

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Kaja Sajovic

**Predsedniške volitve ZDA 2008:
Negativna kampanja demokratskih preliminarnih volitev**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Kaja Sajovic

Mentor: doc. dr. Marko Milosavljevič

**Predsedniške volitve ZDA 2008:
Negativna kampanja demokratskih preliminarnih volitev**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2008

PRESEDNIŠKE VOLITVE ZDA 2008: NEGATIVNA KAMPANJA DEMOKRATSKIH PRELIMINARNIH VOLITEV

Diplomsko delo analizira negativno volilno kampanjo demokratskih tekmecev za osvojitve nominacije stranke za predsednika ZDA v volilnem letu 2008, senatorko Hillary Clinton in senatorjem Barackom Obama. V prvem delu predstavi ameriški volilni sistem, temu sledi predstavitev predsedniških kampanj v ZDA in se pri tem podrobneje posveti preliminarni stopnji, katero diplomsko delo obravnava. V nadaljevanju obravnava temeljne teoretične koncepte političnega komuniciranja, med katere sodijo definicija političnega komuniciranja (s poudarkom na ZDA), definicija politične propagande in njenih značilnosti ter definiranje političnega marketinga in negativne kampanje z odmevnimi primeri iz ameriške zgodovine. Diplomsko delo obravnava še učinke medijev na kampanjo, nato pa se v osrednjem delu posveti nekaterim zgodovinskim problematikam, pomembnim za razumevanje aktualnega stanja v ameriški politiki (primerjava preliminarnih volitev 2008 s predsedniškimi volitvami 1992, zadnje predsedniške volitve 2004 in ozadje zgodovinske odločitve: potencialno prvi afroameriški predsednik ZDA ali prva predsednica ZDA). V tretjem delu se diploma podrobneje osredotoči na predstavitev obeh glavnih demokratskih kandidatov in na analizo samega poteka negativnega preliminarne boja med obema senatorjema. Zadnji del se zaključuje s kratkim povzetkom glavnih ugotovitev in s sklepom s končnimi ugotovitvami.

Ključne besede: kampanja, Obama, Hillary Clinton.

U. S. PRESIDENTIAL ELECTION 2008: NEGATIVE CAMPAIGN IN DEMOCRATIC PRIMARIES

The thesis is analyzing negative campaign of sen. Hillary Rodham Clinton and sen. Barack Obama for the U.S. democratic presidential nomination in the 2008 election. U.S. election system and presidential campaigns with the emphasis on the primaries are introduced first. The next part is dedicated to basic theoretical concepts: the definition of political communication (emphasis on the U.S.), political propaganda, political marketing and negative campaigning with some of the most infamous examples. The thesis also deals with the effects of the media on the campaign and focuses on some of the historical issues, important for the understanding of the current state in U.S. politics (comparison of primaries 2008 with the general election 1992, general election 2004, background of a historical decision: first African American president or first female president of the U.S.). In the third part the thesis focuses more in depth on the introduction of the two candidates and the analysis of their negative and hostile campaign towards each other. The last part concludes with a short summary of the main conclusions, followed by final conclusions.

Key words: campaign, Obama, Hillary Clinton.

1	UVOD.....	5
1.1	Hipoteza.....	6
1.2	Metodologija.....	6
1.3	Struktura naloge	7
2	OPREDELITEV POJMA POLITIČNO KOMUNICIRANJE	7
2.1	Manifestne in latentne funkcije političnega diskurza	9
2.2	Politični jezik	10
2.3	Predsedniške kampanje	11
2.4	Šest ključev predsedniške kampanje	14
2.5	Učinkovita kampanjska problematika	17
2.6	Politična propaganda	18
2.7	Protipropaganda	19
2.8	Pomen negativne kampanje	19
3	AMERIŠKE PREDSEDNIŠKE VOLITVE 2008	
3.1	Volilni sistem v ZDA	20
3.2	Štiri stopnje predsedniške kampanje	21
	Predpreliminarna stopnja	21
	Ameriške preliminarne predsedniške volitve	22
	Konvencijska stopnja	22
	Stopnja glavnih volitev	22
	Pričakovanja in ponovne ocenitve	24
	Reforma sistema in kritike	25
	Preliminarne volitve v Iowi in New Hampshiru	26
4	VLOGA MEDIJEV V VOLILNI KAMPANJI	28
4.1	Pozitivni in negativni učinki televizije	29
4.2	Učinki medijev med preliminarno sezono	30
5	NEGATIVNE KAMPANJE	
5.1	Negativni oglasi	31
5.2	Negativne kampanje v ameriški zgodovini	31
6	VOLITVE 1992 : VOLITVE 2008 (Time for Change)	35
7	VOLITVE 2004	38
8	PREDSEDNIŠKE VOLITVE 2008	42
8.1	Zgodovinska odločitev	43
8.1.1	Ženska v Beli hiši	43
8.1.2	Afroameričan za predsednika	48
9	TRENDI IN IZKUŠNJE	52
10	PREDSTAVITEV GLAVNIH DEMOKRATSKIH KANDIDATOV	
10.1	Hillary Rodham Clinton	55
10.2	Barack Hussein Obama	66
11	POTEK (UMAZANEGA) BOJA DEMOKRATOV 2008	72
12	ZAKLJUČEK	93
13	LITERATURA	95
14	PRILOGE	107

1 UVOD

Ameriške predsedniške volitve 2008 predstavljajo pomembno prelomnico v politični – in na neki način tudi družbeni – sferi ZDA. Po osmih letih republikanske administracije Georgea W. Busha, ki je šel od sporne izvolitve leta 2000, ko ga je demokrat Al Gore sicer premagal po številu glasov volivcev, a je vrhovno sodišče ustavilo ponovno štetje glasov in tako Busha potrdilo za predsednika, prek rekordnih retingov podpore (90-odstotno) kateremukoli ameriškemu predsedniku po terorističnih napadih 11. septembra 2001 do prelomne odločitve za napad na Irak marca 2003 in rekordnih retingov neodobravanja (19-odstotna podpora) v zadnjem letu svojega predsednikovanja, je, kot kažejo napovedi, prišel čas za demokrate.

Demokratska stranka je že s svojima osvojitvama obeh predstavniških domov na volitvah leta 2007 nakazala, da so Američani pripravljene za spremembe. Pet let vojne v Iraku je terjalo na tisoče ameriških življenj in milijarde dolarjev, ameriško gospodarstvo pada čedalje globlje v recesijo – na tisoče jih je ostalo brez delovnih mest, bencin pa dosega rekordne cene -, ameriška podoba v svetu je po vseh raziskavah pretežno negativna.

Vse te zgoraj omenjene okoliščine se zdijo, da favorizirajo demokrate, ki se jim je zmaga na volitvah leta 2004 za las izmuznila, ko so nominirali izkušenega senatorja Johna Kerryja, ki pa mu ni uspelo vzpodbuditi dovolj volivcev. Tokrat se je volivcem predstavilo večje število močnih kandidatov, ki pa se je že precej hitro skrčilo na dva zgodovinska kandidata: 60-letno newyorško senatorko Hillary Rodham Clinton, nekdanjo prvo damo, morda najbolj prepoznavno žensko ime sploh, veteranko ameriške politike, ki ima za seboj zaledje vplivnih podpornikov in čarodeja demokratske stranke – Billa Clintona –, in 46-letnega temnopoltega senatorja iz Illinois, karizmatičnega Baracka Husseina Obama, morda največjega govornika po Johnu F. Kennedyju in Martinu Luthru Kingu. Še nikdar nobena večja ameriška politična stranka ni nominirala ženske ali temnopoltega. In še nikdar ni bilo večje verjetnosti, da bodo ZDA dobile prvo žensko predsednico ali prvega temnopoltega predsednika.

A kar je bilo v teoriji videti kot enkratna promocija za demokrate in skoraj zagotovljena zmaga Clintonove, ki bi si za podpredsednika nato izbrala Obama in bi skupaj predstavljala sanjsko moštvo, se je sprevrglo v enega najbolj umazanih preliminarnih bojev v zgodovini ameriške politike, kjer je umazana kampanja sicer stalnica. Hillary Clinton se je promovirala z izkušnostjo, Barack Obama je obljubljal spremembe in nov tip politike, a nazadnje sprevidel,

da v ameriški politiki še vedno težko zmagaš, če ubereš izključno dostojanstveno pot.

1.1 HIPOTEZA

H1: Boj demokratskih kandidatov lahko pripelje do izrazito negativne kampanje, kot smo je vajeni z glavnih predsedniških volitev (demokrat:republikanec).

H2: Po osmih letih Busheve republikanske administracije so Američani pripravljani izvoliti tudi žensko oz. Afroameričana za predsednika, če bi ta predstavljal spremembe.

V svoji diplomski nalogi bom z analizo oglasov, soočenj in retorike v kampanji Clintonove in Obame pokazala, kako se je njun odnos razvijal od vljudnosti do sovražnosti, kar se lahko primerja z glavnimi volitvami.

1.2 METODOLOGIJA

Pri opredelitvi hipotez in ciljev naloge sem uporabila metodo zbiranja informacij, s katero sem dobila vpogled v obravnavano problematiko in določila temeljne postavke, ki jih bom obravnavala.

Za svojo nalogo bom uporabila vrsto primarnih in sekundarnih virov (strokovna literatura, članki, internet, ameriška televizija, novice), s pomočjo katerih bom oblikovala primerno teoretsko podlago za analizo negativne kampanje obeh kandidatov.

Pri opisu ameriškega volilnega sistema in poteku demokratske preliminarne kampanje bom uporabila deskriptivno metodo.

Metodo konceptualne analize bom uporabila za opredelitev političnega komuniciranja in propagande. Z analizo političnih oglasov kandidatov, njihovih nastopov, retorike ter posrednih in neposrednih napadov bom potrjevala svojo prvo hipotezo, z analizo javnomnenjskih raziskav in objav v medijih pa tudi drugo.

1.3 STRUKTURA NALOGE

Jedro moje diplomske naloge bo sestavljala zgodovinski boj med potencialno prvim afroameriškim predsednikom ZDA in potencialno prvo predsednico ZDA. Na podlagi teoretskih izhodišč političnega komuniciranja, ameriške predsedniške kampanje in negativne kampanje bom v osrednjem delu predstavila potek dolgotrajnega procesa izbiranja demokratskega kandidata in kako se je ta sprevrgel v enega najbolj umazanih političnih dvobojev v novejši zgodovini.

Nalogo začnem z obravnavanjem ključnih elementov ameriških volitev, predstavim njihov volilni sistem in stopnje predsedniških volitev ter se podrobneje posvetim preliminarnim volitvam. V tem delu se tudi posvetim teoretičnim izhodiščem, ki bodo uporabljene pri analizi. Pojasnim strokovno terminologijo, opredelim izraze kot politično komuniciranje, politična propaganda, ameriška kampanja, negativna kampanja. Dotaknem se tudi volitev leta 2004 in primerjavo letošnjih preliminarnih volitev s tistimi iz leta 1992, ko je Bill Clinton kandidiral z geslom sprememb. V zadnjem delu se podrobneje posvetim vlogi žensk in temnopoltih ter izkušenosti v političnem procesu, predstavitvi demokratskih kandidatov in samemu procesu letošnjega preliminarne boja – z vsemi negativnimi podtoni vred.

V nalogi nočem le pokazati stopnjo negativnosti in umazanosti med demokrasko preliminarno kampanjo 2008, temveč tudi podrobneje razložiti ameriški volilni sistem, ki je delno pripeljal do te navidez neskončne bitke. Poglobiti se želim tudi v kandidata in njuno zgodovino, iz česar se lahko veliko naučimo o tem, kaj ju je pripeljalo do točke, na kateri sta se znašla v letošnjih volitvah. Obenem je treba razumeti, da k intenziteti boja veliko prispeva tudi zgodovinski vidik – prva ženska predsednica ZDA proti prvemu temnopoltemu predsedniku ZDA –, zato nameravam podrobneje predstaviti tudi problematiko rase oziroma spola v politiki.

2 OPREDELITEV POJMA POLITIČNO KOMUNICIRANJE

Bogomil Ferfila (2002, 113) politično komunikacijo označuje s predpostavko, da je bistvo politike prav pogovor, dialog, človeški stik. Lahko je verbalni ali neverbalni, formalni ali neformalni, javni ali zasebni, vedno pa vodi do neke dejavnosti, razmišljanja, ocenjevanja. Zato naj bi bila na mestu trditev, da je komuniciranje pogoj ali temelj človekove dejavnosti. Značilnosti politične komunikacije (glej Ferfila 2002, 114-115):

1. Usmerjenost na takojšnje učinke (še posebej za volilne kampanje značilen natančno določen in sorazmerno kratek čas delovanja).
2. Ciljna usmerjenost (izboljšati ugled, opaženost politikov, vzbuditi zaupanje pri državljanih).
3. Pomembnost množičnih medijev (mediji kot kanal za govore, tiskovne konference, iskanje podpore za projekte, opravičevanje spornih političnih potez ..., mediji kot nadzorniki politikov – »četrti veja oblasti«, mediji kot vodiči v političnem dogajanju).
4. Usmerjenost k občinstvu (politike vodi interes pridobiti podporo javnosti).

Politično komuniciranje lahko opredelimo tudi v njegovi izkrivljeni obliki, oznaki, ki jo predvsem navadni državljani radi vzamejo za svojo. **Denton in Woodward** (1998, 7) tako opazata, da je opis političnega komuniciranja pogosto skoraj sinonimen z »zameglitvijo«. Analitike pogosto zamika, da bi politično komuniciranje označili kot zlorabo »resnice«. Ta tendenca delno temelji na tistem, kar smatramo za napačno domnevo, da gre pri političnem nagovoru primarno za odkrivanje »prave« rešitve problema ali prikrivanja »napačne«. Če opazovalec meni, da ima ena stran »pravilni« odgovor, je edini možni način za pojasnitev nasprotne strani v smislu zameglitve idej.

Podobno razlago podaja v *Political Language and Rhetoric* **Paul Corcoran** (1979):

Sodobni politični jezik ... je zavzel nenavadno in v nekem smislu invertirano socialno funkcijo kot tehnika lingvističnega izraza. To potrjujejo rabe političnega jezika: ne da prenaša informacije, temveč da jih prikrije ali popači; ne da bi pritegnil javno pozornost, temveč da bi jo preobrnil ali potlačil. Na kratko, sodobni politični jezik bi znal igrati natančno nasprotno vlogo od tiste klasično zamišljene za politično retoriko. Namesto retorične »metode« informiranja, prepričevanja in razsvetljevanja sodobni politični jezik cilja k obledelemu monologu, ki nima nobene vsebine in nobene zveze z organizacijo, koherentnostjo in pojasnitvijo informacij in idej.

Vse od antične Grčije je retorika tista, ki hrani demokracijo. Javni diskurz in prepričevanje sta načina informiranja, znanja in politične moči. Javna komunikacija, ki spremlja večino oblik politične aktivnosti, služi spreminjanju, upravičenju ali pojasnitvi vrste med seboj skreganih izbir v javni areni. Bolj ko je družba odprta in bolj ko je politični tisk aktiven, boljše so možnosti, da bodo retorični spori produktivna orodja vladanja.

Craig Allen Smith (1990) tako definira politično komunikacijo kot »proces določanja družbenih usmeritev prek interpretacije in karakterizacije interesov, razmerij moči in vloge skupnosti v svetu.«

Nimmo in Swanson (1990) jo definirata kot »strateške uporabe komunikacij za vplivanje na javno znanje, prepričanja in politične zadeve«.

G. R. Boynton (1996) ponuja drugačno perspektivo z definicijo političnega komuniciranja kot »konverzacije, ki potekajo po institucionaliziranih kanalih in so določene z volitvami«.

Brian McNair (1995) predlaga preučevanje političnega komuniciranja prek osredotočenja na odnose med tremi elementi: politične organizacije (široke družbene skupnosti, ki vključujejo politične stranke, interesne skupine, skupine družbenega gibanja, vlado), mediji (generični termin, ki vključuje vse načine, oblike in ravni posredne komunikacije) in državljani (posamezniki ali družbene skupine s skupnim ciljem) (Denton in Woodward 1998, 10).

Politično komuniciranje je proces, je strateško in je edinstveno v smislu vsebine. Nanj gledamo kot na javno razpravo o dodelitvi dohodka, uradne avtoritete (komu je dana moč opravljanja zakonitih, upravnih in izvršnih odločitev), uradnih sankcij (kaj država nagradi ali kaznuje) in družbenega pomena (pomeni biti Američan, vloga državljana, socialne politike itd.).

2.1 Manifestne in latentne funkcije političnega diskurza

Moderne študije komuniciranja sodijo navadno v enega od dveh temeljno različnih pristopov. Starejši in širši pristop preučuje in ocenjuje sporočila predvsem glede na njihov javno izrečen namen. Ti nameni vključujejo formalne in »uradne« funkcije diskurza. V to kategorijo tudi sodi zgornja definicija političnega komuniciranja. Ali če citiramo **Roberta Mertona** (1968, 73-138):

Manifestne funkcije komuniciranja so tisti cilji, namenjeni za doseg jasno razumljenih ciljev. Posamezniki javno izražajo svoje namene, da si pridobijo vpliv, promovirajo razumevanje, izobražujejo in uveljavljajo. Novejši pristop izhaja iz družbenih znanosti in analitičnega prepričanja, da se za javnimi dejanji pogosto skrivajo prikriti ali nezavedni motivi. Nekateri najbolj prodorne politične analize zadnjih let raziskujejo odnose med osebnimi motivi in javno retoriko ali med skupinami, ki jih ločujejo in varujejo hierarhične razlike.

Na splošno se političnega komuniciranja ne da omejiti na le en pristop. Politično komuniciranje zahteva analizo in kritiko v smislu svoje lastne manifestne vsebine. A če ne bi

šli globlje, bi zanimali dragocene vpoglede v kompleksne družbene in psihološke procese, ki prispevajo k političnemu diskurzu (Merton 1968, 14).

2.2 Politični jezik

Socializacija je odvisna od jezika, ki kot sredstvo prenašanja kulturnih in političnih vrednot ponuja skupini ali posamezniku sredstvo identifikacije z določeno kulturo, vrednotami ali politično skupnostjo. Zato so jezik ali simbolni sistemi predpogoj za razvoj družb in političnih kultur. Jezik služi kot sredstvo družbene integracije. Jezik je tako izjemno dejaven in ustvarjalen proces, ki ne odseva objektivne stvarnosti, temveč jo s smiselnimi predstavami ustvarja.

Politična zavednost je posledica pretežno simboličnih interpretacij sociopolitične izkušnje. Nadzirati, manipulirati ali strukturirati interpretacijo je primaren cilj politike sploh. Uspešen politik bo uporabil precej specifična jezikovna orodja, ki okrepijo prepričanja, obnašanja in vrednote. Politično manipuliran jezik lahko promovira in okrepi obstoječi politični režim ali red. Iz tega je jasno, da tisto, kar naredi jezik političen, ni posebno izrazoslovje ali lingvistična oblika, temveč vsebina informacije, ki jo jezik prenaša, okoliščine, v katerih pride do interakcije, in eksplicitne ali implicitne funkcije, ki jih jezik opravlja. Kot opaža **Doris Graber** (1981): »Ko politični igralci, v vladi in zunaj nje, komunicirajo o političnih zadevah v politične namene, uporabljajo politični jezik.«

Pri političnem jeziku gre tako za moč, družbene odnose, moralo in etiko, identiteto. A kot opozarja **Paul Corcoran** (1980), »čeprav jezik oblikuje in daje moč uporabnikom, je nesrečna posledica, da jezik reproducira in daje moč izkoriščanju, neenakosti in drugim tradicijam moči«. Strateška uporaba jezika prinaša voditeljem zmage in poraze, javnosti pa daje moč ali jo zaslužnjuje, jo informira ali zavaja.

Doris Graber (v Denton in Woodward, 1998: 47) poudarja pet pragmatičnih funkcij političnega jezika: razširjanje informacij, postavljanje agende s strani politikov, interpretacija in povezava, projekcija za prihodnost in preteklost ter spodbujanje dejanj.

Strateška uporaba političnega jezika (glej Denton in Woodward 1998, 51-54):

- argumentacija in prepričevanje (razprave, pogajanja ...),
- identifikacija (oblikovanje skupnih točk, razumevanja in skupnosti),
- krepitev že obstoječih stališč,
- inokulacija (strategija sporočanja, ki skuša povečati odpornost proti spreminjanju stališč),

- polarizacija (politični jezik lahko ustvarja podobnosti in skupne točke, lahko pa tudi razdvaja ali ločuje ljudi, problematike in ideje),
- etiketiranje (etiketiranje in opredeljevanje problematik, politikov in politik nas sili, da podajamo sodbe in ocene),
- izraznost (politični jezik omogoča izraziti frustracije kot tudi politične ideje – upe in strahove, uspehe in poraze),
- moč (pri politični komunikaciji gre večinoma za moč, prevlado ali nadzor),
- dramatičnost (večina političnih dogodkov vsebuje elemente dramatičnosti).

2.3 Predsedniške kampanje

Kampanje so kompleksne komunikacijske dejavnosti, ker imajo številne oblike in razsežnosti. Vsaka kampanja je edinstvena in vprašanje je, če sploh obstaja tipična kampanja. Kampanje se razlikujejo glede na kandidate, politični položaj, za katerega se potegujejo (izvršni, sodni ali zakonodajni), vladno raven (nacionalna, zveznodržavna, lokalna), finance za kampanjo in volilne regulativne zakone, finančne vire kandidatov, tip nominacijske kampanje, naravo njihove volilne baze, aktualno problematiko, začetno izhodišče kandidata (branilec ali izzivalec, dobro znan ali malo znan ...) (glej Bibby 2008, 284 in Hetherington 2007, 105).

Ferfila (2002, 187) volilno kampanjo povezuje z izvorom besede »kampanja«, ki izvira iz vojaškega slovarja: »Nasploh lahko rečemo, da kampanja pomeni zaporedje operacij, ki naj bi imele določen rezultat. Obsega načrtovanje, strategijo, tekmovanje, zmagovalce in poražence. Republikanec Newt Gingrich je takole primerjal vojno in politiko: »Vojna in politika sta zelo podobna sistema. Vojna je politika s krvjo, politika pa vojna brez krvi.««

Desetletja dolgo je bil v veljavi »model omejenega učinka«, po katerem je volilno vedenje oz. odločanje funkcija značajskih predispozicij državljanov, njihove skupinske identifikacije in medsebojne komunikacije, vpliv medijev in njihovih sporočil pa je zanemarljiv. Danes so volilni rezultati bolj nepredvidljivi. Z upadanjem pomena političnih strank imajo vse večji vpliv na kampanje komunikacijski strokovnjaki. **Bibby** (2008, 67-68) tako opozarja, da sodobna kampanja za visok položaj v ZDA zahteva medijske in računalniške strokovnjake, anketarje, svetovalce za neposredno pošto, računovodje, odvetnike, raziskovalne strokovnjake, svetovalce za odnose z javnostjo ... Ker se kandidati za bistvena opravila čedalje bolj zanašajo na nestrankarske vire, se je vpliv stranke na izvoljene predstavnike zmanjšal.

Denton (1998, 123) ob tem navaja številne kanale kampanjske komunikacije: javne nastope (govori, zborovanja), medosebne (kosila, srečanja z mnenjskimi voditelji), organizacijske (strankarske mašinerije, delavci), tiskane medije (kampanjska literatura, oglasi, časniki), avdiomedije (radio, telefon), televizijo (oglaševanje, poročila, programi) ter priponke, letake, plakate itd.

Ameriški sistem nominiranja predsednikov je osredotočen na preliminarnе volitve, odprt in participatoren, osredotočen na kandidate in medijsko orientiran.

1. Kandidati in celo nominiranci pogosto sploh niso delali v vladi (Carter, Reagan, Clinton, Bush). Nekateri so vstopili v politiko v srednjih letih (Eisenhower, Reagan, Bush). Bili so celo nominiranci, ki za časa svoje nominacije sploh niso bili na političnem položaju (Eisenhower, Nixon, Reagan, Mondale).
2. Kandidate volijo in ocenjujejo predvsem preliminarni volivci, ne strankarski voditelji.
3. Nominacijske kampanje so vse daljše in predstavljajo velik napor za kandidata
4. Stroški kampanj so visoki.
5. Proces nikakor ni ekskluzivno strankarsko nadzorovan (glej Bibby 2008, 207).

Strategija kampanj (Faucheux v Ferfila 2002, 192-194):

Strategija je načrt »uporabe« kandidata in razpoložljivih virov za kampanjo, ki naj bi maksimiral njegove prednosti in minimiziral njegove slabosti. Strategija določa zlasti način (zaporedje, časovni okvir, intenzivnost, prepričljivost) sporočanja ustreznih sporočil o svojem kandidatu, ki bodo prepričala volivce, da bodo dali svoj glas prav njemu. Tako prepričevanje volivcev lahko temelji na odlikah lastnega kandidata (njegove izkušnje, integriteta, predanost ...), na njegovi ideološki ali strankarski pripadnosti ali kombinaciji obojega. Ključno je, da s sporočilom uspe potegniti ločnico med svojim kandidatom in protikandidatom ter seveda v boljši luči prikazati svojega varovanca. Faucheux govori o štirih vrstah strategij kampanj:

1. Strategija zaporedja pošiljanja sporočil:

- »Odmisli opozicijo«: ostani pozitiven – brez omenjanja, kritiziranja opozicije.
- »Klasični pristop«: začni pozitivno; ne začenjaj napadov; odgovori na napade; uporabljaj primerjalne pozive, pri katerih je vidna prednost tvojega kandidata; končaj pozitivno).
- »Agresivnost«: začni pozitivno; z negativnimi napadi začni pred tekmeci; odgovori na napade; kampanjo končaj z dvojnimi pasom tako pozitivnih kot negativnih pozivov k primerjalni podlagi tvojega in nasprotnega kandidata.

- »Frontalni napad«: začni z negativnim primerjalnim pristopom; nadaljuj pozitivno in odgovarjaj na napade; končaj z dvojnimi pasovi pozitivnih in negativnih primerjalnih pozivov.
- »Neprestani napad«: začni in ostani negativno primerjalni; nato vpelji dvojni pas pozitivnih in negativno primerjalnih pozivov.

2. Strategija časa in intenzivnosti:

- »Želva«: začni počasi, postopoma povečuj intenzivnost vplivanja, vrhunec na koncu.
- »Začetek in konec«: začni na veliko in čim glasneje, na sredini postopoma povečuj intenzivnost sporočanja; končaj spet na veliko in glasno.
- »Pearl Harbor«: začni zelo mirno, da te tekmelec podceni; končaj na veliko in glasno.
- »Zadržuj ogenj«: postopoma povečuj intenzivnost vse do velikega, glasnega konca.

3. Strategija mobilizacije in prepričevanja:

- »Klasični pristop«: oblikuj in utrdi podporno jedro volivcev; identificiraj neodločene in jih poskušaj pridobiti na svojo stran; izpostavi svoje privržence in jih mobiliziraj.
- »Strategija jedra«: utrdi jedro, osnovo, nato se obrni navzven.
- »Strategija povečanja jedra«: utrdi jedro kot svoje izhodišče, nato ga še povečaj in se šele pozneje obrni navzven.

4. Oportunitetna strategija:

- »Postavljanje zanke«: napadi nasprotnika, medtem pripravi še večji napad – zadržuj udarne informacije; odgovori nasprotniku; v napadu predloži dodatne informacije.
- »Strupena vaba«: zvabi nasprotnika, da naredi odmeven korak (nastopi na TV, javno razpravlja o določenem problemu), ki mu izrazito škodi.
- »Vcepitev«: še pred začetkom javne kampanje ugotovi svoje možne slabosti; sprejmi take ukrepe, ki bodo slabosti spremenile v prednosti.
- »Strelovod«: kontroverzni posameznik/skupina vpelje v kampanjo kandidata, za katerega je jasno, da ne more zmagati, vendar pa bodo nanj usmerjeni vsi napadi tekmecev; tako bo pravi kandidat zaščiten pred kritiko; kontroverzni kandidat se nato pred koncem kampanje umakne.
- »Tehnološka prednost«: uporabi taktiko, ki je tekmeči ne uporabljajo, oziroma jih preseneti.
- »Napad z brzostrelko«: napadi tekmeča z eno temo; ko ta odgovarja ali pripravlja odgovor, ga že napadi z drugo temo, v ničemer povezano s prvo; ko odgovarja na drugo temo, napadi spet s povsem novo, tretjo temo itd.

- »Kritična masa«: v odločilnem delu kampanje preseži tekmece z denarjem, predlogi.
- »Kleščice«: tekmece naženi v kot, iz katerega se ne more več izviti.
- »Podporni zid«: zagotovi si skupine podpore, ki jih tekmece ne morejo omajati.
- »Poglej drugam«: povečaj podporo oz. moč tretjega, nepomembnega tekmece in s tem odvzemi glasove glavnemu tekmece.

2. 4 Šest ključev predsedniške kampanje v ZDA po Dentonu (1998, 9)

1. Strateško okolje

Strateško okolje vključuje volivce, interesne skupine, politične stranke, finance, nadzor nad informacijami in televizijo. Gre za širok kontekst, znotraj katerega poteka volilni proces in ki se spreminja glede na volilno stopnjo. Politična plat strateškega okolja vključuje strankarsko opredeljenost, pravila nominacije, število tekmecev, ali je v tekmi aktualni predsednik ali ne ter vedenje volivcev. Družbena stran pa vključuje prevladujoče družbene problematike, problematike, ki jih »ustvarijo« kandidati, in nepredvidene/nepričakovane dogodke. Med družbenimi tematikami, ki lahko usmerjajo ton volilnega boja, so na primer gospodarstvo, vojna, splav ... Pomembni so tudi volilni zakoni kot širše determinante kandidatovega obnašanja, ki so še zlasti dejavnik v predpreliminarnem obdobju, ko se kandidati odločajo o tem, v katerih državah voditi intenzivne kampanje in v katerih ne. Zaradi nenavadne matematike elektorskega kolidža se kandidati nagibajo k porabi manj časa v »varnih« državah in državah, nad katerimi so že obupali, in svoje moči usmerjajo v tesne bitke ali tiste države, v katerih imajo dobre možnosti za uspeh. Na kandidatove retorične strategije bo vplivala tudi strankarska struktura volilnega boja, ki zahteva od kandidata, da je videti sredinski, levičarski ali desničarski. Struktura med predpreliminarno in preliminarno stopnjo je jasno drugačna od tiste med glavnimi volitvami.

2. Organizacija

Pri vsaki predsedniški kampanji je organizacija bistvenega pomena. Direktor kampanj usklajuje vse dejavnosti in deluje kot vez med kandidatom, organizacijo in stranko; vodja kampanje nadzoruje vsakodnevne dejavnosti; oddelčni vodje imajo specializirane naloge (javnomnenjske ankete, mediji, problematike, zbiranje denarja). Poleg tega pa so še: izvajalci javnih anket, medijski svetovalci, odvetniki, računovodje, tržni strokovnjaki ... Vloga političnih svetovalcev je narasla do te mere, da obvladujejo predsedniško volilno prizorišče in postajajo v procesu sami politični igralci.

3. Finance

Denar je ena bistvenih sestavin volilnega uspeha, uspeh v preliminarnih volitvah, položaj v javnomnenjskih anketah in sposobnost zbiranja denarja pa so vsi med seboj povezani. Na vsakih volitvah od leta 1976 dalje je kandidat, ki je zbral v letu pred volitvami največ denarja in je ustrezal merilom za zvezna sredstva, postal nominiranec stranke na glavnih volitvah. Prva izjema po letu 1980 je bil Howard Dean na volitvah leta 2004. Kritiki predsedniške kampanje v ZDA trdijo, da je ta postala velikanska dražba, na kateri multimilijonski interesi tekmujejo za vpliv in dostop do kandidatov – potencialnih predsednikov (glej Lewis 1996, 7).

Čeprav ne moremo kar predpostavljati, da bo kandidat z največ denarja zmagal – zgodovina pozna kar precej propadlih kampanj, ki so bile dobro financirane -, pa denar prispeva k uspehu, morebitni uspeh pa privlači denar. Ob tem se porajajo štiri vprašanja: kje in kako pridobiti sredstva, kako razporediti sredstva in kako vse to zagotoviti v skladu s kompleksnimi pravnimi zahtevami političnega zbiranja sredstev. Zgodnja finančna sredstva kandidati potrebujejo za najem svetovalcev, izvedbo anket in potovanja, kasneje pa dovršen del zbranega denarja preusmerijo zlasti v (televizijske) oglase. Znani ameriški politični strateg Terry McAuliffe, ki je letos svetoval Clintonovi, o kampanjah in denarju pravi: *»Vedno sem govoril, da se kampanje ne končajo, temveč jim zmanjka denarja. Na določeni točki fizično ne moreš dobiti denarja za čas v medijih. Ni, da tvoje ideje ne bi bile več dobre, problem je, da nimaš sredstev, da bi predstavil te svoje ideje ljudem.«* Zmožnost za zbiranje sredstev je postala preizkus za resnost in nacionalno vidnost predsedniške kandidature (Lewis 1996, 15).

Nova pravila v zvezi s financiranjem kampanj, ki so jih uvedli po škandalu Watergate leta 1972, so poskrbela za to, da zbiranje denarja postaja čedalje bolj problematično, zahteva več časa in zmanjšuje možnost zlorab.

4. Javnomenjske raziskave

Politične javnomnenjske raziskave so postale bistveni element tako vodenja kampanj kot tudi medijskega poročanja. Sodobna tehnologija je povečala tipe, pogostost in zapletenost javnomnenjskih raziskav. Med predsedniško kampanjo leta 1972 so mediji izvedli le tri ankete. Do leta 1988 je ta številka poskočila že na 259. Z vidika kampanje ankete ponujajo potrebne informacije o volivcih: kdo so, kaj mislijo, kako se počutijo in kako se bodo obnašali v volilni kabini. Glede na rezultate anket kampanje nato ustrezno prilagodijo in ugladijo svoja sporočila. Ankete imajo dramatičen vpliv na poročanje o volitvah, saj vplivajo na to, kako se o kandidatih poroča, koliko medijskega časa je naklonjeno kandidatom in kako bodo orisali kandidatovo

kampanjo. Rezultati anket lahko v določenih okoliščinah in pri določenih posameznikih vplivajo na volivce, politike, politične elite, mnenjske voditelje in medije. Ankete vplivajo na kandidatovo podobo, status, zagon, zbiranje denarja in pričakovanja o kandidatu predstavi. Z vidika volivca lahko ankete vplivajo na zanimanje in podporo kandidatu ter motivirajo volivce, da poiščejo še dodatne informacije. Ankete lahko tudi vplivajo na volilno udeležbo.

5. Podoba kandidata

Pod podobo razumemo več kot le javno predstavo o kandidatu. Podoba vključuje osebnost kandidata, njegovo uspešnost pri delu in stališča o problematikah. Oblikovanje učinkovite podobe je glavna in najbolj sporna naloga političnega svetovalca. Prej ko začnejo kandidati sporočati svojo podobo, več nadzora imajo oni – in njihove organizacije – nad procesom oblikovanja podobe. Ker je bila večina predsedniških kandidatov na očeh javnosti vrsto let, ne morejo ustvarjati popolnoma novih podob, ampak jih lahko le popravljajo, tako da ustrezajo tako njihovi predsedniški kandidaturi kot tudi njihovi javni preteklosti.

Del kandidatove javne podobe čedalje bolj postaja tudi njegov značaj. Zasebna življenja kandidatov mediji nimajo več za nedotakljiva. Ni dovolj oblikovati predsedniško podobo, kandidat mora tudi paziti, da ne spodkoplje te podobe z neprimernim ali nekonsistentnim obnašanjem. Ko je podoba enkrat oblikovana, mora biti sporočena. En način dosega tega sporočila je prek množičnih medijev, pa prek nalepk, plakatov, značk ... Podoba kandidata je pomembna, da če se že ne ustvarja, pa da se vsaj nadzira prek plačanih medijev, poročanja, kampanjskih dogodkov, govorov in debat.

Nikakršnih trdnih pravil ni, ki bi vodila kandidate, kako voditi kampanje, da bi dosegli všečno osebno podobo, so le splošne smernice: kaži odločnost, a ne prevnetega militarizma, najboljša obramba je močan napad, nadaljuj z napadi na nasprotnika. Osebne značilnosti, ki so volivcem pomembne, se navadno razlikujejo glede na razmere v državi: Jimmy Carter kot washingtonski outsider s farmo arašidov in pravičniško podobo je bil leta 1976 po travmah vietnamske vojne in Watergatea idealen. A že štiri leta kasneje je v gospodarski krizi volivcem bolj ustrezal učinkovit vodja in Reagan je dajal vtis močnejšega kandidata. Vodstvo je bila najpomembnejša predsedniška kvaliteta tudi na volitvah 1984 in 1988 – obakrat je premočno zmagal republikanec. Leta 2000 sta imela tako Bush kot Gore težave s podobo. Gore je imel podobo zavajanja volivcev, medtem ko so pri Bushu dvomili o njegovi pripravljenosti za položaj. Odločili sta dve vrlini: poštenost in zaupanja vrednost - volivci so jih v veliki meri pripisali

republikanskemu kandidatu. Leta 2004 je imel Bush podobo močnega voditelja, ki se ne boji nepriljubljenih odločitev, medtem ko so Kerryja imeli za »flip-flopperja« (omahljivca). Kerry se je zato trudil, da bi bil viden kot močan voditelj z vojaško preteklostjo, vendar pri tem ni bil najbolj uspešen (Bibby 2008, 296-297).

6. Mediji (glej stran 28)

Predsedniške kampanje so v bistvu kampanje množičnih medijev, ki igrajo čedalje bolj prodorno in vidno (če ne celo najpomembnejšo vlogo) vlogo v procesu ameriških predsedniških volitev. Množični mediji so povzročili tako kvantitativne kot kvalitativne spremembe v volitvah. Dnevno poročanje o kampanji, debate, politični oglasi in psevdodogodki ustvarjajo več kampanjskih sporočil kot kdajkoli poprej. S kvalitativnega stališča mediji zahtevajo bolj sofisticirane tehnike predstavitve, ustvarjanja sporočila in ciljanja. Medijsko pokrivanje lahko odloči kandidato. Medijske interpretacije so najpomembnejše v zgodnjih fazah kampanje – dokazano je namreč, da pripadnost stranki zmanjšuje učinek medijev (to bi veljalo za glavne volitve). Mediji v vsej kampanji postavljajo teme in definirajo podobe kandidatov. Poleg tega pa organizacije kandidatov v upanju na nadziranje in dominiranje novic uporabljajo posebne tehnike, kot so inscenirani dogodki (Denton 1994, 9).

