman, New York & London.

Dežman, Jože (1997): Gorenjska v Gorenjskem glasu 1948-1996. *Gorenjski glas*, 10. oktobra 1997, str. 65.

Dežman, Jože (2001): O tranziciji in strategiji Gorenjskega glasu. *Delo*, Sobotna priloga, 2. junij 2001, str. 13.

Družina, Slovenski katoliški tednik: Bog z veliko in bog z malo. *Odgovorni uredniki in urednice slovenskih časnikov in revij ob mesecu verskega tiska.*, št. 3, 19. januar 2003, str. 9, Ljubljana.

Eilders, Christiane (1999): *Media as political actors: The role of consonance in »policy-agenda-setting« in Germany*. V: S. Splichal (ur.), *Vox Populi-Vox Dei?* Cresskill, N. J.: Hampton.

Fink, C. Conrad (1988): *Strategic newspaper management*. Random House, New York.

Gorenjska 2002-2003. Priloga Gorenjskega glasa, št. 98, Kranj, 20. decembra 2002.

Gorenjski glas (1997): 50 Let Gorenjskega glasa. *Gorenjski glas*, št. 80, 10. oktober 1997, str. 10-11.

(1998-2002) *Gorenjski glas*. Kranj.

Guček, Danica in Tanja Oblak (1996): Slovenske lokalne volitve 1994: primerjava kandidatur in izvolitev po spolu. *Teorija in praksa*, 33, 3, str. 490-497.

Gulyas, Agnes (1998): *Tabloid newspapers in post-communist Hungary*. V: *Javnost*, 5, št.3, str. 65-77.

Haček, Miro (1999): *Lokalne volitve v Sloveniji – Primerjava 1994-1998*. *Teorija in praksa*, 36, 2, str. 218-229.

Hanc, Marjana (2002): Gorenjke so najboljši izid dosegle v Mengšu. Delo, 28. novembra 2002, str. 7.

Hrvatini, Sandra B. (2000): Korak naprej, dva koraka nazaj. V: S. Splichal (ur.) Vregov zbornik, 111-121. Evropski inštitut za komuniciranje in kulturo in Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Jančič, Maja (1996): Politični marketing. Dostopno preko <http://www.mmportal.delo.si/>, dne 25.3.2003.

Jančič, Peter in Grega Repovž (2000): Mediji v navzkrižju predvolilnih interesov. Dostopno preko <http://mediawatch.ljudmila.org/veceri/seznam/2000/10/05/>, dne 3. 1. 2003.

Jarren, Otfried (1995): Medien und Journalismus 2. Westdeutscher Verlag, Opladen.

Kavčič, Igor (2003): Striparji smo skriti avanturisti. Tv Okno, tedenska priloga slovenskih regionalnih časopisov, št. 33, 22 – 28. avgusta 2003, str. 8-9.

Klein, Ulrike (1998): Tabloidesed political Coverage in Bild – Zeitung. V: Javnost, 5, št.3, str. 79-93.

Kodeks slovenskih novinarjev. Delo, 17. oktobra 2002, str. 3.

Korošec, Tomo (1993): Odraz sodobnih političnih sprememb v jeziku slovenskega časopisja. Teorija in praksa, 30, št. 11 – 12, str. 1226-1233.

Košir, Manca (1988): Nastavki za teorijo novinarskih vrst. DZS, Ljubljana.

Košir, Manca (1996): Javno komuniciranje kot oglaševanje. V: Anton Kramberger, Slovenska država, družba in javnost, 267-277. FDV, Ljubljana.

Košnjek, Jože (1994a): Tudi slovenska beseda je bila orožje upora. Intervju z Bogdanom Osolnikom. Gorenjski glas. Odprte strani, 19. avgusta 1994, str. 15.

Košnjek, Jože (1994b): Rojstni dan imamo 21. avgusta. Gorenjski glas. Odprte strani, 19. avgusta 1994, str. 12.

Kustec, Simona (2001): Stopnja pluralnosti medijev v različnih političnih sistemih držav nekdanje Jugoslavije – 10 let kasneje. V: Demokratični prehodi II. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana, str. 197-222.

Lange, Yasha in Andrew Palmer (1996): Mediji in volitve. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Lokalne volitve. Dostopno preko <http://www.volitve.si/lv.html>, 23. 2. 2003.

Lokalne volitve 1998. Dostopno preko <http://www.volitve.si/198.html>, 8. 2. 2003.

