

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Simona Šubic**

**Analiza ameriških predsedniških volitev 2008 –  
Fenomen Barack Obama**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2011**

**UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Simona Šubic**

**Mentor: doc. dr. Žiga Vodovnik**

**Analiza ameriških predsedniških volitev 2008 –  
Fenomen Barack Obama**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2011**

*Zahvaljujem se vsem, ki so mi pri nastanku mojega diplomskega dela pomagali, predvsem pa staršem, ki so mi omogočili študij, in mentorju dr. Žigu Vodovniku za usmerjanje in pomoč pri pisanju diplomskega dela.*

## **Analiza ameriških predsedniških volitev 2008 – Fenomen Barack Obama**

V diplomskem delu sem podrobneje analizirala glavni predsedniški volilni kampanji, ki sta bili odločilnega pomena pri izboru novega ameriškega predsednika. Predsedniške volitve so pomemben dogodek v Ameriki in po svetu. Za boljše razumevanje samega poteka volilnih kampanj sem najprej podrobneje predstavila glavne značilnosti ameriškega političnega sistema in glavne pristojnosti in funkcije, ki pripadajo vsakemu novoizvoljenemu predsedniku. Glavni poudarek samega diplomskega dela pa sem namenila podrobnejši analizi glavnih dveh volilnih kampanj 56. zaporednih predsedniških volitev v Ameriki. Sama analiza zajema opredelitev volilnih kampanj, njihovo financiranje ter samo naravo (od strategije do negativne propagande). Diplomaska naloga vsebuje tudi posebno poglavje, ki se tematsko navezuje na mednarodne odnose. Na kratko je predstavljen koncept zunanje politike, zajeta pa je tudi analiza zunanje politike novoizvoljene administracije. Vse skupaj sem zaključila s sklepom, ki predstavi glavne ugotovitve, ki so potrebne za analizo dveh postavljenih raziskovalnih vprašanj.

**Ključne besede:** Amerika, predsedniški sistem, predsedniške volitve, volilna kampanja.

## **Aalysis of the 2008 presidential elections – The Phenomenom of Barack Obama**

In my diploma work I tried to analyze in detail the two main presidential election campaigns, which were crucial in the selection of the new American President. Presidential elections are an important event in America and around the world. For a better understanding, I first try to present the main features of the American political system and the main powers and functions that belong to each newly elected President. The main emphasis of my thesis is devoted to a detailed analysis of the two main electoral campaigns of the 56<sup>th</sup> consecutive presidential elections in America. The main analysis defines the electoral campaigns, their financing and their nature (from strategies to negative propaganda). The diploma work also includes a special chapter which is thematically connected to international affairs. It briefly presents the concept of foreign policy, but it also includes the analysis of the foreign policy taken by the newly elected administration. The end is brought together with the conclusion and the main findings, which are needed for the analysis of the two research questions.

**Keywords:** America, presidential system, presidential elections, election campaign.

# KAZALO

<b>1 UVOD</b> .....	<b>8</b>
<b>2 METODOLOŠKI OKVIR</b> .....	<b>10</b>
<b>3 POLITIČNI SISTEM</b> .....	<b>12</b>
<b>3.1 Ameriški predsedniški sistem</b> .....	<b>12</b>
3.1.1 Izvolitev ameriškega predsednika .....	12
<b>3.2 Ameriški predsednik</b> .....	<b>13</b>
3.2.1 Funkcija .....	14
3.2.2 Pristojnosti.....	14
<b>4 DVOSTRANKARSTVO V AMERIKI</b> .....	<b>16</b>
<b>5 VOLILNA KAMPANJA</b> .....	<b>18</b>
<b>5.1 Opredelitev volilne kampanje</b> .....	<b>18</b>
<b>5.2 Financiranje volilnih kampanj</b> .....	<b>20</b>
<b>5.3 Narava ameriških volilnih kampanj</b> .....	<b>21</b>
5.3.1 Predsedniški kandidat.....	21
5.3.2 Strategija volilne kampanje .....	22
5.3.3 Mediji .....	23
5.3.4 Javno mnenje.....	25
5.3.5 Negativna propaganda.....	25
<b>6 PREDSEDNIŠKE VOLITVE 2008</b> .....	<b>26</b>
<b>6.1 Kandidati</b> .....	<b>26</b>
<b>6.2 Predvolilno dogajanje</b> .....	<b>28</b>
<b>7 PREDSEDNIŠKI VOLILNI KAMPANJI 2008</b> .....	<b>31</b>
<b>7.1 Volilna kampanja Baracka Obame</b> .....	<b>31</b>
<b>7.2 Volilna kampanja Johna McCaina</b> .....	<b>37</b>