2. 5 Učinkovita kampanjska problematika

Problematika je lahko učinkovita v kampanji le, če volivci vidijo tri povezave: (1) med problematiko in administracijo, (2) med problematiko in kandidatom in (3) med problematiko in koristmi, ki jih zanimajo.

O nekaterih problematikah imajo volivci informacije oziroma vidijo povezave med kandidatom in koristmi za volivca, o drugih pa jih mora preskrbeti in pojasniti kandidat. Lažje je voditi kampanjo za problematiko, ki je jasno povezana tako s predsednikom kot s stvarmi, ki skrbijo volivce (na primer talci), kot za temo, ki ni neposredno povezana ali je volivcem nejasna (na primer proračunski primanjkljaj), saj mnogi ne vedo, kako jim pri slednji lahko pomaga predsednik ali kako jo povezati s svojim življenjem. Ko ni bodisi nobene informacije bodisi nobene povezave, lahko nadomeščanje manjkajočega elementa spodbudi hitro spremembo v preferencah in vedenjih. To še posebno velja v preliminarnih volitvah (Popkin 1994, 102).

V skladu s klasično demokratično teorijo bi morala problematika imeti odločilno vlogo pri izbiri volivcev. Ta teorija tudi poudarja potrebo po državljanih, ki bi bili visoko motivirani in

globoko zainteresirani za javne zadeve. Idealni državljani naj bi bili neodvisni volivci, ki bi svoje odločitve osnovali glede na aktualno problematiko in ki ne bi delali volilnih izbir na podlagi goli pripadnosti skupinam, strankarskim zvezam ali kandidatovi privlačnosti. A te klasične teorije se največkrat ne da nanesti na volivce, ki so, namesto da bi bili poučeni in zainteresirani, večinoma nepoučeni in apatični (Asher 1992, 92).

Kritične problematike, s katerimi se spopadajo ljudje, lahko pomagajo določiti, kakšne vrste izkušenj so zaželeni pri predsedniškem kandidatu. Na primer, če je v mislih volivcev v tistem hipu kriza zunanje politike, kandidat z omejenimi izkušnjami na tem področju prav mogoče ne bo imel velikega uspeha. Leta 1976 je ogorčenje Američanov nad škandalom Watergate koristilo Carterju, ki se je predstavljal kot outsider brez washingtonskih povezav. Že sama izbira kandidata lahko v volitve vpelje teme in pomisleke, ki sicer ne bi zadeli volivčeve zavesti (Asher 1992, 204).

V negativni demokratični kampanji leta 2008 so mnogi pogrešali prav jasna stališča Obame in Clintonove. **Bob Herbert** je v New York Timesu (2008) tako dejal, da pogreša »veliko idejo«, jasno vizijo, kam naj bi Amerika šla: »Navdušeni smo bolj nad tem, kdo sta, kot kaj obljubljata.«

2.6 Politična propaganda

Večina teoretikov politično propagando opredeljuje kot celoto metod, ki jih uporablja organizirana skupina z namenom, da bi v svojo akcijo aktivno ali pasivno vključila množico posameznikov, ki jih s psihološkimi manipulacijami psihološko povezuje in vključuje v organizacijo (Ellul v Vreg 2000, 117).

Z razvojem množičnega komuniciranja po drugi svetovni vojni je politična propaganda doživela neslutene razsežnosti in danes si volilnih kampanj brez množičnih medijev sploh ne predstavljamo več.

Z izrazom politična propaganda je tesno povezan izraz propagandne manipulacije, ki označuje politično prepričevanje, občasno prikrojeno zaradi doseganja svojega cilja oz. učinka pri volivcih. Pri propagandni manipulaciji ljudje ne občutijo razsežnosti represije in moči – niti države ali politike niti policije, vojske, cerkve ali množičnih medijev. Propagandna sporočila

vsebujejo elemente iracionalnosti in čustvene naboje, s katerimi vplivajo na podzavestne procese ljudi.

Tönnies (1922/1998, 64) izraz razlaga takole: »Vladajoče skupine ljudi v prid svojemu interesu načrtno sprožijo v tisku propagando, hkrati pa ustvarijo in ohranjajo nadzor nad mediji. Prisilijo jih, da jim služijo tako, da javnost zavajajo z dejstvi in dokazi, ki so v prid njihovim načrtom, ali pa podpirajo stranko, katere voditelje so na skrivaj pridobili na svojo stran, da bi podpirali takšne načrte.«

2.7 Protipropaganda

Protipropaganda je lahko ravno tako učinkovita kot propaganda prevladujočega sporočila stranke oziroma posameznika. V pluralistični družbi, še zlasti pa v času volitev, se nenehno srečujejo propagande različnih strank v boju za prevlado.

Protipropaganda je lahko javna ali podtalna, kar v ameriškem političnem prostoru pomeni uradne, medsebojne obtožbe nasprotnih taborov, pa naj se te pojavljajo na zborovanjih, predsedniških debatah ali pa v medijih prek izjav. Podtalna propaganda ima v ZDA pogosto precej večje razsežnosti, v zadnjih letih pa je sredstvo za njeno širjenje postal internet. Tu govorimo predvsem o blogerjih. Podtalna protipropaganda ima pogosto tako veliko moč, da vpliva na javno mnenje in nazadnje tudi o zmagovalcu, na »obtoženemu« pa je, da se odloči, ali se za govornice ne bo zmenil ali pa bo na njih odgovoril.

2.8 Pomen negativne kampanje

Negativna kampanja skuša doseči prednost s poudarjanjem negativnih stvari nasprotnika oziroma njegove politike namesto s poudarjanjem svojih lastnih pozitivnih značilnosti oz. politike. V najširšem smislu izraz zaobjema vsakršno retoriko, ki se nanaša na nasprotnika, pa četudi le s kontrastiranjem, lahko pa tudi vključuje napade, namenjene uničiti oz. diskreditirati nasprotnikov značaj. Negativne kampanje najdemo na večini trgov s tekmujočimi idejami, še posebej izrazite pa so prav v ZDA.

Negativne kampanje so uspešne, ker ciljajo na emocije. **Skowronski in Carlston** (Skowronski in Carlston v Mica 1997, 145) trdita, da negativna informacija vpliva na volivčevo mišljenje veliko globlje kot pozitivna. To pride do še večjega izraza pri predsedniški tekmi, kjer ni tretjega kandidata, ki bi lahko volivcu ponujal dodatno primerjavo in ublažil prikazane negativne lastnosti nasprotnika. Negativna kampanja je tako najuspešnejša prav, če uspe prikazati situacijo črno-belo (»mi smo dobri, oni slabi, mi pravilna odločitev, oni napačna«).

Vreg (Vreg 2004, 156) navaja številne funkcije negativnega političnega oglaševanja:

- z dramtizacijo vzbuditi zavest političnih kandidatov in z njimi povezane tematike razprave,
- povečati zanimanje za kampanjo z javnimi nastopi in prek medijev,
- zvišati volilno oceno pokroviteljskega kandidata in znižati oceno opozicije glede na ključno politično in stilistično vlogo,
- zagotoviti nasprotni oceni kandidatov, tako da je volilna izbira poenostavljena.

Garramore (Garramore v Vreg 2004, 153) pa ob tem opozarja na nekaj pomembnih predpostavk, ki jim mora biti zadoščeno, če želimo, da je negativna kampanja uspešna: kandidata mora prikazati zunaj nadzora, ga ujeti v kontradiktornosti, vedno znova opominjati ljudi na njegove »škandalozne« argumente in predstave in jim poskusiti prikazati posledice njegove politike na njihove življenje ob morebitni nasprotnikovi izvolitvi. Negativnih vidikov ne smejo predstavljati samo argumenti, temveč morajo prevladovati čustveni toni. Toni sproščenosti in prepričanosti v resničnost povedanega ter dvom v kvalitete nasprotnega kandidata. Potrebno se je tudi zavedati, da se lahko pristop z negativno kampanjo tudi maščuje, saj lahko volivci ob njeni slabi izvedbi potegnejo z »žrtvijo«. To se lahko zgodi tudi ob na videz dobri izvedbi, saj so reakcije na negativen prikaz nasprotnika sila nepredvidljive. Garramore navaja: učinek »bumeranga« (bolj je prizadet naročnik kot tarča), »sindrom žrtve« (volivci zaradi neupravičenega negativnega oglasa izkazujejo pozitivna čustva namesto zelenih negativnih), »učinek dvojne škode« (izzivanje negativnih čustev volivcev tako do nasprotnika, v katerega je oglas uperjen, kot tudi do naročnika).

3 AMERIŠKE PREDSEDNIŠKE VOLITVE 2008

3.1 Volilni sistem v ZDA

Ameriške predsedniške volitve, ki jih določa 1. odstavek 2. člena Ustave ZDA, odločajo o tem, kdo v ZDA bo služil kot predsednik in kdo kot podpredsednik (oba na isti glasovnici) za štiriletna mandata. Oba sta ustoličena na inavguracijski dan 20. januarja. Ameriške predsedniške volitve izvajajo posamezne zvezne države, ne zvezna vlada, in potekajo vsake štiri leta. Za volilni dan je tradicionalno izbran torek po prvem ponedeljku v novembru, letos bo to 4. november. Posebnost ameriških volitev je, da o zmagovalcu dejansko ne odločajo volivci, ampak število elektorskih glasov (skupno 538, za zmago pa jih je treba zbrati vsaj 270), razporejenih po zveznih državah glede na število prebivalcev posamezne države. Kandidat, ki dobi večino glasov volivcev, dobi vse elektorske glasove te države, tudi če prejme

le minimalno večino. Tako se lahko zgodi, da kandidat prejme skupno več elektorskih glasov od nasprotnika, pa čeprav je slednji dejansko prejel večji odstotek glasov volivcev. Posledica elektorskega sistema je, da so kampanje predsedniških kandidatov usmerjene na posamezne države in ne posamezne volivce, še posebej, če se obeta tesen rezultat. Ko si kandidat začrta strategijo kampanje, govori o »osvajanju držav« in ne osvajanju glasov volivcev. Tako elektorski sistem vzpostavlja večje države kot bojna polja predsedniških volitev, kar se kaže tudi v strategijah kandidatov – v katerih državah imajo intenzivnejše kampanje oziroma zapravijo večino svojih sredstev.

3.2 Štiri stopnje predsedniške kampanje (Denton 1994, 10-76)

Komunikacijski model predsedniških kampanj (glej Denton 1994, 135)

Strokovnjaki so identificirali številne faze (ameriških) predsedniških kampanj. Bistveni elementi kampanje se razlikujejo v retoričnih funkcijah in vplivu po stopnjah kampanje. Čeprav elementi ostajajo enaki, se zato vloge, ki jih igrajo, in njihov vpliv na strategijo in izid razlikujejo. Čeprav so vsi različni elementi interaktivni in soodvisni med vsako stopnjo kampanje, so nekateri »pomembnejši« ali bolj prevladujoči. Prevladujoči elementi vsake stopnje niso le esencialni za definiranje strategije, temveč tudi za vplivanje na ostale elemente.

3.2.1 Predpreliminarna stopnja

V tej fazi morajo kandidati doseči vidnost, ustvariti verodostojnost in začeti graditi sposobno organizacijo. Javnost začne ustvarjati pričakovanja o kandidatih, oblikujejo se problematike, določajo se favoriti. Prevladujoči elementi te faze kampanje so **finance, javnomnenjske ankete in organizacija**. Ključni donatorji prispevajo potrebna denarna sredstva za kampanjo, kandidati morajo snubiti strankarske šefe, ankete zagotovijo legitimnost kandidature v očeh medijev in potencialnih donatorjev. Za medije zgodnje ankete ustvarjajo pričakovanja o kandidatih predstavi, podeljujejo status favoritov in ustvarjajo začetno kandidatovo podobo in stališče do problematik, kandidatom pa pomagajo nadzorovati problematike in razvijati stališča. Strateško okolje zaznamuje pomanjkanje formalnih pravil in poudarek na velikoštevilnih kandidatih. Ta stopnja se zaključi pred prvimi preliminarnimi volitvami, kdaj pa se začne, je odvisno od kandidatov (Denton 1994, 45).

3.2.2 Preliminarna stopnja (glej spodaj*)

3.2.3 Konvencijska stopnja

Politični stranki vsaka svojega kandidata uradno nominirata na nacionalnih konvencijah, ki potekata poletje pred volitvami – letos je demokratska potekala 25.-28. avgusta v Denverju, republikanska pa 1.-4. septembra v St. Paulu. Ko volivci na preliminarnih volitvah oddajo glas za kandidata, dejansko volijo delegata, ki nato glasuje na konvenciji. Kandidat, ki zbere največ podpore, dobi strankarsko nominacijo in je edini kandidat stranke. Demokrati imajo razsežnejšo skupino t. i. nezavezanih delegatov, imenovanih superdelegati, ki lahko v primeru, če noben od kandidatov nima zadostnega števila delegatskih glasov, odločajo o nominaciji (Asher 1992, 222) in predstavljajo kot taki potencial za eksplozivne konvencije, ko na koncu polovica delegatov (in polovica stranke) čuti, da je bila ogoljufana.

Danes so konvencije razen v teoretičnih izjemah zgolj medijski dogodki, saj je kandidat navadno znan že pred konvencijo. Letošnje preliminarne volitve so bile z izredno dolgim bojem demokratskih tekmecev izjema. Donald Matthews (v Asher 1992, 233) ob tem še poudarja, da so od leta 1936 kandidati, ki so vodili na začetku preliminarne sezone, vedno osvojili nominacijo svoje stranke (izjemi: Muskie leta 1972 in Carter leta 1976). Funkcije konvencij: legitimizacija nominacijskega procesa in nominirancev, oblikovanje načrta programa in vodenje stranke do glavnih volitev, priložnost za stranko, da pokaže enotnost in strankarska načela, priložnost za kandidate, da z volivci delijo svoj načrt in stališča o problematikah. Prevladujoča elementa konvencijske stopnje kampanje sta organizacija in mediji.

3.2.4 Stopnja glavnih volitev

To je najkrajša in najbolj intenzivna stopnja celotnega volilnega cikla. Politične stranke so mobilizirane, volilna baza je zainteresirana in kontekst je nacionalen. Prevladujoči elementi so strateško okolje (elektorski kolidž, posvečanje določenim državam, opustitev drugih, vzdrževanje podobe), mediji (plačani oglasi, poročanje, sondaže) in organizacija (načrtovanje dogodkov, koordinacija, finance) (Denton 1994, 17).

***3.2.2 Ameriške preliminarne predsedniške volitve (“primaries”)**

Ta faza se je čez čas najbolj spremenila. Do 20. stoletja preliminarne volitve in strankarska zborovanja (t. i. caucusi) niso bili del predsedniške kampanje in šele v 70. in 80. letih so začele igrati pomembno vlogo v nominacijskem procesu. Leta 1976 so demokrati odpravili tip preliminarnih volitev, v katerih zmagovalec pobere vse delegatske glasove. Kandidati tako zdaj

dobijo delež delegatov, proporcionalen z osvojenimi glasovi. Rezultati preliminarnih volitev, ki jih posamezne zvezne države organizirajo med januarjem in junijem, odločijo, katera predsedniška kandidata bo ta država na strankarskih konvencijah posledično podprla. Sistem nominiranja kandidata je v zadnjih desetletjih doživel številne spremembe. Morda največja – razširitev preliminarnih volitev na vseh 50 ameriških zveznih držav (leta 1972 je bilo denimo le 23 demokratskih preliminarnih volitev). Kandidati so si nekoč lahko privoščili, da sploh ne vodijo preliminarne kampanje ali pa da popolnoma ignorirajo številne države. Danes je osvojiti nominacijo brez udeležbe na preliminarnih volitvah postalo nemogoče (Asher 1992, 222). Po drugi strani pa je enako intenzivna kampanja v vseh 50 državah skoraj nemogoča. Zato si kandidat izbere države, ki jim posveti več pozornosti. Če bi skušal voditi kampanje v vseh državah, bi tvegala rezultat pod pričakovanji. Koliko in katerim preliminarnim volitvam se bo kandidat posvetil, je odvisno od njegovih poroštev in sredstev, a volitve v Iowi in New Hampshiru so najboljša možnost za potencialno nepričakovano dobro predstavo, zato se tema državama malokdo izogne (Asher 1992, 296).

Prevladujoči elementi te stopnje so **mediji**, **strateško okolje** in **organizacija** kampanje. Ključne naloge, s katerimi se sooča kandidat, so prepoznavanje trdnih volivcev, prepričevanje neodločenih in vzdrževanje preferenčnih podob stranke. Kampanje so poenostavljene, nasprotja ustvarjena, zmagovalci in poraženci etiketirani. Rezultat je, da vodilne kandidate prej izluščijo medijske analize in oznake kot pa dejanski glasovi volivcev. Medijska pričakovanja pogosto odločijo velikost kandidatovega uspeha oz. poraza. Poročanje medijev lahko v veliki meri vpliva na rezultate javnomnenjskih anket, ki nato vplivajo na preliminarne volitve, poleg tega pa lahko tudi povečajo kandidatovo imensko prepoznavnost in dajo vodilnim kandidatom zagon. Mediji naj bi po mnenju nekaterih strokovnjakov imeli celo večjo vlogo v preliminarnih kot pa v glavnih volitvah. Oddaje kot Larry King ali pa tabloidi postanejo bistveni za širjenje kandidatove podobe v javnosti (Denton 1994, 25).

Močna **organizacija** je nujna za preliminarni uspeh. Strateška ekipa se mora odločiti, v katere tekme vstopiti in za vsako razviti primerno strategijo - specifično za vsako državo ali okrožje; a zaradi nacionalizacije volilnega procesa tudi dosledno. Trezna strategija okrepi specifične podobe na vsakih volitvah, se izogiba protislovjem in se osredotoči na razmeroma malo problematik. Strategijam narekujejo finančna sredstva. Osrednjega pomena je tudi zunanja organizacija (priponke, transparenti, plakati ...).

3.3 Pričakovanja in ponovne ocenitve: vzponi in padci v preliminarnih volitvah

Preliminarne volitve so ena najintrigantnejših posebnosti ameriških volitev. Skoraj neznani kandidati (Jimmy Carter, 1976) lahko v nekaj tednih postanejo favoriti, spet drugi (Edward Kennedy, 1980) pa lahko izgubijo ogromno prednost in odstopijo, še preden je oddan prvi glas. Mnogi zato preliminarne volitve označujejo za loterijo, v kateri lahko nekdo, ki se mu uspe uveljaviti v zgodnjih volitvah, dobi zagon, ki ga ponese do nominacije. Spremenljivost in nepredvidljivost preliminarnih volitev vodita nekatere opazovalce do zaključka, da izidi nimajo nobene zveze s političnimi preferencami volivcev. Če lahko skoraj neznani kandidati naglo pridobijo podporo večine in če se večina medijskega pokrivanja osredotoča na »dirko«, je verjetno, da ljudje o kandidatih, ki jih podpirajo, ne vedo ničesar drugega, kot da so zmagovalci; ti kandidati si zaslužijo svoje glasove na malo drugem kot imenski prepoznavnosti. Govorimo o t. i. bandwagon efektu, ko ljudje sledijo označenim zmagovalcem oz. vodilnim zaradi razburjenja in privlačnosti zmage. Ta teorija pa je problematična, ker razlaga spremenljivost kot produkt pomanjkanja poznavanja drugih kandidatov (Popkin 1994, 116).

Rezultati preliminarnih volitev se delno interpretirajo v luči, kako se od kandidata pričakuje, da se bo odrezal, ta pričakovanja pa proizvajajo kandidati in mediji. Zmage in porazi so pogosto odvisni od tega, ali se je kandidat odrezal bolje ali slabše od pričakovanj. Na primer: tudi če en kandidat zmaga v Iowi, se lahko mediji precej bolj posvetijo nekemu, ki je presenetil vse in se je zavihtel kar na drugo mesto. Tako drugouvrščeni potem največ pridobi od medijskih interpretacij tokratnih preliminarnih volitev (Asher 1992, 264).

Presenetljive zmage imajo večji učinek. Ljudje volijo strateško, kar je eden od razlogov, da se lahko kandidati hitro povzpnejo. Do skoka pride, ker volivci upoštevajo pričakovanja, da ima kandidat največ možnosti, da premaga nasprotnika ali da »pošlje sporočilo«. To je značilno za preliminarne volitve, ne pa tudi za glavne, kjer izbirajo izljučno glede na to, koga si želijo za predsednika (Popkin 1994, 127).

Zagon (*»momentum«*): Ko govorimo o pridobivanju zagona, govorimo o tem, da kandidat dobiva več glasov ali se uvršča višje od pričakovanj. Taki kandidati postanejo novica in prejmejo pozitivno reklamo. Zgodnje preliminarne zmage ustvarijo »plazove« (*bandwagons*). Volivci hočejo, da bi jih povezovali z zmagovalcem, medtem ko rastoča pričakovanja še naprej povečujejo preference za tega kandidata (Popkin 1994, 118). Pomisleki, da so preliminarne

volitve loterija, ki jo določi malo več od zagona zgodnjih zmag, so verjetni, ker se preliminarne volitve razlikujejo od glavnih na tri načine: volivci jim namenijo manj pozornosti, kandidati so manj znani, volivci pa se odločijo precej kasneje v kampanji (Popkin 1994, 120).

3.4 Reforma sistema in kritike preliminarne sistema

Trenutno sistem nominiranja in preliminarne volitve zbuja precej negotovanja in so postali ena najbolj spornih točk predsedniških volitev. Zagovorniki poudarjajo, da te volitve dopuščajo državljanom, da sodelujejo v nominacijskem procesu in tako povečujejo zanimanje javnosti za politiko. Kritike so usmerjene v njihovo številčnost, dolgotrajnost, finančni zalogaj, da zahtevajo preveč energije in – da so vsaj v prvi polovici – prepogoste. Zlasti problematična je njihova natrpanost v začetku sezone (Denton 1994, 54) – letos je bilo kar 32 demokratičnih preliminarne volitev odločenih v tritedenskem obdobju. To pomeni, da morajo biti kandidati pripravljeni na hud boj že od samega začetka, kar posledično zahteva od njih, da začnejo svoje kandidature mesece in celo leta vnaprej (Asher 1992, 11). Tako preliminarne volitve učinkovito izločijo šibkejše kandidate in so postale neke vrste tekmovanje v vzdržljivosti. Po drugi strani pa je argument podpornikov, da naporen tempo omogoča volivcem, da presodijo, če ima perspektiven nominiranec »predsedniško« moč in pogum (Asher 1992, 234). Sistem omogoča razmeroma neznanemu kandidatu, da se uspešno poteguje za nominacijo z zgodnjimi uspehi v skrbno izbranih državah, ki mu prinesejo skok v anketah in posledično priliv finančnih sredstev; institucija nacionalnih preliminarne volitev bi to možnost odpravila (Asher 1992, 294).

Kopičenje v začetku preliminarne procesa daje prednost kandidatom, ki:

- imajo javno in imensko prepoznavnost,
- so dobro organizirani na nacionalni ravni in so kot taki sposobni voditi preliminarne kampanje v več državah vzporedno in v hitrem sosledju,
- imajo velike finančne vire (Bibby 2008, 183).

Posledica intenzifikacije začetnega kopičenja preliminarne volitev je trend zgodnje osvojitve nominacije. O nominaciji se ni odločalo na nacionalni konvenciji že vse od demokratske leta 1980, ko je slavil Jimmy Carter (glej Tabela 3.1).

Tabela 3.1: Datumi, ko so si predsedniški nominiranci zagotovili večino delegatov nacionalne konvencije, 1972-2004

Leto	Kandidata	Datum
2004	George W. Bush (R) John Kerry (D)	9. marec 17. marec
2000	George W. Bush (R) Al Gore (D)	14. marec 14. marec
1996	Bill Clinton (D) Bob Dole (R)	12. marec 26. marec
1992	George H. W. Bush (R) Bill Clinton (D)	28. april 2. junij
1988	George H. W. Bush (R) Michael Dukakis (D)	26. april 7. junij
1984	Ronald Reagan (R) Walter Mondale (D)	8. maj 5. junij
1980	Ronald Reagan (R) Jimmy Carter (D)	26. maj 3. junij
1976	Jimmy Carter (D) Gerald Ford (R)	14. julij (na konvenciji) 19. avgust (na konvenciji)
1972	George McGovern (D) Richard Nixon (R)	12. julij (na konvenciji) 22. avgust (na konvenciji)

Vir: Bibby (2008, 184-185).

Na preliminarne volitve letijo tri resne obtožbe: prvič, da so nebitvene in jim manjka vsebinskost ter da se odločajo po rejtingih priljubljenosti in zagonu, drugič, da izvolijo kandidate, ki jim primanjkuje političnih veščin, in tretjič, da s tem, ko šibijo strankarsko poistovetenje, še zmanjšujejo že tako nizko volilno udeležbo (Popkin 1994, 222).

3.5 Preliminarne volitve v Iowi in New Hampshiru

Že tradicionalno se preliminarne volitve začnejo s »caucusi« (strankarskimi zborovanji) v Iowi in preliminarnimi volitvami v New Hampshiru. Ker sta ti dve državi majhni, tu kampanje potekajo na precej bolj osebni ravni. Posledično se lahko celo malo znan kandidat z majhnimi sredstvi odreže bolje od pričakovanj in se (vsaj za nekaj časa) dvigne nad favorita. V zadnjih volitvah sta bila Iowa in New Hampshire deležna več kot 50 odstotkov pozornosti, ki so jo mediji posvetili celotnemu volilnemu procesu. Nenapisano pravilo je, da kdor zmaga v teh državah, na koncu dobi nominacijo. Iowa ima precej več vpliva pri izbiri končnih nominirancev kot ostale države, celo tiste večje. Strankarska zborovanja v Iowi so vplivna, ker predstavljajo prvi pravi preizkus volilne privlačnosti in moči. Teorija je, da če uspe kandidatu

slaviti v Iowi, zmaga preusmeri nacionalno pozornost na njegovo kampanjo in ustvari zagon, mediji pa ga obravnavajo kot vodilnega (Denton 1994, 55). A mnogi kritizirajo tako velik pomen Iowe in opozarjajo, da še noben zmagovalec strankarskih zborovanj v Iowi ni postal predsednik. Iowi takoj sledijo prve »prave« preliminarne volitve v New Hampshiru, ki so ključnega pomena za položaj v sondažah, zbiranje sredstev, medijsko pokritost in definicijo podobe. Vendar, ali bi smeli volivci v New Hampshiru, razmeroma neurbanizirani državi z malo prebivalci in zgolj 100.000 demokraskimi volivci, imeti toliko moči, ko pa ti demokrati ne predstavljajo demokratov nacionalno? Jasno je, da se vsaki državi kandidati ne morejo posvetiti v enaki meri, a nekaterim se preprosto ne smejo izogniti, pa čeprav so videti njim nenaklonjene (Asher 1992, 292).

Kandidat, ki ga mediji označijo za favorita, se izpostavlja tveganju, ker lahko mediji ocenjujejo njegovo predstavo glede na to, kako močno je zmagal, in ne glede na to, ali je zmagal ali ne. Zgodnji poraz je lahko uničujoč, prav toliko, kot je lahko zgodnja zmaga povzdigujoča. Vprašanje je, kako bi potekal trenutni boj med Obamo in Clintonovo, če bi prvi volili v Kaliforniji in New Yorku. Jasno je tudi, da zmage (ali porazi) ne štejejo enako, glede na serijsko naravo preliminarnih volitev. Pozivi k zmanjšanju vpliva New Hampshira in Iowe se pojavljajo vedno znova. Tamkajšnji izbori so že večkrat poskrbeli za odmevna presenečenja – tudi letos ni bila izjema, ko je Barack Obama s presenetljivo zmago v Iowi začel svoj pohod proti predsedniški nominaciji, šele tretje mesto prej močno favorizirane Hillary Clinton pa jo je pahnilo v položaj drugouvrščene, ki se ga do konca kampanje ni mogla otresti.

Kritike letijo tudi na strankarska zborovanja, ki potekajo na precej zastarel način (privrženci kandidatov se razdelijo v skupine, nato pa vodja vsake skupine skuša prepričati nasprotnike, da prestopijo v njihov tabor), niso anonimna in zajemajo precej manj volivcev kot klasične preliminarne volitve. Letos sta za dodatne polemike v demokraskem preliminarnem boju poskrbela Florida in Michigan, ki sta kršila pravila in svoje preliminarne volitve predstavile pred zahtevani 5. februar, zato so jima odvzeli vse delegate.

4 VLOGA MEDIJEV V VOLILNI KAMPANJI

Vloga medijev, še posebej televizije, se je v predsedniških kampanjah od leta 1952, ko je Eisenhower prvič obsežno uporabil TV-oglas, občutno povečala. Danes je nemogoče, da bi kandidati predstavljali različne poglede v različnih območjih države. Kar reče kandidat na zborovanju v Novi Angliji, bo jug slišal že v naslednjih poročilih (Asher 1992, 207). Za to ni kriv le tehnološki napredek, temveč tudi strukturne spremembe v nominacijskem procesu (povečanje števila preliminarne volitev, ki dajejo priložnost za medijsko vplivanje). Z novim slogom volilnih kampanj postaja javno komuniciranje čedalje pomembnejši element v našem razumevanju ameriškega volilnega boja. Leta 1980 je **Sidney Blumenthal** trdil, da je ena od posledic novih tehnologij v informacijski dobi »neprekinjena kampanja«. Gre za novo vrsto politik, v katerih »problematike, javnomnenjske ankete in mediji niso ločene kategorije, ampak so združene v strateško imperativo /.../, elementi neprekinjene kampanje se ne dotikajo politike, ampak so politični proces sami po sebi« (Denton 1994, 1).

Kandidati morajo pri svojem strateškem načrtovanju upoštevati, da so mediji postali dejavnejši in vplivnejši soudeleženci. Raziskave so namreč pokazale, da ima politično TV-oglaševanje kognitivne, emocionalne in vedenjske učinke na volivce. Ti oglasi naj bi premagali selektivno izpostavljenost in neposredno vplivali na kandidatove podobe, boljše rezultate pa naj bi prinesla izpostavljenost TV-oglasom kot TV-novicam ali debatam. Televizija je spretnejša v prenašanju podob kot v promoviranju političnih razprav in debate. Kandidati leta 1992 so prvi intenzivneje začeli uporabljati takrat manj ortodoksni pristop k »resni« televiziji z mešanjem zabavnih pogovornih oddaj s politiko: Clinton je nastopil na Arseniu Hallu, Perot je bil gost Larryja Kinga. Danes so take oddaje ustaljena praksa kandidatov, ki s tem upajo, da se bodo približali ljudstvu. Oba, Obama in Clintonova, sta večkrat med kampanjo (in v pripravah nanjo) gostovala na Daily Showu, Colbert Reportu, Saturday Night Liveu ...

Kampanje dosežejo največ ljudi prek medijev. Poleg tega, da mediji pritegnejo pozornost na tekmovalni vidik kampanje, imajo tudi kritično vlogo v oblikovanju volivčevih informacij.

Televizija je pri kampanjah postala najpomembnejši medij. Leta 1955 se je 51 odstotkov vprašanih po informacije o kampanji obračalo k televiziji, leta 1988 pa že 95 odstotkov (Asher 1992, 240). **Blume** je že leta 1985 tako zapisal, da »če nekaj ni na večernih TV-poročilih, se v tej kulturi ni zgodilo, ne obstaja, je nevidno« (Blume v Asher 1992, 243). Tako preliminarne

volitve kot porast medijskih komunikacij so povečali javno izpostavljenost posameznih kandidatov. To poveča pomembnost kampanj, ker da volivcem več priložnosti, da opustijo poglede, temelječe na strankarskih vrednotah, v korist pogledom, temelječim na informacijah, pa tudi več priložnosti, da se premaknejo od pogledov, temelječih na kandidatovem delu, glasovanjih itd., k pogledom, temelječim na njegovi kampanjski podobi (Popkin 1994, 219).

Ob tem pa je treba poudariti, da je televizija v primerjavi s tiskanimi mediji bolj nevtralna v poročanju o kampanjah in kandidatih. V ameriških časnikih tako še vedno velja politika (uradne) podpore določenemu kandidatu (Asher 1992, 244).

4. 1 Pozitivni in negativni učinki televizije

Nekateri opazovalci hvalijo množične medije zaradi širjenja informacij o javnih zadevah, s čimer naj bi omogočali razvoj informirane, neodvisne družbe po klasični demokratični teoriji. Spet drugi pa se sprašujejo, ali televizija ne poslabšuje politični proces, in so zaskrbljeni glede moči televizije in drugih medijev, ki oblikujejo mnenja naivne javnosti. Informacije, s katerimi televizija oskrbuje državljane, naj bi bile korporativno, nacionalistično, kapitalistično in elitistično pristranske. Poleg tega pa analize vsebin TV-poročil kažejo, da te oddaje namenjajo malo pozornosti usposobljenosti kandidatov in njihovim stališč do tem, veliko pa predvsem vrvežu, zborovanjem in vznemirjenju.

Robert Agranoff med pozitivnimi spremembami, ki jih je spodbudila televizija, poudarja možnost, da lahko danes večje število državljanov sledi kampanjam. In volivci lahko dobijo globlji, bolj osebni vpogled v kandidate. A televizija je prinesla tudi nekaj izjemno negativnih posledic, med katerimi je najočitnejša potreba po »zapakiranju« kandidata, kar ima za posledico kampanjo, ki postane oglaševalsko podjetje, namesto da bi si prizadevala informirati državljane. Še ena očitna posledica močne odvisnosti od televizije je potreba po kandidatih, ki vsaj minimalno obvladajo in izkoriščajo medij za predstavljanje svoje privlačne podobe. To pomeni, da bo spreten kandidat izkoristil lastnosti televizije. Ena takih lastnosti je, da televizija zahteva veliko sodelovanje občinstva, da zapolni delno podobo, ki jo prenaša. Še en učinek televizije je vsakodnevno vodenje predsedniške kampanje. Danes so kampanje prilagojene televizijskim prenosom (Asher 1992, 249).

4. 2 Učinki medijev med preliminarno sezono

Dve študiji sta podrobno opisali učinke medijev med preliminarno sezono. **Pattersonova** študija (1980) predsedniške kampanje leta 1976 je odkrila, da je bila raven ozaveščenosti o mnogih kandidatih pred preliminarnimi volitvami zelo nizka. Prepoznavnost se je povečala predvsem enemu kandidatu, Jimmyju Carterju, katerega zgodnji uspehi so povečali medijsko pozornost, ki mu je posledično pomagala osvojiti kasnejše preliminarne volitve. Študija **Scotta Keeterja in Cliffa Zukina** (1983) potrjuje nekatere Pattersonove izsledke. Volivci so se le malo poučili o kandidatih, pa še to le o tistih, ki so imeli nekaj zgodnjih preliminarnih uspehov. Avtorja opazata, da poražencem priljubljenost skoraj vedno pade, medtem ko zmagovalcem naraste, čeprav je zadnji učinek pogojen z načinom, kako mediji poročajo o njihovih zmagah. Zato pretirana medijska pozornost, ki jo je deležen zmagovalec, še posebej pri zgodnjih volitvah, pomeni izjemno prednost za njegovo kandidaturo (Asher 1992, 257). Pričakuje se, da je vpliv medijev zaradi dvoumnosti in kompleksnosti preliminarnih volitev največji prav v tej fazi. Množica preliminarnih razvrstitev predstavlja raven kompleksnosti, ki vabi k medijskim interpretacijam. In končno, količina informacij o kandidatih je nizka med preliminarno sezono, tako da tisto, kar mediji poudarijo, lahko vpliva na rezultat kandidata – še zlasti, ker strankarska privrženost tu ne more služiti kot ključ za izbiro kandidata (Asher 1992, 260).

Za razliko od študij učinkov televizije pa so študije časnikov odkrile presenetljivo močne učinke na informativne ravni in izbiro volivcev. **Patterson in McClure** (1976, 51) sta odkrila, da so ljudje, ki so redno brali časnike, postali precej bolj informirani o kampanji. **Patterson** (1980) je odkril, da so časniki precej superiornejši od televizije v prenašanju informacij o temah državljanom. Štiri študije so odkrile, da imajo javne podpore časnikov neposreden vpliv na volivčevo izbiro (Asher 1992, 259).

Mediji ustvarijo iz preliminarnih volitev tekmovanje, konjske dirke, v katerih se mora določiti zmagovalce in poražence tudi, če ni jasnih zmagovalcev. Zagon je odvisen od medijskih interpretacij – mediji lahko tudi ob izgubljanju poznejših volitev poudarjajo prednost kandidata v delegatskih glasovih, lahko pa poudarjajo zmage njegovega tekmeca in tako temu dodajo zagon. Bistvo ni, ali je medijska interpretacija pravilna, ampak preprosto, da perspektiva, ki jo prikažejo mediji, lahko vpliva na razvoj predsedniških volitev. S takim poročanjem bo zmagovalec pridobil večjo kilometrino s premagovanjem tekmeca v tesni bitki, katerega izida ne poznamo do konca, kot s prepričljivo zmago, ki je bila očitna že dalj časa pred dejanskim glasovanjem (Asher 1992, 269).

Ali če to prenesemo na aktualni demokratični boj: mediji so po Iowi Obami hitro označili za vodilnega, po porazu v New Hampshiru pa takoj pripisali ta status Clintonovi. Proti koncu, ko je bilo že jasno, da Clintonova ne bo mogla ujeti Obame, so umetno podaljševali boj in s svojim poročanjem dali misliti, da tesen boj še poteka, čeprav Clintonova dejansko ni več imela niti najmanjše možnosti. Številni so ob tem menili, da če bi bil položaj obraten, bi mediji kampanjo Obame že zdavnaj pokopali.