Lokalne volitve 2002. Dostopno preko <http://www.volitve.si/rez1.html>, 1. 4. 2003.

Lukšič, Igor (1999): Novinarstvo in politični konflikti. Teorija in praksa, 36, 3, str. 430-432.

Luthar, Breda (2001): Ohromljeni in oslepljeni od nevtalnosti. V: Mit o zmagi levice: mediji in politika med volitvami 2000 v Sloveniji. Mirovni inštitut, Ljubljana.

McManus, John H. (1994): Market-Driven Journalism: Let the Citizen Beware? Thousand Oaks, London, New Delhy: Sage.

Medijska pokrajina. Dostopno preko <http://www.media-forum.si/slo/pokrajina/>, 6. 3. 2003.

Meršol, Mitja (2003): Žrtve, mrhovinarji in kanibali. Delo, 3. maja, str. 1, Ljubljana.

Naglič, Miha (1989): Ob 90-letnici Gorenjca. Gorenjski glas. Snovanja, 19. januar 1989, str. 14.

Natlačen, Tomaž S. (2003): Najbrž so problemi uredniki, ne novinarji. Intervju z Barbaro Brezigar. Delo, 24. februarja, str. 2.

Newman, Bruce I. (1999): The mass marketing of politics: democracy in an age of manufactured images. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.

Oblak, Tanja (2000): Problematizacija modela »prednostnega tematiziranja«. Primer analize medijskega poročanja o vstopanju Slovenije v EU. Teorija in praksa, 37, 1, str. 96-115.

Oblak, Teja (1997): Novinarska etika dolžnosti. Recenzija. Teorija in praksa, 34, 5, str. 905-907.

Piano, Brane (2003): Novinarji pod pritiski kapitala. Delo, 19. aprila, str. 4.

Plavšak, Kristina (2001): Slaba vest ameriških medijev. Dostopno preko <http://mediawatch.ljudmila.org/bilten/seznam/10/recenzije/>, dne 3. 1. 2003.

Praprotnik, Rok (2002): Med kapitalom in avtonomijo. Delo, 12. oktobra, str. 3 .

Primožič, Vilma (1986): Vloga Gorenjskega glasa med Gorenjci. Diplomsko delo, Ljubljana.

Razvid medijev na dan 23. 1. 2003. Dostopno preko <http://www.gov.si/mk/slo/kajsedogaja/mediji.html>, 6. 3. 2003.

Reah, Danuta (1998): The Language of Newspapers. Routledge, London&New York.

Samec, Marija (1996): Tisk in predsedniške volitve 1992 v Sloveniji. Diplomsko delo, Ljubljana.

Sparks, Colin (1995): The media as a power for democracy. V: Javnost, 2, št.1, str. 45-61.

Splichal, Slavko (1997): Javno mnenje: teoretski razvoj in spori v 20. stoletju. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Šelih, Alenka (1994): Tisk in (kazenskopravno) varstvo časti. Dostopno preko <http://www.media-forum.si/slo/pravo/strokovna-mnenja/tisk/>, dne 8.5.2003.

Taškar, Jana (2003): Slovenija na dvanajst, osem ali šest delov?. Delo, 8. aprila, str. 2.

Verbinc, France (1994): Slovar tujk. Cankarjeva založba, Ljubljana.

Vreg, France (1980): Javno mnenje in samoupravna demokracija. Založba Obzorja, Maribor.

Vreg, France (1990): Demokratično komuniciranje. Založba Obzorja, Maribor.

Vreg, France (2000): Politično komuniciranje in prepričevanje. FDV, Ljubljana.

Vreg, France (2001): Volitve 2000 in predvolilna kampanja. Volilne strategije, politični marketing in volilno izbiranje. Teorija in praksa, 38, 2, str. 181-200.

Vsi kandidati za župane slovenskih občin. Dostopno preko <http://www.volitve.si/obcine.html>, dne 16.3.2003.

Žerdin, H. Ali (2000): Volilni triki v zadnji sekundi. Intervju. Mladina, 40, 2. oktobra 2000.

White, Aidan (2001): Novinarji so del družbe. Dostopno preko <http://mediawatch.ljudmila.org/bilten/seznam/02/uvodnik/print.html>, dne 8.5. 2003.

VIRI

Zakon o medijih (Uradni list RS, št. 35/2001, 54/2002)

Zakon o volilni kampanji (Uradni list RS, št. 62/94, 17/97)