<b>8 VOLILNI IZID 2008 IN PRVA OCENA PREDSEDOVANJA.....</b>	<b>42</b>
<b>8.1 Rezultati .....</b>	<b>42</b>
<b>8.2 Komentarji.....</b>	<b>45</b>
<b>8.3 Prva ocena predsedovanja.....</b>	<b>47</b>
<b>9 POGLEDI NA ZUNANJO POLITIKO .....</b>	<b>50</b>
<b>9.1 Opredelitev pojma zunanje politike .....</b>	<b>50</b>
<b>9.2 Opredelitev stališč do zunanje politike obeh predsedniških kandidatov ....</b>	<b>51</b>
<b>9.3 Zunanja politika novoizvoljene administracije .....</b>	<b>55</b>
<b>10 SKLEP.....</b>	<b>58</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>61</b>

## KAZALO SLIK

<b>Slika 7.1:</b> Logotip kampanje Baracka Obame .....	35
<b>Slika 7.2:</b> Hope poster .....	35
<b>Slika 7.3:</b> Logotip kampanje Johna McCaina .....	40
<b>Slika 8.1:</b> Elektorski zemljevid predsedniških volitev 2008 .....	43

## KAZALO TABEL

<b>Tabela 8.1:</b> Uradni rezultati predsedniških volitev 2008 .....	43
<b>Tabela 8.2:</b> Rezultati glasovanja po starosti (Predsedniške volitve 2008) .....	44
<b>Tabela 8.3:</b> Rezultati glasovanja po starosti (Predsedniške volitve 2004) .....	44
<b>Tabela 8.4:</b> Rezultati glasovanja po izobrazbi (Predsedniške volitve 2008) .....	44

# 1 UVOD

Četrtega novembra 2008 so v Ameriki potekale 56. zaporedne predsedniške volitve, kjer so ameriški državljani izvolili svojega novega predsednika, ki bo naslednja štiri leta krojil politično življenje doma in po svetu. Funkcija ameriškega predsednika ima dolgo in pomembno tradicijo v zgodovini Amerike. Novoizvoljeni predsednik, Barack Obama, je postal vodja ene najpomembnejših držav na svetu in s tem prevzel najvišjo politično mesto v državi. Obseg pooblastil in pravic, ki pripadajo novoizvoljenemu predsedniku države, je skoraj neomejen. Poleg tega, da bo sprejemal vse najpomembnejše odločitve v državi, bo na čelu celotne izvršilne veje oblasti, postal pa bo tudi glavni akter zunanje politike. Ameriški predsedniški sistem je edinstven in ga ne moremo primerjati z nobenim drugim sistemom na svetu.

56. zaporedne ameriške predsedniške volitve so bile zgodovinskega pomena, saj je Amerika prvič v svoji dolgi zgodovini dobila afroameriškega predsednika. Novoizvoljeni demokratični ameriški predsednik, Barack Obama, je Ameriki prinesel nove čase. Noben politični strokovnjak si ne bi upal napovedati, da bi lahko kdajkoli v bližnji prihodnosti državljani afroameriškega porekla postal najvplivnejši človek in politik na svetu. V preteklosti je za mesto predsednika kandidiralo že nekaj afroameriških kandidatov, vendar pa si nobenemu ni uspelo zagotoviti mesta predsednika države.

Ameriške predsedniške volitve 2008 niso bile zanimive samo zaradi dejstva, da je Amerika dobila svojega prvega afroameriškega predsednika, ampak je imela tudi možnost, da na mesto predsednika države izvoli žensko. S tem bi se v zgodovinske knjige zapisala tudi novo postavljena državna sekretarka, senatorka in bivša prva dama Hillary Rodham Clinton.

Republikanski predsedniški kandidat, John McCain, je ob vseh teh zgodovinskih trenutkih ostal v ozadju političnega dogajanja. Možno je bilo pričakovati in napovedati, da je bila Amerika po dolgih osmih letih predsedovanja Georga W. Busha pripravljena na potrebne spremembe v političnem življenju. Vsakega republikanskega predsedniškega kandidata bi na 56. zaporednih predsedniških volitvah čakala težka naloga. Za znanega arizonskega senatorja, Johna McCaina, ki že več kot dve desetletji sodeluje na ameriškem



političnem področju, je bila to že druga in s tem zadnja možnost postati ameriški predsednik.