5 NEGATIVNE KAMPANJE

5.1 Negativni oglasi

Raziskovalci ugotavljajo, da imajo **negativni oglasi** neposredne učinke na kandidatove podobe in ocene, še posebej, ko prvič, negativne oglase sponzorirajo neodvisni viri in drugič, ko se osredotočajo na napade glede problematik namesto na napade glede podobe. Kaj torej lahko pričakujemo v predsedniški kampanji v zvezi s političnimi oglasi? Prvič, da bodo igrali veliko vlogo pri izidu volitev, drugič, strah pred negativnostjo oglasov, tretjič, več pozornosti na sestavine oglasne vsebine (problematika, podoba kandidata) in četrtič, nove skrbi o učinkih čustvene vsebine.

5.2 Negativne kampanje v ameriški zgodovini

Negativne kampanje so že od nekdaj inherentna lastnost ameriške politike – tudi med strankarskima kolegoma.

Prva kampanja take vrste je bila leta 1800, in sicer med nekdanjima kolegoma, predsednikom **Johnom Adamsom** in njegovim podpredsednikom **Thomasom Jeffersonom**. Jeffersonov tabor je Adamsa obtožil, da ima »oduren hermafroditski značaj, ki nima ne moči in trdnosti moškega, ne nežnosti in preudarnosti ženske«. Adamsovi podporniki pa so Jeffersona razglasili za »zlobnega, podlega tipa, sina indijanske mešanke in mulatskega očeta«. Zmerljivke so se nadaljevale: Adamsa so razglasili za bedaka, hipokrita, kriminalca, duševno neuravnovešenega in tirana, Jeffersona pa za slabiča, ateista, libertina in strahopetca. V tistih časih sicer še niso poznali kampanj, kot jih imamo danes, znano pa je, da je Jefferson najel moškega (Jamesa Callendarja), ki je namesto njega širil govornice in laži o Adamsu. Callendar se je izkazal za izredno učinkovitega in je prepričal mnogo Američanov, da hoče Adams napasti Francijo. Jefferson je na volitvah zmagal.

Leta 1825 je predsednik postal Adamsov sin, **John Quincy Adams**, ki pa je tri leta zatem izgubil proti **Andrewu Jacksonu** v eni najbolj umazanih ameriških predsedniških kampanj. Adams je bil razglašen za zvodnika, Jacksonova soproga pa za pocestnico. Časopisni članki so spominjali bolj na straniščne grafito kot pa na politične komentarje. Neki časnik je poročal, da je bila *»Jacksonova mati navadna prostitutka, ki so jo v to državo pripeljali britanski vojaki! Nato se je poročila z mulatom, s katerim je imela več otrok, med njimi tudi generala Jacksona!«*.

Leta 1964 je bil odnos med republikanskima kandidatoma **Barryjem Goldwaterjem** in **Nelsonom Rockefellerjem** tako sovražen, da so Rockefellerja na odru konvencije izžvižgali. Lyndon Johnson je nazadnje premočno premagal Goldwaterja, za vrhunec negativne kampanje med Johnsonom in Goldwaterjem pa velja sporni Johnsonov oglas z marjetico – še danes eden najbolj kontroverznih primerov političnih oglasov. V njem deklica trga cvetne lističe in ko pešteje do 9, se oglasi zlovešč moški glas, ki odšteva sekunde do izstrelitve rakete. Sledi bližnji posnetek njenih zrkel, ki se spremeni v gobasti oblak jedrske eksplozije. Sliši se glas: *»To je na kocki! Ustvariti svet, v katerem lahko živijo vsi Božji otroci, ali pa iti v temo. Moramo se ljubiti ali umreti.«* Oglasi se drug glas: *»3. novembra volite za predsednika Johnsona. Preveč je na kocki, da bi ostali doma.«*

Demokratske preliminarne volitve leta 1968 po atentatu na že skoraj nominiranega Roberta Kennedyja med **Hubertom Humphreyjem** in **Georgem McGovernom** so popolni primer, kako je preliminarne bitke, ko se stranka ni mogla poenotiti glede kandidata, škodila demokratom. Končni zmagovalec je namreč postal republikanec **Richard Nixon**. Tudi Nixon je v svoji kampanji uporabil učinkovit negativni oglas (t. i. konvencijski oglas) proti Humphreyju.

Za republikance je bilo usodno leto 1976, ko je **Reagan** izzval predsednika **Geralda Forda**. Ta je kasneje dejal, da je proti demokratu Carterju delno izgubil tudi zaradi tega, ker Reagan ni vneto vodil kampanj zanj. Leta 1980 sta se na demokratskih preliminarnih volitvah **Jimmy Carter** in **Ted Kennedy** tako udarila, da je bila stranka do konvencije popolnoma razdeljena, Carter pa je novembra gladko izgubil proti republikancu Reaganu. Leta 1988 je republikanec **George H. W. Bush** med predvolilno kampanjo proti demokratskemu kandidatu **Michaelu Dukakis** uporabil dva slovita negativna oglasa: prvi je bil oglas z obtoženim kriminalcem Williejem Hortonom iz Massachusettsa (Dukakis je bil v času Hortonovega izpusta guverner

Massachusettsa), drugi pa t. i. oglas vrtljiva vrata, ki se je nanašal na premile zaporne kazni, ki so jih uvedli demokrati.

V zadnjem času enega bolj slovitih zgledov negativne kampanje predstavlja republikanska preliminarna kampanja 2000, ko so **Bushevi** podporniki na volitvah v Južni Karolini uporabili nizkotne taktike proti **Johnu McCainu** – tega so med drugim obtožili alkoholizma, da je v zunajzakonski zvezi zaplodil temnopoltega otroka, njegovo soprogo pa označili za narkomanko. Takrat je več kot polovica McCainovih podpornikov dejala, da bodo na glavnih volitvah volili Ala Gora, če bo Bush republikanski nominiranec. A Bush je imel do glavnih volitev še sedem mesecev časa, da združi stranko. Na volitvah 2004 so demokrata Johna Kerryja pokopali negativni oglasi t. i. *Swift Boat veteranov* (glej stran 41).

Najboljši primer negativnega oglasa iz letošnje demokratske preliminarne kampanje je že zloglasni oglas »*3 am Whitehouse Phone Call*« (Klic v Belo hišo ob 3.00 zjutraj), ki ga je **Hillary Clinton** uporabila proti **Baracku Obami**, nanašal pa se je na izkušnje – češ da ona ima politične izkušnje, da sprejme klic v krizi, on pa ni primeren za sprejetje tega klica.

Naj se na tem mestu posvetim negativni kampanji med Obamo in Clintonovo. Kot bom pokazala kasneje, se je negativna kampanja strategom Clintonove v položaju, v katerem so se znašli, zdela kot edina rešitev. Problem za Obamo je nastal, kako odgovoriti na negativno kampanjo svoje nasprotnice. Svojo kampanjo je namreč zgradil na upanju ter obljubi sprememb in premostitve strankarskih prepadov. Kandidiral je proti negativnosti in nizkotnim kampanjam. S tem sporočilom je prešel na mesto vodilnega in v volilni proces pritegnil na milijone novih volivcev. Če bi se spustil na raven Clintonove, bi tvegala, da njegov sijaj zbledi. Vendar, ali je sploh imel izbiro? Kljub temu, da volivci trdijo, da ne marajo negativnih kampanj, pa te do določene mere nedvomno učinkujejo. In dokazano je, da če na napade tekmecev ne odgovoriš, te to drago stane (primer Kerryja na volitvah 2004). A s tem, ko je Obama udarjal nazaj, je dokazoval, da njegova velika idealistična teorija ne deluje. Da ne moreš zares zmagati z novim političnim slogom. Za Clintonovo pa je bilo edino upanje za zmago boj na nož. Izgubiti ni imela ničesar, saj ni nikdar obljubila, da bo očistila Ameriko (Brooks 2008).

Strokovnjaki se ne morejo uskladiti glede vpliva negativnih kampanj. Kandidati jih uporabljajo, ker učinkujejo; različne študije kažejo, da si volivci negativne oglase zapomnijo

bolj kot pozitivne, a kakšen imajo dolgoročni učinek? Nekatere raziskave kažejo, da so umazane kampanje odgnale volivce in imele negativni vpliv na volilno udeležbo. Spet druge raziskave kažejo ravno nasprotno: da negativne kampanje animirajo volivce in vodijo k večji udeležbi. **Shanto Iyengar** z univerze Stanford je bolj naklonjen prvi opciji: »Vprašanje, glede česa si negativen. Nihče ne bi mignil s prstom, če bi Bill Clinton napadel Obamo, da njegov zdravstveni načrt ni dovolj razumljiv. A rasistični namigi in komentar o Jacksonu so šli čez rob.« Kampanja Clintonove je bila brez težav vljudna do Obame, dokler ni zmagal v Iowi in postal grožnja njenemu lovu na Belo hišo. »Hillary Clinton je od vsega začetka igrala na karto spola, češ da bo njena izvolitev zgodovinska za ženske. A takoj, ko je Obama začel uspevati, sta se Clintonova odločila, da ne bosta več šla po visoki poti. Odločila sta se, da bo Hillary ubrala dostojanstveno pot, Bill pa bo poprijel za bolj umazano delo. Mediji so krivi, da se temu niso dovolj zgodaj posvetili,« meni **Tobe Berkovitz**, strokovnjak političnih komunikacij z univerze v Bostonu. **Kenneth Goldstein** z univerze v Wisconsinu pa je mnenja, da negativne kampanje informirajo volivce: »Za negativne oglase je verjetnejše, da bodo predstavili točna dejstva, kot za pozitivne. Negativni oglasi so točnejši glede političnih odločitev kot pozitivni.« **Joanne Freeman** z Yalea pa pravi preprosto, da če imaš demokratične volitve, boš imel tudi umazano kampanjo (MacKay 2008, Seelye 2008).

Za mnenje o letošnji negativni kampanji sem vprašala tudi profesorja za trženje s Fakultete za družbene vede, ki je strokovnjak za politične kampanje, **dr. Mihaela Klineta**. Ta poudarja, da je boj med političnimi kandidati v ZDA vedno kombinacija pozitivne in negativne kampanje in da so razlike znotraj stranke dejansko enako velike kot med strankama. Kljub temu pa je šla po njegovem mnenju tekmovalnost med Obamo in Clintonovo čez okvir sprejemljivega. Po Klinetovih besedah dolga kampanja res lahko motivira volivce za spremljanje kampanje, a ta motivacija je negativna, saj hkrati polarizira člane demokratske stranke in jih s tem dejansko poriva v naročje republikancev. O učinkih negativne kampanje pa: »Volivci na vprašanja odgovarjajo tako, kot mislijo, da se od njih pričakuje – kognitivno, kot olikani ljudje – in odgovorijo, da negativna kampanja pomeni neolikano vedenje. Toda prav ta oblika vnese v volilno tekmo močan emocionalni naboj, ki pomeni povečano moč prepričevanja. Torej deluje emocionalno tam, kjer odpovedo kognitivni argumenti.« (Glej prilogo A).

6 VOLITVE 1992 : VOLITVE 2008 – Time for Change (Čas za spremembe)

Volitve leta 1992, ki so povzdignile mladega, karizmatičnega Billa Clintona, ki je z obljubo sprememb premagal izkušenega Georgea Busha starejšega, imajo veliko skupnega z letošnjimi preliminarnimi volitvami, ko je soprogo kandidata sprememb in naravnega retoričnega talenta po njegovem receptu premagal še en naravni talent, ki obljublja spremembe. Poglejmo potek. Do leta 1992 so demokrati izgubili pet od zadnjih šestih predsedniških volitev in so se na konvenciji zbrali s tradicionalnim argumentom »time for change« (čas za spremembe). Uspešno so nastopili z opozicijo »stranka preteklosti vs. stranka prihodnosti« in kritizirali leta Reagana in Busha ter gospodarsko recesijo, ki so jo demokrati pripisovali tema dvema administracijama. Po pričakovanjih so demokrati krivdo za vse težave pripisali republikancem, medtem ko so sebe predstavili kot najboljše upanje za državo. Po njihovem mnenju je bilo bistvo Bushevega vodstvenega problema pomanjkanje politične vizije. Na konvenciji so nanj tudi leteli napadi glede njegove gospodarske politike in pomanjkanje sočutja, ki da je navdihnili te odločitve. Demokrati so se prikazali kot stranka vključitve, stranka spremembe in stranka, ki spoštuje svojo politično zgodovino, Clinton pa kot posebitev teh cenjenih načel (Denton 1994, 73).

Zakaj je Clintonov poziv k spremembam leta 1992 uspel? Preprost odgovor bi bil: gospodarstvo. A zakaj so »spremembe« tako močno odmevale med volivci? Zakaj je postala javnost tako spodbujena? Bush ni hotel postati »agent spremembe« in to ga je stalo ponovne izvolitve. Nasprotno je Clinton zmagal, ker je zasnoval svojo kandidaturo v skladu s »spremembami«, z uporabljanjem terminologije, primerne obratu v političnih obvezah na način, s katerim je premagala svoje inherentne in tradicionalne pomanjkljivosti. Po drugi strani je bil Clintonov izziv ujeti simbolični zagon neizbežnih »sprememb« in predstaviti demokratsko stališče, ki je odgovorilo na strahove javnosti. Moral je ponuditi »vizijo problemov in obetov« za narod. Moral je navdihniti volivce in jih obenem pomiriti, da je njegova »vizija« več kot le retorika. Za dosego teh ciljev je sprožil kampanjo, osredotočeno na spremembe v vladi – vključno s spremembo predsednika. Hkrati je moralo Clintonovo sporočilo pomiriti te volivce, da bo njegova zmaga prinesla pozitivne spremembe brez nadaljnjih razkolov in nasilja (Holloway v Denton 1994, 133).

Clinton je v svoji definiciji »trenutka« dosegel tri retorične učinke: okrepil je obrat na svetovnem političnem prizorišču, identificiral je nujnost, ki je pozivala k novi smeri in akciji;

nasproti je postavil ameriški uspeh v tujini z ameriško varnostjo doma in pozornost usmeril na domače in trenutne probleme; eksplicitno je identificiral premik od dobe zasebnih interesov v dobo javnega dobrega.

Del Clintonovega retoričnega izziva »časa za spremembe« je bil simbolizirati generacijski premik, ki ga je signalizirala njegova zmaga in ki je ustvaril gibanje proti prihodnosti in proč od tistega, kar je Clinton definiral kot boleča in problematična preteklost. Premik je ponazarjala tudi Clintonova lastna javna podoba – mlad, energičen, moderen »baby boomer«. Clinton je še poudaril vizualne podobe in implicitne vezi s prejšnjimi generacijskimi premiki z eksplicitnimi referencami na aktualne politične tokove, ki so povezali željo javnosti po »spremembah« s spremembo v »generaciji« in stranki. Čas je bil na Clintonovi strani. Njegova starost ga je jasno ločila od Busha. Clinton je ravno dozoreval na nacionalnem prizorišču, Bush je bil del njega že desetletja. Clinton je simboliziral prihodnost, Bush je simboliziral preteklost. Clinton je moral prepričati volivce, da problem ni Bush sam po sebi, ampak koncept vlade zasebnih interesov, ki ga je Bush sprejel. V ta namen je Clinton označil Busha kot »propadlega gospodarskega menedžerja brez stika z ljudmi, ki se oprijema zastarelih politik 80. let«. Zato je bil čas za spremembe v vodstvu.

Gospodarska vprašanja od delovnih mest in zdravstvenega zavarovanja do trgovine in infrastrukture so po Clintonovem mnenju zahtevala takojšnje in inovativne rešitve in Bush ne le, da se v času svoje administracije ni zmenil za ta vprašanja, temveč se jih tudi vse do zadnje faze kampanje ni loteval. Clinton je trdil, da Busheva administracija ni bila pripravljena niti zmožna prinesiti sprememb, potrebnih za rešitev težav. Clinton je pri zagovarjanju sprememb svojo pozornost najprej usmeril na »vlogo ljudstva«. Trdil je, da gre pri teh volitvah »za predajo moči nazaj v vaše roke in postavitev vlade nazaj na vašo stran. Gre za to, da pridejo ljudje na prvo mesto«. Clinton je izrazito poudarjal vlogo predsednika kot »partnerja« ljudstvu (v ta namen je tudi uporabljal množino namesto prve osebe ednine). Kot del definiranja svojega odnosa z ljudmi se je Clinton potrudil, da so ga identificirali kot »del ljudstva« in ne nad njim. Sam sebe je namreč označeval za produkt pozabljenega srednjega razreda. Nasprotno od predsednika »brez stika« Busha je Clinton govoril ljudem, naj mu zaupajo, češ da je eden od njih in da razume njihove težave. Njegov poziv k spremembam je opravičeval njegovo lastno kandidaturo (Holloway v Denton 1994, 147).

Clinton je – podobno kot Obama – na svoja zborovanja privabljal množice ljudi, še zlasti po preliminarnih volitvah v New Hampshiru, kjer se je presenetljivo uvrstil na drugo mesto, se oklical za »comeback kida«, mediji pa so oznako ponavljali znova in znova. Tako se je začela Clintonova doba. 16 let kasneje se je vrnil v New Hampshire, tokrat v pomoč svoji soprogi – pred njegovimi nastopi pogosto vrtijo pesem Sheryl Crow »A Change Would Do You Good«. Ob tem je ironično, da je soprogo politika, ki je zmagal s sporočilom sprememb, premagal »novi Bill Clinton« - mlad, karizmatičen politik, ki je zgradil svojo kampanjo na »spremembi«. Tabor Clintonove je na to odvrnil, da je prav ona nosilec sprememb. *»Če hočete spremembe, če si želite novega začetka, zakaj ne bi izvolili nekoga, ki ima za seboj celo življenje ustvarjanja sprememb?«* je decembra dejal njen glavni strateg Mark Penn. Zgodnje sondaže so sicer res pokazale, da večina volivcev meni, da ima Clintonova več izkušenj, a te iste sondaže so tudi že dajale prednost Obami. Kar pomeni, da volivci tudi leta 2008 bolj cenijo spremembe kot izkušnje. Tako kot so štiri leta Busha starejšega podrla argument »izkušnost je prednost«, je tudi osem let Busha mlajšega uničilo idejo, da so izkušnje pozitiven kazalec bodoče predstave.

Rekordna udeležba na vseh demokratskih preliminarnih volitvah je odsevala naveličanost Američanov nad Bushevo (republikansko) vladavino in zagretost volivcev. Že na prvih izborih v Iowi se je pokazalo, da so Obamove »spremembe« močno premagale »izkušnje« Clintonove, njeni strategji pa tega niso prepoznali dovolj zgodaj. Ironija je, da je soproga kandidata »sprememb« iz leta 1992 postala predstavnica starajočega demokratskega establišmenta, katere podporniki upajo na nizko volilno udeležbo. Obami, ki je pri 47 letih iste starosti, kot je bil Bill Clinton, ko je kandidiral, je uspelo prikazati Clintonova kot posebljenje pretekosti. Obama kot rockzvezdnik navdušuje po ameriških univerzah in na svojih nastopih pritegne več ljudi kot demokratska zvezda Bill Clinton. Mladi v ZDA se še nikdar niso tako zanimali za politični proces in njihova – navadno porazna udeležba – še nikdar ni bila tako visoka. In večina jih je za Obamo. Ali, kot je zapisala **Gail Collins** v New York Timesu (2008): *»Kako si lahko star 21 let in ne za Obamo? Kako si lahko star 53 in se ne sprašuješ, kako se bo ta relativni neznanec obnesel, ko pride do katastrof, ko postanejo stvari zares umazane in ga množica začne videti kot smrtnika?«* Po porazu Clintonove v Iowi so svetovalci menili, da so dajali Clintonu preveliko vlogo v kampanji in da se ona ne more učinkovito predstavljati kot agent sprememb, če stoji on ob njej – opomin, da bi bilo njeno predsednikovanje nadaljevanje njegovega. Mnogi so menili, da si Obama zdaj lasti moto »sprememb« in da potrebuje ona načrt B.

7 VOLITVE 2004 – Umazana kampanja, nov tip kampanje in Obama se predstavi

Leta 2004 je skrajna čustvenost in izjemna zagretost na obeh straneh kampanj popolnoma preplavila politično sfero. S pojavom spontanih ljudskih kampanj je šlo za novo obliko politike, ki je spremenila proces in obeležila konec obdobja medijske prevlade: volivci so zavrgli svojo vlogo zgolj opazovalcev in postali sodelujoči v procesu izbiranja kandidatov. Pred letom 2004 so volivci zgolj po televiziji sledili konvencijam, debatam, oglasom in si v skladu z njimi ustvarili svoje mnenje. Njihova vloga je bila pasivna - bili so videni, ne pa tudi slišani. Do leta 2004. Takrat so mediji izgubili svoj monopolistični vpliv na volilni proces - televizija je presenetljivo postala le eden od igralcev politične igre.

Najprej so bile tu knjige. 50 političnih knjig se je leta 2004 uvrstilo na seznam najbolj prodajanih. 10 od 30 najbolj prodajanih nebeletrističnih knjig je bilo o politiki in volitvah. Še nikoli poprej ni bilo v mesecih pred volitvami toliko strankarskih literarnih del.

Poleg knjig (večina demokratskih) so bili tu še radio (zlasti konservativni spletni radio je bil izredno glasen in dejaven, ko je poročal o vsakem Kerryjevem napačnem koraku – spletni ultrakonservativni radio NewsMax je postal šesta največkrat obiskana spletna novičarska stran!), elektronska pošta in seveda internet. V tem kaotičnem živahnem spletnem svetu so se politične razprave pred volitvami popolnoma razbesnele – vsak dan jih je bilo na milijone: od klepetalnic do forumov in političnih razglasov. Sloviti konservativni radijski voditelji, kot so Rush Limbaugh, Sean Hannity in Bill O'Reilly, so preplavili svoje oddaje s strankarsko retoriko. Limbaugh je prednjačil z 20 milijoni tedenskih poslušalcev, sledil je Hannity z 12, ki je v imenu Busha vodil svojo lastno kampanjo z zborovanji po vsej državi.

Tudi filmi so začeli prenašati strankarsko sporočilo. Če so radio »ugrabili« konservativci, je Michael Moore zagotovil, da je filmski sektor podpiral demokrate. Kljub vsem (upravičenim in neupravičenim) očitkom je njegov dokumentarni film Fahrenheit 9/11 v središče političnega dnevnega reda leta 2004 postavil protivojno gibanje. Njegov napad na ameriške vojake in spretno zmontirani posnetki so ljudem predstavili Busha kot tistega, ki predstavlja grožnjo Iračanom, in ne Sadam Husein. Fahrenheit 9/11 je tudi postal film za rekrutiranje edinega resnično protivojnega kandidata: Howarda Deana (vsi ostali demokratski kandidati so glasovali za vojno). Kampanja guvernerja Vermonta je ponudila način, kako postati dejaven v nasprotovanju Bushu in vojni. Njegova kampanja je pritegnila na sto tisoče prostovoljcev.

Fahrenheit 9/11 je sprožil nov fenomen, dobil pa tudi takojšne odgovore v obliki različic z desne strani (Morris 2005, 196).

A bolj kot pogovorni radio in filmi je bil za širšo politično udeležbo leta 2004 ključen novičarski program Fox z gledanostjo, ki presega CNN in MSNBC. Fox je predstavil obliko mnenjskoorientiranih pogovornih oddaj, ki so postale posebljenje večine volilne razprave 2004. Najbolj gledana oddaja Billa O'Reillyja je definirala nov žanr v novinarstvu, medtem ko so liberalnejše oddaje na CNN-u po gledanosti ostajale daleč zadaj. S Foxovima mnenjsko/pogovorno obliko in dnevnim tokom pokrivanja kampanj so bili volivci deležni poglobljenih analiz razvojev vsakega dne. A medtem ko so se mediji establišmenta posvetili kandidatovim izjavam in njihovi kampanji, so dali pri Foxu prednost dogodkom kampanje (napadi vojnih veteranov na Kerryja, prazno iraško skladišče orožja, Bin Ladnov posnetek nekaj dni pred volitvami ...). Sama narava Foxovega poročanja (mnenjsko) je ustvarjala okolje okoli kampanje bolj relevantno kot kdaj koli poprej. Poleg organiziranih novičarskih in pogovornih oddaj so jedro participatorne politike leta 2004 postali individualni e-mailerji in blogerji. Nedisциплиnirani, samoiniciativni in kaotični ti igralci v predsedniški politiki niso odgovarjali nikomur. Nobena od kampanj jim ni mogla narekovati ali celo vedeti, kaj govorijo, toliko je bilo vsak dan objav na internetu. Internet je bil v večji meri v rokah levece: najbolj znana stran je slovita MoveOn.org, ustanovljena v času Clintonovega impičmenta. Dnevi, ko bi vodja kampanje ali kandidat lahko nadziral svojo lastno kampanjo, so se končali s pojavom blogerja. V moderni dobi participatorne politike se kandidat včasih zdi kot lik, v imenu katerega vodi kampanje vsak od njegovih zagovornikov. Nobena moč na svetu ne more nadzirati ali celo disciplinirati blogerjev in e-mailerjev. V nekem smislu so oni kampanja. Njihov prispevek doseže več volivcev kot katerikoli medij – celo več kot seštevek vseh skupaj. Njihova sporočila so tista, ki odjeknejo. Zakaj tak uspeh? Prek interneta aktivist doseže svoje prijatelje, družino, sodelavce ... Vsak bo bolj verjel prijatelju kot besedam, ki jih sliši na televiziji. Poleg tega so mediji tudi vedno manj verodostojni, kar je voda na mlin blogerjem in e-mailarjem.

Zgodaj v demokratski kampanji je novinec izzivalec, guverner Vermonta Howard Dean, resno ogrožal Johna Kerryja. Nihče ni Deana jemal resno. Vermont je majhna država, ki slovi po svoji liberalnosti in biti njegov guverner ne velja za posebno zahtevno. Deanovo ostro nasprotovanje ameriškemu posredovanju v Iraku, omahovanje celo glede napada na Afganistan in njegov podpis prvega zakona v ZDA o istospolnih porokah so bili zaznani kot usodni za

predsedniške ambicije. Veliki donatorji demokratske stranke so Deana odpisali, a njegov politični svetovalec Joe Trippi je uvidel, da lahko doseže na sto tisoče protivojnih in gejevskih aktivistov ter podžge predsedniško kandidaturo prek interneta. Kampanja je sprva zaposlovala pičlih sedem ljudi, na računu je imela 100.000 dolarjev in 432 podpornikov. A uporabili so internet na način, kakršnega doslej še ni nihče videl: Deanova kampanja je vstopila v klepetalnice, objavljala na spletnih glasilih, pošiljala elektronsko pošto in dostopala do protivojnih in gejevskih skupnosti. Do konca leta 2003 je Dean zbral 50 milijonov dolarjev in na sto tisoče razgretih privržencev, ki se prej nikdar niso politično udejstvovali. Kerry, ki se je pragmatično pomikal proti sredini, je dobil resnega tekmeca v skrajno liberalnem Deanu. Ko je vermontski guverner zbral več denarja kot katerikoli drug demokrat, so ga začeli jemati resno tudi mediji. Pred pojavom interneta je kandidat svojo kampanjo financiral z lastnimi sredstvi in s sredstvi velikih donatorjev, sredstva pa je zbiral tudi s prošnjami po telefonu in pošti. Dean ni imel lastnega denarja, stranka pa ne bi financirala takega liberalnega ne favorita. Za telefon in pisma potrebuješ ogromno denarja in napora, učinkovitost pa ni zajamčena. Internet pa je spremenil celotno računico ljudskega zbiranja sredstev – denarja skoraj ne potrebuješ, potreben je le klik tipke, učinek pa je izjemen. Dean je dobil zagon. Kandidat, ki je prišel od nikoder, je nenadoma s pomočjo ljudske kampanje resno izzval favorita. Medtem, ko so si Kerry in ostali od posameznih donatorjev nabrali na deset tisoče dolarjev, se je Dean lahko pohvalil z nulo več (in s celo vojsko prostovoljcev) – zahvaljujoč Trippijevo internetni iznajdljivosti.

Ko je Dean dobival zagon, sta se Bill in Hillary Clinton (Kerryjeva podpornika) zbala, da bi njima ne ravno najbolj naklonjen guverner lahko dejansko osvojil nominacijo. V paniki sta opogumila generala Wesleyja Clarka, da vstopi v tekmo, in podprla njega. Ustrašil pa se je tudi celotni demokratski establišment, ki je bil prepričan, da bi Dean porazno izgubil proti Bushu, zato so ga začeli obstreljevati z negativnimi zgodbami. Pod pritiskom je Dean storil usodno napako in odpustil Trippija. Nazadnje so se združene sile stranke in njenih novinarskih podpornikov izkazale za prevelik zalogaj za Deanovo kampanjo in po porazih v Iowi in New Hampshiru je odstopil.

Establišmentu je uspelo premagati ljudsko gibanje – a le komaj in potrebovali so veliko truda, da so spravili Kerryjevo kampanjo spet v utečene tire. Volitve leta 2004 pa so kljub Deanovemu neuspehu pomenile začetek interneta kot gonilne sile za kandidaturo novinca. Dean je zaradi uspeha pri zbiranju denarja postal vodilni kandidat še preden je bil oddan en sam glas. Dokazal je tudi, da je lažje, ceneje, bolj produktivno in hitreje zbirati sredstva od

številnih internetnih donatorjev kot od nekaj bogatih donatorjev in skupin s posebnimi interesi. Da bi si pridobil izgubljeni zagon, se je Kerry vrnil v čas, preden je postal senator – v čas, ko je bil poročnik v Vietnamu. Liberalni senator si je nadel podobo vojnega heroja. Odločil se je tudi vse moči vložiti v Iowo, saj je vedel, da ima boljše možnosti premagati Deana tam kot v liberalnejšem New Hampshiru. Takoj, ko je Kerry uspel v Iowi, so tudi v New Hampshiru, znanem po taktičnem glasovanju, prestopili na njegovo stran.

Po New Hampshiru je bilo tekme v bistvu konec. Kerry je v ozračju, v katerem je prevladovala vojna v Iraku, zavzel podobo vojnega heroja in se obdal s svojimi »Swift Boat« soborci iz Vietnama, na konvenciji pa nastopil s stavkom »Poročnik Kerry se javlja na dolžnost«. Poteza se je pokazala za veliko napako – Američani niso hoteli poročnika za predsednika, hoteli so vrhovnega poveljnika. Če bi se Kerry raje osredotočil na svojo kariero v senatu ali sedanost, bi morda pridobil nekaj volivcev. A z vztrajanjem pri Vietnamu ga je polomil: konvencija mu skoraj ni dvignila priljubljenosti. Poleg tega so se pojavile obtožbe tudi glede njegovega bojevanja v Vietnamu. In tu je ponovno udaril internet in nova participatorna politika. Oglasila se je skupina Kerryjevih soborcev (Swift Boat Veterans for Truth), ki se niso strinjali z njegovo oznako vojnega heroja in trdili, da si ni zares zaslužil vojnih odlikovanj. Skupina je izdala nekaj protikerryjevskih TV-oglasov, za katere niti sami niso mislili, da jih bodo mediji vzeli resno. Mediji establišmenta jih res niso, so jih pa alternativni mediji (internet, pogovorni radio, kabelska televizija, blogerji) in nazadnje pokopali Kerryjevo kampanjo.

Kerryjevi svetovalci kot pri Deanu tudi tokrat niso prepoznali nevarnosti in so oglase veteranov ignorirali ter niso prepoznali potencialne škode. A konservativni radii so sporočilo veteranov prenesli milijonom poslušalcem, kmalu pa so se pridružili še blogerji. Kerryjeva kampanja je stvar še poslabšala, ker se jim ni zdelo vredno napade počastiti z odgovorom, medtem ko so veterani načenjali Kerryjevo podobo junaka. Clintonove nezgode so bile volivcem še presvež spomin. V Kerryjevem taboru so razpravljali, ali naj odgovorijo na obtožbe ali ostanejo tiho. Kerry sam je hotel odgovoriti, a njegovo osebje ga je prepričalo v nasprotno. Zgodba je nazadnje preplavila državo. Ob republikanski konvenciji konec avgusta je bila Kerryjeva verodostojnost že raztrgana, njegova prizadevanja osnovati kampanjo na vojni preteklosti pa se mu je hudo izjalovila. Prvič se je zgodilo, da je državljanom na lastno pest uspelo premagati veliko piarovsko mašinerijo demokratske stranke in nacionalnih medijev. Liberalni mediji pa so imeli rezervni načrt: ugledni novinar Dan Rather (CBS) je objavil prispevek o Bushevemu izogibanju služenja vojaščine. A pokazalo se je, da so »dokazni« dokumenti ponarejeni – pri

CBS-u tega niso preverili, na to jih je – na sramoto mreže – opozoril gledalec.

Bush je do sredine septembra imel v sondažah že tudi do 13 točk prednosti pred Kerryjem. Dodaten plus za Busha je bil, da vojna v Iraku takrat še ni bila niti približno tako osovražena, kot je danes. V tem času je Bill Clinton, ki je bil ravnokar operiran na srcu, poklical Kerryja iz svoje bolniške postelje in mu svetoval, naj posveti manj časa Vietnamu in več napadanju Busha zaradi Iraka. Vsebina pogovora je prišla v javnost in Kerryja prikazala kot nesposobneža, ki ne zna voditi svoje lastne kampanje. Ostajala pa so vprašanja, kdo je izdal vsebino pogovora. Mnogi menijo, da kar Clinton sam, saj obstaja teorija, da nekdanji predsednik ni zares hotel Kerryjevo zmago, saj bi to pomenilo, da se Clintonova ne bi mogla potegovati za Belo hišo leta 2008. A Kerryju je z osredotočenjem svoje kampanje na eno samo vprašanje, kdo bi bolje vodil iraško vojno, uspelo obrniti trend padanja priljubljenosti. Nato pa se je nekaj dni pred volitvami oglasil Osama bin Laden ... Kerry in demokrati so ga še zadnjič polomili, ko jih je tako skrbelo, da bodo republikanci ustražovali volivce na volilni torek, da so vse moči usmerili na pripravo odvetnikov, namesto da bi se posvetili kampanji. Bush je zmagal z 51 odstotki glasov in za eno državo (Ohio) (Morris 2005, 220).

8 PREDSEDNIŠKE VOLITVE 2008

Volilno leto 2008 naj bi bilo po napovedih leto demokratov. Sodeč po anketah so Američani naveličani Busheve republikanske administracije in so željni sprememb. A ker je demokratska stranka izgubila 9 od zadnjih 14 predsedniških volitev, si je pridobila sloves poražencev, analitiki pa si niso enotni, kako izboljšati njihove možnosti. Nekateri predlagajo, naj gredo nazaj k svojim koreninam kot stranka malega človeka; naj spet poudarijo razlike v družbenih slojih in se celo vpletejo v neke vrste razredni boj, z označevanjem republikancev kot stranke bogatih in privilegiranih. A danes je srednji razred tisti, ki je politično in številčno dprevladujoč, in zagovarjanje revnih lahko prinese probleme v izvoljivosti med srednjim razredom. Demokrati imajo tudi težave najti predsedniškega nominiranca, ki bi lahko tekmoval kot populist – naj se kandidat še tako trudi, Američani so izredno skeptični glede tega, kako populističen je lahko demokratski Harvardov diplomiranec iz Nove Anglije. Še ena težava za stranko je heterogenost njene koalicije v primerjavi z republikansko volilno bazo. Stranka, ki vključuje vse od zmernih belcev z juga in temnopolnih do severnjaških urbanih katoličanov, judov in drugih različnih skupin, je stranka, ki ima več težav nominirati kandidate, ki bi ustrezali vsem privržencem stranke. Še več – nekateri celo trdijo, da demokratska stranka kot

taka sploh ne obstaja, da obstaja le množica interesov – temnopoltih, proletarcev, feministk, gejev, okoljevarstvenikov itd. -, ki v demokratski stranki najdejo uporabno sredstvo za uresničevanje svojih lastnih specifičnih ciljev (Asher 1992, 8).

Demokrati so vedno imeli »talent« za izgubljanje volitev – tudi takih, ki naj bi bile že dobljene. **Bob Herbert** v New York Timesu (2008) tako piše, da demokrati v tokratnih volitvah delajo prav vse, da bi sesuli same sebe. »To je večšina, ki je tej stranki naravna. Za demokrate taka stvar kot »ne moreš zgrešiti« leto, ne obstaja:

So resnično nadarjeni za najdevanje poti, kako izgubiti. Jimmy Carter je po štirih letih ubogljivo predal ključne Bele hiše Nixonu. Bill Clinton se je leta 1992 trudil izgubiti na vse pretege, nato pa se osem let trudil vreči predsednikovanje čez okno. To imajo demokrati v sebi že 40 let. Postali so tako psihološko pretepeni od številnih desetletij razpuščenega vodstva, da zdaj smatrajo Clintonova leta, med katerimi je bil predsednik sodno preganjan, demokrati pa so izgubili oblast nad obema predstavniškima domovoma, obdobje triumfa. In zdaj pride 2008, leto, ko pa res ne morejo izgubiti – republikanskega nasprotnika bi morali odpihniti. A tudi tokrat jim je uspevalo s pričkanjem in razdvojeno stranko čedalje bolj izgubljati podporo.

8.1 Zgodovinska odločitev: prva predsednica ali prvi temnopolti predsednik

Demokratske preliminarne volitve 2008 so iz desetih bolj ali manj močnih, izkušenih in priljubljenih kandidatov naglo izluščile dva, ki sta poskrbela za zgodovinski moment v ameriških volitvah: nobena večja stranka do zdaj namreč še ni nominirala ne pripadnika manjšine ne ženske. Ko je februarja iz boja izstopil John Edwards, se je že vedelo, da bo prvič v zgodovini demokratska stranka za svojega kandidata izbrala bodisi močno žensko – senatorko Hillary Rodham Clinton bodisi karizmatičnega Afroameričana – senatorja Baracka Obamo. In izid boja med njima bo pokazal, kateri predsodek bo Amerika prej premagala: šovinizem, globoko ukoreninjen v ameriški družbi, ali rasizem, v ZDA aktualna tema vse od sužnjelastništva dalje. In glede na to, da so letos vse karte naklonjene demokratom, je velika verjetnost, da eden od njiju postane predsednik.