Ameriške predsedniške volitve 2008 so bile zelo zanimive in ob določenih trenutkih celo nepredvidljive. Boji za mesto demokratskega in republikanskega predsedniškega kandidata so potekali že pred samim uradnim začetkom volitev in so bili na posamezni strani ponekod tudi izenačeni. Same volilne kampanje so bile zanimive in polne presenečenj. Pritegnile so pozornost ameriških državljanov, saj se je predsedniških volitev udeležilo rekordno število državljanov, ki jih je vodila močna želja po spremembah.

## 2 METODOLOŠKI OKVIR

Predsedniške volitve, ki se odvijajo vsake štiri leta, so najbolj pričakovan in zanimiv dogodek v ameriški politični areni in pritegnejo pozornost medijev ne samo v Ameriki ampak tudi po svetu. Glavni cilj moje diplomske naloge je predstavitev ameriškega predsedniškega sistema in analiza volilnih kampanj demokratskega in republikanskega predsedniškega kandidata.

Diplomsko delo je sestavljeno iz več sklopov. Uvod je zajet v prvem poglavju diplomske naloge, kateremu sledi metodološki okvir, kjer sta navedeni obe glavni raziskovalni vprašanji. Tretje poglavje predstavi glavne značilnosti ameriškega predsedniškega sistema in funkcijo ter pristojnosti, ki pripadajo vsakemu ameriškemu predsedniku. Osredotočenost četrtega poglavja je namenjena ameriškemu dvostrankarskemu sistemu in odnosu do kandidatov, ki ne pripadajo demokratski ali republikanski stranki. Peto poglavje na splošno poda teoretično podlago volilnih kampanj in opredeli naravo ameriških volilnih kampanj. Vsa naslednja poglavja, do vključno osmega, se navezujejo na 56. zaporedne ameriške predsedniške volitve 2008. Deveto poglavje se navezuje na mednarodne odnose in predstavi glavne definicije zunanje politike. Zajeti pa so tudi glavni vidiki zunanje politike obeh kandidatov v času volitev, skupaj s predstavitevjo pogledov na zunanjo politiko novoizvoljene ameriške administracije. Vse skupaj povezuje zaključni sklep z ugotovitvami, ki vsebinsko diplomsko nalogo tudi zaključijo. Na koncu diplomske naloge je navedena glavna literatura, uporabljena pri sestavi diplomskega dela.

V diplomski nalogi sem si zastavila dve glavni raziskovalni vprašanji, ki ju bom s pomočjo podrobne analize skušala potrditi ali zavreči. Prvo se navezuje na novoizvoljenega ameriškega predsednika Baracka Obamo in spretnost njegove volilne ekipe pri uporabi novih medijev (internet) za pridobitev novih in najmlajših volivcev.

**Raziskovalno vprašanje 1:** Ali je Baracku Obami prek interneta uspelo pridobiti svojo največjo volilno bazo (mladino) in ali mu je le-ta pomagala do zmage na volitvah?

Drugo pa se navezuje na republikanskega predsedniškega kandidata Johna McCaina. Prepričan je, da je osemletna zapuščina Bushevega predsedovanja in želja po političnih spremembah preprečila njegov uspeh na predsedniških volitvah.

**Raziskovalo vprašanje 2:** Ali je imela zapuščina Georga W. Busha usodne posledice za uspeh Johna McCaina na predsedniških volitvah 2008?

Za uspešno preverjanje zastavljenih raziskovalnih vprašanj bom uporabila teoretični pristop. Za boljše razumevanje ameriškega predsedniškega sistema in pregleda poteka ameriških predsedniških volitev bom najprej začela s kvalitativnim zbiranjem podatkov, ki jih bom kasneje tudi temeljito pregledala. Zbiranje podatkov zajema pregled obstoječe bibliografije, ki mi bo v pomoč pri zastavljeni temi. Pri analizi členov ameriške ustave in kode, ki bosta potrebna za predstavitev pristojnosti in funkcij ameriškega predsednika, mi bo v pomoč analiza primarnih virov. Pri večini diplomskega dela mi bo v veliko pomoč konceptualna analiza sekundarnih in internetnih virov. Obe metodi zajemata interpretacijo in analizo knjig in gradiva z interneta, ki se vsebinsko navezujeta na predmet raziskovanja. Pri analizi rezultatov predsedniških volitev 2008 bo potrebna tudi analiza statističnih podatkov, ki jih bom predstavila v osmem poglavju v obliki tabel in s pomočjo slikovne predstavitve elektorske mape volitev. Za boljše končno razumevanje obeh glavnih volilnih kampanj pa bom preučila tudi volilno kampanjo Baracka Obame in Johna McCaina (Bučar in drugi 2002, 22–36).