8.1.1 Ženska v Beli hiši

Zgodovina pozna številne izjemno uspešne ženske voditeljice – od egipčanske kraljice Kleopatre prek Elizabete I. do Marije Terezije. Ženske so dokazano uspešnejše v ustvarjanju soglasja in imajo še druge veščine, uporabne v vodenju. A če so monarhije poznale številne

velike voditeljice, pa je njihovo število v demokraciji usahnilo. Zakaj? **Nicholas Kristof** (2008) meni, da so imele vodilne ženske v monarhijah opravka predvsem z ozkimi elitami, pred katerimi so se morale dokazati, medtem ko se morajo v demokracijah, v televizijski dobi, voditeljice boriti tudi s predsodki javnosti, ki pa so do žensk precej bolj razširjeni kot do moških. 85 let potem, ko je dal 19. amandma ameriške ustave ženskam pravico do volitev, naj bi bili sodeč po izsledkih sondaž Američani končno pripravljeni na žensko v Beli hiši. V raziskavi leta 2005 se je prvič v zgodovini večina volivcev (kar 70 odstotkov – 84 odstotkov demokratov, 61 republikancev) izrekla, da je »velika verjetnost«, da bi podprli žensko za predsednico (a le 49 odstotkov jih misli, da bi jo podprli njihovi prijatelji, sodelavci, družina ...). Gre nedvomno za revolucionaren obrat v razmišljanju. Nobena velika ameriška stranka ni nikdar niti nominirala ženske za predsednico. In le ena ženska se je potegovala za podpredsedniški položaj – demokratinja Geraldine Ferraro (letos je delala kot posebna svetovalka Clintonove) leta 1984 (glej Morris 2005, 3). V senatu trenutno služi 14 žensk, osem jih je guvernerk in 59 v predstavniškem domu.

Morris (2005, 163) je v začetku predsednikovanja Billa Clintona izvedel sondažo o ženskah, ki kandidirajo za visoke položaje. Odkril je, da je »očiten seksizem v ZDA manj razširjen kot rasizem«. »Več ljudi ne bo nikdar volilo temnopoltega, kot bi zavrnilo podporo ženski kandidatki. A vsi volivci stereotipizirajo ženske kandidatke. In vsaka ženska se mora soočiti s stereotipom na način, na katerega se kandidatom manjšine ni treba,« je zapisala Morrisova ekipa. »Ženska kandidatka mora slediti vidikom stereotipa, ki so njej naklonjeni: izobraževanje, revščina, sočutje, otroci, integriteta,« je Morris takrat poročal Clintonovi. »Mora pa tudi kljubovati stereotipu s tem, da se še izjemno potruzi, da deluje ostro glede kriminala, obrambe in davkov.« Morris opaža, da je Clintonova njegove izsledke postavila za temelj svoje kampanje. Pred več kot desetletjem ji je Morris za primer take političarke, ki kljubuje stereotipu, postavil Margaret Thatcher in Clintonova danes oponaša prav njo, ko kljubuje negativnemu stereotipu žensk kot blagih pri obrambi. Celó ko je Bill Clinton kritiziral Busha in vojno v Iraku, je ona v senatu glasovala za resolucijo, ki je dajala podporo vojni.

Teza je, da bi bile nad prvo predsednico najbolj navdušene in zagrete ženske. In zgodovinska kandidatura Clintonove je nedvomno dvignila zanimanje volivk, ki bi tudi sicer bile izredno pozorne na tokratne volitve zaradi vrste problematik (vojna v Iraku, negotovo gospodarstvo, menjave na vrhovnem sodišču s posledicami na pravico do splava, državljanske pravice itd.). Novembra 2007 je anketa TV-mreže Lifetime pokazala, da bodo za skoraj 40 odstotkov žensk

volitve 2008 pomembnejše kot v preteklih letih. A da je Clintonova polarizirajoča oseba, se je pokazalo tudi s tem, da njena kandidatura kljub vsemu ni požela takega navdušenja, kot bi pričakovali za žensko z resno možnostjo postati prva predsednica ZDA. Odzivi žensk do nje so presenetljivo kompleksni in ambivalentni. Nekatere so nore nanjo, za druge se zdi, da do nje čutijo naklonjenost in sovraštvo hkrati. Številne si želijo žensko za predsednico, a raje koga drugega. Priznavajo ji uspodobljenost, a pogrešajo srčnost. In Hillary Clinton, ki je hendikepirana že s tem, da v ZDA še vedno obstaja veliko moških, ki nikdar ne bi volili za žensko, bi morala imeti precej bolj prepričljivo podporo žensk (Herbert 2007).

Clintonova pogosto namiguje na to, kaj ženske menijo o pomenu njene kandidature. Čeprav njen tabor zanika igranje na karto spola in je sama poudarjala, da se nanjo njeni tekmeci ne spravljajo zato, ker je ženska, ampak ker je favoritka, se je tudi obregnila ob »fantovski klub predsedniške politike« in včasih uporablja govorico, ki poudarja vlogo in pomen spolov.

ZDA še nikdar niso imele ženske, ki bi bila v tako dobrem položaju postati predsednica. Večino ameriške zgodovine ženske niso smele niti govoriti v javnosti in prvo žensko, ki je kandidirala za predsednico ZDA, Victorio Woodhull, so leta 1872 skoraj izobčili zaradi njene »predrznosti«. Prva ženska, ki je kandidirala za predsedniško nominacijo ene večjih strank, senatorka Margaret Chase Smith, je bila v New Hampshiru zreducirana na dajanje svojega recepta za mafine. Temnopolti moški so v ZDA dobili pravico do volitev pol stoletja prej kot ženske in so se navadno tudi dvignili na položaj prej kot ženske. Še celo sam tekmelec Clintonove Obama je – v želji po nabiranju ženskih glasov verjetno – dejal: *»Mislim, da bi morale biti ženske ponosne na kandidaturo senatorke Clintonove in zgodovinsko naravo njene tekme. To je pristen znak napredka.«* Čeprav je ob tem hitro dodal, da spol kandidata ni in ne bi smel biti odločujoči dejavnik.

Številne Američanke so namreč v precepu, saj bi po eni strani dale vse, da bi ženska postala predsednica, po drugi strani pa jim ugaja Obama. Kate Michelman, svetovalka pri predsedniški kampanji Johna Edwardsa, je tako volivkam dejala, da je kandidatura Clintonove zgodovinska in razburljiva ter da »smo zapravili veliko časa in prepotovali dolgo pot, da smo prišle do te točke«, a je dodala: »To nas ne pripelje do točke, kjer spol postane edina stvar ali celo najpomembnejši dejavnik, ki določi našo odločitev.« (Toner 2007). Mnoge feministke so odkrito priznavale, da jih izbira muči, češ, kako naj ne volim za žensko? Nekatere so na tehtnico postavile svoj feminizem na eni strani in svojo naprednost na drugi. In pogosto je zmagala slednja in so volile za Obamo. »Hillary ne daje videti, da je biti ženska zabavno. In

njena bila-sem-žrtev kampanja je depresivna,« piše Maureen Dowd (2008). Na prvem spopadu, v Iowi, je Obami uspelo izbrisati prepad med spoloma in s Hillary Clinton sta si ženske glasove bolj ali manj porazdelila oziroma jih je celo več volilo za Obamo. Obami je bila v veliko pomoč pri nabiranju ženskih glasov prav ženska – in to pomembna ženska: Oprah Winfrey, ki je obiskala nekaterih zgodnejših zborovanj, na katere je pritegnila množico volivk.

Ironično je, da volivci zavračajo prvo resno žensko predsedniško kandidatko in jih bolj privlači bolj ženski slog njenega moškega rivala. Clintonova je naredila vse, da bi bila videti bolj mačistična – prišla je na odbor oboroženih sil, glasovala za iraško vojno, je proti diplomatskim pogovorom z nekaterimi spornimi tujimi voditelji ..., a nazadnje izgublja proti kandidatu, ki volivce nabira (tudi) zato, ker je bil od samega začetka proti vojni in ki bi se usedel za mizo tako z iranskim kot s kubanskim voditeljem (Dowd 2008).

Niso vse ženske – tudi zagrizene feministke – tako navdušene nad Clintonovo, da bi avtomatično volile zanjo. Mnogim se zdi, da si sploh ne zasluži postati prva ženska v Beli hiši, češ da je na vsak položaj, od partnerke v odvetniški firmi do senatorskega stolčka – prišla zaradi poroke z Billom (DiCola v Wall Street Journal): »Čudno je, da je prva ženska z možnostjo, da postane predsednica, tako odkrito odvisna od svojega soproga, da jo povleče čez ciljno črto.« (Dowd 23. 1. 2008) in: »Včasih dvomimo, ali si ženska, katere najboljša politična poteza je bila poroka, zasluži postati prva ženska v Beli hiši« (2008). Ob tem pa Howleyjeva priznava, da je neprijetna resnica ta, da je politični nepotizem pogosto dobro služil feminističnim prizadevanjem. Leta 1924 je tako teksaška demokratinja Miriam A. Ferguson postala prva ženska guvernerka, potem ko so s tega položaja odstavili njenega moža. In zgodovina je polna primerov žensk, ki so podirale politične pregrade zaradi svojih družinskih vezi, ki so jim to omogočile. Zakaj so Indija, Indonezija, Mjanmar, Pakistan in Filipini bolj pripravljeni izvoliti žensko kot ZDA (te sodeč po eni raziskavi polarizirajo vloge spolov bolj kot povprečna demokracija): Družbe, ki cenijo kandidatove družinske veze in imajo zato zgodovino nepotističnih nasledstev, so pogosto odprte do ženskega vodstva, če le nosi pravo »znamko«. Benazir Buto, Indira Gandhi, Aung San Suu Kyi ... so podrle pregrade spola na podlagi svojega družinskega imena. V ZDA, kjer je lani še vedno 14 odstotkov vprašanih odgovorilo, da ne bi volilo ženske, je bilo nepotistično napredovanje za ženske v politiki najpogostejše v zgodnjem 20. stoletju. Šest od prvih 14 žensk, izvoljenih v Kongres, je bilo vdov kongresnikov, tri hčerke politikov. Prve tri senatorke so vse nasledile svoje soproge.

Družbeni psihologi so odkrili, da so ljudje ženske voditeljice tipično vidijo kot tople, všečne in nesposobne ali pa hladne, odmaknjene in sposobne. Biti močna, sposobna ženska pomeni biti kulturološko neprivlačna, kar verjetno delno razloži, zakaj si malo Američank želi kandidirati za visok položaj. Po svetu so celo priljubljene političarke (Margaret Thatcher, Angela Merkel, Golda Meir ...) označene za »železne dame«. Ženska mora v svetu, ki mu vladajo moški, hoditi po tanki črti med ženskostjo in moškostjo, močjo in ranljivostjo. Američanke vidijo dvojne standarde, ki jih sovražijo – ko so moški novinarji označili smeh Clintonove kot kokodakanje ali njen glas kot »ribajoč«, ko se je Rush Limbaugh spraval na njene gubice ali ko je potekala razprava o njenih »tolstih gležnjih«. ... »Res pa je, da nikdar ne bomo vedeli, koliko očitkov leti na Hillary, ker je ženska, in koliko, ker je ravno ta ženska« (Dowd 2008).

Profesorica komunikacij na univerzi v Pennsylvaniji **Kathleen Hall Jamieson** je v odgovor na vesplošno komentiranje načina smeha Clintonove podala opazko: "Vemo, da obstaja diskurz, ki obsoja ženski govor, ne obstaja pa tak, ki obstaja moški govor. Ženski govor označujemo za predirljiv in vreščav. In smeh Hillary Clinton so opisovali kot kokodakanje." Po solzah Clintonove ipd. tik pred volitvami v New Hampshiru (s čimer je Clintonova na svojo stran pridobila veliko žensk, ki so se dokazano na njeno stran postavile vsakič, ko je bila videti najbolj ranljiva) sta New York Times in Newsweek odkrila, da se je razprava o vlogi spola v kampanji pomaknila v nacionalni politični diskurz. Številni tako menijo, da je šovinizem v ZDA bolj prisoten (in precej manj obsojan) kot rasizem.

»Hillary Clinton ne bi mogla uporabiti javnega sloga Obame – ali celo Billa Clintona –, ne da bi jo washingtonski strokovnjaki imeli za preveč emocionalno,« trdi **Gloria Steinem** (2008):

Zakaj se torej pregrado spola ne jemlje tako resno kot rasno pregrado? Ker se seksizem še vedno zamenjuje z naravo, kot se je nekoč rasizem; ker je karkoli, kar prizadene moške, videti resnejše kot karkoli, kar prizadane »le« žensko polovico človeške rase; ker otroke še vedno povečini vzgajajo ženske, tako da so moški še posebej nagnjeni k temu, da se počutijo, kot da regresirajo v otroštvo, kadar imajo opravka z močno žensko; in ker še vedno ni »pravega« načina biti ženska na javnem položaju, ne da bi te imeli za »psico«.

O boju Clintonova-Obama pa:

Kar me skrbi, je, da je zaradi svoje rase videti kot združevalen, medtem ko je ona zaradi svojega spola videti kot polarizirajoča. Kar me skrbi, je, da jo obtožujejo, da »igra na karto spola«, ko govori o politiki kot fantovskem klubu, medtem ko je on viden kot združevalen, ko govori o boju za državljanske pravice. Kar me skrbi, je, da so bili moški

volivci v Iowi videti kot ne ozirajoči se na spol, ko so podprli enega od svojih, medtem ko so bile volivke videti kot pristranske, če so to storile, ali pa nezveste, če tega niso. Kar me skrbi, je, da mediji ignorirajo Obamovo odvisnost od starega – denimo primerjave z JFK-jem, medtem ko ne oporekajo temu, da naj bi bila njena napredna politika del washingtonskega statusa-quo. ...

Temnopolta Shirley Chisholm, predsedniška kandidatka leta 1972, pravi, da se je vedno srečala z več predsodki, ker je ženska, kot ker je temnopolta.

Ko je Obama z zmago maja v Oregonu že odločil nominacijo v svojo korist, se je v zmagovitem govoru poklonil tudi nasprotnici, češ da je njena odmevna kampanja »tlakovala pot tudi mojima hčerkama«.

8.1.2 Afroameričan za predsednika

V zgodovini borbe Afroameričanov za volilno pravico in enakopravnost so imeli temnopolte sprva na svoji strani republikanci, nato so ti počasi začeli prehajati k demokratom, dokler jih niso na volitvah 1952 in 1956 ponovno pridobili republikanci. Predsednik Eisenhower je namreč takrat postavil za vrhovnega sodnika Earla Warrena, ki je vodil sodišče leta 1954 pri odločitvi, da ukine rasno segregacijo v šolah. Takoj za tem je Eisenhower ukazal desegregacijo šol. V letih 1957 in 1959 je predlagal zakone, s katerimi so temnopolti na jugu dobili pravico do volitev. Demokratska prevlada med temnopoltnimi volivci se je začela šele leta 1960, ko je takrat še predsedniški kandidat John F. Kennedy poklical ženo Martina Luthra Kinga, ko so tega poslali v zapor. Medtem je njegov brat Bobby dosegel Kingovo izpustitev. Na dan volitev so temnopolti svojo hvaležnost izkazali s podporo Kennedyju v razmerju 70-30 odstotkov in ga popeljali v Belo hišo. Leta 1964 so bili temnopolti že v veliki meri na strani demokratov, ko je predsednik Lyndon B. Johnson združil žalujoči narod po atentatu na Kennedyja in zahteval sprejetje Kennedyjevega zakona za pravice temnopoltnih, ki je končal diskriminacijo na skoraj vseh področjih javnega življenja. V 70. letih je za dodatne rasne napetosti poskrbel republikanski predsednik Richard Nixon, ki je v 60. letih izgubil glasove temnopoltnih, zato je uvedel »južnjaško strategijo«, po kateri je spreobračal bele demokrate z juga v republikance z nasprotovanjem integraciji temnopoltnih v šole. Nixonova strategija je uspela in jug je postal republikanski – tudi, ko so temnopolti prehajali k demokratom. To je spremenil šele Bill Clinton, ki je zmanjšal kriminal in privabil proletarce nazaj k demokratom, ne da bi pri tem izgubil podporo temnopoltnih. Beli rasizem je izginil iz središča ameriškega političnega spektra. Veliko zanimanje za kandidaturo Colina Powella leta 1996 med republikansko bazo kaže, kako

so se rasni odnosi izboljšali. Kjer so nekoč morala sodišča posredovati z razdelitvijo volilnih okrožij, da so zagotovila izvolitev črnih kongresnikov, je z nedavnimi odločitvami, da se te umetne razdelitve ukinejo, večina temnopolnih kongresnikov ostala na svojih položajih, čeprav je delež manjšinskih volivcev v njihovih okrožjih upadel. Belci volijo za temnopolte v vse večjih številkah. A grenka ironija je, da je temnopolte po letu 1965 njihovo zvesto zavezništvo z demokrati oropalo prave politične moči. Demokrati glasove temnopolnih obravnavajo kot dane in se raje posvetijo belcem in Latinoameričanom (Morris 2005, 59).

Je Afroameričan lahko izvoljen za ameriškega predsednika? Še celo pred 10 leti, ko je vzbudila veliko zanimanja potencialna kandidatura Colina Powella, so številke podpirale to domnevo. Interne sondaže v Beli hiši so takrat pokazale, da bi Powell premagal predsednika z 52 proti 44 odstotki. Barva kože torej morda ne predstavlja ovire za takšnega kandidata – morda je celo njegova prednost. Poleg tega, da bi sicer nizka volilna udeležba med temnopolnimi volivci lahko narasla (in tako koristila demokratom), bi navdušenje nad Powellom leta 1996 (ali Obama že pred njegovo kandidaturo) lahko razkrilo globljo resnico o rasnih odnosih v sodobni Ameriki: veliko število belih volivcev bi morda rade volje volilo za temnopoltega, da bi izbrisali ameriško nacionalno dediščino rasizma. Če je gibanje za pravice temnopolnih v 60. letih podžigala pesem *We Shall Overcome (Premagali bomo)*, bi izvolitev temnopoltega predsednika poslalo zelo drugačno sporočilo: *We Have Overcome (Premagali smo)* (Morris 2005, 181). V sondaži leta 2007 je le dobrih 5 odstotkov odgovorilo, da ne bi volili temnopoltega kandidata – velikanski politični premik od izpred 50 let, ko jih je več kot polovica odgovorila, da ne bi volili temnopoltega.

Obama je nedvomno prišel dlje kot katerikoli temnopolti predsedniški kandidat pred njim. Al Sharpton ni osvojil nobene države, Jesseju Jacksonu leta 1988 pa je uspelo osvojiti kar osem držav – a dobil tudi v teh državah le od 7 do 10 odstotkov glasov belcev. Kar se zdi političnim analitikom najbolj osupljivo, je, da si je Obama svojo politično bazo v prvi vrsti zgradil med belimi volivci. In glede vseh pomislekov, ali lahko temnopolti kandidat zmaga na glavnih volitvah: Obami ni uspelo zmagati le v črnih državah, kot sta Južna Karolina in Misisipi, pač pa tudi v takih kot Iowa, ki je 95-odstotno bela. Ali so ZDA pripravljene na črnega predsednika? Zmaga Obame v Iowi morda ponuja odgovor. In mnogi menijo, da države, kjer je rasizem še vedno močno prisoten, tako ali tako ne bi volile za demokrata.

Obamov uspeh je – vsaj v začetku njegove kampanje – ustvarjal bojazen, negotovost in kar nekaj ljubosumja med starejšimi temnopolnimi politiki. Črni politični in družbeni aktivisti, še

vedno vkoreninjeni v politiko gibanja za državljanske pravice 60. let, so sumničavi, zakaj se zdi tolikim belcem ta temnopolti kandidat sprejemljiv. Obama ni nikdar imel težav s privabljanjem belih volivcev. V svoji neuspešni kampanji leta 1999 za illinoiški senat je izgubil proti Bobbyju Rushu, nekdanjemu črnemu panterju – Obama je osvojil bele glasove, a izgubil črnske v pretežno črnem okrožju. Potreboval je kar nekaj časa, da je dojel, da so to glasovi, ki jim je treba dvoriti. Večina pomislekov izvira iz Obamovega porekla in pripadnosti novemu razredu črnskih politikov – bil je premlad, da bi korakal z Martinom Luthrom Kingom in izkusil segregacijo (še več: v belih ustanovah je bil izredno uspešen), šolal se je na prestižnih univerzah in se ni dvignil po politični lestvici s politiko temnopoltih.

Temnopolti veterani v Obamovih govorih »pogrešajo« jezo, odtujenost in pesimizem, pogosto prisoten v govorih velikih ameriških črnskih voditeljev. Njegov slog je bolj spraven kot izzivalen, bolj je tehnokrat kot pridigar. Senator govori o Ameriki kot o »magičnem kraju« raznolikosti in imigracije in ima v svojih nastopih sposobnost dajati Američanom spet dober občutek glede njihove države in da lahko ljudje, ki imajo svojo državo radi, to tudi spremenijo. Na Kinga spominja v svojih pozivih premagovanja rasnega razkola in dosega točke, ko lahko sinovi sužnjev in sinovi sužnjelastnikov izberejo predsednika ne ozirajoč se na barvo njegove kože. Obamova biografija in retorika sta celo vodili do pomislekov, ali je »dovolj črn« in ali se »obnaša kot belec« (to je izjavil Obamov podpornik, pastor Jesse Jackson, ki je sam dvakrat kandidiral za predsednika, ob tem pa pripomnil še, da vsi demokratski kandidati razen Edwardsa ignorirajo stiske temnopoltih). A še en nekdanji predsedniški kandidat, pastor Al Sharpton, pojasnjuje: *»Temnopolti kandidat noče dajati vtisa, da je samo temnopolti kandidat. Če se pretirano identificira s Sharptonom, je videti, kot da je le črnski kandidat. Beli kandidat iztegne roko Sharptonu in je videti, kot da ima sposobnost povezovanja. Videti je predsedniški. To je ta dvojnost«* (Scott 2007). Ali, če citiram **Merla Blacka**, profesorja političnih ved na univerzi Emory (AP 2008): »Obama kandidira na način, ki je veliko belim volivcem izredno simpatičen. Ob njem se ne počutijo krive. Ne kandidira kot Jesse Jackson ali Al Sharpton. Pozicioniral se je ne kot črnski kandidat, ampak kot kandidat, ki je slučajno črn.«

A najpomembnejše vprašanje skeptičnih črnih volivcev je, čigave vrednote in prioritete bo predstavljal, če postane predsednik? Le 50 odstotkov temnopoltih Američanov je novembra 2007 dejalo, da Obama deli njihove vrednote, v celoti pa le 29 odstotkov vprašanih vseh barv kože meni, da Obama odseva vrednote temnopoltih. Pa čeprav se Obamov izpis glasovanja ne razlikuje od ostalih temnopoltih politikov (Scott 2007). Demokratski senator in kasnejši

Obamov podpredsedniški kandidat Joe Biden je »Obamov« del črne skupnosti poimenoval za »čisti in artikulirani del« - to je tisti (naraščajoči) del afroameriške skupnosti, ki pravi, da se čuti glede vrednot in prioritet bližje beli Ameriki. Obama predstavlja novo znamko večrasne politike. Volivce prosi, naj se pomaknejo z njim prek rase in prek gibanja za državljanske pravice k politiki deljenih vrednot (Williams 2007). Kljub temu pa so Obami dodelili varovanje tajne službe že pomladi leta 2007 – noben predsedniški kandidat je ni dobil že tako zgodaj. Obama je takrat priznal, da je prejel nekaj rasno motiviranih groženj.

Obamovo prepričevanje temnopoltih volivcev, da je boljši kandidat od soproge »prvega črnkega predsednika ZDA«, je trajalo kar nekaj časa in pogosto jim je moral prilagajati svojo retoriko. Če sicer nikdar ne izpostavlja svoje rase oziroma za razliko od starejših črnih politikov o njej govori zgolj posredno, jo je pred temnopoltimi moral, da si je priboril njihovo zaupanje. Če je svojo kampanjo začel kot alternativa sharptonom, je moral kmalu klicati prav Sharptona za podporo in pomoč pri temnopoltih. Kot politik mešane rase mora Obama za dosego svojih političnih ciljev hoditi po tanki liniji, da bo privlačen za belce in da bo hkrati še vedno zadovoljeval pričakovanja temnopoltih. Oktobra leta 2007 je Hillary Clinton uživala podporo 62 odstotkov Afroameričanov – Obama le 34 odstotkov. A ko so se temnopolti začeli počasi pomikati k Obami, je tabor Clintonovih nehalo skrbeti za mnenja temnopoltih. V prizadevanju prestrašiti bele volivce, so Obamo označili za uporabnika kokaina (glavni strateg Clintonove Mark Penn), »črnega kandidata« (strategi Clintonove) in drugega Jesseja Jacksona (Bill Clinton). Rezultat? Črna Amerika je v velikem številu zapustila Clintonova.

A belo Ameriko so po drugi strani kar precej prestrašile »protiameriške« izjave Obamovega pastorja, ki so marca poskrbele za pravi škandal, saj je bilo njegovo sporočilo o rasistični Ameriki diametralno nasprotno od Obamovega, ki trdi, da ZDA lahko presežejo vse prepade. Senator je problem delno rešil s prelomnim govorom o rasi v Ameriki. »Z raso se je soočil naravnost, nato pa segel čez njo in govoril s sočutjem o izkušnjah belega delavskega razreda in o obvezi do delavcev, ki so ostali brez službe in pokojnine,« je zapisala Janny Scott (2008). V govoru je naslovil suženjstvo, a iz tega ni izpeljal, da se temnopoltim nekaj dolguje, temveč da je čas, da se narod izboljša in oblikuje bolj popolno unijo. »*Globoka napaka pridig častitega Wrighta ni, da je govoril o rasizmu v naši družbi, temveč da je govoril, kot da bi bila naša družba statična in da ni bilo narejenega nobenega napredka,*« je bil užaloščen Obama.

Bradleyjev efekt

Ko obravnavamo temnopolte kandidate, ne moremo mimo tako imenovanega Bradleyjevega efekta. Temnopoltni kandidat se po sondažah drži zelo dobro, napoveduje se mu morda celo zmaga – in to še dan pred volitvami, na koncu pa izgubi. Strokovnjaki so ta pojav prvič opazili, ko je losangeleški župan Tom Bradley leta 1982 kandidiral za guvernerja Kalifornije proti belemu republikanskemu kandidatu. Vse sondaže so napovedovale zmago Bradleyja, nazadnje pa je izgubil. Po analizi so ugotovili, da bi Američani pred anketarji radi izpadli brez predsodkov in odgovorijo, da bodo volili temnopoltega oz. so še neodločeni, ko pa stopijo v intimo volilne kabine, obkrožijo belega kandidata. Javno so za temnopoltega, zasebno za belopoltega. V ZDA nihče ne sme veljati za rasno neobčutljivega. Bradleyjev efekt v ameriški politiki ni tako redka zadeva, zato je treba sondaže glede Obame pogosto vzeti malce z rezervo. Bradleyjev efekt je bil tudi razlog, zakaj ni za predsednika kandidiral Colin Powell. Ta naj bi leta 1995 nad kandidaturo obupal – ko so testirali njegove rejtinge, so sicer ugotovili, da mu kaže bolje kot Clintonu, toda svetovalci so mu rekli, da to nič ne pomeni. Poleg tega sondaže zajemajo le majhen vzorec in mnogi zavrnejo sodelovanje. Strokovnjaki ugotavljajo, da so revnejši, manj izobraženi belci tisti, ki pogosteje zavrnejo sodelovanje v anketah kot premožnejši in bolj izobraženi. In ti belci, ki ne odgovorijo na sondaže, so nagnjeni imeti manj pozitivna stališča do temnopoltnih kot tisti, ki v anketo privolijo (Kohut 2008).

Obstaja tudi veliko belih demokratov, ki pravijo, da bi volili temnopoltega, a se bojijo, da bi bil njihov glas jalov, ker ne bi dovolj ostalih belcev pokazalo pripravljenost voliti Obamo. V preliminarnih volitvah 2008 se je vedno znova pokazalo, da so proletarski, nižje izobraženi belci na strani Clintonove in številni v državah, kot sta Pensilvanija in Zahodna Virginija, so odkrito priznali, da ne bi nikdar volili za temnopoltega.

9 TRENDI IN IZKUŠNJE

Ena glavnih tem letošnjih preliminarnih volitev so bile nedvomno izkušnje. Natančneje, koliko jih Hillary Clinton ima in Obama nima. Kako resna prepreka v predsedniških volitvah je pomanjkanje političnih izkušenj? Sodeč po pregledu največjih ameriških predsednikov, ne velika, obseg izkušenj v nacionalni politiki pa je izjemno slab napovedovalec volilnega uspeha. Številni med njimi so se zelo dobro odrezali kot predsedniki kljub pomanjkljivim izkušnjam. Predsedniške biografije celo razkrivajo, da so mnogi od najbolj cenjenih predsednikov imeli pred tem zelo malo izkušenj. Največji ameriški predsednik, Abraham Lincoln, jih ni imel

skoraj nič. Njegova celotna nacionalna politična služba je bil dveletni staž v predstavnem domu, ki ga je odslužil že deset let pred tem, ko je kandidiral za predsednika. Lincoln si je prave izkušnje nabral kot javni odvetnik, pri čemer si je izostril večšine javnega govorca in pisca ter tako uspešno komuniciral z ameriškim ljudstvom.

Trije od ameriških največjih predsednikov – Theodore Roosevelt, Woodrow Wilson in Franklin Delano Roosevelt – so imeli le minimalne izkušnje. Theodore Roosevelt je bil guverner New Yorka manj kot dve leti, preden je bil nominiran za podpredsednika – predsednik je postal nekaj mesecev kasneje. Podobno je bilo z Wilsonom, ki si je ugled pridobil kot predsednik univerze Princeton, nato bil izvoljen za guvernerja New Jerseyja, leto in pol kasneje je bil že predsednik ZDA. F. D. Roosevelt je služil le tri leta kot newyorški guverner. Še največ izkušenj si je nabral leta poprej kot pomočnik tajnika mornarice med prvo svetovno vojno. Andrew Jackson je pred kandidaturo imel za seboj le dveletni senatorski staž. In nekateri predsedniki (Dwight Eisenhower, Herbert Hoover, Zachary Taylor, Ulysses Grant ...) sploh niso nikoli služili na izvoljenem položaju, preden so postali predsedniki. Navsezadnje je bil prav Bill Clinton tisti, ki je rekel: *»Iste stare izkušnje niso pomembne.«* In da je najkoristnejše usposabljanje tisto, ki pride iz izkušenj, *»zakoreninjenih v resničnih življenjih resničnih ljudi«*, da bodo *»prinesle resnične rezultate, če imamo pogum za spremembe«*. Tisto leto so televizije predvajale oglas Busha starejšega, v katerem je pozival volivce, da obdržijo Ameriko *»v rokah izkušenj«*.

Po drugi strani pogledjmo pet predsednikov od leta 1900 dalje z največ političnimi izkušnjami: William McKinley, Lyndon Johnson, Richard Nixon, Gerald Ford in George H. W. Bush. Imeli so odlične tehnične veščine – a nobenega izmed njih ne uvrščamo med največje ameriške predsednike. Ne da so izkušnje brezpredmetne, a ni potrebno, da so politične, da so uporabne. Leta vojnega ujetništva Johna McCaina ga delajo dovetnejšega za razumevanje mučenja in Obamova leta kot občinski organizator, ki se je boril proti revščini, mu dajejo vpogled v enega največjih ameriških problemov, revščino, njegova leta v Indoneziji pa mu dajejo razumevanje tujih kultur – že leta 2002 je predvidel, da Iračani Američanov ne bodo *»sprejeli s cvetjem«*. Da politične izkušnje niso vse, lahko povedo tudi trije z največ izkušnjami v Washingtonu: senatorja Joe Biden in Chris Dodd ter guverner Bill Richardson – letošnji demokratski predsedniški kandidati, ki pa so že takoj izpadli iz tekme. In predsedniški kandidat z daleč največ izkušnjami je McCain; če Clintonova meni, da so izkušnje merilo za izbiro predsednika, lahko začne premišljevat, da bi podprla njega. *»Na glavnih volitvah ta njen argument pač ne*

bo deloval: v trenutku, ko bo poskušala s svojimi »35-letnimi izkušnjami«, bo McCain odgovoril z oglasom, kako je bil on preizkušan, ko se je teh 35 let pričelo, ko je leta 1973 prišel iz petletnega vojnega ujetništva. In kako se bo lahko Clintonova oglaševala za vrhovno poveljnico na prvi dan, ko bo tekmovala proti dejanskemu poveljniku in vojnemu heroju?« (Rich 2008). »Da postavim drugače, pomislite, kateri politik danes je najbolj izkušen v klasičnem pomenu besede in naj bi bil zato najbolj kvalificiran za predsednika. To je Dick Cheney. Komentar ni potreben« (Kristof 2008). Maureen Dowd pa: »Izkušnje ne premagajo razburljivosti, sicer bi bil Nixon predsednik že v prvem poskusu, ata Bush bi dobil drugi mandat in predsednik Gore bi do zdaj že preprečil taljenje Zemlje« (2008).

Izkušnje, ki se zdijo bolj temeljne, je službovanje na administrativnem položaju. Navsezadnje je predsednikovanje v prvi vrsti in predvsem administrativna služba. Glavni vršilec pa je odgovoren za nadzorovanje široke izvršilne veje in njenih stotisočih uslužbencev (Morris 2005, 172). Od leta 1963 je vsak ameriški predsednik (razen Forda, ki pa ni bil izvoljen) pred tem imel obsežne administrativne izkušnje. Štirje so služili kot guvernerji (Carter, Reagan, Clinton in W. Bush), trije so bili podpredsedniki (Johnson, Nixon in H. W. Bush), Bush starejši pa je imel tudi administrativne izkušnje kot direktor Cie in veleposlanik pri Organizaciji združenih narodov. Za razliko od njih so se kandidati, ki so v tem obdobju kandidirali za predsednika brez administrativnih izkušenj, odrezali precej slabo (senatorji Goldwater, McGovern, Dole in Kerry so vsi izgubili).

Čeprav Clintonova ima izkušnje na izvoljenem položaju, pa nima nikakršnih administrativnih izkušenj. Kot odvetnica ni bila upravna partnerica in ni imela osebja, ki bi ga morala nadzirati. Kot prva dama ZDA je imela izjemno majhno osebje in se ni spopadala z nobenimi administrativnimi izzivi. Edina izjema je bilo nadzorovanje programa zdravstvene reforme, pri čemer pa je večino administrativnih in upravnih dolžnosti predala Iru Magazinerju, rezultat pa je bil porazen. Eden glavnih argumentov Clintonove proti Obami je njena "izkušnost" (glej stran ...) – vendar, ali lahko svoja leta kot prva dama, ki je predvsem protokolaren položaj, šteje za izkušnje? Obama, ki tako rad zavzema vlogo modrega državnika, pa ima po drugi strani res vsega pičila tri leta kariere v senatu. Zgodnje sondaže so sicer res pokazale, da večina volivcev meni, da ima Clintonova več izkušenj, a iste sondaže so tudi že dajale skupno prednost Obami. Kar pomeni, da volivci tudi leta 2008 bolj cenijo spremembe kot izkušnje. Osem let Busha je uničilo vsako idejo, da so izkušnje pozitivni kazalec bodoče predstave.

10 PREDSTAVITEV GLAVNIH DEMOKRATSKIH KANDIDATOV

10.1 Senatorka HILLARY RODHAM CLINTON

Hillary Rodham Clinton ni le ena izmed najprepoznavnejših imen ameriške politike, ampak tudi ena vodilnih žensk sveta, ki jo revija Forbes že leta uvršča v vrh najmogočnejših žensk.

Številni analitiki so že leta pred predsedniškimi volitvami leta 2008 predvidevali jasno zmago Clintonove – ob pomanjkanju demokratskih favoritov in nefavoriziranem položaju republikancev po osmih letih čedalje manj priljubljenega Busha so nekateri celo trdili, da sploh ne bo imela konkurence. **Dick Morris in Eileen Gann** sta tako v svoji knjigi *Condi vs. Hillary* (2005) predvidevala, da bi nominacija Clintonove požela izjemno razburjenje in dala demokratom nesporno prednost na volitvah.

A Morris ni računal ne na kandidaturo še enega zgodovinskega kandidata – Baracka Obame kot potencialnega prvega temnopoltega predsednika ZDA ne na oster boj, ki bi sledil in ki bi lahko uničil stranko. Ni čudno, da je Clintonova dolgo veljala za glavno (edino?) favoritinjo: je priljubljena (vsaj bila je ob začetku kampanje), ima podporo ženskih volivk (ene od ključnih podpornih skupin, ki pogosto odločijo volitve), samozavestna, denar zaradi trdne baze donatorjev zanj ni težava (to se je ob zmagah Obame začelo spreminjati), oblikovala je zvesto ekipo in strateško razporedila svoje nekdanje uslužbence na položaje v političnih odborih in demokratski stranki, izboljšala je zunanji videz.