## 3 POLITIČNI SISTEM

### 3.1 Ameriški predsedniški sistem

Amerika je ena redkih demokratičnih držav, ki ima federalno politično ureditev in pri kateri je oblast porazdeljena med različnimi vladami v državi (Ferfila 2001, 817). Ameriški predsedniški sistem je bil oblikovan po britanskem modelu in uveden leta 1787 z ameriško ustavo. Glavna značilnost sistema je ta, da je predsednik države šef izvršilne veje oblasti in hkrati individualni državni poglavar. Delitev oblasti je jasna in deluje po sistemu zavor in ravnovesij, ki zagotavljajo nemoteno delovanje in sodelovanje posameznih vej (Grad 2000, 59–60).

Zakonodajno vejo oblasti vodi kongres, ki ga sestavljata dva skoraj enakopravna domova: senat in predstavniški dom (*House of Representatives*). Senat predstavlja posamezne države federacije in je močnejši dom kongresa. Vsaka država neposredno izvoli po dva senatorja za dobo šestih let, pri čemer se tretjina senatorjev voli na vsake dve leti. Zadolžen je za imenovanje nekaterih zveznih funkcionarjev in razpravlja o vprašanjih zunanje politike. Pristojen je tudi za obravnavo obtožb (*impeachment*) proti državnim uslužbencem. Predstavniški dom kongresa pa predstavlja ljudstvo, člani so prav tako voljeni neposredno za dobo dveh let. Poleg tega, da oba domova kongresa enakopravno sprejemata zakone in državni proračun, je glavna naloga predstavniškega doma sprejem državnega proračuna (Derbishire in Derbyshire 1996, 457).

Sodna veja oblasti pripada ameriškemu vrhovnemu sodišču, ki je najvišje zvezno sodišče in opravlja sodne funkcije ter nadzor v državi. Sestavlja ga devet sodnikov z dosmrtnim mandatom. Sodnike imenuje predsednik države v soglasju s senatom (Grad 2000, 59–60).

#### 3.1.1 Izvolitev ameriškega predsednika

Od leta 1792 vsake predsedniške volitve potekajo na 2. torek po prvem ponedeljku novembra. Predsedniške volitve so potekale 4. novembra 2008.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Cornell University Law School. Nd. *U.S. Code Time of appointing electors (Title 3.1)*. Dostopno prek: [http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode03/usc\\_sec\\_03\\_00000001----000-.html](http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode03/usc_sec_03_00000001----000-.html) (1. marec 2009).

Izvolitev predsednika je dolg in zapleten proces, ki ga sestavljajo trije glavni elementi (Heineman in drugi 1995, 115–121):

### *1. Predsedniška nominacija*

Vsaka država prek primarijev ali zbora volivcev (*primaries, caucuses*) določi delegate, ki na nacionalni strankarski konvenciji glasujejo za svojega kandidata. Predsedniški kandidat za nominacijo potrebuje večino delegatskih glasov. Od leta 1982 so na nacionalnih konvencijah prisotni tudi tako imenovani super delegati (*superdelegates*), ki v primeru izenačitve med kandidati določijo zmagovalca. Super delegati prihajajo iz vrst guvernerjev, članov kongresa, županov večjih mest in državnih strankarskih vodij.

### *2. Politična kampanja*

Politična kampanja se začne, ko je znan predsedniški kandidat. Uspešnost in nemoten potek same kampanje bo odvisna od organizacije, zato je ključnega pomena prava izbira osebja. Glavni akterji kampanje so vodja kampanje, finančni strokovnjak, pravnik, svetovalci, osebni pomočnik in drugo osebje.

### *3. Elektorski kolegij (Electoral College)*

Predsednika ne izvolijo državljani posredno, ampak je izvoljen neposredno prek elektorskih glasov. Volivci s svojim glasom izberejo elektorje. Število elektorjev v posamezni državi je odvisno od velikosti in moči posamezne države. Glasovanje elektorjev poteka na bazi *winner-take-all* (zmagovalec dobi vse glasove). Elektorske glasove prešteje in uradno razglasi predsednik senata. Predsedniški kandidat za zmago na splošnih volitvah potrebuje 270 elektorskih glasov.