Pred kampanjo je oblikovala svoje sporočilo (glej Morris 2005, 22): »Hillary Clinton je delavna, učinkovita zmerena političarka, ki lahko sodeluje tudi z najbolj konservativnimi republikanci pri skupnih, vidnih (in navadno nekontroverznih) projektih. Podpira vojsko, je sposobna v zunanji politiki in se bori, da bi naše otroke obvarovala pred pornografijo in nasiljem. Je izkušena: osem let je preživela v Beli hiši. Je neodvisna od svojega soproga, čeprav še kako poročena, in resna. Ni, ponavljam, NI liberalna.«

10.1.1 Življenjepis Hillary Rodham Clinton

Hillary Diane Rodham se je rodila 26. oktobra 1947 v konservativni metodistični družini v Illinoisu. Že njeno rano mladost je zaznamoval socialni aktivizem, še kot republikanka je sodelovala v predsedniški kampanji Barryja Goldwaterja, leta 1968 se je udeležila protivojnih demonstracij. V svoji avtobiografiji piše, da se je njeno politično življenje zares začelo na

kolidžu, kjer je demonstrirala, branila črne panterje in celo delala v pravni pisarni nekdanjega komuniste Roberta Treuhafta, odvetnika panterjev. Clintonova je nase vedno gledala kot na zagovornico družbenih sprememb. Že na kolidžu so sošolci Clintonove menili, da bo nekoč postala predsednica ZDA. Bila je predsednica univerzitetnih Mladih republikancev, preden je v ozračju bitke za državljanske pravice in vietnamske vojne zamenjala stranko. Ko je študirala pravo na Yaleu, je spoznala Billa Clintona. Ko ji ni uspelo opraviti pravo sodnega izpita v Washingtonu, v Arkansasu pa ji ga je, se je preselila tja. Po poroki leta 1975 se je odločila obdržati priimek Rodham. Clinton je bil leta 1978 izvoljen za guvernerja, Clintonova se je pridružila ugledni pravni firmi Rose. Ko je on za dve leti izgubil guvernerski položaj, je po številnih kritikah le začela uporabljati priimek Clinton in se posvetila moževi kampanji.

Leta 1992 sta se Clintonova posvetila boju za Belo hišo in ona mu je vedno stala ob rami – tudi ob obtožbah zunajzakonskih razmerij. Med kampanjo je dala Clintonova jasno vedeti, da ne namerava biti ena od tistih soproj, ki “ostajajo doma in pečejo piškote”, kar je dvignilo precej prahu, Bill pa je dejal, da bi z njegovo izvolitvijo Američani dobili “dva za ceno enega”. Januarja 1993 je Hillary Clinton postala prva dama ZDA (prva v zgodovini s podiplomsko izobrazbo, lastno profesionalno kariero in lastno pisarno v zahodnem krilu). Kritiki so ji očitali preveliko vlogo v administraciji, še zlasti, ko je njen predlog za reformo zdravstvenega sistema neslavno propadel. Njeni rejtingi priljubljenosti so padli na 35 odstotkov, republikanci pa so njen polom izkoristili in dobili nadzor v obeh domovih. Clintonova se je še naprej ukvarjala z zdravstveno, otroško, žensko in družinsko problematiko, v tem času pa tudi obiskala 79 držav (podrla rekord potovanj prve dame). Clintonova sta se ves čas otepala svoje vpletenosti v finančni škandal Whitewater iz časa, ko je ona delala pri firmi Rose. Ko so skrivnostno izginule dokumente leta 1996 odkrili, je Clintonova postala prva prva dama, ki so ji izročili poziv za pričanje pred zvezno poroto. Zaradi nezadostnih dokazov so primer opustili. A to ni bil edini škandal, povezan s Clintonovima: od odpustitve uslužbencev urada za potovanja Bele hiše in sumljivo izginulih dokumentov do neverjetno visokih dobičkov Clintonove in neprimerne dostopa do FBI-jevih poročil. A najhujši je bil tisti z Monico Lewinsky. Razkritje, da je imel predsednik razmerje s pripravnico, je vodilo do njegove ovadbe. Ko je stvar sprva prišla na dan, je Hillary Clinton vse skupaj zvrnila na “veliko desničarsko zaroto”, a ob vseh dokazih in njegovemu priznanju je javno stala ob njem, zasebno pa razmišljala o ločitvi. Rejtingi so se ji strmo dvignili na 70 odstotkov.

Leta 1999 se je Clintonova odločila potegovati se za položaj newyorške senatorke. Leta 2001 se je prvič zgodilo, da je bila prva dama izvoljena v kongres. V senatu se ni veliko izpostavljala in je gradila odnose s senatorji iz obeh strank in bila v petih senatnih odborih. Po 11. septembru se je New Yorku prikupila s svojim (vsaj navideznim) prizadevanjem za finančno pomoč mestu. Leta 2001 je glasovala za zloglasni "patriotski zakon" in močno podpirala ameriško invazijo Afganistana, leta 2002 pa glasovala za resolucijo, ki je pooblašala predsednika Busha, da napade Irak. Po začetku vojne leta 2003 se je zavzela za povečanje čet v Iraku (a leta 2007 glasovala proti dodatnem povečanju in podvomila o poročilih o napredku) in v nasprotju z večino demokratov izjavila, da bi bil takojšen umik napaka. Senatorka sicer nikdar ni nehala kritizirati predsednika. Glasovala je proti predlogu zakona, ki bi prepovedoval istospolne poroke. Leta 2006 je bila drugič izvoljena v senat, nato pa se je posvetila pripravam na predsedniško kandidaturo leta 2008, ki jo je načrtovala že vsaj od leta 2003. Januarja 2007 je prek svoje spletne strani kandidaturo tudi uradno naznanila, rekoč, da namerava zmagati.

10.1.2 Kulturna in politična podoba Hillary R. Clinton

Clintonovo v medijih pogosto opisujejo kot polarizirajočo figuro. Ankete to potrjujejo, saj imajo ljudje do nje zelo pozitivne ali pa zelo negativne občutke, še zlasti je to občutno med privrženci različnih strank (pozitivno jo vidi 70-90 odstotkov demokratov, a le 20-40 odstotkov republikancev). A raziskave tudi kažejo, da je bila Hillary Clinton kot prva dama bolj polarizirajoča oseba kot kot senatorka. Profesor zgodovine na univerzi McGill **Gil Troy** je svojo biografijo nekdanje prve dame naslovil *Hillary Rodham Clinton: Polarizing First Lady* (2006) in zapisal, da je »edinstveno kontroverzna in protislovna vse odkar se je prvič pojavila na nacionalnem radarju leta 1992«, in da »izmenjujoče fascinira, bega, očara in straši Američane«. Clintonovo ženske dosledno ocenjujejo bolj pozitivno kot moški. Biografa **Jeff Gerth in Don Van Natta, Jr.** poudarjata, da je imela najvišje rejtinge konec leta 1998, in to ne zaradi lastnih dosežkov, temveč ker so jo videli kot žrtev javne nezvestobe svojega soproga. Več kot 50 knjig in učenih del je bilo napisano o Hillary Clinton, in to iz številnih različnih perspektiv. Konservativni tisk je izdal cel kup "anticlintonovske literature" z naslovi kot *Hillary's Scheme: Inside the Next Clinton's Ruthless Agenda to Take the White House, Can She Be Stopped?: Hillary Clinton Will Be the Next President of the United States Unless* in *Madame Hillary: The Dark Road to the White House*. Knjige, ki Clintonovo hvalijo, se še zdaleč ne prodajajo tako dobro (razen njene in Billove avtobiografije). V začetku predsedniške kampanje je bila na naslovnici revije Time objavljena slika Clintonove z dvema kvadratoma, označenima "Love Her", "Hate Her". Niti stranke se ne morejo poenotiti glede nje: vseh je celo

mnogim republikancem, medtem ko tudi med demokrati ni vsesplošno priljubljena.

10.1.3 Kako je Hillary Clinton razvila predsedniške ambicije

Clintonova je vedno hotela postati prva ženska predsednica ZDA. Kmalu zatem, ko je bil njen soprog izvoljen za predsednika, so njuni sodelavci razpravljali o načrtu, da bi Billa po njegovem drugem mandatu nasledila ona. Stvari se niso odvale po načrtih in Clintonova je morala čakati malce dlje. Izvolitev v senat ji je dala nacionalno platformo, potrebno za lansiranje svoje nove podobe, in lahko je začela svoj pohod nazaj v Belo hišo. Morris (pa tudi številni drugi komentatorji) je v svoji knjigi prepričan, da Hillary Clinton nobeni drugi ženski (in morda tudi demokratu) ne želi prepustiti mesta, za katerega je prepričana, da ji pripada – da so ji nekako dolžni mesto v zgodovini kot prvi predsednici ZDA. Dolžni zaradi selitve v Arkansas, dolžni, ker se je odrekla priimku Rodham, dolžni, ker se je morala pretvarjati, da jo kot prvo damo zanima postavitve prtičkov in izbira jedilnikov, dolžni, ker je morala prenašati soprogova ponižanja (Dowd 2008). Ob to se je v enem svojih govorov obregnil tudi Obama, ki je dejal, da on ne kandidira zato, ker »mislil, da je on na vrsti, in da so mu to na neki način dolžni«.

10.1.4 Očitna kandidatura

Morris (2005, 10) je eden tistih, ki trdijo, da je predsedniška kandidatura Clintonove očitna. Vse, kar je počela, je preračunano, skrbno načrtovano in uperjeno na lov za Belo hišo. Z bistrostjo in drznostjo je uspešno izrabila ugled prve dame, da se je izstrelila v senat. Zadnjih 15 let sta Clintonova po celi državi sistematično pletla mrežo bogatih donatorjev, vplivnih podpornikov in mnenjskih voditeljev. Moč predsednikovanja sta izrabila za nagrajevanje teh ljudi z njihovim postavljanjem na visoke položaje v soprogovi administraciji. Razumela sta tudi čar vabil v Belo hišo in izrabljala dogodke kot državne večerje in zabave za utrditev zvestobe svojih privržencev. Skupaj Clintonova še vedno nadzirata skoraj vse vzvode moči v demokratski stranki. V zadnjem času se je ona še posebej osredotočila na dvorjenje superdelegatov, ki so glede na to, da niso zavezani volji ljudstva, kot nalašč za to. Clintonova jih je pred preliminarnimi volitvami veliko že dobila (kupila) na svojo stran. Vse nabirke služijo namenu: osvajanje superdelegatov in Clintonova je z njimi dobila zgodnjo prednost pred Obama - še preden se je kampanja dobro začela, je imela že 100 superdelegatov prednosti (glej Morris 2005, 30). Od svoje kandidature za senat leta 2000 je gostila več kot 300 nabirk za ostale demokratske politike, za katere oportunistično upa, da bodo na konvenciji na njeni strani. Njen tabor je prej kot kdorkoli drug osvojil umetnost zbiranja sredstev pod novo

zakonodajo o kampanjskih financah iz leta 2003, ki stranke in kandidate ozko omejuje glede količine donacij za njihove kampanje (glej Morris 2005, 15, 27).

10.1.5 Povečevanje vloge Clintonove v Beli hiši in izkušnost

Vedno znova se porajajo vprašanja, koliko vpliva je pravzaprav imela Hillary Clinton kot prva dama. Ko je bil Clinton predsednik, se je ona oddaljila od njega, ko je gradila svojo neodvisno podobo. A ko je kandidirala za senat, si je naglo prilastila zasluge za številne njegove dosežke. V svoji avtobiografiji *Living History* še posebej agresivno povečuje vlogo, ki jo je igrala v njegovi administraciji, med predsedniško kampanjo pa je nenehno postavljala Clintonove (svoje) dosežke nasproti Bushevim: Clintonovo statistiko ustvarjenih služb primerja z izgubo služb pod Bushem, uravnotežen državni proračun za časa Clintona z ogromnimi deficiti v današnjem času ... Načrtno meglji meje med Clintonovima, da bi pripisala njegove dosežke sebi. Ko govori o Clintonovem predsednikovanju, govori v prvi osebi množine. In za to – po Morrisu (2005, 38) – obstaja dober razlog: pod »znamko Hillary« se skriva presenetljivo plitek produkt. Še celo po osmih letih v senatu nima pod svojim imenom nobenih omembe vrednih zakonodajnih dosežkov (od vsega 20 sprejetih zakonov jih je 15 izključno simboličnih – imenovanje stavb po nekom, čestitke športni ekipi ..., dva pa sta o 11. 9., ki bi jih predlagal vsak newyorški senator) – nič, kar bi izbrisalo polom njene zdravstvene reforme. Clintonova je bila bolj kot avtorica zakonov uspešna kot sopodpisnica predlogov, ki so bili sprejeti kot zakon, kar pa v politiki ne pomeni veliko. Da bi kompenzirala svoj tanek rezime samostojno sprejetih zakonov, se pogosto priključi pobudam drugih – običajno uglednih republikancev.

Clintonova izrablja medije, da krepi svojo podobo igralke v zunanji in obrambi politiki, in ti nikdar ne izpostavijo pomanjkanja njenih poverilnic na teh področjih. S sedežem v senatnem odboru oboroženih sil je pridobila platformo, a do zdaj v nobeni bistveni zadevi ni imela vpliva. Njeno popolno pomanjkanje osnovnih znanj v zunanji politiki pa ji ne preprečuje, da se ne bi pretvarjala, da je v središču vseh diplomatskih zadev. Resnica pa je, da za časa Clintonove administracije razen spremljanja svojega soproga na poteh v tujini, kjer so ji priredili ločeno turo za prvo damo – po šolah in bolnišnicah –, ni sodelovala pri kakršnikoli državnih zadevah in nima nobenega pravega izkustva v zadevah zunanje politike (Morris 2005, 23), pri čemer pravi, da je leta 2002 »obiskala Izrael«, »podpirala« zakonodajo, ki bi pomagala žrtvam tožiti državne sponzorje terorizma, »obsodila« samomorilske napadalce, »pozvala predsednika Busha«, da pritisne na Arafata, da ustavi nasilje, »podala izjavo o antisemitizmu«

in »pozvala zunanjega ministra Powella, naj kaj stori glede te zadeve«. Kot namigujejo ti glagoli, Clintonova na področju zunanje politike ni dosegla nič konkretnega (Morris 2005, 90).

Clintonova je med kampanjo trdila, da je imela osrednjo vlogo pri sklenitvi severnoirskega mirovnega sporazuma, da je aktivno sodelovala pri posredovanju v Afriki in Balkanu. Obamov tabor je podvomil o njenih besedah in trdil, da je imela kot prva dama zgolj ceremonialno vlogo. Irski časniki so v času sporazuma zapisali, da je za darilo dobila čajnik, nič pa ne piše o kakšnih dosežkih. Ko je bil leta 1993 prvič napaden WTC in je Bill Clinton odbrzel na prizorišče, so Hillary Clinton fotografirali za revijo Parade v Beli hiši. **Maureen Dowd** je v New York Timesu (2007) zapisala: »Del Clintonove administracije, ki je deloval najbolje – gospodarstvo –, je upravljal Robert Rubin. Hillary ni pokazala dobre presoje na svojih področjih (zdravstvo). Hodila je na izlete prve dame in imela dober govor na konferenci Združenih narodov za ženske v Pekingu, prav gotovo pa ni bila, kot je trdil njen podpornik iz Iowe, nekdanji guverner Tom Vilsack, 'obraz administracije v zunanjih zadevah'.« In še (2008): »Ko bosta Bill in Hill končala z vami, vam bo oproščeno, da boste mislili, da je osebno izbojevala severnoirski mirovni sporazum, medtem ko je ustvarila 127 milijard Clintonovega proračunskega presežka in se izogibala krogam na poti do končanja etničnega čiščenja v Bosni.«

Še dlje je šla **Joan Di Cola** v Wall Street Journalu (2007), ki je Clintonovo obtožila, da odeva svoj nepotizem v feminizem: »Odkar je bila sprejeta na Yale, ni dosegla ničesar na svojo roko. Ni Dianne Feinstein, ki je služila vrsto let kot županja San Francisca preden je postala senatorka, ali Nancy Pelosi, ki je postala predstavnica Senata na podlagi svojih političnih sposobnosti. Vse, kar Hillary je, je gospa Clinton. Postala je partnerica pri odvetniški firmi Rose zaradi tega, newyorška senatorka zaradi tega in (bog nam pomagaj), lahko da bo postala predsednica zaradi tega.« Di Cola ni bila edina – **Kerry Howley** je v New York Timesu (2008) tako zapisala: »... Tiste med nami, ki menimo, da je 43 moških predsednikov zapored kar dovolj, hvala lepa, še vedno včasih dvomimo, ali si ženska, katere najboljša politična poteza je bila poroka, zasluži postati prva ženska v Beli hiši.« **Maureen Dowd** (2008) pa: »Čudno je, da se prva ženska z možnostjo postati predsednica tako odkrito zanaša na svojega soproga, da jo bo potegnil prek ciljne črte.«

Ko so demokratske volivce vprašali, zakaj podpirajo Hillary Clinton, je bil njihov najpogostejši odgovor »izkušnje«. Drugi najpogostejši pa: »Poročena z Billom Clintonom.« In na enem od

zgodnejših zborovanj Clintonove v New Hampshiru je najglasnejši aplavz požela, ko je prvič omenila ime svojega soproga. Ob številnih spornih izjavah Clintona v začetku preliminarnih volitev so mnogi komentatorji nekdanjega predsednika kmalu začeli gledati kot na negativni dejavnik v kampanji, ki da ljudi opominja na vse, kar so sovražili pri Clintonovi administraciji, mnogi pa so se zavedli, kako veliko vlogo bi lahko igral v soproginem predsednikovanju.

10.1.6 Politika Hillary Clinton v senatu

Poleg tega, da lahko na Hillary Clinton demokratska stranka skoraj vedno računa, da bo glasovala v skladu z njo (z več kot 90 odstotki glasov v skladu s stranko je med liberalnejšimi), Clintonova predstavlja tudi zvest glas podpore demokratskim interesnim skupinam, v skladu s pogledi katerih glasuje 85-100-odstotno. Njeno zasužnjenje stališčem, ki jih zagovarjajo velika delavska združenja, je bilo najočitnejše leta 2005, ko je glasovala z večjim delom svoje stranke proti Cafti, najboljšemu upanju za rešitev problema revščine v srednji Ameriki. Če je glas proti pomenil dvoličnost mnogih demokratskih senatorjev, pa to velja še posebej za Clintonovo, katere soprog je postavil na kocko ugled svoje administracije z zavzemanjem za Nafto. Glasovi Clintonove v senatu zgovorno pričajo o njeni liberalni usmerjenosti (nasprotovanje prepovedi pri splavu, proti znižanju davkov za ugodnosti socialnega zavarovanja, proti prepovedi potovanja na Kubo, proti vrtnanju nafte na Arktiki, proti prepovedi istospolnih porok, za podaljšanje prepovedi na strelsko orožje, proti Bushevem znižanju davkov ...). Edina očitna izjema glasovanja v nasprotju s stranko je njen glas podpore za iraško vojno in za njeno financiranje, njena stalna podpora ostrim protiterorističnim ukrepom in – v poskusu dobrikanja medijem – njeno nasprotovanje izničenju pravil komisije, ki bi olajšala medijska združevanja. Glede zdravstva so bili njeni predlogi izjemno omejeni. Čeprav je predstavila 30 predlogov na to temo, se skoraj vsi le dotikajo robov problema – noben ne omenja cen zdravil ali kritja za tiste brez zavarovanja, noben ne predlaga reform.

Na področjih izobraževanja, otrok in družin – ostalih področij, na katere, tako pravi, bi se osredotočila – je njena zgodovina podobno brez vsebine. Številni zakoni so propadli, zakon za izobraževanje »No Child Left Behind« pa je bolj Bushev dosežek. Edino področje, na katerem ima dober izkupiček, je boj proti terorizmu. Močno si je prizadevala za ocene groženj bioterorizma, za zaščito zalog hrane, promoviranje podpore otrokom žrtev terorizma, povečanje sredstev za varnost, raziskave, kako zavarovati radioaktivne snovi in zagotoviti letne inšpekcije krajev z visoko tveganostjo, prepoznavanje potencialnih terorističnih krajev,

spodbujanje tehnologije za prepoznavanje bomb in izboljšanje varnosti na ameriških veleposlaništvih. A noben od teh zakonskih predlogov ni bil sprejet.

10.1.7 Trdna glede vojne

Clintonova si prizadeva, da bi jo ljudje videli, kot da kljubuje stereotipom strankarske ideologije – in spola hkrati. V času, ko na ženske kot vojaške poveljnice še vedno gledajo skeptično, se je Clintonova aktivno pozicionirala kot jastreb v vojni proti terorju. Kmalu zatem, ko je zasedla svoj sedež v senatu, se je odločila pridružiti senatnemu odboru oboroženih sil – tradicionalni utrdbi jastrebov in mestu v senatu, kjer si želiš biti, če se hočeš osredotočiti na zunanjo politiko. Članstvo v tem odboru ji omogoča, da potuje na vojaška žarišča in jo javno vidijo z vojaki. Leta 2003 je za zahvalni dan odpotovala v Afganistan in Irak – gesta, ki jo je preseгла le Busheva odločitev tik pred zdajci, da še sam obišče Irak. Ko se je njena predsedniška kampanja približevala, je Clintonova čedalje pogosteje potovala v tujino in krepila svojo poverilnico strokovnjakinje za zunanjo politiko, ob tem pa se še vedno borila z negativnimi stereotipi žensk v politiki (Morris 2005, 165). Čeprav tako kot Obama zagovarja umik ameriških čet iz Iraka (a ne pove, v kolikšnem času in koliko vojakov bi v Iraku pustila), zaprtje oporišča Guantanamo in daje prednost diplomatskim pogovorom pred enostranskimi vojaškimi akcijami, pa je za razliko od Obame podprla označitev iranske Revolucionarne garde za teroriste in v kampanji uporabila »bushevsko« retoriko ustrahovanja, ko je dejala, da bi ZDA »zradirale Iran, če bi ta napadel Izrael«. Obama je to njeno retoriko takoj obsodil.

10.1.8 Škandali Hillary Clinton

Clintonova se je, od kar je prišla v javno sfero, zapletala en škandal za drugim. Vedno je hodila po tanki črti etičnega roba. Njena nerazložljiva nagla rast premoženja sproža ugibanja, okoliščine njenih vlaganj v Whitewater, izginotje računskih dokumentov njene pravne firme, njena vloga v odpustu uslužbencev potovalnega resorja Bele hiše, sollicitacija in sprejemanje dragih osebnih daril v zadnjih dneh svojega bivanja v Beli hiši, njeno sprejemanje prispevkov in daril oseb, ki so se potegovala za predsedniške pomilostitve, prekupčevalci mamil in drugi iščeči predsedniške pomilostitve, ki so najeli njene brate – vse to je pripeljalo do sumničanj, ki mečejo senco na njeno osebno in profesionalno integriteto. Morda najbolj šokanten primer njene etične oporečnosti je sprejetje pohištva – in 70.000 dolarjev prispevkov za kampanjo – od Denise Rich, ki je kupovala amnestijo za svojega nekdanjega moža, pobeglega zločinca Marka Richa, obtoženega davčne utaje in nezakonitih kupčij s sovražnikom (Iranom) med

krizo s talci konec 70. let. Rich je v zadnjih minutah Clintonovega predsednikovanja dobil amnestijo (Morris 2005, 9).

10.1.9 Utvara 11. septembra

Clintonovi naklonjena newyorška volilna baza nima zares veliko opraviti z njeno zakonodajo, temveč v veliki meri izvira iz vtisa, da je naredila veliko za pomoč državi po terorističnih napadih 11. septembra, ki so se zgodili le 9 mesecev po njenem prihodu v senat. Videti je bilo, da je v obdobju, ko se je mesto postavljalo na noge, Clintonova postajala prava Newyorčanka. Vse ostalo – ustvarjanje delovnih mest, izobrazba, javni prevoz, kriminal – je bilo odrinjeno na stranski tir, ko so čakali, da bi izvedeli, kakšno pomoč lahko pričakujejo od zvezne vlade. V teh mesecih si je Hillary Clinton ustvarila svoj sloves. A njene zasluge so ona in njen aparat za stike z javnostjo napihnili, včasih pa so si jih naravnost izmislili. Teden dni po napadih je Clintonova na Today Showu zatrdila, da se je hči Chelsea le za las izognila WTC-ju, ko sta vanj trčili letali. Celo Chelsea sama je to zanikala (Morris 2005, 93).

A njeno potvarjanje dogodkov 11. 9. se ni ustavilo tukaj. V resnici je bil namreč drugi senator iz New Yorka, Chuck Schumer, tisti, ki je prevzel nase glavino bremena. On je naredil večino za zbiranje pomoči kongresa in Bele hiše za pomoč New Yorku, ona ni imela zraven skoraj nič – bila je le tiha prezenca, poroča Steven Brill, ugleden novinar, prisoten pri vsem tem, sicer pa zvest Clintonov podpornik med impičmentom. Ko je Hillary Clinton izvedela, da Brill piše knjigo o posledicah 11. 9. – in pripisuje večino zaslug Schumerju –, ga je povabila na klepet, ki so mu sledili številni pogovori, vključno taki »off the record«. V enem od intervjujev pa je vseeno vztrajala, da je bila oseba, odgovorna za pomoč, ona in ne Chuck Schumer. Zaskrbljen, da bo Brill podcenil njeno vlogo, se je njen tabor trudil, da bi ga prepričal o aktivnem delu Clintonove z žrtvami 11. 9., in ga oskrbeli z »izdelano zgodbo z izdelanim podpomenom memorandumov in telefonskih klicev – dolgo, dolgo zgodbo«. A ko je Brill trditve preverjal, je ugotovil, da nobena ni resnična. Brill je odkril, da se je Clintonova denimo naravnost izogibala srečanjem s sorodniki žrtev. Medtem pa si je Schumer vzel čas v nedeljo, da se je srečal z družinami – brez novinarjev in brez kamer. Osebe Clintonove je nemudoma zavrnilo Brillove obtožbe – njen predstavnik je na ultradesničarskem The O'Reilly Factorju novinarjev opis dogodkov označil za »očitni obupani poskus spodbuditi anemično prodajo knjige«. In še: »Težko je razumeti, zakaj bi si gospod Brill želel izrabiti tako grozljivo tragedijo na tak način« (Morris 2005, 97).

10.1.10 Značaj Hillary Clinton

Hillary Clinton je nedvomno preizkušena v škandalih, njeno kandidaturo poganjajo dolgotrajne ambicije, postavila si je cilj in bi za dosego tega cilja naredila vse. V svojem življenju je potrebovala le enega mentorja: Billa. Vodila je njegove kampanje, mu pomagala postati predsednik, zdaj pa terja tisto, kar vidi kot pravično nagrado za desetletja služenja njegovim prizadevanjem. Za dosego veličine dela trdo in je ne zanima, ali je ljudem všeč. Globoko verjame, da je dobra in moralna, in je tako prepričana o svojih vrlinah, da ne ceni pretirano mnenja drugih. Je ženska s poslanstvom – prinesiti liberalizem nazaj v mainstream ameriškega življenja in razširiti vlogo vlade pri pomoči siromašnim in srednjemu razredu. Kot pri zdravstveni reformi bo vztrajala in se, če bo treba, borila do samega konca. Je izredno trmasta, opaza Morris (2005, 275), ki je bil tudi prepričan, da bo kandidirala kot zmerna in da bo nadzirala svoje liberalne nagone, da bi lahko vladala kot liberalka. Podobno **Bob Herbert** v New York Timesu (2007): »Hillary je previdna, rigidno programirana kandidatka, ki bo v očeh večine volivcev dejala, karkoli od nje zahteva trenutek. Spontana pač ni.«

Clintonova pa ima presenetljivo tudi svojo ranljivo stran in je kot prva dama pogosto podlegla solzam. Včasih so bile to solze jeze, včasih solze frustracije in žalosti, v trenutkih, ko se je počutila premagana ali nesposobna. Temu je bilo tako še zlasti v času propada njene zdravstvene reforme. Stereotip čustveno nestanovitne ženske ji jasno ne bi koristil. Po drugi strani pa je tudi Bush že večkrat potočil solze v javnosti v trenutkih, nabitih s čustvi, zato morda zdaj postaja bolj sprejemljivo za vrhovnega poveljnika, da pokaže svoja čustva. A v časih krize bi kljub temu jok nedvomno lahko bil težava. Njena nezmožnost sprejemanja kritike ji otežuje rast (Morris 2005, 280).

10.1.11 Dva obraza Hillary Clinton in stilska preobrazba

Hillary Clinton je značajsko dvolična, kar po besedah Morrisa (2005, 138) spominja na zgodbo o dr. Jekyllu in gospodu Hydeu. Glede na trenutne okoliščine njenih najbližjih političnih ciljev nam kaže popolnoma različne in včasih nasprotujoče si osebnosti in sloge. Clintonova, ki jo vidite v javnosti – dobri dr. Jekyll – ni ista trpka gospa Hyde, ki so jo deležni njeni najbližji zasebno. A zares naj bi obstajala le ta stran. Dr. Jekyll je iznajdba, izdelana za predstavitev idealizirane različice tistega, kar si ona misli, da si volivci želijo od ženske kandidatke. Hyde, zasebna Clintonova, je pogosto zagrenjena in sarkastična, strankarska, ki nenehno išče – in najde – sovražnike, zarote in spletke. Prepričana je, da se za vsakimi vrati skriva sovražnik, ki hoče škoditi njej in njenemu soprogu. A javna Clintonova je postala pravi simbol

nadstrankarskega sodelovanja – odprto sodeluje z istimi ljudmi, ki so si prizadevali za impičment njenega moža, ljudmi, ki jih je nekoč razglasila za svoje smrtne sovražnike. Javna Clintonova živahno govori o pomembnosti premostitve prepada med strankami. A za zaprtimi vrati – navadno na prireditvah demokratske stranke – se pojavi gospa Hyde, ki besno napada republikance in desničarske sovražnike. Bes je najbolj izrazit, ko se spravi nad predsednika.

V zadnjih osmih letih se je Clintonova podvrgla preračunljivi, drzni in osupljivo uspešni preobrazbi javne podobe – ne le svojega zunanjšega videza, temveč tudi svoje osebnosti in politike. Cilj te preobrazbe je bil predstaviti volivcem skrbno »zapakirano«, privlačno in sprejemljivo novo Hillary Clinton. S pomočjo stilskih svetovalcev je najprej spremenila svoj nedosleden in kričeč modni slog, ki je bil pogosto predmet posmeha. Spremenila je tudi ime. V nerodni bitki med svojo feministično samopodobo in političnimi potrebami trenutka je prešla s Hillary Rodham (ko sta se z Billom Clintonom poročila, ni uporabljala njegovega priimka, kar so nekateri volivci zamerili) na Hillary Rodham Clinton (ko je bil on poražen, ko se je potegoval za drugi guvernerski mandat) do Hillary Clinton (ko je Clinton kandidiral za predsednika) in spet nazaj na Hillary Rodham Clinton (nemudoma, ko je bil on izvoljen). Zdaj je preprosto – Hillary. Neodvisna.

A največja preobrazba je bila nedvomno sprememba v njeni politiki in njeni podobi v javnosti: zmerna, smehljajoča, sproščena, odprta, zgovorna, očarljiva, prijazna newyorška. Konec je bilo ostre, strankarske, ideološke, hladne, preračunljive, srednje/južnjaške, etično dvomljive ženske, ki smo jo spoznali v Beli hiši. Iz liberalke se premika v center z govori o vrednotah (denimo splavu). Iz neuspehov McGoverna, Mondala, Dukakisa in Kerryja se je naučila, da liberalci na volitvah ne zmagujejo. Tako Jimmy Carter kot Bill Clinton sta v svojih prvih poskusih zmagala kot zmerna demokrata, a se nato pomaknila na levo, stran od zmernosti, ki jima je prinesla zmago na volitvah. Ko je prišel čas za ponovne volitve, je Carter ostal na levi, Clinton pa se je spet pomaknil na center. Carter je izgubil, Clinton zmagal.

Dovolj je pogled na izpis glasovanj Clintonove v senatu, da je jasno, da je liberalka. Glasuje v skladu s stranko in je nikdar ne kritizira. A bolj ko so se volitve 2008 približevale, bolj se je pomikala v desno: bolj odprto govori o religioznih in duhovnih vrednotah in ustvarja si podobo ostre borke na terorističnem in obrambnem področju, kar se je najbolj očitno pokazalo pri glasovanju za vojno v Iraku. In čeprav kritizira Busha glede načina vodenja vojne, dosledno glasuje za podporo vojni (povečanje čet, denarnih sredstev za vojno ...).

Clintonove pa to ne ovira, da ne bi vztrajno napadala predsednika Busha. A ko ga napada, se trudi to početi z desne – nasprotuje njegovemu ogromnemu zveznemu primankljaju in usmerja pozornost na uspeh svojega moža pri uravnoteženju proračuna. Pozornost zbuja tudi pri vprašanju nezakonitega priseljevanja, pri čemer so demokrati sicer vedno podpirali priseljence. V Washington Postu so zapisali, da je njeno stališče do nezakonitih priseljencev celo bolj konservativno od Bushevega. Clintonova zdaj nasprotuje nezakonitemu priseljevanju in zagovarja poostren sistem prečkanja meje – popolnoma drugače od Clintonovega predsednikovanja, ko nista niti pomislila o takih programih, da ne bi užalila baze demokratske stranke. Hillary Clinton je bila denimo takrat proti predlogu, da bi nezakonitim priseljencem odrekli voziška dovoljenja, medtem ko je zdaj – za razliko od Obame - za ta predlog in je leta 2005 tudi glasovala zanj v senatu. A najbolj nekonsistentna je glede tem vrednot. Vse odkar so sondaže na volitvah leta 2004 pokazale, da so številni volivci za svojo glavno skrb označili »moralna vprašanja«, se ona trudi kazati svojo religiozno stran. Vse svoje življenje se je borila za pravico do splava, zdaj pa se, kot kaže, njena zavzetost za to umika večjim ambicijam. Zdaj izraža »spoštovanje do tistih, ki menijo, da splav ne bi smel biti dovoljen pod nobenimi pogoji« in podpira predloge, po katerih bi morali biti starši obveščeni, če ima mladoletnik splav. Nikdar ne omenja svojega glasu podpore za splav v poznem stadiju (Morris 2005, 149).

10.2 Senator BARACK HUSSEIN OBAMA

10.2.1 Življenjepis Baracka Obame

Barack Obama se je rodil 4. avgusta 1961 v Honoluluju na Havajih temnopoltemu očetu iz Kenije in beli materi iz Kansasa. Obamov kenijski ded je bil musliman, oče pa se je spreobrnil v krščansko vero, a bil bolj ali manj ateist. Obamova mama je bila »spiritualna«, a ni prakticirala nobene vere. Starša sta se ločila, ko je bil Obama star dve leti, in fantek se je z mamom in njenim novim možem preselil v Indonezijo, kjer je do svojega 10. leta hodil v šolo v Džakarti, nato pa se vrnil na Havaje, kjer je maturiral. Na newyorški univerzi Columbia je študiral mednarodne odnose. Po diplomi je najprej v Chicagu delal kot javni organizator, nato pa šolanje nadaljeval na pravo na elitni univerzi Harvard, kjer je postal prvi temnopolti predsednik univerzitetne pravne revije in leta 1991 doktoriral s pohvalo.

Leto dni kasneje se je poročil s pravnico Michelle Robinson, s katero ima dve hčerki. Po doktoratu se je Obama vrnil v Chicago, kjer je vodil akcijo za registracijo volivcev, bil v odboru človekoljubne organizacije za siromašne, poučeval pravo na čikaški univerzi, delal v odvetniški pisarni na primerih diskriminacije in volilnih pravic ter leta 1995 objavil svojo prvo

knjigo, *Dreams from My Father*, v kateri opisuje pripadanje dvema različnima svetovoma. V tem času je tudi opravljal nekaj pravnih poslov za posojila korporaciji Rezmar, delno v lasti Tonyja Rezka, ki je za Obamove politične kampanje kasneje zbral tudi precej denarja, njegova žena je odkupila sosednje zemljišče od Obamovih v Chicagu, leta 2006 pa je bil Rezko obtožen politične korupcije, zaradi česar mu zdaj sodijo, Obama pa je bil zaradi tega deležen kar nekaj polemik.

Leta 1996 je bil Obama izvoljen v illinoiški senat – in to kot predstavnik mešanega, ne pretežno črnškega okrožja, kot je bil to običaj za temnopolte kandidate v preteklosti. V senatu se je zavzemal za etične, socialne in zdravstvene zakonodaje. Dve leti kasneje in leta 2002 je bil ponovno izvoljen na svoj položaj, leta 2004 pa je odstopil, ko je bil izvoljen v ameriški senat kot peti temnopolti v njegovi zgodovini in je danes tudi edini. Julija 2004 je očaral ZDA kot glavni govorec na demokratični konvenciji, kjer je s svojim govorom o premagovanju strankarskih preprek (*»Ni liberalne Amerike in konservativne Amerike; so Združene države Amerike«*) in potrebi po novi Ameriki popolnoma zasenčil predsedniškega kandidata Johna Kerryja. V senatu Obama glasuje skoraj vedno v skladu s svojo stranko – National Journal Obamo na podlagi njegovega glasovanja ocenjuje kot »najbolj liberalnega« senatorja.

Obama se je v senatu pridružil republikancu Johnu McCainu pri imigracijski reformi, z republikanskima senatorjema Richardom Lugarjem in Tomom Coburnom pa se je povezal tudi pri zakonu o zmanjšanju orožja. Lobiral je proti onesnaževanju voda z jedrskimi odpadki, za pomoč Kongu, za razkritje prispevkov za kampanje, za zmanjšanje izpustov toplogrednih plinov, za postopno zmanjšanje vojakov v Iraku in za zmanjšanje nevarnosti jedrskega terorizma. Kot član senatnega odbora za zunanje odnose je Obama potoval po vsem svetu. Kljub vsemu pa washingtonski poznavalci menijo, da je imel v senatu sicer izredno »zvezdniško prisotnost«, a manjšo vlogo, kar zadeva dejansko politiko. Leta 2006 je senator izdal svojo drugo knjigo (*The Audacity of Hope: Thoughts on Reclaiming the American Dream*), ki je postala prodajna uspešnica. Kritiki so o delu zapisali, da kaže Obamov potencial "grajenja nove politike, ki je napredna, a prizemljena v državljanskih tradicijah, ki govorijo širšim slojem Američanov«. Februarja leta 2007 je senator uradno naznanil svojo predsedniško kandidaturo.

10.2.2 Politična stališča

Obama zagovarja politiko socialne blaginje, ki jo je vpeljal Rooseveltov New Deal, po orkanu Katrina se je izrazil proti vladni brezbržnosti do rastočih razrednih prepadov in podpira univerzalno zdravstveno zavarovanje. V skladu z demokratskim vodilom zagovarja večjo obdavčitev za premožnejše in manjšo (ali pa sploh ničto) za revnejše sloje. Je za omejitvev izpustov ogljikovega dioksida in za vlaganja v nove vire energije, da bi zmanjšali odvisnost ZDA od tuje nafte. Obama je bil eden redkih zgodnjih nasprotnikov Bushevega načrta za vojaško posredovanje v Iraku in leta 2002, ko so v kongresu podpisali resolucijo, ki je Busha pooblašala napasti Irak, se je Obama izrekel proti vojni na prvem velikem protivojnem zborovanju v Chicagu. Temu je marca 2003, pred samim napadom na Irak, sledilo največje čikaško protivojno zborovanje dotlej, na katerem je Obama imel svoj sloviti govor proti vojni. Svoje protivojno stališče, s katerim se je razločil od svojih demokratskih tekmecev, ki so podprli vojno resolucijo, je postavil za osrednjo točko kandidature za senat in kasnejše predsedniške kandidature. Zagovarja postopen umik ameriških čet iz Iraka, zaprtje ameriškega oporišča v Guantanamu in, za razliko od Clintonove, diplomatski dialog s »sovražnima« Sirijo in Iranom (medtem ko do pakistanskega predsednika Perveza Mušarafa ne čuti takih zavezniških vezi kot Clintonova in Bush). *»Lahko in morali bi voditi svet, a z modrostjo in presojo. Del naše sposobnosti voditi je povezan z našo sposobnostjo kazati zadržanost.«*

Je za jasnejšo akcijo proti genocidu v Darfurju in zagovarja bolj diplomatsko, in ne unilateralno vojaško vpletenost ZDA v svetovne zadeve, Američane pa je pozval, naj vodijo svet »z dejanji in vzgledom«. Podpira pravico do splava. Čeprav ima precej podobna stališča in izpis glasovanja v senatu kot njegova nasprotnica Clintonova, se nekaj manjših razlik med njima da najti. Predmet pogostih razprav med debatami je bilo tako zdravstveno zavarovanje; Obamov načrt ne prisili ljudi, ki jih njihov delodajalec ali vlada ne zavaruje, da bi si plačali zavarovanje sami, medtem ko načrt Clintonove od državljanov zahteva prav to. Obami gre na roke tudi to, da v preteklosti ni očitno spreminjal stališč. Njegov govor med kampanjo o povezovanju je skoraj enak tistemu z demokratske konvencije 2004 in podoben tistemu, kakršne je imel že kot študent.

10.2.3 Kulturna in politična podoba

Opazovalci popularno podobo Obame primerjajo z nevtralno osebnostjo, na katero lahko ljudje projicirajo svoje osebne preteklosti in upe. Obamove lastne zgodbe o poreklu svoje družine krepijo njegovo podobo »enega izmed nas«. S svojim kenijskim očetom in ameriško mamo,

odraščanjem v Honoluluju in Džakarti ter njegovo elitno izobrazbo se njegovo rano življenje korenito razlikuje od tistih temnopoltih ameriških politikov, ki so svoje kariere v 60. letih začeli z udeležbo v gibanju za državljanske pravice, zaradi česar so bili nekateri ugledni temnopolti politiki (denimo Al Sharpton) sprva skeptični do Obame, nekateri pa so tudi dvomili, ali je »dovolj temnopolt«. Obama z njegovo karizmo in sposobnostjo navdušiti volivce pogosto primerjajo z Johnom F. Kennedyjem. V svojih nastopih Američanom ponovno vzbuja dober občutek glede njihove države in ponuja tezo, da lahko ljudje, ki imajo svojo državo radi, to tudi spremenijo. S svojim magnetičnim in zanosnim nastopom podira meje med rdečo in modro Ameriko in dejansko prvič po dolgem času ustvarja »eno« Ameriko. Za razliko od Clintonove je brez bremena preteklosti. Ali, če citiram **Boba Herberta** v New York Timesu (2008): »Je bister, delaven, karizmatičen, privlačen in čarodej pri zbiranju finančnih sredstev. Ima očarljiv nasmeh, ki pa ni le poza, temveč je videti pristen. Ko se smeje, imaš občutek, da se smeje zato, ker je nekaj smešno. Ljudje čakajo v vrsti, da bi ga videli v živo. Ima lahko obnašanje nekoga, ki se počuti dobro v svoji koži. Tudi ko razgreje množico, ne postane prevroč. Ima ritem, ki spominja na Kinga, a hladnokrvnost, ki spominja na JFK-ja.« Ni čudno, da ga podpirata dva najpomembnejša Kennedyja – JFK-eva hči Caroline in JFK-ev brat, senator Ted Kennedy. Caroline je v svoji podpori zapisala, da jo Obama in njegovo navdihujoče prizadevanje za spremembe spominja na očeta in da si želi predsednika, »ki lahko dvigne našega duha in nas pripravi, da ponovno verjamemo, da naša država potrebuje vsakega izmed nas, da sodelujemo«. Še ena od Kennedyjevih, Ethel, vdova Roberta Kennedyja, pa je že pred dvema letoma Obama označila za »našega bodočega predsednika«.

Največji učinek ima Obamovo sporočilo na njegovih nastopih v živo, ki se jih ljudje (še zlasti mladi) udeležujejo v številu, kot da gre za rockzvezdnika. Mladi v ZDA so naveličani zagrenjenosti, razdvojenosti in neučinkovitosti, ki delajo vlado in politiko v njihovih očeh tako priskutni. Glede tokratne tekme so precej bolj pozitivni kot njihovi starši. Ne kuhajo zamer preteklih desetletij, ne razčlenjujejo razlik med zdravstvenim načrtom Obame in Clintonove in niso obsedeni s tem, kdo bi se bolje odrezal proti McCainu. So preprosto siti *statusa quo* in si želijo sprememb. In našli so zvezdnika, ki poseblja te želje. Celo številni ugledni Obamovi podporniki iz vrst guvernerjev in senatorjev priznavajo, da so tehtnico na Obamovo stran nagnili ravno – njihovi otroci, prvič tako navdušeni nad volilnim procesom. Navdušenje nad Obamo je preraslo v pravo obamamanijo – okoli njega se zbirajo zvezdniki: Scarlett Johansson je izjavila, da je »zaročena z Obamo«, George Clooney je opeval Obamovo »rockstar karizmo«, združeni zvezdniki so zanj zapeli pesem, povzeto po njegovem sloganu »Yes We

Can« ... Volivci gravitirajo k predsedniškim kandidatom, ki so videti, da se počutijo udobno v svoji koži: JFK, Reagan, pa tudi Bill Clinton in Bush mlajši, ki pa sta dokazala, da je lahko sproščenost včasih tudi iluzija, maska, ki zakriva globoko negotovost (Dowd 2008).

Ključna beseda v govorih Obame je »vi«.

Ostali politiki govorijo o tem, kaj bodo naredili, če bodo izvoljeni. Obama govori o tem, kaj lahko ljudje naredijo, če združijo moči. Kot občinski organizator na nacionalnem odru poskuša pomakniti ljudi prek njihovega cinizma, jim povrniti vero v njih same, mobilizirati njihove skupne energije. Njegova slabost je, da se nikdar ne loči od svoje lastne skupine. Kar se tiče politike, je ortodoksni liberalec. Občinstvu nikdar ne reče karkoli, zaradi česar bi se lahko počutili neprijetno. V senatu nikdar ni zavil v sredino od svojih liberalnih stališč. Kako lahko zgradiš transstrankarsko koalicijo, ko je prav vsak zakon, ki si ga predlagal, zanesljivo na levi? (Brooks 2008).

Na začetku kampanje so svetovalci Clintonove menili, da bo Obama njegova obljuba drugačne politike – brez ostrih komolcev in napadov prejšnjih generacij – oslabila pred vodenjem učinkovite kampanje. Pokazalo se je ravno nasprotno: kampanja Clintonove je bila oslABLJENA od avre, ki obdaja Obamo. Vsakič, ko ona ali kateri od njenih zaveznikov napade Obamo, so videti kot opomniki politike, za katero je Obama prisegel, da jo bo presegal (Nagourney 2008). V Obami je Clintonova našla tekmeča, ki je včasih videti bolj gibanje kot kandidat. **Gail Collins** (2008) meni, da je Obama morda edini politik v ameriški zgodovini, ki lahko razvname množico s pozivom k vljudnosti: »Večina Američanov si želi zmerno vlado, a še nobenemu ni nikdar uspelo, da bi zmerno bilo videti zanimivo, kaj šele seksi.«

Kljub svoji liberalnosti celo nekatere republikance razorožuje s svojim sporočilom upanja in premagovanja razdorov. Mark McKinnon, Bushev kampanjski svetovalc, je Obamo tako označil za »hodečo in govorečo mašino upanja, ki bi znal preoblikovati ameriško politiko« (v Rich 2007). Navsezadnje ima Obama le nekaj skupnega z možem, ki ga najraje kritizira: tudi Bush je namreč leta 2000 kandidiral kot »uniter, not a divider« (združevalec, ne delitelj). Prav tako, kot je Bushevo sporočilo sočutnega konzervatizma privlačilo mnoge demokrate in neodvisne, tudi Obamova politika upanja razorožuje nekatere republikance in neodvisne (Burka 2008). Clintonova je za republikance preveč polarizirajoča oseba.

Čeprav imajo pravico do volitev le ameriški državljani, pa je jasno, da svet ne le z zanimanjem spremlja izid volitev, pač pa da se sveta pogosto tudi še kako tiče, kdo bo postal ameriški predsednik – dejansko globalni vrhovni poveljnik. Svet se vidi v Baracku Husseinu Obami s kenijskim očetom, kansaško mamo, indonezijskim očimom, otroštvom na Havajih in v Indoneziji ter izkušnjami z muslimanskim svetom. Obami nekako uspeva premostiti nasilni prepad med zahodom in islamskim svetom ter med bogatimi in revnimi (Cohen 2007).

Nekateri kritiki Obami s svojo »drugačno« politiko in čisto kampanjo očitajo, da ni pokazal agresivnosti, ki jo zahteva predsedniška politika. Pojavila so se tudi vprašanja, ali je dovolj »nepopustljiv«. Obama je na to odgovoril, da vedno ugotavlja, da tisti ljudje, ki govorijo o svoji žilavosti, niso tisti, ki so zares žilavi: »Manj sem zainteresiran za udarjanje po prsah in mahanje z orožjem in bolj za sklepanje odločitev, ki bi gradile varnejši svet.« Spet drugi mu sicer priznavajo žareč nasmešek in osebnost, vendar: »Oprah ga obožuje in veliko študentskih skupnosti je norih nanj. A še vedno se sprašuješ, če je res kaj za tem. Njegova kandidatura je prijazna, brez ostrih robov. A ena stvar je ponujati se kot nosilec sprememb, popolnoma druga pa odgovoriti na očitno vprašanje, nosilec kakšnih sprememb?« (Herbert 2007).

Obama ima potencialno lahko težave tudi s svojimi grehi iz preteklosti, ki pa jih je že davno priznal (v avtobiografiji *Dreams From My Father* leta 1995): občasno je jemal mamila. Obama je tako prvi resni predsedniški kandidat, ki je priznal jemanje kokaina. »Trava je pomagala, in alkohol,« je dejal o svojih dnevih odtujenega mladostnika. »Morda malce snifa, kadar sem si ga lahko privoščil.« Glede tega je tudi izredno iskren: »Inhaliranje je nekako bistvo,« je odgovoril na vprašanje, na katerega je Bill Clinton nekoč odgovoril, da je »travo poskusil, a ni inhaliral« (Collins 2007).

10.2.4 Michelle Obama

Michelle Obama slovi kot izredno močna ženska, ki se – podobno kot Clintonova – kot prva dama nikakor ne bi vedla kot podrejena soproga. Obamova je v intervjujih dejala, da je pustila svojemu soprogu, da kandidira za predsednika šele, ko je opustil kajenje. Nikdar ne skriva, da je ona tista, ki ima vse vaje v svojih rokah. Kot na Harvardu diplomirana pravnica in zaposlena v univerzitetni bolnišnici v Chicagu se med kampanjo ni želela odreči svojemu delu, dejala pa je tudi, da mora biti Američanom jasno, da gre pri Obamovi izvolitvi za predsednika »zdaj ali nikoli«. Kot Hillary Clinton tudi ona daje nek občutek, da so jima ljudje nekaj dolžni. Ne zaradi odrekanja in ponižanj kot Clintonova, pač pa zaradi te častne kampanje, zaradi

ponujanja sebe za rešitev in dvig nacije, pa čeprav je zo zmotilo njuni udobni življenji. Michelle je še dejala, da je soprogova kandidatura hud pritisk in stres za družino, ki se ga da upravičiti le, če njen soprog postane predsednik in »spremeni svet« (Dowd 2008).

Veliko prahu je dvignila tudi s svojo izjavo na enem od zborovanj, ko je rekla, da je »prvič v svojem življenju ponosna na svojo državo«. Številni so to razlagali kot nepatriotizem, zato jo je moral soprog hitro opravičevati, češ da je mislila na ameriško politiko, ne Ameriko nasploh.

Obama, ki na tako ključne ženske volivke apelira tudi s poudarjanjem, da ga je vzgojila mati samohranilka, ne skriva, da je njegova soproga neodvisna, in je celo v enem svojem oglasu sebe prodajal kot »moškega, ki ga močne ženske v svojem življenju ne motijo«.

11 POTEK (UMAZANEGA) BOJA DEMOKRATOV 2008

Ko sta Hillary Rodham Clinton in Barack Obama v začetku leta 2007 oznanila svoji predsedniški kandidaturi, je bila Clintonova absolutna favoritka, Obama pa še mlad, svež in širši javnosti razmeroma neznan obraz. Nazadnje sta med vsemi kandidati ostala le še onadva: ženska in Afroameričan, demokrati pa so bili postavljeni pred izbiro, ali bodo nominirali prvo žensko ali prvega temnopoltega kandidata. In kaj bo volilni boj zaznamovalo bolj: šovinizem ali rasizem, oba še vedno vkoreninjena v ameriški družbi. Tabor Clintonove je bil prepričan, da bo njihov finančno podprt arzenal političnega strahospoštovanja z lahkoto premagal Baracka Husseina Obamo, a temu je uspelo kljubovati velikemu imenu Clintonove in že takoj po prvih izborih v Iowi je prešel v vodstvo. Ko je boj postajal čedalje bolj umazan in se vlekel še dolgo v maj, so se mnogi, sprva navdušeni nad zgodovinsko tekmo, začeli upravičeno spraševati, kakšne posledice bo pustila dolga kampanja – ko sta se leta 1980 tako dolgo borila Jimmy Carter in Ted Kennedy, sta uničila stranko in Carter je novembra gladko izgubil.

Hillary Clinton je svojo predsedniško kampanjo uradno začela januarja 2007, ko je na svoji spletni strani oznanila, da namerava kandidirati – in zmagati. Obama ji je s svojo naznanitvijo sledil le mesec dni kasneje – tik zatem, ko je pozval h koncu negativnih kampanj preteklosti, zaznamovanih z grenko strankarsko pristranskostjo. Kot svoje največje prioritete je izpostavil konec iraške vojne, povečanje energijske neodvisnosti in univerzalno zdravstveno zavarovanje. Ko se je izvedelo, da namerava Obama kandidirati, očividci poročajo, da je senator v senatu pomežiknil Clintonovi in jo prijel za komolec, da bi jo pozdravil, ona pa ga je hladno ignorirala. Dogodek je nakazal potek kasnejše kampanjske dinamike med njima. Clintonova se je takoj prepričljivo povzpela na sam vrh vseh sondaž, njena največja tekmeča, Obama in

nekdanji senator iz Severne Karoline John Edwards, sta bila daleč zadaj. Clintonova in Obama sta zbrala največ denarja, zlasti Obami je šlo s pomočjo mreže malih spletnih donatorjev odlično, saj je v prvi polovici leta 2007 posekal vse kandidate po zbranem denarju ter postavljaj rekord za rekordom na tem področju. S sondažami, ki mu v mesecih pred prvimi preliminarnimi volitvami niso bile naklonjene, je Obama zagovarjal, da bi na glavnih volitvah pritegnil več glasov republikanskih in neodvisnih volivcev kot Clintonova. A ona je svojo prednost počasi izgubljala po precej slabi debatni predstavi v Philadelphiji konec oktobra. Težko je zagovarjati stališča, ki se jih dejansko ne da zagovarjati (glas za vojno v Iraku, glasovanje o iranski resoluciji, poskus njenega soproga, da ohrani njune dokumente o službovanju v Beli hiši tajne do leta 2012 ...), in potrebno je veliko moči, da preživiš debato, če si ženska in te dve uri nadira šest moških, ki so se zavedali, da je ona njihova največja tekmica. Bill Clinton je po tem izjavil: *“Ti fantje so se res spravili nanjo.”* A na koga pa bi se, če ne nanjo? Clintonova sama je zavrnila vsakršen šovinizem: *“Ljudje me ne napadajo, ker sem ženska, temveč, ker vodim.”* Obama je po drugi strani še naprej predstavljal svojo vizijo, ki presega spore in strankarske pristranskosti, ki preganjajo Clintonova.

Demokrati, vključno z nekaterimi, ki so del Obamove kampanje in njegovimi donatorji, so dolgo imeli pomisleke, da ga je njegova obljuba sledenju tipu politike, ki presega strankarsko privrženost, tako vkleščila, da ne bo mogel tekmovati na najbolj strankarskem odru. Obama je takrat na te pomisleke odgovarjal, da se želi najprej predstaviti volivcem, preden se loti nasprotnikov. Občasno je celo črtal dele govorov, ki so mu jih pripravili njegovi strategji in za katere se mu je zdelo, da »prenatezajo resnico«. O Clintonovi je takrat dejal, da namerno megli svoja stališča zaradi političnih koristi in da je manj verjetno, da bo ona, in ne on demokratom zopet priborila Belo hišo nazaj. V enem od intervjujev pa je dejal, da se Hillary Clinton glede zadev državne varnosti trudi »zveneti ali glasovati« kot republikanka in da je njen pristop slab tako za državo kot za demokrate. Dejal je tudi, da je preveč polarizirajoča figura, da bi zmagala na glavnih volitvah, če pa bi ji to le uspelo, ne bi bila zmožna poenotiti opozicijske struje v Washingtonu, da bi dosegla karkoli: *»Ima dediščino, ki je po eni strani ogromna prednost zanjo na demokratskih preliminarnih volitvah, po drugi pa prepreka zanjo na glavnih.«* In ob tem dodal, da ji najverjetneje ne bo uspelo pridobiti množico novih volivcev ali prepričati zajetno število republikancev. Obama je dejal še, da se nedvomno počuti v podrejeni vlogi, ko tekmuje proti kampanji, ki ima »20 let prednosti, kar se tiče upravljanja spina nacionalne politike«. Obamovi svetovalci so si dolgo časa prizadevali ustvariti ravnotežje med razločevanjem Obame od Clintonove (poleg vojne še stališča do nezakonitih priseljencev in

nianse v načrtu za zdravstvo) in izogibanjem jezi, ki naj bi zaznamovala Edwardsovo kandidaturo. A senator ni dopustil, da bi mu njegove obljube o »drugačni kampanji« zvezale roke, da ne bi mogel biti kritičen: »Zabavajo me opazke iz tabora Clintonove, ki vsakič, ko pokažemo na razliko med nama, rečejo, 'Kaj se je zgodilo s politiko upanja?', kar je naravnost trapasto« (Nagourney in Zeleny 2007).

Na novembrski debati v Las Vegasu se je Clintonova že zbrala in z vso silo napadala stališča svojih nasprotnikov. Ob tem pa Edwardsa, ki jo je obtožil, da je del pokvarjenega političnega razreda, – in ostale nasprotnike - strogo opozorila, da z ostrimi napadi na enega iz svoji vrst delajo uslugo republikancem in tvegajo poraz na glavnih volitvah: »*Ne motijo me napadi na mojo politiko in stališča, a ko nekdo začne metati blato, lahko vsaj upamo, da je točno in ne naravnost iz republikanskega učbenika.*« Na to so nekateri komentatorji, med njimi znana komentatorka New York Timesa **Maureen Dowd** (2008), zapisali, da je kot vodilna postavila nezaslišan standard: da bo vsaka kritika na njena spremenjena stališča »metanje blata« in napad na njen značaj. In še, da njeni moški tekmeci dopuščajo, da vzame vajeti v svoje roke. V resnici je noben od njenih demokratskih tekmecev nikdar ne bi udaril s pravim, osebnim blatom, ki ga je nakopičila desnica, pa je opazka **Franka Richa** (2007). Številni so tudi opazili, kako ji je priljudni Obama pred debato podal roko v pozdrav, ona pa se je obrnila stran.

Clintonova je z vsako odstotno točko, ki jo je pridobil Obama, pritisnila trdneje. Kmalu je začela s svojo večmesečno krilatico »izkušenosti«: ona naj bi imela za seboj desetletja izkušenj, on pač ne. »*Obstaja ena služba, pri kateri si ne moremo privoščiti uvajanja ob delu – to je služba našega prihodnjega predsednika,*« je izjavila konec novembra. A Obama je odgovoril: »*Mislil sem, da ni bila ministrica za finance v Clintonovi administraciji, tako da ne vem točno, kakšne izkušnje si pripisuje.*« Prvič se je zgodilo, da je kdo podvomil o navidezno samoumevnih kvalifikacijah nekdanje prve dame, ki si tako rada lasti zasluge za vse, kar je pomembnega naredil njen soprog v 90. letih. Na Obama se je spravil tudi Clinton, češ da bi izvoliti Obama pomenilo »vreči kocko« za Ameriko. Obama je na argument Clintonove o svojih izkušnjah odgovoril s svojim življenjepisom: češ, da zaradi eksotičnega odraščanja, kenijskega porekla in let v tujini lahko gleda na svet z več razumevanja. »Če bom kot predsednik potoval k voditeljem v revno državo, bodo vedeli, da imam babico v majhni vasi v Afriki brez tekoče vode, uničene od malarije in aidsa. (...) Živel sem v najbolj naseljeni muslimanski državi na svetu, imel sorodnike, ki so prakticirali islam. Sem kristjan, a razumem vaš svetovni pogled ...,« je dejal Obama (Cohen 2007). »*Mislil sem, da živeti v tuji državi med 6.*

in 10. letom starosti ni zunanjepolitična izkušnja,» je bila opazka Clintonove na to. **Maureen Dowd** (2007) na to: »A živeti v Beli hiši med 45. in 53. letom starosti pa je zunanjepolitična izkušnja?« **Ted Sorensen**, pisec govorov za J. F. K.-ja in Obamov podpornik pa: »Hillary bi morala biti previdna glede posmehovanja izkušnjam drugih. Saj ni, da bi ji proces osmoze dal predsedniške kvalitete s fizično bližino« (Rich 2007).

Politični analitiki in komentatorji so ob retoričnem boju Clintonova-Obama že precej zgodaj začeli poudarjati, da za demokrate ne bo dovolj, da bodo napadali Busha in se razglašali za prinašalce sprememb. Tako Obama kot Clintonova bosta za zmago na glavnih volitvah namreč morala pritegniti dovolj volivcev, da premagata globoke predsodke v ameriški družbi. Ameriška javnost, naveličana vojne in gospodarske negotovosti, namreč hrepeni po voditelju, ki ji bo povedal resnico in ponudil izhod iz trenutne stiske. Demokrat lahko zmaga z realističnim načrtom za izhod iz Iraka in, pomembnejše, izdelano gospodarsko strategijo, ki naslavlja rastočo tesnobo nad tonečim ameriškim snom (Herbert 2007).

Tekma je v dneh pred prvimi volitvami v Iowi in New Hampshiru postala izredno tesna, do decembra pa je Clintonova izgubila že vso prednost. Prvi volivci so se v anketah izrekli, da bolj verjamejo Obami in Edwardsu kot pa Clintonovi, da bosta rekla, kar verjameta, in ne, kar mislita, da hočejo volivci slišati, a so pa po drugi strani videli Clintonovo kot najboljše pripravljeno in najbolj izvoljivo izmed demokratskih kandidatov.

Obami je koristila tudi močna podpora Oprah Winfrey (njeno pogovorno oddajo gleda na milijone žensk, in to pretežno iz baze Clintonove – 80 odstotkov njenih gledalk je belk ter večinoma proletark in starejših od 50 let), ki je zbrala na tisoče potencialnih volivk na zborovanjih skupaj z Obamo in Michelle Obamo v Iowi, New Hampshiru in Južni Karolini, kamor je vnesla nekaj zvezdniškega blišča. »Obama je postpolarizirajoč kandidat in Oprah je postpolarizirajoča zvezdnica,« je o podpori Winfreyjeve dejal strokovnjak političnih ved **Ross K. Baker**. In še: »Medtem ko te ljudje kot Barbra Streisand (podprla je Hillary Clinton, op. a.) in Jane Fonda asociirajo na upor, se pri Oprah vse vrti okoli sprave in bratstva.« **Steven J. Ross**, profesor zgodovine na USC, ki piše knjigo o vplivu zvezdnikov na ameriško politiko, pa pravi: »Oprah Obamo prodaja kot del svoje samoizboljšujoče kampanje in v bistvu pravi, da bo izboljšal vaše življenje in državo.« 60 odstotkov vprašanih je menilo, da bo podpora Winfreyjeve Obami koristila (Seelye 2007).

V dnevih pred strankarskimi zborovanji v Iowi so odmevale nepremišljene izjave Billa Clintona, ki je na enem od zborovanj dejal, da je od začetka nasprotoval iraški vojni. S tem je pritegnil pozornost na najbolj neprijetno vprašanje za Hillary Clinton, poleg tega pa še javnost spomnil na neprijetne spomine prikrajanja resnice v času Clintonovega predsedovanja. Clinton namreč vojni ni eksplicitno nasprotoval, medtem ko sta Al Gore in Obama ji. Komentatorji so že takrat opazili, da je Clintonova vloga v ženini kampanji nedvomno (pre)velika. »Oblikuje strategijo, oporeka svetovalcem glede njihovih predvidevanj in se obnaša kot podpredsedniški kandidat na glavnih volitvah, ko napada tekmece, da bi lahko Clintonova ostajala večino časa pozitivna,« opaza **Patrick Healy** v New York Timesu (2007). **Robert Shrum**, demokratski svetovalec, ki je delal tudi s Clintonom, je dejal, da je Clinton strateško briljanten, a nediscipliniran in nagnjen k dominiranju medijske pozornosti. Spet neki drugi Clintonov svetovalec je o njem povedal, da »je briljanten v ocenitvi političnega izziva in dajanju nasvetov; malce zarjavel pri izvršitvi in njegova nestrpnost in anksioznost sta, kot kaže, še hujša, ko kandidira Hillary, kot ko je kandidiral on sam«. Clinton je postajal tudi vse bolj jezen na medije, ki da so bili pretirano kritični do njegove žene, Obamo pa obravnavali prijaznejše.

A Clintonovo so še vedno imeli za favoritko – republikanci so jo v svoji debati omenili 65-krat, Obame niti enkrat. Karl Rove je za Newsweek napisal članek »Kako premagati Hillary novembra«, kot da bi bila njena nominacija že zagotovljena. Proti Obami ne vedo, kako se boriti, kar dokazuje tudi njihov neuspeli poskus, da bi ga očrnili kot muslimana.

Medtem je tudi tabor Clintonove začel z bizarnimi obtožbami. Ena od tem: Kdo od njiju si je dalj časa (ali manj časa) želel postati predsednik? »Nisem načrtoval, da bi kandidiral za predsednika že pred xy leti, kot to počno nekateri drugi kandidati.« Namigovanje na Clintonovo? Ta naj bi bila produkt dolgotrajajoče razredne ambicije, medtem ko je on zgolj odgovarjal na klic domovine. Kmalu so prišli na dan »dokazi«, ko so različne revije trdile, da je svojo kampanjo začel načrtovati že, ko je postal senator. Nato so njegovi prijatelji in sorodniki povedali, da je svoje sanje omenil leta 1992, 1988 in – v tretjem razredu. Nazadnje je bilo objavljeno celo pričevanje njegove vzgojiteljice v vrtcu, da je pri 5 letih Obama napisal spis, naslovljen »Hočem postati predsednik«. Predstavniki Clintonove je hitro dejal, da je bilo dodajanje domače naloge iz vrtca kot dokaz očino nespametno, in kmalu so se v njenem taboru celo začeli izvijati, da je šlo za šalo (Collins 2007). V tem času je tudi eden od Clintonovih svetovalcev javno podvomil v Obamovo preteklost z mamili – češ da bi lahko ošibila njegovo kandidaturo. Clintonova se je za to izjavo kasneje opravičila in svetovalec je odstopil. A ona in

njeni asistenti so temo še naprej omenjali javno – njen glavni strateg Mark Penn je v nekem intervjuju v pogovor spretno vnesel »kokain«. **Frank Rich** je v New York Timesu (2007) to komentiral: »Napadi na Obamovo politiko in stališča so fer igra. A vztrajni osebni napadi – omembe »kokaina« in »Husseina« in »madrased« - smrdijo po umazanih trikih starih sovražnikov Clintonovih.«

Zanikanja iz tabora Clintonove, da so to taktiko »avtorizirali«, zvenijo kot zanikanja Karla Rova podobne taktike očrnitve, ki jo je uporabljal leta 2000 proti Johnu McCainu. Obama je menil, da bodo volivci spregledali take vrste napadov: »*Moja preteklost in značaj sta bila videti v redu, ko sem zaostajal za 20 točk.*« In taktiko označil za značilno za »staro politiko«, ki da so jo Američani naveličani. Na debati v Iowi so Obamo vprašali, kako namerava državo rešiti preteklosti, ko pa se zanaša na »toliko Clintonovih svetovalcev« (Obama se je obdal s številnimi iz nekdanje Clintonove administracije, od svetovalca za zunanjo politiko do pomočnice ministra za notranje zadeve, medtem ko ima Clintonova v svoji zunanji ekipi kar nekaj takih, ki so verjeli v obstoj orožja za množično uničevanje v Iraku). Clintonova: »*To pa res hočem slišati!*« Obama: »*No, Hillary, saj se tudi že veselim, da mi boš ti svetovala.*« Na Obamo se je ponovno spraval Clinton pri vprašanju, zakaj je Hillary Clinton podprla resolucijo o Iranu. Obama je mnenja, da resolucija podpira napad na Iran, Clinton pa se je obregnil, češ če tako nasprotuje resoluciji, zakaj pa si ni vzel časa od kampanje in v senatu glasoval proti. Obama je v času glasovanja intenzivno vodil kampanjo in se ni vrnil na glasovanje v senat.

Na izborih v Iowi se je Clintonova uvrstila šele na 3. mesto z 29 odstotki (zmagal je Obama z 38, drugi je bil Edwards s 30). K presenetljivemu uspehu Obame je prispevala rekordna volilna udeležba, zlasti med mladimi, ki so si bolj želeli sprememb, ki jih je obljubljal Obama, kot »izkušenj« Clintonove. Zmaga temnopoltega senatorja v beli Iowi je razblinila dvome o njegovi »izvoljivosti«, medtem ko so svetovalci Clintonove ugotovili, da tako velika vloga Billa Clintona morda le ni bila dobra zamisel, saj je njegova navzočnost volivcem sporočala, da Hillary Clinton ne prinaša sprememb, temveč le nadaljevanje Clintonovega predsednikovanja, ki je mnogim pustilo grenak priokus. In glavni strateg Clintonove, Mark Penn, je prepozno ugotovil, da so »spremembe« precej močnejše sporočilo od »izkušenj«.

»*Rekli so, da ta dan ne bo nikoli prišel,*« je v svojem zmagovitem govoru zaklical Obama, ki mu je uspelo tudi s pomočjo številnih neodvisnih volivcev in tistih, ki so se na volišča podali prvič. »*Rekli so, da je država preveč razdeljena, preveč vdana v usodo, da bi se kadarkoli*

združila v skupnem namenu. A na ta januarski večer, ob tem določujočem trenutku v zgodovini, ste naredili, kar so ciniki dejali, da ne moremo.» Clintonova, obdana z mrkim soprogom in Madeleine Albright, pa je govorila o pomembnosti nominiranja kandidata, ki bo »sposoben iti do konca in bo najboljši predsednik na prvi dan«. Ustaljena rutina Clintonovih je bila vedno napadanje njunih napadalcev in zbuditi pomisleke glede njihovih motivov. A, kot je v New York Timesu zapisal **Healy** (2008), Obama ni Kenneth Starr, Newt Gingrich ali Paula Jones; predsedniška kampanja ni washingtonski škandal; in strategija Clintonove napadanja Obame glede njegove pripravljenosti za predsednikovanje ni učinkovala v Iowi. Tabor Clintonove je moral priznati, da je podcenil »fenomen Obame« in bil hkrati jezen na medije, ker niso (negativno) razčlenili vse slabosti senatorjeve politike in značaja.

Kljub temu pa je Hillary Clinton takrat dejala, da se bodo bolj osredotočili na razlike med kandidatoma in njune izkušnje ter da se ne bodo zatekali k negativni kampanji. A med kampanjo v New Hampshiru je svarila volivce, da mož, ki obljublja spremembo celotnega procesa v nekaj, glede česar bi se ljudje dejansko lahko počutili dobro, prodaja »lažne upe«. V naslednjih dneh je Obama pridobil tudi v nacionalnih sondažah in vse so mu napovedovale prepričljivo zmago v New Hampshiru, kjer je potekala zadnja debata, v kateri je Clintonova ostro napadla Obamo, češ da je spremenil svoja stališča o kritičnih zadevah, vključno z zdravstvenim načrtom in financiranjem vojne. Obama ji je odgovoril, da je popačila njegova politična stališča. Senatorju se je v enem trenutku pridružil še Edwards in dejal, da sta oba »agenta sprememb«, medtem ko Clintonova predstavlja »status quo«. Še en odločilni trenutek: na vprašanje moderatorja Clintonovi, zakaj se volivcem ne zdi »všečna«, je odgovorila: »*No, to pa boli, ampak bom skušala nadaljevati. Mislim, da nisem tako slaba.*« In na to Obama v enem svojih manj graciozних trenutkov: »*Saj si kar všečna, Hillary.*« Obama je iz povzdigujočega politika zašel v nadutost. Ali, kot je zapisal **Frank Rich** (2008): »Illinoiški senator je najbolj človeškemu trenutku Clintonove do zdaj zoperstavil svojega najmanj človeškega.«

Clintonova je Obamo v New Hampshiru presenetljivo premagala (39-37 odstotkov), čeprav so sondaže še dan pred volitvami kazale na veliko zmago Obame. In medtem, ko so se vsi izvajalci anket spraševali, kako so se lahko tako zelo ušteli, so mnogi analitiki njeno zmago razlagali z ženskim zavezništvom (osvojila je precej več ženskih glasov), potem ko sta jo Edwards in Obama napadla v debati, kasneje pa so se ji še pred kamerami utrnile solze (številne še neodločene ženske so priznale, da je to bil odločujoči dejavnik, češ da je pokazala svojo človeško stran). **Maureen Dowd** (2008): »Postala je emocionalna, ker se je bala, da je

dosegla svojo politično polnoč, ko se bo nenadoma spet spremenila v šolarko s piflarskimi očali in scufanimi lasmi, pametna, a ne najljubša. Vsa ta leta v senci enega Naravnega, le da je soočena z obeti biti zasenčena od še enega Naravnega? ... Vsa ta leta je skušala dokazovati svojo »moškost«, le da se je morala nazadnje reševati pred katastrofo z igranjem ženske žrtve, tako Obamine kot medijske.« **Gail Collins** (2008) pa: »Ali ženske Obamine starosti v njem vidijo popularnega fanta, ki v srednji šoli ni nikdar spregovoril z njimi?«

Kot so volitve v New Hampshiru naredile leta 1992 njenega soproga za »comeback kida«, so pomenile prvi preobrat tudi za Hillary Clinton leta 2008. »V zadnjem tednu sem vas poslušala in v procesu našla svoj lastni glas. Čutila sem, da smo vsi spregovorili iz naših src in tako hvaležna sem, da ste se odzvali,« je dejala senatorka po zmagi, medtem ko je Obama dejal, da »smo vedeli, da bo boj dolg«. A Clintonova je prišla že v New Hampshiru nevarno blizu, da bi vnesla rasne napetosti v navdihujoč boj med prvo žensko kandidatko in prvim afroameriškim kandidatom. V dneh pred volitvami so namreč Clintonova in njen tabor tako radi govorili o tem, kako veliko spremembo bi pomenila ženska predsednica, da so nekateri celo namignili, da bi bila bolj dragocena sprememba kot temnopolt predsednik. Nekateri so ji prvič v kampanji očitali rasizem, ko je podala nekaj čudnih izjav o pomenu Martina Luthra Kinga in predsednika Lyndona Johnsona za državljanske pravice, češ da so se Kingove sanje začele uresničevati šele, ko je Johnson sprejel zakon o državljanskih pravicah. »Potreben je bil predsednik, da se je stvar opravila.« Teško se je bilo izogniti neokusnim namigom, da je črncem potreboval pomoč belca za vpeljavo sprememb. »Si je katerikoli živeči demokrat kdaj predstavljal, da bo katerikoli drugi živeči demokrat poskušal osvojiti predsedniške preliminarne volitve v New Hampshiru s tem, da se primerja z Johnsonom?,« se je spraševala **Maureen Dowd** (2008). »Njen argument proti Obami se zdaj skoncentrira v argument proti idealizmu, kar je verjetno najnižja in najbolj neverjetna točka, na katero bi se katerikoli Clinton lahko spustil. Človeka iz Hopea (=upanje, op. a.) se postavljata proti upanju.« »(Logika Clintonovih je) Bolje izbrati Clintona z vso svojo disfunkcionalnostjo in kaosom kot tvegati, da bi republikanci na glavnih volitvah Obama pohabili kot igračko za žvečenje. Bolje razstreliti vso inspiracijo in mlade volivce, neodvisne in republikance, ki jih privlači Obama, kot tvegati z nečim tako prehodnim, kot je upanje« (Dowd 2008). »To mora biti prva predsedniška kandidatka v zgodovini, ki namenja toliko energije pridiganju proti optimizmu, proti navdihujočem jeziku in – ko že govorimo o bizarnem – proti demokraciji sami« (Rich 2008).