## **3.2 Ameriški predsednik**

Služba predsednika je od vseh političnih institucij v Ameriki najbolj vidna funkcija, ki je skozi čas doživela največji razvoj (Heineman in drugi 1995, 184). Predsednik predstavlja nacionalni interes Amerike doma in po svetu in je s tem edini državni funkcionar, ki lahko predstavlja Ameriko kot celoto. Njegova naloga je tudi zagotavljanje določene stopnje enotnosti in koordinacije v državi (Grant 2004, 76). Izvršilna veja oblasti pa ima v Ameriki še eno posebnost. Vlado sestavljata dva izvoljena predstavnika: predsednik in podpredsednik (Bowles 1998, 98). Naloga slednjega je prevzem predsedovanja v primeru

predsednikove smrti ali odstopa (O'Connor in Sabato 1996, 205). Predsedovanje je sestavljeno iz dveh elementov: strategije in taktike. Najpomembnejša strateška naloga predsednika je oblikovanje političnega delovanja v državi. Medtem ko je najpomembnejša taktična naloga pogajanje s političnim vrhom v državi in s tem uresničevanje svojih ciljev, za katere predsednik potrebuje podporo kongresa in javnega mnenja (Bowles 1998, 99).

### 3.2.1 Funkcija

Ameriški predsednik in podpredsednik opravljata svojo funkcijo za dobo štirih let, po katerih imata možnost za ponovno izvolitev. Oseba, ki se poteguje za mesto predsednika, mora biti ameriški državljan, ki je dopolnil vsaj 35 let in je rezident Amerike zadnjih štirinajst let.

V primeru odstranitve, smrti, odstopa ali nezmožnosti opravljanja svoje funkcije predsednika zamenja podpredsednik. Če tudi on zaradi katerega koli razloga funkcije ni zmožen opravljati, kongres po pravu določi funkcionarja, ki prevzame predsedniške funkcije do izvolitve in imenovanja novega predsednika. V času predsedovanja predsednik za svoje delo prejema plačilo, katerega znesek ostane nespremenjen do konca predsedniškega mandata.<sup>2</sup> Ameriška ustava tudi določa, da mora predsednik začetek svojega mandata potrditi s slovesno prisego.<sup>3</sup>

### 3.2.2 Pristojnosti

Ameriška ustava predsedniku podeljuje sklop nalog, ki jih lahko opravlja, vendar pa je razmeroma skopa, ko omenja moči, ki predsedniku pripadajo. Zaradi tega lahko vsak predsednik posamezno določi smernice svojih moči (Grant 2004, 76). Skozi zgodovino so bili zaradi tega nekateri predsedniki močni in učinkoviti, drugi pa ne (O'Connor in Sabato 1996, 208).

---

<sup>2</sup>Cornell University Law School. Nd. *U.S. Code Compensation of the President (Title 3.2)*. Dostopno prek: [http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode03/usc\\_sec\\_03\\_00000102----000-.html](http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode03/usc_sec_03_00000102----000-.html) (2. marec 2009).

<sup>3</sup>Slovesna prisega je zajeta v II. členu ameriške ustave. Z njo predsednik prisega: "I do solemnly swear that I will faithfully execute the Office of President of the United States, and will to the best of my Ability, preserve, protect and defend the constitution of United States" (Ferfila in Kos 2002, 391).

Pristojnosti, ki jih ima vsak ameriški predsednik, so podrobno naštet in opisane v ameriški ustavi. Predsednik države opravlja osem glavnih funkcij: potrdi ali poda veto na kongresne zakone, zadolžen je za uresničevanje sprejetih zakonov, lahko skliče posebno zasedanje kongresa, lahko mu predlaga zakone, lahko sklepa pogodbe mednarodnega prava, poda nominacije za vrhovne in zvezne sodnike, ima moč pomilostiti ljudi, ki jih je obsodilo zvezno sodišče, in na koncu je odgovoren za izvršitev sodnih odločb (O'Connor in Sabato 1996, 41).

Poleg ustavnih funkcij pa vsak predsednik države opravlja tudi sklop vlog, ki v ustavi niso zajete, a so enako pomembne za boljše razumevanje vloge predsednika države v moderni dobi.

Najpomembnejši vlogi ameriškega predsednika sta, da je šef države in izvršilne veje oblasti. Poleg tega je tudi najpomembnejši državni diplomat, saj sodeluje pri oblikovanju zakonov zunanje politike, ki bodo v prihodnje zaznamovali in vplivali na ves svet. Ameriški predsednik je tudi poveljnik in šef oboroženih sil. Je vodja stranke, kateri pripada. Opravlja pa tudi številne druge vloge, med katerimi je treba najprej omeniti, da je vsak predsednik v prvi vrsti glas ljudstva, ki ga je na funkcijo izvolilo. Je tudi zaščitnik miru in skrbi za blaginjo prebivalstva v državi (Grant 2004, 76–80).