V istem času je Obama napadel še Bill glede Obamovih stališč do Iraka in »pravljice«, ki da jo prodaja temnopolti senator. Že januarja so se tako pojavili prvi pomisleki, da bi se dva odlična

kandidata lahko medsebojno izničila, njun umazani boj pa bi demokrate stal skoraj zanesljive zmage. Pred volitvami v pretežno temnopolti Južni Karolini sta Clintonova Obama omejila na »temnopoltega kandidata«, kar so mnogi razumeli kot rasistične opazke. Bill je tako volivce opomnil, da je Jesse Jackson v Južni Karolini zmagal dvakrat – tiha premisa, da Obamova potencialna zmaga ne šteje zares. V debati – najbolj umazani do takrat – je Clintonova Obama obtožila družjenja z »gospodarjem slumov«, čikaškim poslovnežem Tonyjem Rezkom. Rezko je bil dolgoletni Obamov zbiralec sredstev, vendar so ga lani obtožili poslovnih prevar. Obama je potem, ko je prišel škandal na dan, vrnil vsa sredstva, ki jih je zanj zbral Rezko. Senator je med debato prvič v kampanji pripomnil, da »včasih ne ve, proti komu kandidira: proti Hillary ali proti Billu« (New York Post ju je označil za »dvozglavo pošast«), in Clintonovo obtožil, da vodi negativno politiko, ki sta jo izpopolnila ona in njen soprog. Večkrat je uporabil tudi frazo »*Senatorka Clinton in predsednik Clinton*«, da bi okrepil svoj pogled, da se sooča z desetletja staro Clintonovo mašinerijo (Healy 2008). Komentatorji so večino negativne kampanje pripisali Clintonovima in o Billu celo zapisali, da včasih že zveni kot »človek, ki je nehal jemati svoja zdravila« (Herbert 2008). Eden od znanih Clintonovih podpornikov je izjavil, da je »*Bill prav tako črn kot Barack, saj da je šel verjetno ven z več črnkami kot Barack*«, spet drugi je v intervjuju izpostavljajal, da je oče Obame musliman in da je Obama obiskoval muslimansko šolo. Volivci so bili čedalje bolj razdvojeni.

Kljub temu, da sta se tako Clintonova kot Obama trudila pokopati rasistično obarvane napade in da je medtem Clintonova dobila uradno podporo uglednega New York Timesa (ki pa jo je ob tem pozval, naj spremeni negativni ton v kampanji, ki da spominja na razdiralnega iz časov Clintonove administracije), je bil rezultat ogromna Obamova zmaga januarja v Južni Karolini za Obama (55-27 odstotkov), Clintonova pa je naglo izgubila do tedaj visoko podporo med temnopoltimi, ki so se v rekordnem številu udeležili volitev in – izbrali Obama. Vztrajni napadi Clintonovega tabora na Obama so se pokazali za brezplodne, celo kontraproduktivne, Billova vloga napadalca pa se jima je maščevala in napadi so Obami le koristili. Obama ob svoji zmagi Clintonove ni omenil z imenom, je pa namignil nanjo: »*Spopadamo se z desetletji grenke strankarske pristranskosti, ki povzroča, da politiki demonizirajo svoje nasprotnike, namesto da bi stopili skupaj. Gre za take vrste pristranskosti, ko ne smeš niti reči, da je imel republikanec zamisel – tudi če tako, s katero se nisi nikdar strinjal. Take vrste politika je slaba za našo stranko, slaba za našo državo.*« Ameriški volivci so pokazali, da so siti strankarske pristranskosti, demokratska kandidata pa v svojem bridkem boju nista pokazala veliko posluha za njihovo izbiro.

Po njegovi zmagi sta Obama takoj podprla dva Kennedyja – Caroline, hči JFK-ja, s katerim radi primerjajo Obama, in Ted, veteranski senator iz Massachussettsa, brat pokojnih Johna in Roberta. Caroline je prepričala Obamova sposobnost navdihovanja in vodenja »dostojanstvene in poštene kampanje«, medtem ko je senatorja razjezila umazana kampanja Clintonove. Kennedyja in Obama so poudarili isto: dostojanstvena pot proti nizkotni poti, inspiracija proti preračunljivosti, prihodnost proti preteklosti in predvsem služenje proti sebičnosti. »Z Barackom Obama bomo obrnili stran od stare politike netočnih predstav in popačenja,« je dejal Kennedy. »Z Barackom Obama je prišel nov nacionalni voditelj, ki je dal Ameriki drugačno vrsto kampanje – kampanje, ki se ne vrti le okoli njega samega, ampak okoli nas vseh« (glej Brooks 2008).

Po Južni Karolini je Obama, ki se dotlej iz lastnih načel in spoštovanja do tekmice ni želel spuščati na nižjo raven, ubral ostrejši ton do svoje tekmice, ki obratno, do napadov nanj ni imela prav nikakršnih zadržkov. Medtem sta Florida in Michigan izvedla svoje volitve kljub temu, da sta ti dve državi že vnaprej vedeli, da njuni glasovi zaradi kršitve demokratskih pravil (volitve sta izvedli pre zgodaj) ne bodo šteli. Ne Clintonova ne Obama zato tam nista vodila kampanj in Obama je v Michiganu celo umaknil svoje ime z glasovnice. Komentatorji so že videli potencialne težave z delegati teh dveh sicer velikih in za demokrate na glavnih volitvah izjemno pomembnih držav. V obeh državah je sicer »zmagala« Hillary Clinton.

Z odstopom Edwardsa se je tekmovanje spremenilo v intenzivno bitko ena-na-ena pred tako imenovanim supertorkom, ko je 5. februarja glasovalo 22 zveznih držav. Bill Clinton je nadaljeval s polemičnimi izjavami in zdaj je bil videti že kot moteči (in pomembneje, škodljivi) element v kampanji. Njegova soproga je v debati v Los Angelesu umirila slog in z Obama sta delovala precej vljudnejše in dostojanstveno (Obama: *»Bil sem prijatelj s Hillary Clinton, preden sva začela to kampanjo. Prijatelj bom s Hillary Clinton, ko bo te kampanje konec.«*), občinstvo in medije pa sta najbolj navdušila z odgovoroma, ki sta namigovala, da bi bila pripravljena ustvariti tako imenovani »sanjski duo« na glasovnici – eden kot predsedniški kandidat in drugi kot podpredsedniški.

Pred supertorkom sta demokratska kandidata podirala že vse rekorde pri porabi denarja za oglase, ki so bolj spominjali na glavne volitve kot pa na preliminarne. Navadno začnejo kasnejši nominiranci strank lansirati (drage) nacionalne oglase šele, ko imajo zagotovljeno nominacijo, a Clintonova in Obama sta z njimi pričela že januarja in jih tudi prilagodila posameznim zveznim državam. Na splošno je Obama opominjal volivce na svoje zgodnje

nasprotovanje vojni, medtem ko se je Clintonova osredotočila na gospodarstvo. Obama se je v številnih oglasih obdal z ženskami, ki se tradicionalno nagnejo bolj na stran Clintonove, ona je pozirala z Robertom F. Kennedyjem mlajšim kot protiutež podpore drugih Kennedyjev njemu. Oba sta poskrbela tudi za oglase v španskem jeziku za latinskoameriške volivce, v Kaliforniji pa so za Obamo lobirale Michelle Obama, Oprah, prva dama Kalifornije Maria Shriver in Caroline Kennedy. Na supertorek je Clintonova osvojila večje države, kot so Kalifornija, New York in New Jersey, medtem ko je Obama osvojil več držav in sta si tako razdelila število delegatov in glasove volivcev. Rezultati so odsevali vse večji razkol med privrženci enega in drugega kandidata, ki se do konca niso kaj dosti spreminjali: manj premožnejši in manj izobraženi belci so bili za Clintonovo, premožnejši in višje izobraženi za Obamo. Njej so bile bolj naklonjene države s klasičnimi preliminarnimi volitvami, njemu strankarska zborovanja.

Po supertorku, ko so republikanci svojega kandidata praktično že imeli (72-letnega senatorja Johna McCaina iz Arizone), je Obama že izničil vso prednost Clintonove, se v sondažah izvoljivosti prebil na prvo mesto med tremi kandidati in ponovno podrl rekorde v zbranem denarju, medtem ko je Hillary Clinton morala priznati, da je svoji kampanji posodila 5 milijonov dolarjev. Predsednik demokratske stranke Howard Dean je zatrjeval, da bodo do marca ali aprila že imeli kandidata, ker si preprosto ne morejo privoščiti razdeljene konvencije, dolg (in umazan) boj med demokratoma pa po mnenju številnih analitikov koristi le republikancem, ki so se že začeli združevati okoli McCaina. Stranki bi tudi izjemno škodilo, če bi na koncu morali o kandidatu odločiti superdelegati, kar je postajalo vse bolj verjetno, saj je že kazalo, da nobenemu ne bo uspelo zbrati potrebnih 2.025 delegatov.

A Obama je nato zaporedoma osvojil vseh naslednjih 11 preliminarnih volitev (Obama: *»Zmagali smo na atlantski obali, zmagali v mehiškem zalivu, zmagali na pacifiški obali in zmagali smo med temi obalami.«*), prevzel vodstvo po številu delegatov, dobil zagon in podporo nekaj podpornikov Clintonove, ona pa je zamenjala vodjo svoje kampanje in dolgoletno prijateljico Patti Solis Doyle, začela lobirati, da bi se šteli glasovi Michigana in Floride ter da bi se superdelegati morali o svoji izbiri odločiti na podlagi tega, kateri bi bil močnejši kandidat in predsednik (Obama je zagovarjal, da se superdelegati odločijo na podlagi glasov ljudstva). Spet je tudi prešla v negativno ofenzivo proti Obami in lansirala negativne oglase, ker senator ni pristal na debato v Wisconsinu, proti njemu pa je uporabila tudi njegovo najmočnejšo točko: dar za govorništvo. *»Govori ne dajo hrane na mizo. Govori ne napolnijo vaših (bencinskih) tankov, ali škatlic za zdravila, ali naredijo karkoli za kup računov, zaradi*

katerih ponoči ne spite. Moj nasprotnik daje govore. Jaz ponujam rešitve,« je dejala delavcem v Ohio. Podobno Bill Clinton, ki je Obama označil za »excitement of the now« (navdušenje trenutka): *»Gre za to, ali izbereš moč rešitev namesto moči govorov.«* Obama je odgovoril: *»Ena stvar, ki jo moram reči o senatorki Clintonovi – pravi, da govori ne dajo hrane na mizo. No, veste, kaj? Nafta tudi ni dala hrane na mizo.«* (Clintonova administracija je podpirala Nafto, na katero so proletarci iz srednjih ZDA izjemno jezni, saj jih je sporazum stal veliko delovnih mest). Senator pa je lansiral tudi svoj negativni oglas: *»Po 18 debatah in še dveh, ki prihajata, Hillary pravi, da se Obama izogiba debatam? Gre za isto staro politiko zlaganih obtožb in lažnih napadov«* (Zeleny 2008).

Privržence Clintonove je močno razburila tudi izjava predstavnice demokratov v senatu, Nancy Pelosi, ki naj bi ostala v boju nevtralna, a je dejala, da bi »za stranko pomenila težavo, če bi bila razsodba superdelegatov drugačna, kot se je odločila javnost«. Hillary Clinton je še naprej poudarjala izkušnost in preizkušnost: *»To je izbira, s katero smo soočeni: Eden od naju je pripravljen biti vrhovni poveljnik v nevarnem svetu. Eden od naju se je v preteklosti že soočil z resno republikansko opozicijo in eden od naju je pripravljen, da to spet stori.«* Novo orožje proti Obami je dobila tudi, ko je senator v enem od svojih govorov ponovil besede guvernerja Devala Patricka – ki pa je eden Obamovih glavnih podpornikov in celo svetovalcev v kampanji. *»Če je cela tvoja kampanja grajena na besedah, bi morale biti to vsaj tvoje besede,«* je nasprotnika ošvrknila Clintonova, ki pomislekov do »sposojanja« ni imela, ko je preobrnila Obamov slogan »Yes We Can« v »Yes We Will« in uporabila vrsto soprogovih krilatic.

V obdobju ostrejših napadov na Obama so se pridružili še republikanci (ki pa jih je tabor Clintonove enkrat za spremembo odprto sprejel), ko so postavili pod vprašaj Obamov patriotizem, ker ne nosi značke z ameriško zastavo (čeprav te ne nosi tudi Clintonova), ker je njegova žena Michelle dejala, da je »prvič v svojem odraslem življenju ponosna na Ameriko« in ker na eni fotografiji Obama med državno himno ni dal roke na prsi.

Trenja so se začela pojavljati tudi znotraj tabora Clintonove. Vsako njeno pozitivno sporočilo je namreč zasenčilo njegovo, vsak njen napad nanj pa se ji je maščeval. Nekateri napadi, kot tisti s sposojanjem govora od Devala, se ne zdijo dovolj pomembni, spet iz drugih, kot tisti, kdo si je manj časa želel postati predsednik, pa so se ljudje naravnost norčevali. Njen glavni strateg Mark Penn je zagovarjal ostrejši, bolj negativni pristop do Obame, medtem ko so nekateri drugi menili, da napadi Clintonovi ne bodo koristili in naj raje ubere manj agresivni

pristop. V debati v Teksasu je sledila Pennovemu nasvetu in Obama obtožila plagiatorstva, njegovo politično sporočilo pa označila za »spremembe, ki jih lahko fotokopiraš«. Senator se je držal bolj pozitivnega tona, čeprav je Clintonovo obtožil, da namiguje, da so njegovi podporniki »zblojeni« in osmoljeni z njegovimi temami upanja in enotnosti. Končala sta bolj pozitivno, ko je Clintonova dejala, da »karkoli se zgodi v tej tekmi, sem počaščena, da sem tu z Barackom Obama. Absolutno počaščena. Veste, karkoli se zgodi, midva bova v redu.« (Healy 2008). Mnogi so to takrat razumeli kot napoved skorajšnjega odstopa, Bill Clinton pa je bil jasan: »Hillary MORA zmagati v Ohio in Teksasu, če želi nadaljevati.«

V proletarskem Ohio se je vse vrtelo okoli gospodarstva in severnoameriškega sporazuma o prosti trgovini, ki je prebivalcem Ohia jemal delovna mesta. Obama in Clintonova sta drug drugega obtoževala, da podpira Nafto, medtem ko so analitiki pogrešali prave rešitve, ne pa pričkanja. »Demokrati morajo artikulirati koherentno vizijo, kako lahko ta država tekmuje in ima koristi od globaliziranega sveta. Retorične bodice v Nafto ni le prilizovanje volivcem, pač pa tudi slaba politika in kontraproduktivno,« so zapisali v uredniškem komentarju New York Timesa (24. 2. 2008). Obamov tabor je razpošiljal letake o pozitivnem stališču Clintonove do Nafta, na kar je ona odgovorila: »Sram te bodi, Barack Obama.« In medtem, ko je javnost še vedno čakala, kdaj bo Clintonova objavila svojo davčno napoved (Obama jo je že), so se nekateri ugledni podporniki Clintonove spravili na Obamine volivce: »latte pijoči, priuse vozeči, v birkenstock oblečeni otroci s skrbniškim skladom,« je o podpornikih temnopoltega senatorja dejal predstavnik sindikata strojnikov v Ohio, ko je na odru napovedal Clintonovo. 24 ur kasneje je Obama podprl močni sindikat voznikov.

Če bi bili mediji tako polni predsodkov do Clintonove, kot nenehno javka njena kampanja, bi debatni moderatorji pritiskali nanjo, naj pokaže svojo odmero dohodnine in celotni seznam svojih donatorjev, z isto močjo, kot so se posvetili Obamovemu »plagiatorstvu«. In nanjo bi se spravili z enakim posmehom, kot ga je bil deležen Rudy Giuliani ob koncu svoje kampanje. Z 11 zaporednimi porazi je Clintonova zdaj skoraj podvojila Giulianijev niz porazov, ko je ta po Floridi odstopil. A ustrežljivo laskamo iluziji, da lahko proizvede še en ognjemet, je zapisal Frank Rich (2008).

V debati v Ohio je bila Clintonova še ostrejša. Obama je napadla glede njegovega zdravstvenega načrta, Nafta, Iraka in njegovih političnih taktik, prekinjala je moderatorja, ni se smehljala, Obama je klicala »senator Obama« namesto bolj prijateljsko »Barack«, nato pa napadla celo medije in moderatorje debat, češ da vedno ona dobi prvo vprašanje v debati, in

opozorila na skeč v oddaji Saturday Night Live, kjer so komiki prikazali očaranost novinarjev nad Obamo, ko ga sprašujejo, če si želi še eno blazino. *»Napadati medije je najbolj bedna stvar, ki jo lahko narediš. Le zaradi popolne nepristranskosti medijev lahko Hillary izgubi 11 bitk zapored, pa jo še vedno imajo za tekmico,«* je kasneje zapisala Maureen Dowd (2008). Obama se je s svojo strategijo vodilnega v debati držal bolj nazaj, čeprav je zbudel nasprotnico, ko je ta kritizirala njegove zunanjepolitične izkušnje: *»Senatorica Clintonova pogosto reče, da je pripravljena na dan 1, a dejstvo je, da je bila pripravljena podleči Bushu na dan 1 glede te kritične zadeve.«* Clintonova je še zanikala, da je njen tabor razširjal fotografijo »potemnjene« Obame ter Obame v tradicionalnih kenjskih plemenskih oblačilih in turbanu, ki se je v tistih dneh pojavila v medijih in ki je spet obujala namigovanja o Obamovem »muslimanstvu«, še posebej, ker ga je podprl tudi Louis Farrakhan, dolgoletni voditelj Nation of Islam, zaradi česar je bil deležen dodatnih kritik od Clintonove, še bolj odkrito pa republikancev, ki so v številnih napadih na Obamo že ponudili predogled, kaj senatorja čaka novembra, če postane nominiranec (Healy 2008). A od njih je Obama kaj takega lahko pričakoval, ne pa od svoje strankarske senatorske kolegice, ko je ta v intervjuju na vprašanje, če je Obama musliman, odgovorila z »ne«, a temu spretno pritaknila »vsaj kolikor jaz vem«, kar nikakor ni pomagalo k odpravljanju neresnic. Po neki raziskavi kar 12 odstotkov Američanov verjame, da je Obama musliman.

Marca je Clintonova kljub njegovemu zmanjševanju zaostanka v sondažah in pridobivanju novih superdelegatov pretrgala Obamov zmagoviti niz s pomembnima zmagama v Ohio in Teksasu (a zaradi porazdelitve delegatov in posebnega teksaškega sistema volitve + strankarsko zborovanje je več glasov teksaških delegatov v bistvu odnesel Obama). Poleg tega, da so mediji Obamo po skeču na Saturday Night Liveu začeli obravnavati bolj kritično, da se je začelo sojenje Rezku in da je prišlo na dan, da naj bi Obamov svetovalec Kanadčanom zagotavljal, da ne nasprotujejo zares Nafti, so številni zmago Clintonove v Teksasu pripisovali tudi njenemu oglasu »3 a.m.«, ki prikazuje spečo deklico in telefon, ki sredi noči zazvoni v Beli hiši. *»3 zjutraj je in vaši otroci varno spijo. A v Beli hiši zvoni telefon. Nekaj se dogaja v svetu (ob tem se vrtijo podobe – tudi Bin Ladna). Vaš glas bo odločil, kdo se javi na ta klic. Če bo to nekdo, ki že pozna svetovne voditelje, pozna preizkušene v vojni in je pripravljen voditi v nevarnem svetu.«* Obama je sicer naglo odgovoril s protioglasom (*»3 zjutraj je ... Ko se oglasi na ta klic, mar ne bi moral biti predsednik tisti – edini - , ki je imel presojo in pogum, da nasprotuje iraški vojni že od začetka? Ki je razumel, da je prava grožnja Ameriki Al Kaida v Afganistanu in ne v Iraku. Ki si je po celem svetu prizadeval za zavarovanje jedrskih orožij. V*

nevarnem svetu je presoja tista, ki šteje.«), o oglasu Clintonove pa dejal: »Videli smo že te oglase. Igrajo na strahove ljudi in hočejo prestrašiti volivce. Pravzaprav smo imeli trenutek rdečega telefona. Šlo je za odločitev, ali napasti Irak. In senatorka Clintonova je odgovorila napačno, George Bush je odgovoril napačno, John McCain je odgovoril napačno.« Obamov tabor se je tudi spraševal, kakšne izkušnje ima Clintonova s tem rdečim telefonom. Verjetno najnižjo točko je Clintonova dosegla, ko je tik pred volitvami v Teksasu in Ohio dejala, da bi tako ona kot republikanec McCain ponudila volivcem »življenjsko dobo izkušenj«, medtem ko je vse, kar ima Obama za pokazati, svoj protivojni govor iz leta 2002. »Z vsem spoštovanjem, ne mislim dovoliti senatorki Clintonovi, da jo bo odnesla s tem, da reče, da gre le za govore. Zaradi tistega glasu za se borimo v vojni, ki nas je stala na tisoče življenj in več kot milijardo dolarjev,« je odgovoril Obama.

Clintonova je po zmagah dobila nov zagon (*»Američani ne potrebujejo še več obljub. Slišali so že dovolj govorov. Zaslужijo si rešitve in zaslužijo si jih zdaj,«* je dejala v svojem zmagovitem govoru), njena ofenzivna taktika se je obrestovala, nekateri so se že začeli spraševati, zakaj Obami ne uspeva dobivati odločujočih »swing« držav (*»Če ne more prepričati volivcev v Ohio in Teksasu, da je lahko vrhovni poveljnik, ne bo nominiranec naše stranke,«* je dejal Howard Wolfson, komunikacijski direktor Clintonove), senator pa se je tolažil, da je matematika še vedno na njegovi strani. New York Times je v svojem uvodniku (2008) demokratska tekmeča pozval, da še ni prepozno, da dvigneta raven svoje kampanje, se končno osredotočita na problematiko in se premakneta od »šolskega tekmovanja v prerivanju«. Kot največjega krivca so prepoznali Clintonovo, za katero so se tudi bali, da bo potegnila napačne zaključke iz uspeha svojega oglasa »3 a.m.« in nadaljevala z negativno kampanjo: *»Opazno vse negativnejša kampanja Clintonove odpira slabe spomine na administracijo njenega soproga. Obamove ideje transformativnih sprememb pa so prav tako prazen zrak in neoblikovane, kot so bile, ko jih je prvič začel uporabljati.«* Prav tako brezpredmetna se je zdela njena bitka, da bi glasovi Michigana in Floride šteli (Obama: *»Kampanja Clintonove si skuša kar sproti izmišljevati pravila.«* Tabor Clintonove: *»Obama si prizadeva, da ne bi šteli glasovi vseh 51 držav.«*), in Obamova, da Clintonova izda svoje dohodninske napovedi. Senatorju ni ravno koristila tudi Samantha Power, njegova svetovalka za zunanje zadeve, ki je v intervjuju za neki škotski časnik Hillary Clinton razglasila za »pošast«. Obama jo je zaradi tega odpustil. Na drugi strani je predstavnik Clintonove Howard Wolfson Obama, ki je čedalje bolj priganjal Clintonovo, naj izda svoje davčne dokumente, primerjal s Kenom Starrom, tožilcem, ki je priganjal Clintonova med škandalom Lewinsky. Clintonovi so negativnost očitali tudi, ko je na

vprašanje v oddaji 60 Minutes, ali misli, da je Obama musliman, odgovorila: *»Ne. Zakaj bi? Nič ni, na čemer bi to utemeljevali. Vsaj, kar jaz vem.«*

Obama je na zagon Clintonove in pomisleke odgovoril z zmagami v Wyomingu in Misisipiju. Temnopolti senator se je ves čas odrezal bolje na strankarskih zborovanjih, med mladimi, temnopoltimi in višje izobraženimi, medtem ko je imela Clintonova prednost pri volivcih latinskoameriškega porekla, starejšimi in manj izobraženimi. Ni čudnega, da strankarska zborovanja niso bila po volji Hillary Clinton, ki se je pritoževala, da so nedemokratična, nereprezentativna in pod nadzorom strankarskih aktivistov. Bill Clinton je k temu dodal, da sam ni nikdar zmagal na strankarskih zborovanjih. Kljub temu, da je Obama vodil tako po številu osvojenih glasov in držav kot po številu delegatov, da je bil za demokraskima tekmeča najbolj umazan mesec in da sta Clintonova vedno znova opominjala volivce na Obamove pomanjkljive izkušnje in nepripravljenost voditi, je Bill Clinton v Misisipiju volivcem dopovedoval, da bi bil Obama popolnoma primeren kot podpredsedniški kandidat Clintonove in da bi bila to *»neustavljiva sila«*. *»Ne vem, kako lahko nekdo, ki je na drugem mestu, ponuja podpredsedniško mesto nekomu, ki je na prvem mestu,«* se je spraševal Obama. *»Če nisem pripravljen, zakaj bi bil primeren za podpredsednika? Ali razumete to?«* In še: *»Očitno mislita, da naj ne bi bil pripravljen na prvi dan, morda pa bom na 15. dan.«* Obama je dejal tudi, da ni bil pripravljen, da bodo taki argumenti prišli od demokratov in da navadno pridejo od republikancev, ko se ti lotijo demokratov.

Opazke Clintonove svetovalke Geraldine Ferraro, da se Obama za svoj uspeh delno lahko zahvali svoji rasi – čeprav je senator slavil tudi v številnih belih državah (*»Če bi bil Obama belec, ne bi bil na tem položaju. In če bi bil ženska katerekoli barve, ne bi bil v tem položaju. Je izredno srečen, da je to, kar je.«*), so oživile rasne napetosti v tekmi. Ferrarova je kmalu zatem odstopila, a njene izjave so bile še naprej tema razprav in so zasenčile čedalje bolj grenak spor med kampanjama, kateri od kandidatov je bolj pripravljen služiti kot vrhovni poveljnik, ter Obamov poziv tekmici, naj objavi svoje finančne izpiske, potem ko je to sam že storil (*»Če senatorka Clintonova ne bo pristala in po Obamovem zgledu objavila svoje finančne izpiske, bi volivci morali vprašati, zakaj misli, da nimajo pravice vedeti, kako namerava porabiti njihove davčne dolarje,«* je dejal njegov komunikacijski direktor).

Bitka med potencialnim prvim temnopoltim predsednikom ZDA in prvo predsednico ZDA je postajala čedalje bolj umazana in nekaj evforije o zgodovinskem vidiku kampanj Obame in Clintonove je zamenjal strah, kako dolgo bo njun boj še trajal in kako bo škodil možnosti

stranke novembra. Tiste, ki so menili, da jim bo dolg boj pravzaprav koristil, saj bodo dobili več medijske pozornosti kot republikanci, so preglašali oni, ki so bili prepričani, da se stranka čedalje bolj polarizira, kar jim bo v končni fazi škodilo. »(Boj) Prikazuje nas v neumni luči. Če bo postalo še grše, bo nekdo moral poseči vmes in reči, da je dovolj,« je bila mnenja predsednica demokratske stranke Wyominga Nancy Drummond (Nagourney 2008).

Za obilico kontroverznosti je poskrbel tudi Obamov dolgoletni pastor Jeremiah Wright (Obama je od leta 1988 član čikaške Združene Kristusove cerkve), ko so mediji izbrskali posnetke njegovih »protiameriških« pridig (ZDA naj bi si bile s svojim terorizmom same krive za 11. september, vlada naj bi izumila virus HIV, da bi pokončala temnopolte, pridigal je o aroganci »Združenih držav bele Amerike«, kričal je »Prekleta Amerika« ...). Obama je nekdam Wrighta visoko cenil in hvalil, po obelodanjenju njegovih spornih pridig pa ga je obsodil. Problem je ležal v popolni kontradikciji med sporočilom Obamove kampanje in sporočilom pastora, ki je bil 20 let senatorjev tesni zaupnik. Javnost se je (s pomočjo medijev) začela spraševati o patriotizmu Obame samega, pa čeprav nikdar niso pod drobnogled vzeli pastorjev in duhovnikov različnih republikancev, ki so tudi sami imeli nekaj celo še bolj polemičnih izjav (kot denimo ta, da so homoseksualci zakrivili 11. september in orkane, ter pozivi k uničenju islama). Po negativnem medijskem poročanju in padcu v rejtingih je Obama odgovoril s kritiko Wrightovih besed (a se mu ni želel odreči, češ da se tudi svoje bele babice, ki se je bala črncev na cesti, ne more odreči) in prelomnim govorom o rasi v Ameriki (ki ga je prvič končal s patriotskim »God Bless America«), ki so ga mnogi takoj primerjali s tistim JFK-ja o svojem katolicizmu. V slabih dveh dnevih si je govor na YouTubeu ogledalo že 1,6 milijona ljudi, na New York Timesu pa si je nabral 2.300 komentarjev.

Clintonova se je komentarjev v zvezi s to temo vzdržala, saj je imela že tako težave pri temnopoltih volivcih, poleg tega pa je Wrighta nekoč gostil tudi Bill v Beli hiši. Kot protiutež aferi z Wrightom je Obama v tistih dneh prejel nadvse zaželeno podporo Billa Richardsons, že izpadlega predsedniškega kandidata in priljubljenega guvernerja Nove Mehike latinskoameriškega rodu, ki je služil v Clintonovi administraciji. Richardson je hvalil Obamo zaradi njegovega govora in kritiziral Clintonovo zaradi umazane kampanje, demokrate pa pozval, da je zdaj čas, da se združijo okoli enega kandidata (Richardson je bil 62. superdelegat, ki je od februarja podprl Obamo, za primerjavo: le pet jih je zbrala Clintonova). Potezo Richardsons, ki je še mesec dni nazaj gledal Super Bowl s Clintonom, je svetovalec Clintonove James Carville označil za »izdajo« in: »Richardsonova podpora je prišla ravno v času

obletnice dneva, ko je Juda Jezusa izdal za 30 srebrnikov (bil je čas Velike noči), zato mislim, da je timing primeren, četudi ironičen.» S protiobtožbami so izstrelili iz Obamovega tabora, ko je njegov vojaški svetovalec Merrill McPeak Clintona primerjal z Josephom McCarthyjem, ki je v 50. letih preganjal domnevne komuniste. Kako se je vse to poznalo v sondažah? Tako Obami kot Clintonovi so rejtingi strmo padli, McCain je v nekaj tednih pridobil 11 odstotkov na priljubljenosti, mnogi analitiki pa so se poigravali z mislijo, da hoče Hillary, ki je matematično vse bolj izgubljala boj, načrtno tako oslabiti Obamo, da bi novembra izgubil proti McCainu in bi se tako ona lahko leta 2012 spet potegovala za predsednico.

Konec marca se je Clintonova osramotila z zgodbo, kako je na obisku Tuzle leta 1996 bežala pred ostrostrelci, kar so posnetki CBS-a hitro postavili na laž, saj je bilo iz njih razvidno, da je Hillary in Chelsea Clinton pričakal sprejemni odbor in deklica s cvetjem, ne pa streli. *»Se mi je pač zareklo,*« je skušala incident ublažiti senatorka, a novinarji so izbrskali, da je zgodbo ponovila že kar nekajkrat. Obama se je iz incidenta norčeval, medtem ko je njen tabor izbrskal različne primere Obamovih pretiravanj. Mediji so tudi malce podrobneje pregledali izjave Clintonove o *»življenjski dobi izkušenj v zunanji politiki«* in mnogi komentatorji so prišli do zaključka, da glede svojega stališča do iraške vojne naravnost laže, da močno pretirava tudi z izjavama, da je *»pomagala doseči severnoirski mirovni sporazum«* in da je bila osrednji igralec pri reševanju Balkana in Afrike. Obamov tabor je nasprotnico obtožil napihovanja njene vloge v pomembnih svetovnih zadevah in dejal, da so bili njeni izleti v tujino pretežno ceremonialne narave. A Clintonova je ponovno omenila Wrighta in Obamo kritizirala, ker je ostal v njegovi cerkvi, čeprav je vedel za Wrightova polemična stališča: *»Wright ne bi bil moj pastor. Medtem ko si sorodnikov ne moremo izbrati, si pastore in cerkve lahko.*« Obamov tabor ji je odgovoril, da preusmerja pozornost z lastne *»izmišljotine o izogibanju ostrostrelcev v Bosni«*.

Medtem so nekateri Obamovi podporniki, med njimi senator Patrick Leahy, dejali, da bi morala Clintonova izstopiti iz tekme, ker škodi Obami *»bolj kot karkoli, kar reče John McCain«*. Iz tabora Clintonove so odgovorili, da je ne bo nihče ustrahoval, sama pa je ponovno zaigrala na karto spola in položaj primerjala z *»velikimi fanti, ki skušajo zastrašiti žensko«*. Howard Dean je spet pozival k mirnejši kampanji in poenotenju stranke, češ da je McCain šibek kandidat in lahko zmaga le, če bo stranka razdvojena. *»Nazadnje, ko so nam rekli, da je bolje, da skrajšamo proces ali pa se bo nebo zrušilo, je bilo, ko je vrhovno sodišče ustavilo ponovno štetje glasov leta 2000,*« je upraviteljica kampanje Clintonove Maggie Williams spet povezala boj Clintonove z večjim. Taktika se ji je v preteklosti že obrestovala, denimo v New

Hampshiru. »Ko je stisnjena v kot, si vzame nekaj dni, da najde tla pod nogami, nato pa udari nazaj proti navidezni krivici – »fantovskemu klubu«, medijem, jemanju volilne pravice. To spodbudi priliv v njeno korist, bodisi zaradi sočustvovanja z »žrtvijo« bodisi zaradi jeze na sile, uperjene proti njej,« piše **Katherine Seelye** (2008). Hillary Clinton pa se je že primerjala z Rockyjem, ki da se nikdar ni predal. Ironično: Rocky je izgubil obračun proti temnopoltemu boksarju, igralec, ki pa je Rockyja upodobil, Sylvester Stallone, pa podpira McCaina. Obama je takoj opozoril, da je Rocky izmišljen lik, medtem ko je Clintonova udarila nazaj, da ima svojo kroglo za bovlino (Obama se je v tistih dneh dobrikal preprostim ljudem iz Pensilvanije z igranjem bovlina, pri čemer pa je bil precej neuspešen). Medtem sta Clintonova le razkrila svoje finančne podatke, ki so pokazali, da spadata med stoterico enega odstotka najbogatejših davkoplačevalcev.

V začetku aprila je odstopil Mark Penn, glavni strateg Clintonove kampanje (in za mnoge glavni krivec za njen propad, saj je zagovarjal negativno kampanjo in ignoriral države s strankarskimi zborovanji), ki je sicer paru svetoval že več kot desetletje, a se med kampanjo ni želel odreči svoji službi v firmi za stike z javnostjo. Pennovi zasebni interesi so bili v nasprotju s tistimi od Clintonove, saj se je medtem, ko je ona javno nasprotovala trgovinskemu sporazumu med ZDA in Kolumbijo, on zasebno dogovarjal s kolumbijskimi poslovneži. A vsakršne posledice Pennovega odstopa je zasenčila neposrečena izjava Obame, ki je v liberalnem San Franciscu, za zaprtimi vrati nabirke, revnejše proletarske volivce ruralnih držav, ki da sta jih administraciji Clintona in Busha pustili na cedilu, označil za »zagrenjene«: *»Ni čudnega, da postajajo zagrenjeni, da se zatekajo k pištolam ali religiji ali antipatiji do ljudi, ki so drugačni od njih, ali k antiimigrantskim čustvom kot načinu pojasnjevanja svojih frustracij.«*

Clintonova in McCain sta ga takoj napadla, češ da nima stika z Američani. »Poročajo, da je moj tekmeec dejal, da so prebivalci Pensilvanije, ki se spopadajo s težkimi časi, zagrenjeni; no, jaz nimam take izkušnje. Pennsylvanijci ne potrebujejo predsednika, ki bo nanje gledal zviška; potrebujejo predsednika, ki se postavi za njih, ki se bori zanje, ki dela trdo za vašo prihodnost, vašo službo, vaše družine,« je Obamov spodrseljaj hitro izrabila Clintonova (Zeleny 2008), ki se je nato še dodatno prikupila ruralnim lastnikom orožja z zgodbo, kako jo je kot deklico oče peljal na lov. Clintonova je sicer do kampanje močno podpirala nadzor nad orožjem. Ob tem je še dejala, da ljudje ne sprejemajo vere, ker so materialno revni, ampak ker so duhovno bogati. Obamove opazke so ji dale material, ki ga je lahko uporabljala v svojih govorih po

Pensilvaniji, bile pa so tudi začetek njene nove taktike: prikazovanje Obame kot »elitista« brez občutka in posluha za ruralne volivce. »*Saj ve bolje. Sram naj jo bo,*« ji je vrnil Obama, ki se je ob tem še ponorčeval iz njene na novo odkrite ljubezni do strelskega orožja: »*Govori, kot da bi bila Annie Oakley, kot da bi vsako nedeljo iz zasede streljala na race.*«

Pet dni pred volitvami v Pensilvaniji je veliko prahu dvignila debata, ki so jo zaznamovali novi napadi Clintonove na Obamo in slabo moderiranje Clintonovi privrženih novinarjev, ki sta na dan spet potegnili vse negativne incidente od pastorja Wrighta, Obamovega nenošenja značke z ameriško zastavo in njegovih vezi z nekdanjim članom radikalne skupine iz 60. let do »bosanskih ostrostrelcev« Clintonove. Obama, ki se v takšnem tonu debate nikakor ni znašel, je tekmico opomnil, da se je nekoč tudi sama morala braniti »elitistične« oznake, ko je v začetku Clintonove kampanje dejala, da ne misli ostajati doma in peči piškotov. Obama se je kasneje pritoževal glede tipa vprašanj (»*Na debati so se igrali 'pa te imamo!' igrice.*«), na kar je Bill rekel, da »jamra«, Clintonova pa: »*Obama se je pritoževal glede težkih vprašanj. No, ker sem bila v Beli hiši osem let in sem videla vse pritiske in strese, ki jih doživlja predsednik, lahko rečem, da to ni bilo nič.*« Obamovi pomočniki so takoj odvrnili, da je »njena očitna hipokrizija glede tega osupljiva«, saj je bila prav Clintonova tista, ki se je prva v debati februarja potožila, da vedno dobi prvo vprašanje. Na dan so prišle tudi njene kritike demokratske aktivistične organizacije Moveon.org, katero je obtožila za svoje poraze na strankarskih zborovanjih – češ da »preplavijo strankarska zborovanja in ustrahujejo ljudi, ki me tam podpirajo«. Rezultat? Aprila se je že več kot tretjina podpornikov Obame oz. Clintonove izrekla, da bo novembra volila McCaina, če njihov favorit ne bo nominiranec.

Dva dneva pred volitvami sta tekmeča lansirala svoje negativne oglase, v katerih sta drug drugega obtoževala vezi s posebnimi interesi in lobisti, za katere oba trdita, da jih zavračata. Obama je nehote izrekel pohvalo McCainu, ko je dejal, da bi bil »katerikoli demokrat boljši od Johna McCaina. In vsi trije bi bili boljši od Georgea Busha.« Clintonova je pograbila tudi to in ga ošvrknila, da »potrebujemo nominiranca, ki se bo spopadel z Johnom McCainom, ne pa navijal za Johna McCaina«. Negativnosti ni bilo videti konca: Obama je Hillary Clinton oklical za »kompromitirano washingtonsko insajderko«, ona pa, da se je Obamino sporočilo upanja umaknilo politiki starega sloga in pozvala demokrate, naj ga podrobneje pogledajo.

22. aprila se je pred skoraj zagotovim koncem rešila z zmago v proletarski Pensilvaniji (55:45 odstotkov), kjer so nekateri dejali, da jih je od senatorja odgnal incident z Wrightom, spet druge je odgnala »zagrenjena« izjava. Obama je kljub temu še naprej ohranil vodstvo v številu

delegatov. »Zmagala sem v državah, ki jih moramo osvojiti – Ohio, in zdaj Pensilvanija. Zelo težko si je predstavljati, da bi demokrat prišel v Belo hišo, ne da bi osvojil take države,« je zopet izpostavljala izvoljivost Clintonova in poenostavljala preliminarne rezultate na glavne ter ob tem trdila, da zdaj vodi po številu glasov volivcev, saj si je trmasto prištevala tudi rezultate s Floride in Michigana. Medtem je Clintonova, še posebej Billa zaradi njegovega »bizarnega« obnašanja med demokratsko preliminarno kampanjo, ostro kritiziral eden najvplivnejših temnopoltih političnih voditeljev, še neodločeni superdelegat James Clyburn. Po Clyburnovem mnenju je med Afroameričani skoraj soglasno prevladovalo mnenje, da sta Clintonova odločena narediti vse, kar je v njuni moči, da bi Obami tako škodila, da ne bi mogel nikdar zmagati na glavnih volitvah (Leibovich 2008).

Podobnih misli so bili tudi mnogi komentatorji, med njimi **Bob Herbert** (2008): »Njuno (Clintonovih, op. a.) sporočilo variira, glede na to, če je izrečeno v javnosti ali neuradno. A mantra je približno sledeča: Obama ne bo zmagal! Ne more osvojiti glasov belcev. Jeremiah Wright! Ne more osvojiti ženskih glasov. Ne more osvojiti latinskoameriških glasov. Izgubil bo judovske volivce. Farrakhan! Zradirali bomo Iran.« Ob vsem tem pa se je ponovno pojavil Obamov sporni pastor Wright, ki se je odločil oprati svoje ime in pri tem nakopal še več težav senatorju, saj je bil v svojem nastopu za nameček videti še neuravnovešen. Tokrat Obama ni pokazal nobene naklonjenosti več in se ga je naravnost odrekel. Tabor Clintonove se ga je medtem lotil z oznako »elitist« in pihal na duše volivcem s predlogom ukinitve davka na bencin čez poletje. »Njeni svetovalci za stike z javnostjo so se v zadnjem mesecu in pol zatekli k takšnim napadom na tekmeca, ki se jih ne bi sramovali niti najbolj nizkotni republikanski propagandisti,« opazuje tudi slovenski dopisnik iz ZDA za Delo **Boris Čibej** (2008).

Obama je zavrnil nasvet nekaterih svojih svetovalcev, da naj ostreje kritizira Clintonovo, in se vrnil nazaj k svojim temam politične in rasne sprave. »Naj vas ne skrbi, da bi bila stranka novembra razdeljena. Demokratska stranka bo prepoznala, takoj ko dobimo nominiranca, da je za nas preveč na kocki, da bi bili razdeljeni,« je dejal volivcem na zborovanju v Indiani. Njegova prepričljiva zmaga 6. maja v Severni Karolini in poraz za las v Indiani sta utrdila njegovo presojo. Po teh predstavah je prvič prehitel tekmico tudi v superdelegatih.

14. maja je Clintonova zmagala v beli ruralni Zahodni Virginiji za kar 41 odstotkov, kar pa je Obama nadomestil s podporo nekdanjega predsedniškega kandidata Johna Edwardsa. Poleg tega pa je že dajal videz, da se osredotoča na glavne volitve, ko je pozornost preusmeril na

obiske držav, ki bi potencialno lahko odločile o zmagovalcu (Florida, Iowa ...), in svoje kritike namesto na Clintonovo preusmeril na Busha in še zlasti McCaina. Obama je 20. maja slavil v Oregonu, a bil poražen v Kentuckyju, kljub temu pa dosegel absolutno večino zvezanih delegatov in je v svojem govoru že dajal občutek, da proslavlja zmago. V zadnjih dneh je tudi Clintonova umirila retoriko in kljub ponavljanju, da bo prav ona nominiranka, občutno zmanjšala gonjo proti Obami, kar so mnogi videli kot prvi znak le nekakšne sprave proti poenoteni stranki. Ob tem pa so se pojavljali namigi, da naj bi si Clintonova prizadevala osvojiti podpredsedniško nominacijo in da namerava Obama in stranko izsiljevati: umik in poenotena stranka za mesto podpredsednice. Še zadnjo napako je storila konec maja, ko ji je ušla še ena neposrečena izjava, ki je razburkala javnost – v nekem intervjuju je svoje vztrajanje v tekmi utemeljila z Bobbyjem Kennedyjem, ki so ga junija ubili tik pred osvojitvijo nominacije. Javnost je to razumela, kot da vztraja zaradi potencialnega atentata na Obamo, in čeprav se je Clintonova opravičevala, je bila škoda storjena. Zdaj je vprašanje le, če je napopravljivo škodo naredila tudi Obami na glavnih volitvah. **Boris Čibej** (2008) piše o tem: »Z vsemi obtožbami je Clintonova zelo pomagala republikanskemu propagandnemu stroju, ki bo imel jeseni lahko delo, če bo Obama izvoljen za demokratskega kandidata.« Obama sam pa se cinično tolaži: »Ni dvoma, da mi je senatorka Clinton s tem naredila uslugo, saj sem tako imel spomladanske priprave na oktobrske spopade, če bom imenovan za demokratskega kandidata.«

3. junija je z vsemi preštetimi glasovi Obama dosegel neulovljivo število delegatov za nominiranca. Clintonova je svojo kampanjo prekinila in ga 7. junija tudi uradno podprla. Od takrat dalje sodeluje pri Obamovi kampanji v boju proti McCainu. Avgusta je bil v reviji *The Atlantic* objavljen članek, ki je razkrival, kako si je strateg Clintonove Mark Penn ves čas prizadeval za umazano kampanjo, v kateri bi čim bolj očrnil Obamo. S Pennom se ni strinjal ves tabor Clintonove, a na njegovi strani je bil tudi Bill Clinton.

12 ZAKLJUČEK

Strokovnjaki in politični poznavalci se ne morejo natančno poenotiti, kaj je bilo tisto, ki je »zagotovo zmagovalko« Clintonovo verjetno stalo predsedniške nominacije, oziroma tisto, zaradi česar se je mladi temnopolti senator Barack Obama tako hitro povzpел in premagal desetletja utrjeno ime velikih Clintonovih. A dejavnikov je bilo veliko: njegova mešanica govornih spretnosti, biografije, optimizma in hladne samozavesti. Ameriška lakota po spremembah, drugačni politiki in obrnitvi novega lista od osmih let Busheve republikanske administracije. Briljantna taktika Obame in po drugi strani slaba Clintonove, ki je za svojo ekipo izbrala ljudi glede na njihovo zvestobo njej namesto zaradi njihovega obvladanja igre ter se zanašala na »star« denar, medtem ko je Obama podiral rekorde z obvladanjem internetnega zbiranja sredstev od malih donatorjev. Hillary Clinton je napačno ocenila vzdušje v ZDA, ki so si bolj želele sprememb kot izkušenj, podcenila pa je tudi države, ki volijo prek strankarskih zborovanj.

Vendar ob vsem tem ostaja nesporno, da je letošnje preliminarne volitve, ki bi morale bolj kot vse drugo predstavljati zgodovinski moment (prva ženska nominiranka ali prvi temnopolti nominiranec) zasenčila izredno negativna kampanja, še zlasti s strani tabora Clintonove. Ker pretiranih razlik v njenih programih ali pogledih ni, so se v štabu Clintonove najprej odločili, da se bodo Obamovim pozivom k spremembam uprli s poudarjanjem izkušenosti nekdanje prve dame. Ta strategija ni najbolj uspevala, zato so morali njeni spin doktorji najti bolj »oprijemljive stvari«. Sledili so umazani, podli in nizkotni udarci, ki jih je občasno spremljal še rasistični in šovinistični pridih ter psevdodogodki, ki so se v kampanji krepko prenapihnil in so tokratnim demokratskim preliminarnim volitvam dali bolj podobo boja glavnih volitev med republikanci in demokrati.

Med tistimi, ki so izstopali najbolj: Obama je vlogo Clintonove v Beli hiši pretirano zreduciral na zgolj »ceremonialno«, čeprav je bila dejansko najvplivnejša Billova svetovalka. Pogosto je bil nenatančen pri svojih kritikah njenih načrtov – denimo za zdravstvo. Clintonova je tako močno hotela izničiti Obamove izkušnje, da je celo republikanskemu (!) nasprotniku dala več točk pri tem, kdo je bolj pripravljen biti vrhovni poveljnik. Tabor Clintonove je potuhnjeno v medijih zbujal pomisleke glede Obamovega jemanja mamil v mladosti, muslimanskega rodu, (ne)patriotizma in povezanosti s kontroverznim pastorjem Wrightom.

Poleg odmevnega incidenta z Wrightom je bila tu še laž Clintonove o nevarnosti njenega obiska Tuzle, Obamina nepremišljena oznaka o »zagrenjenih« podeželanih, kar je s pridom izkoristila nasprotnica, Billovo bizarno, rasistično obravnavanje Obame, rasistične opazke Geraldine Ferraro, svetovalke Clintonove, občasno šovinistični odnos medijev do Clintonove, oznake Hillary Clinton kot »pošasti« in Billa kot »mcCarthyjevskega« iz Obamovega tabora, etiketiranja Obame kot »elitista« in primerjava z republikanskim tožilcem Kenom Starrom, afera s Florido in Michiganom ...

Vse kaže, da se bosta na glavnih volitvah spopadla Obama in McCain. Oba veljata kot vljudna senatorja, ki se ne spuščata v grde boje ter ju ne moti ponuditi roko sprave tudi članu nasprotne stranke. Seveda, ko je enkrat na kocki Bela hiša, se zadeve rade spremenijo. Mnogi pa se kljub temu sprašujejo, če je kampanja sploh lahko grša, kot smo ji že bili priča?

Upam, da sem na podlagi razvoja dogodkov in konkretnih primerov natančno prikazala vso kompleksnost letošnjega boja demokratskih predsedniških kandidatov, saj se mi je hipoteza, da se lahko ta zgodovinska bitka spremeni v prav tako umazano, kot med strankarskima nasprotnikoma, potrdila.

Izpolnila sem tudi druge cilje. Opisala sem kompleksnost ameriškega volilnega sistema, med kampanjo se je denimo pokazalo, da so za veliko hude krvi poskrbele tudi čisto tehnične stvari, kot je upoštevanje ali ne delegatov iz Floride in Michigana ter definicija pomembnosti strankarskih zborovanj. Podrobnejša poglobitev v kandidata je pokazala, da Obama morda res nima obsežnih izkušenj, ima pa leta delovanja za revne in si že od nekdaj prizadeva za spremembe, medtem ko ob analizi in zgodovini Hillary Clinton prideš do enkratnega vpogleda v življenje ženske, ki si je že od študentskih let gradila pot do prve predsednice ZDA.

V letošnjem boju sta veliko vlogo odigrala tudi rasa oziroma spol. Kateri predsodek je v ZDA bolj vkoreninjen, zakaj niso vse ženske avtomatično za Hillary Clinton, ali ta odvrča volivce, ker je ženska ali ker je Hillary Clinton, zakaj Obami temnopolti sprva niso zaupali in kako gledajo belci na temnopolte politike? Vse to sem obdelala v posebnem poglavju.

(*Opomba: Na glavnih volitvah 4. novembra 2008 je zmagal Barack Obama, ki je premagal republikanskega tekmeca Johna McCaina.)

13 LITERATURA

- AP. 2008. A Harder Look at Obama, Post – 'SNL'? (4. marec).
- AP. 2008. Canada Government Probes Obama Leak, (4. marec).
- AP. 2008. Analysis: Obama Grabs Race Issue, (18. marec).
- AP. 2008. Clinton, Obama trade negative attacks days before Pennsylvania Vote, (20. april).
- Asher, Herbert B. 1992. *Presidential Elections and American Politics*. Homewood: Dorsey Press.
- B. A. 2008a. Obama je začel vračati udarce. *Dnevnik*, 6 (8. marec).
- 2008b. Obama miri pastorjeve strasti. *Dnevnik*, 8 (19. marec).
- Babington, Charles. 2008. Obama rises from political obscurity to verge of history. *AP* (10. maj).
- Barack Obama*. 2008. Dostopno prek: http://en.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama (20. maj 2008).
- Bennett, Kitty. 2008. Attack Sites As Strategy. *New York Times* (6. marec).
- Bibby, John F. in Brian F. Schaffner. 2008. *Politics, Parties, and Elections in America*. Boston: Thomson Wadsworth.
- Bosman, Julie in Jeff Zeleny. 2008. Clinton Works Wyoming to End Caucus Streak. *New York Times* (8. marec).
- Bosman, Julie. 2008a. Obama Campaign Says Clinton Misrepresented Her Support for Nafta. *New York Times* (21. marec).
- 2008b. Clinton Criticizes Obama Over His Pastor. *New York Times* (26. marec).
- 2008c. Clinton Impugns Obama's Toughness. *New York Times* (19. april).
- Broder, John M. in Dalia Sussman. 2008. Obama and McCain Sweep Three Primaries. *New York Times* (13. februar).
- Broder, John M. 2008a. Top Clinton Aide Leaving His Post Under Pressure. *New York Times* (7. april).
- 2008b. Democrats Wrangle Over Words and Beliefs. *New York Times* (14. april).
- Brooks, David. 2007. The Obama-Clinton Issue. *New York Times* (8. december).
- Brooks, David. 2008a. McCain and Obama. *New York Times* (8. januar).

--- 2008b. The Kennedy Mystique. *New York Times* (29. januar).

--- 2008c. When Reality Bites. *New York Times* (12. februar).

--- 2008d. Playing by Clinton Rules. *New York Times* (7. marec).

--- 2008e. The Long Defeat. *New York Times* (25. marec).

Brstovšek, Andrej. 2007. Iskanje 44. predsednika. Ali prve predsednice. *Dnevnikov Objektiv*, 14-15 (10. november).

Brstovšek, Andrej. 2008. Sladke skrbi McCaina, grenke demokratov. *Dnevnik*, 6 (6. marec).

Cohen, Adam. 2007. Bill and Hillary's Pitch in Iowa: 'I Love the 90s'. *New York Times* (12. december).

Cohen, Robert. 2007a. Obama in Orbit. *New York Times* (15. november).

--- 2007b. Obama's American Idea. *New York Times* (10. december).

Cohen, Roger. 2008. Moody Tuesday. *New York Times* (7. februar).

Cohen, Sharon. 2008. Does Obama's win show US is colorblind? *AP* (5. januar).

Collins, Gail. 2007a. Everybody vs. Hillary. *New York Times* (1. november).

--- 2007b. What Happens in Vegas ... *New York Times* (15. november).

--- 2007c. Hillary Fries the Waffle. *New York Times* (17. november).

--- 2007d. Born-Yesterday Candidates. *New York Times* (6. december).

--- 2007e. Barack's Blast From the Past. *New York Times* (15. december).

Collins, Gail. 2008a. What Would Hillary Rodham Do? *New York Times* (5. januar).

--- 2008b. Hillary's Free Pass. *New York Times* (10. januar).

--- 2008c. Ted Kennedy and the Gap. *New York Times* (7. februar).

--- 2008d. Notes From a Caucus. *New York Times* (14. februar).

--- 2008e. The Uncle Al Election. *New York Times* (27. marec).

--- 2008f. White Guys Are Back. *New York Times* (5. april).

--- 2008g. Battle of the Baggage. *New York Times* (17. april).

Cooper, Michael in Sarah Wheaton. 2008. Obama Cutting Into Clinton's Edge Among Supedelegates. *New York Times* (29. februar).

Čibej, Boris. 2008a. Od zmage do zmage do končnega poraza. *Sobotna priloga Dela*, 12-13 (26. april).

--- 2008b. Bliža se konec razgrete predvolilne tekme. *Delo*, 9 (13. maj).

--- 2008c. Umazane igre umazanega piara. *Delo*, 9 (21. marec).

Denton, Jr., Robert E. 1994. *The 1992 Presidential Campaign: A Communication Perspective*. Westport: Praeger.

Denton, Jr., Robert E. in Gary C. Woodward. 1998. *Political Communication in America*. Westport: Praeger.

Devine, Tad. 2008. Superdelegates, Back Off. *New York Times* (10. februar).

Dowd, Maureen. 2007a. Shake, Rattle and Roll. *New York Times* (18. november).

--- 2007b. She's No Morgenthau. *New York Times* (21. november).

--- 2007c. O Brother, Where Art Thou? *New York Times* (2. december).

Dowd, Maureen. 2008a. Deign or Reign? *New York Times* (2. januar).

--- 2008b. Can Hillary Cry Her Way Back to the White House? *New York Times* (9. januar).

--- 2008c. Two Against One. *New York Times* (23. januar).

--- 2008d. Seeing Red Over Hillary. *New York Times* (30. januar).

--- 2008e. Darkness and Light. *New York Times* (6. februar).

--- 2008f. A Flawed Feminist Test. *New York Times* (13. februar).

--- 2008g. To Catch a Thief. *New York Times* (20. februar).

--- 2008h. ¿Quién Es Less Macho? *New York Times* (24. februar).

--- 2008i. Begrudging His Bedazzling. *New York Times* (27. februar).

--- 2008j. Duel of Historical Guilt. *New York Times* (5. marec).

--- 2008k. The Monster Mash. *New York Times* (9. marec).

--- 2008l. Hillary or Nobody? *New York Times* (26. marec).

--- 2008m. Surrender Already, Dorothy. *New York Times* (30. marec).

Ferfila, Bogdan in Marta Kos. 2002. *Politično komuniciranje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Ferraro, Geraldine A. 2008. Got a Problem? Ask the Super. *New York Times* (25. februar).

Healy, Patrick. 2007. In '08 Race, the Other Clinton Steps Up Publicly. *New York Times* (17. december).

Healy, Patrick. 2008a. Clinton's Message, and Moment, Won the Day. *New York Times* (10. januar).

--- 2008b. Obama Weathers a Test of Mettle. *New York Times* (27. januar).

--- 2008c. Support Divided, Top Democrats Trade Victories. *New York Times* (6. februar).

--- 2008d. Obama and Clinton Brace for Long Run. *New York Times* (7. februar).

--- 2008e. Somber Clinton Soldiers On as the Horizon Darkens. *New York Times* (24. februar).

--- 2008f. In Two Battlegrounds, Voters Say, Not Yet. *New York Times* (5. marec).

--- 2008g. Looking at the Math and the Map, and Hoping the Tide Can Turn. *New York Times* (6. marec).

--- 2008h. Democrats in a Fight to Define 'Winner'. *New York Times* (12. marec).

--- 2008i. Clinton Treats Obama Pastor With Extreme Caution. *New York Times* (21. marec).

--- 2008j. Clinton Seeks to Soften Impact of Misstatement. *New York Times* (26. marec).

Healy, Patrick in Jeff Zeleny. 2007. Clinton's Thick of Barbed Democratic Debate. *New York Times* (16. november).

Healy, Patrick in Jeff Zeleny. 2008a. Obama and Clinton Tangle at Debate. *New York Times* (22. januar).

--- 2008b. Obama Extends Streak to 10 and Makes Inroads Among Women. *New York Times* (20. februar).

--- 2008c. Debate Takes On Contentious Air. *New York Times* (22. februar).

--- 2008d. Democrats Clash on Trade, Health and Tactics. *New York Times* (27. februar).

--- 2008e. Democrats Face Racial Issue Again. *New York Times* (13. marec).

Healy, Patrick in Abby Goodnough. 2008. Clinton and Obama Intensify Attacks. *New York Times* (2. marec).

Healy, Patrick in John M. Broder. 2008. A Campaign Retools to Seek Second Clinton Comeback. *New York Times* (5. januar).

Healy, Patrick in Katherine Q. Seelye. 2008. Clinton Says She 'Misspoke' About Dodging Sniper Fire. *New York Times* (25. marec).

Healy, Patrick in Michael Cooper. 2008. Clinton Is Victor, Turning Back Obama; McCain Also Triumphs. *New York Times* (9. januar).

Herbert, Bob. 2007a. Hillary's Tough Sell. *New York Times* (6. november).

--- 2007b. Behind the Curtain. *New York Times* (27. november).

Herbert, Bob. 2008a. The Obama Phenomenon. *New York Times* (5. januar).

--- 2008b. Of Hope and Politics. *New York Times* (12. januar).

--- 2008c. Questions for the Clintons. *New York Times* (26. januar).

--- 2008d. Lowering the Volume. *New York Times* (2. februar).

--- 2008e. Winds of Change. *New York Times* (5. februar).

--- 2008f. No End in Sight. *New York Times* (12. februar).

--- 2008g. Hillary on the High Road? *New York Times* (23. februar).

--- 2008h. Confronting the Kitchen Sink. *New York Times* (8. marec).

--- 2008i. With a Powerful Speech, Obama Offers a Challenge. *New York Times* (25. marec).

--- 2008j. A Different Kind of Election. *New York Times* (8. april).

--- 2008k. Some Perspective on 'Bitter'. *New York Times* (15. april).

--- 2008l. Road Map to Defeat. *New York Times* (19. april).

Hetherington, Marc J. in William J. Keefe. 2007. *Parties, Politics, and Public Policy in America*. Washington: CQ Press.

Hillary Rodham Clinton. 2008. Dostopno prek:
http://en.wikipedia.org/wiki/Hillary_Rodham_Clinton (20. maj 2008).

Hoffman, Jan. 2008. Young Obama Backers Twist Parents' Arms. *New York Times* (8. april).

Hoyt, Clark. 2008. Playing Favorites? Don't Be So Sure. *New York Times* (9. marec).

Howley, Kerry. 2008. It Takes a Family (to Break a Glass Ceiling). *New York Times* (5. januar).

Kantor, Jodi in Jeff Zeleny. 2008. On Defensive, Obama Plans Talk on Race. *New York Times* (18. marec).

- Kennedy, Caroline. 2008. A President Like My Father. *New York Times* (27. januar).
- Klemenčič, Andrej. 2008. "Čudežna" vrnitev Hillary Clinton. *Dnevnik*, 6 (6. marec).
- Kohut, Andrew. 2008. Getting It Wrong. *New York Times* (10. januar).
- Kristof, Nicholas D. 2008a. Hillary, Barack, Experience. *New York Times* (20. januar).
- 2008b. Who Is More Electable? *New York Times* (7. februar).
- 2008c. When Women Rule. *New York Times* (10. februar).
- 2008d. Obama's Kenyan Roots. *New York Times* (24. februar).
- 2008e. Obama and the Bigots. *New York Times* (9. marec).
- 2008f. Obama and Race. *New York Times* (20. marec).
- 2008g. Obama, Clinton – and Echoes of Nader? *New York Times* (27. marec).
- 2008h. Our Racist, Sexist Selves. *New York Times* (6. april).
- Kristol, William. 2008a. Desperate Husband. *New York Times* (28. januar).
- 2008b. It's All About Him. *New York Times* (25. februar).
- 2008c. The Shape of the Race to Come. *New York Times* (7. april).
- Krugman, Paul. 2008. Hate Springs Eternal. *New York Times* (11. februar).
- Leibovich, Mark. 2008. In New Hampshire, Bill Clinton Finds Less Spark. *New York Times* (7. januar).
- Lewis, Charles. 1996. *The Buying of the President*. New York: Avon Books.
- Luo, Michael, Jo Becker in Patrick Healy. 2008. Donors Worried by Clinton Campaign Spending. *New York Times* (22. februar).
- Luo, Michael in Jeff Zeleny. 2008. Obama and Clinton Flush With Cash From February. *New York Times* (29. februar).
- MacKay, Scott. 2008. Negative campaigning long a hallmark of American politics. *Journal* (29. januar).
- Morris, Dick in Eileen McGann. 2005. *Condi vs. Hillary: The Next Great Presidential Race*. New York: HarperCollins.
- Nagourney, Adam. 2007. Polls Find Voters Weighing Issues vs. Electability. *New York Times* (14. november).

Nagourney, Adam. 2008a. Obama Takes Iowa in a Big Turnout as Clinton Falters. *New York Times* (4. januar).

--- 2008b. Clinton Escapes to Fight Another Day. *New York Times* (9. januar).

--- 2008c. Races Entering Complex Phase Over Delegates. *New York Times* (28. januar).

--- 2008d. Democrats Flood States With Ads as Tuesday Nears. *New York Times* (3. februar).

--- 2008e. Obama's Lead in Delegates Shifts Focus on Campaign. *New York Times* (14. februar).

--- 2008f. Old Clinton Ties and Voters' Sway Tug at Delegates. *New York Times* (17. februar).

--- 2008g. Clinton Aides Split on How to Take On Obama. *New York Times* (21. februar).

--- 2008h. For Obama, a Taste of What a Long Battle Would Hold. *New York Times* (29. februar).

--- 2008i. Big Wins for Clinton in Texas and Ohio; McCain In as G.O.P. Choice. *New York Times* (5. marec).

--- 2008j. One Bruising Scenario for Clinton. *New York Times* (24. marec).

--- 2008k. Endorsement of Obama Points Up Clinton Obstacles. *New York Times* (29. marec).

Nagourney, Adam in Carl Hulse. 2008. Clinton Success Alters Delegate Race's Dynamic. *New York Times* (6. marec).

Nagourney, Adam in Jeff Zeleny. 2007. Obama Promises a Forceful Stand Against Clinton. *New York Times* (28. oktober).

Nagourney, Adam in Jeff Zeleny. 2008a. *For* Democrats, Increased Fears of a Long Fight. *New York Times* (16. marec).

--- 2008b. First a Tense Talk With Clinton, Then Richardson Backs Obama. *New York Times* (22. marec).

--- 2008c. Clinton Uses Sharp Attacks in Tense Debate. *New York Times* (17. april).

Nagourney, Adam in Megan Thee. 2008. Obama's Support Softens in Poll, Suggesting a Peak Has Passed. *New York Times* (4. april).

New York Times. 2008. Unite, Not Divide, Really This Time, (9. januar).

New York Times. 2008. Primary Choices: Hillary Clinton, (25. januar).

New York Times. 2008. Divided They Run, (6. februar).

New York Times. 2008. What We'd Like to Hear, (6. marec).

New York Times. 2008. Mr. Obama's Profile in Courage, (19. marec).

New York Times. 2008. Guns and Bitter, (16. april).

Popkin, Samuel L. 1994. *The Reasoning Voter*. Chicago: University Of Chicago Press.

Powell, Michael. 2008a. Two Hopefuls Share Little but Youth Appeal. *New York Times* (8. januar).

--- 2008b. Clinton Shouldn't Feel Forced to Quit Race, Obama Says. *New York Times* (30. marec).

Powell, Michael in Jeff Zeleny. 2008. Lesson of Defeat: Obama Comes Out Punching. *New York Times* (6. marec).

Ramde, Dinesh. 2008. Book: Campaigning Has Always Been Dirty. *AP* (15. januar).

Rich, Frank. 2007a. Who's Afraid of Barack Obama? *New York Times* (2. december).

--- 2007b. Latter-Day Republicans vs. the Church of Oprah? *New York Times* (16. december).

--- 2007c. A Résumé Can't Buy You Love. *New York Times* (23. december).

Rich, Frank. 2008a. Haven't We Heard This Voice Before? *New York Times* (13. januar).

--- 2008b. The Billary Road to Republican Victory. *New York Times* (27. januar).

--- 2008c. Ask Not What J.F.K. Can Do for Obama. *New York Times* (3. februar).

--- 2008d. Next Up for the Democrats: Civil War. *New York Times* (10. februar).

--- 2008e. The Grand Old White Party Confronts Obama. *New York Times* (17. februar).

--- 2008f. The Audacity of Hopelessness. *New York Times* (24. februar).

--- 2008g. The Republican Resurrection. *New York Times* (23. marec).

--- 2008h. Hillary's St. Patrick Massacre. *New York Times* (30. marec).

Rother, Larry in Michael Luo. 2008. Groups Respond to Obama's Call for National Discussion About Race. *New York Times* (20. marec).

Rother, Larry. 2008a. Conflicting Takes, Here and Abroad, on Clinton Role in Northern Ireland Accord. *New York Times* (22. marec).

--- 2008b. Obama Says Real-Life Experience Trumps Rivals' Foreign Policy Credits. *New York Times* (10. april).

Scott, Janny. 2007. A Biracial Candidate Walks His Own Fine Line. *New York Times* (29. december).

- Scott, Janny. 2008a. Obama Chooses Reconciliation Over Rancor. *New York Times* (19. marec).
- 2008b. What Politicians Say When They Talk About Race. *New York Times* (23. marec).
- Seelye, Katherine Q. 2007. The Oprah Party Wants You. *New York Times* (2. december).
- Seelye, Katherine Q. 2008a. Maine to Obama; Clinton Replaces Campaign Leader. *New York Times* (11. februar).
- 2008b. Clinton's Persistence Could Help Obama. *New York Times* (2. april).
- Seelye, Katherine Q. in Jeff Zeleny. 2008a. Clinton Questions Role of Obama in a Crisis. *New York Times* (1. marec).
- 2008b. On the Defensive, Obama Calls His Words Ill-Chosen. *New York Times* (13. april).
- Seelye, Katherine Q. in Julie Bosman. 2008a. Ferraro's Obama Remarks Become Talk of Campaign. *New York Times* (12. marec).
- 2008b. Carrying Primary Scars Into the General Election. *New York Times* (1. april).
- Seelye, Katherine Q. in Michael Powell. 2008. Surprise Backing From Senator Reflected Frustration and Desire for Healing. *New York Times* (29. marec).
- Sinderbrand, Rebecca. 2008. Clinton, Obama attack each other for being too negative. *CNN*, 20. april. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/04/20/dems.penn/index.html> (20. april 2008).
- STA. 2008. Med Hillary Clinton in Barackom Obamo se je začela umazana igra. *Dnevnik*, 8 (27. februar).
- Steinem, Gloria. 2008. Women Are Never Front-Runners. *New York Times* (8. januar).
- Steinberg, Jacques. 2008a. Democrats Test Messages in Early Nationwide Ads. *New York Times* (25. januar).
- 2008b. Who Lost the Debate? Moderators, Many Say. *New York Times* (18. april).
- Štefančič, Marcel, jr. 2008. Bradleyjev efekt. *Mladina* 2008(13): 36-38. Dostopno prek: http://www.mladina.si/tednik/200813/clanek/sve--ameriske_predvolitve-marcel_stefancic_jr/ (3. april 2008).
- Thompson, Ginger. 2008. Seeking Unity, Obama Feels Pull of Racial Divide. *New York Times* (12. februar).
- Toner, Robin. 2007. Feminist Pitch by a Democrat Named Obama. *New York Times* (2. december).

Toner, Robin. 2008a. Obama's Support Grows Broader, New Poll Finds. *New York Times* (26. februar).

--- 2008b. Obama's Test: Can a Liberal Be a Unifier? *New York Times* (25. marec).

United States Presidential Election. 2008. Dostopno prek:
http://en.wikipedia.org/wiki/United_States_presidential_election (20. maj 2008)

Van Natta, Don Jr. in Jo Becker. 2008. Democrats Look for Way to Avoid Convention Rift. *New York Times* (16. februar).

Van Natta, Don Jr. in John M. Broder. 2008. Clinton's Schedules Offer Chance to Test Assertions. *New York Times* (23. marec).

Vreg, France. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Williams, Juan. 2007. Obama's Color Line. *New York Times* (30. november).

Zeleny, Jeff. 2007. Obama Showing New Confidence With Iowa Sprint. *New York Times* (16. december).

Zeleny, Jeff. 2008a. In Painful Past, Hushed Worry About Obama. *New York Times* (25. februar).

--- 2008b. Obama Seeks to Rally Backers After Clinton Victories. *New York Times* (5. marec).

--- 2008c. Obama Camp Sees Fine Line in Hitting Back. *New York Times* (8. marec).

--- 2008d. Ex-Military in Tow, Democrats make Case. *New York Times* (13. marec).

--- 2008e. Obama Urges U.S. to Grapple With Race Issue. *New York Times* (19. marec).

--- 2008f. Obama Advisor Steps Up His Criticism of Bill Clinton. *New York Times* (23. marec).

--- 2008g. Opponents Call Obama Remarks 'Out of Touch'. *New York Times* (12. april).

Zeleny, Jeff in Carl Hulse. 2008. Kennedy Chooses Obama, Spurning Plea by Clintons. *New York Times* (28. januar).

Zeleny, Jeff in Julie Bosman. 2008. Obama Rejects Idea of Back Seat on Ticket. *New York Times* (11. marec).

Zeleny, Jeff in Patrick Healy. 2008a. One on One in Debate, Democrats Set Aim at G.O.P. *New York Times* (1. februar).

--- 2008b. Black Leader, a Clinton Ally, Tilts to Obama. *New York Times* (15. februar).

Zeleny, Jeff in Katherine Q. Seelye. 2008. Trailing in Pennsylvania, Obama Sharpens Tone. *New York Times* (21. april).

Zernike, Kate in Jeff Zeleny. 2008. *Obama in Senate: Star Power, Minor Role*. *New York Times* (9. marec).

14 PRILOGE

Priloga A: Intervju z dr. Mihaelom Klinetom

1. Boj med demokratskima kandidatoma Obamo in Clintonovo postaja čedalje bolj umazan - vas je presenetilo, da si lahko politika iz iste stranke prav tako "uspešno" mečeta polena pod noge, kot če bi šlo za boj na glavnih volitvah med republikancem in demokratom?

Boj med političnimi kandidati je v ZDA vedno kombinacija pozitivne in negativne kampanje. Poleg tega so razlike znotraj stranke dejansko enako velike kot med strankama. In kljub temu je tekmovalnost med demokratoma šla čez okvir sprejemljivega. A tudi to je več kot odlično za raziskovanje. Pokazalo se je, da Clintonova želi oblast za vsako ceno. Za ceno, ki jo bo v največji meri plačevala še nekaj let cela stranka, morda pa celo vsi državljani ZDA.

2. S katero stranjo se strinjate - s tisto, ki trdi, da bo dolg boj med njima pokončal upe demokratov na glavnih volitvah, saj negativnost odvrča volivce, ali s stranjo, ki trdi, da dolg boj pravzaprav koristi demokratom, saj ohranja pozornost na njih in motivira volilno bazo? Res je, da dolga kampanja motivira volivce za spremljanje kampanje. A ta motivacija je negativna saj sočasno polarizira člane demokratske stranke in jih s tem dejansko poriva v naročje republikancev. Pri interpretaciji tega fenomena je namreč potrebno upoštevati dejstvo, da gre v primeru volivcev v ZDA praviloma za odločanje z nizko in ne visoko stopnjo vpletenosti (neizrazita pripadnost strankam!).

3. Kaj menite o kampanji Baracka Obame, ki si na vse pretege prizadeva voditi "drugačno", "čisto", "novo" politično kampanjo, ki temelji na upanju in izogibanju napadov na nasprotnika, a mu to nekako ne uspeva najbolj, ko ima za nasprotnico "bojevito" Clintonovo?

Obama prodaja »spremembo« in vse kar je s tem povezano mora biti, drugačno, čistejše in je tudi novo. Če ste opazili, celo v svojem logu ne uporablja tega, kar uporablja Clintonova, »Za predsednika«. Slučaj, napaka ali kaj tretjega? Dejansko pa simbolno govori prav to, kar se dogaja v njunem dvoboju. Clintonova dejansko predstavlja nadaljevanje Busheve ere, Obama pa po drugi strani predstavlja popolno diskontinuiteto, prelom, četudi ni jasno, kakšna bo tista nova Amerika. Pri tem se seveda ni mogel nenehno izogibati napadom. In udaril je nazaj Ne najbolj posrečeno in ne posebno učinkovito in vendar ohranja tisto minimalno prednost, ki ne zagotavlja ničesar. Vsekakor pa razdvaja celotno ameriško družbo po dveh že skoraj pozabljenih dimenzijah – demografiji – dohodku in rasno – barvi kože.

4. Volivci vedno znova trdijo, da ne marajo negativne kampanje, a zakaj potem ta tako očitno deluje? (napadi Hillary glede Obamove izkušnosti, napadi na Kerryja leta 2004 ...)

Volivci na vprašanja odgovarjajo tako, kot mislijo, da se od njih pričakuje – kognitivno, kot olikani ljudje – in odgovorijo, da negativna kampanja pomeni neolikano vedenje. Toda prav ta oblika vnese v volilno tekmo močan emocionalni naboj, ki pomeni povečano moč prepričevanja. Torej deluje emocionalno tam, kjer odpovedo kognitivni argumenti.