## 4 DVOSTRANKARSTVO V AMERIKI

Stranke so pomemben element ameriške politike, vendar pa se v svoji osnovi temeljito razlikujejo od vseh ostalih svetovnih strank. Ameriški dvostrankarski sistem je edinstven in ga ne moremo primerjati z nobenim drugim strankarskim sistemom po svetu (Bowles 1998, 18). Zanimivo pa je, da ima Amerika, ki je tako socialno in etnično raznolika, le dve glavni stranki. Odgovor na to najdemo že v sami zgodovini in kulturi države (Grant 2004, 195).

Amerika je edina država s teoretično najčistejšo dvostrankarsko politično ureditvijo. Četudi v državi obstajajo druge manjše stranke, imata le glavni stranki največjo moč in edini možnost nominirati uspešnega kandidata za mesto predsednika države. Nobena od ameriških držav nima močne ali vidne tretje stranke (Bowles 1998, 18). Ameriške stranke niso posebej pragmatične, zato imajo tudi vsi predsedniški kandidati možnost sestaviti svoj politični program, ki je neodvisen od strankarske ideologije (Bowles 1998, 20). Stranki zagovarjata zmerna stališča, nista ideološki in privlačita pozornost in podporo številnih skupin državljanov. Stranki tudi nista strukturno centralizirani (Heineman in drugi 1995, 90).

V ameriški politiki uspešno delujeta dve največji nacionalni stranki, ki sta se skozi zgodovino temeljito spremenili in prilagodili razmeram, kar jima je omogočilo uspešno politično ohranitev do današnjih dni. Skozi zgodovino so v Ameriki obstajala obdobja, kjer je imela ena od obeh največjih strank popolno dominacijo političnega življenja (Grant 2004, 192).

Največji ameriški stranki sta demokratska in republikanska stranka. Obe sta si ideološko zelo različni in imata svojo bazo podpore, vendar pa privabita večino v državi (Grant 2004, 197).

Demokratska stranka privabi podporo državljanov nižjih socialnih skupin in je videna kot stranka delavcev. Demokrati podpirajo vladno regulacijo gospodarstva, velike socialne programe, državno pomoč za izobraževanje in socialno podporo, kot tudi zakonodajno



podporo združenjem in etničnim manjšinam. Demokratska stranka je liberalna stranka (Grant 2004, 197–199).

Republikanska stranka na drugi strani privabi največjo podporo iz višjega srednjega sloja državljanov in podjetniških krogov. Privabi pa tudi največjo podporo kmetov in izobraženih državljanov. Republikanci so videni kot stranka bogatih. Republikanska stranka je manjši zagovornik vladne regulacije na vseh področjih življenja. Označimo jo lahko kot konzervativno stranko (Grant 2004, 197–199).

Vzroke za neuspešnost manjših strank in neodvisnih predsedniških kandidatov na volitvah najdemo že v samih volilnih zakonih, ki so bili sestavljeni in oblikovani s strani obeh največjih strank (Bowles 1998, 43). Obstaja več vzrokov za neuspešnost manjših strank in neodvisnih kandidatov na predsedniških volitvah. Prvi se pokaže že v samem elektorskem sistemu, ki poudarja pomembnost in moč obeh največjih strank, medtem ko ostali zaradi tega sploh nimajo realne možnosti za zmago, saj za to potrebujejo absolutno večino elektorskega kolegija. Drugi problem se pokaže tudi pri samih državnih volilnih zakonih in ureditvah, ki otežujejo kvalifikacije za predsedniške nominacije, za katere kandidat potrebuje nekaj tisoč podpisov, ki pa jih manjšim strankam ali neodvisnim kandidatom ni vedno lahko pridobiti. Tretji problem pa je povezan s samim financiranjem volilnih kampanj, za katere kandidat potrebuje ogromne zneske, ki jih kasneje porabi za televizijske, radijske in oglaševalske namene (Grant 2004, 195–196).

Vendar pa je treba tudi poudariti, da je nekaterim manjšim strankam in neodvisnim kandidatom uspelo pustiti vtis na volitvah in ponekod celo močno zaznamovati sam izid volitev, kar pa močno razburi glavni stranki, ki tega ne marata (Grant 2004, 201–202).

Dve pomembnejši manjši stranki zadnjih časov sta liberalna stranka in stranka zelenih. Prva je bila ustanovljena leta 1972 in zagovarja zmanjšano moč vlade na vseh področjih življenja. Njen predsedniški kandidat, Harry Browne, je leta 2000 zbral 384.000 glasov. Zelena stranka pa zagovarja okoljevarstvena vprašanja in poudarja škodljivo moč velikih korporacij. Njen predsedniški kandidat, Ralph Nader, je leta 2000 na volitvah zbral 2,9 milijona glasov ali 3 % in s tem preprečil zmago demokratskemu kandidatu Alu Goru na predsedniških volitvah 2000 (Grant 2004, 202).

## **5 VOLILNA KAMPANJA**

### **5.1 Opredelitev volilne kampanje**

Volilna kampanja je »povezana serija operacij, oblikovana za doseganje določenega rezultata« (Denton in Woodward 1998, 95).

Vsaka volilna kampanja je oblikovan boj, v katerega je vložena veliko dela, strategij in načrtovanja. Končni rezultat vedno poda zmagovalca in poraženca, kar je razvidno že iz samega izvora besede kampanja, ki ima svoje korenine v vojaškem besedišču. Skozi čas so volilne kampanje doživele številne spremembe (Denton in Woodward 1998, 95).

V preteklosti so bile volilne kampanje odvisne od dostopnosti, neposrednega komuniciranja in skupne identifikacije z državljani. Uspešnost kampanj je bila po večini odvisna od osebnega stika med kandidatom in volivci. Sama sporočila kampanj niso imela večjega vpliva na izbor predsedniškega kandidata, zato so bili izidi kampanj težko predvidljivi. Brez strankarske podpore noben predsedniški kandidat ni imel možnosti zmagati na volitvah. Vodenje volilnih kampanj je ležalo v rokah strankarskih aktivistov in prostovoljcev. Stare predsedniške kampanje so bile oblikovane s tradicionalnimi strategijami in sporočili, s katerimi so se državljani lahko identificirali (Denton in Woodward 1998, 95–96).

Dandanes na uspešen potek volilnih kampanj vplivajo različni dejavniki in nove tehnologije, ki so dokončno spremenile podobo in potek kampanj. Močen vpliv imajo tudi mediji, brez njihove podpore noben predsedniški kandidat ne bi imel možnosti doseči svoje volilne baze. Pomembno dejstvo novih kampanj je tudi zmanjšan vpliv strank, ki so dolgo krojile potek in izid volitev. Predsedniška kandidatura je prepuščena posamezniku, ki se z najbolje pripravljeno in financirano kampanjo poteguje za mesto šefa najmočnejše svetovne države. Izkušnje, ki so bile v preteklosti tako pomembne pri izboru kandidata, ne igrajo več tako pomembne vloge, saj je vodenje volilnih kampanj postala industrija zase, ki udeležencem ponuja prsto pot do pomembnih političnih karier in zaslužka v primeru uspeha na volitvah (Denton in Woodward 1998, 95–96).

Novo uporabljene volilne strategije in taktike so postale bolj definirane in oblikovane in so rezultat strokovno-znanstvenih raziskav. Volilna sporočila so sestavljena z namenom doseči točno določeno skupino volivcev, tu pa igra pomembno vlogo tudi tehnologija, ki jo predsedniški kandidat uporabi za doseganje svojih kampanjskih ciljev. Volilna sporočila za državljane postajajo vir zabave in informacij (Denton in Woodward 1998, 96–97).

Ameriška predsedniška kampanja, ki se ciklično odvija vsake štiri leta, je edinstvena in je ne moremo primerjati z nobeno drugo predsedniško kampanjo po svetu. Vsakokrat je zgodovinskega pomena z globalnimi posledicami. Predsedniški kandidat ni najden, ampak je ciljno ustvarjen in podrobno predstavljen ameriški javnosti. Ključnega pomena vsake predsedniške volilne kampanje so strategije, ki jih kandidat uporabi, da ameriško javnost prepriča, da je pravi kandidat za mesto šefa države (Denton in Woodward 1998, 123–124).

Vsako predsedniško volilno kampanjo sestavlja šest glavnih elementov (Denton in Woodward 1998, 126) :

1. Organizacija
2. Financiranje
3. Predsedniški kandidat
4. Strategija volilne kampanje
5. Mediji
6. Javno mnenje

Pri vsaki volilni kampanji je bistvenega pomena organizacija, še zlasti, če gre za predsedniško volilno kampanjo. Organizacija vsake predsedniške kampanje je kompleksna in specializirana. Interno jo sestavljajo ljudje, ki so zadolženi za načrtovanje, koordinacijo in vodenje celotne kampanje. Eksterna sestava je bolj pomembna na nekaterih lokacijah kot drugih in izgublja na pomenu predvsem zaradi pojava medijev (Denton in Woodward 1998, 128–129).

## 5.2 Financiranje

Poleg organizacije je pomemben element vsake volilne kampanje tudi samo financiranje, ki predstavlja glavno življenjsko silo politike (Denton in Woodward 1998, 129). Vse volilne kampanje so izjemno drage, še posebno pa predsedniške (Heineman in drugi 1995, 117). Financiranje volilnih kampanj je strogo regulirano in nadzorovano, predvsem zaradi možnih zlorab in korupcije, ki lahko nastanejo pri zbiranju finančnih sredstev, ki so vitalnega pomena za vsako kampanjo (Bowles 1998, 64).

Zaradi boljšega pregleda in nadzora nad zbiranjem finančnih sredstev volilnih kampanj je kongres leta 1971 sprejel *Federal Election Campaign Act*, ki podrobno navaja potrebne smernice in pravila zbiranja finančnih sredstev volilnih kampanj. Zakonu so bili leta 1974 dodani amandmaji, ki so postali njegov osrednji in najpomembnejši del (Heineman in drugi 1995, 117).

Posebej pomembni so naslednji amandmaji, ki jih navajajo Heineman, Peterson in Rasmussen (Heineman in drugi 1995, 117–118):

1. Finančno poročilo, ki ga morajo podati vsi predsedniški kandidati in odbori, v katerem je podrobno naveden izvor in poraba finančnih sredstev.
2. Predsedniški volilni sklad, ki je namenjen vsakemu predsedniškemu kandidatu. Davkoplačevalci lahko po želji v svojih davčnih napovedih navedejo, ali se strinjajo, da bodo iz svojih davčnih poravnjav namenili v predsedniški volilni sklad tri ameriške dolarje.
3. Zvezno financiranje predsedniških kampanj je možno, če se zanj predsedniški kandidat odloči, vendar pa mora kandidat v tem primeru svojo finančno porabo točno omejiti na pravno določen znesek, katerega ne sme preseči. Vsak kandidat, ki se takemu financiranju odpove, lahko porabi neomejen znesek pri svoji kampanji.
4. Ustanovitev zvezne volilne komisije, katere glavna naloga je opravljanje nadzora nad vsemi predsedniškimi kandidati z namenom preprečevanja zlorab.

5. Ustanovitev delovnih političnih odborov, ki omogočajo korporacijam in združenjem, da svojemu predsedniškemu kandidatu namenijo finančna sredstva za njegovo kampanjo.

### **5.3 Narava ameriških volilnih kampanj**

#### 5.3.1 Predsedniški kandidat

Osrednji cilj obeh največjih ameriških strank (demokratske in republikanske) je zmaga na predsedniških volitvah, ki s seboj za veliko pripadnikov zmagujoče stranke prinese možna politična imenovanja, službena mesta v posameznih državnih in lokalnih organizacijah (Grant 2004, 210).

Same formalne kvalifikacije, ki jih mora imeti vsak predsedniški kandidat, so zapisane v ameriški ustavi, vendar pa mora imeti poleg teh vsak kandidat tudi določene politične kvalitete, brez katerih je mesto šefa države skoraj nedosegljivo (Grant 2004, 211).

Predsedniški kandidat je skoraj vedno belec moškega spola, kar je razvidno pri vseh dosedanjih 43 ameriških predsednikih. Kandidat je navadno srednjih let (konec 40-ih, začetek 50-ih), saj ta leta predstavljajo zrelega in odgovornega kandidata z veliko življenjskih izkušenj (Grant 2004, 211).

Kandidat mora biti fizično in mentalno močen človek. Pomemben dejavnik vsakega kandidata pa je tudi njegova družina, ki predstavlja njegovo urejeno družinsko življenje in ki mu lahko nudi pomembno pomoč pri sami kampanji (Grant 2004, 211).

Medijsko predsedniškega kandidata čaka podroben pregled, ki poseže v njegovo preteklo osebno življenje (Grant 2005, 211). Mediji približajo predsedniškega kandidata volivcem, ki v času kampanje podrobno spoznajo kvalitete in ozadje svojega kandidata. Med pomembne informacije, ki utegnejo privabiti volivce, so kandidatova podoba, politične preference, osebne lastnosti in volilna pričakovanja. Medijska podoba kandidata je izjemnega pomena, saj ga lahko pripelje do zmage na volitvah (Ansolabehere in drugi 1993, 171).

Predsedniški kandidati s seboj prinesejo tudi vrsto političnih izkušenj, saj izhajajo iz vrst senatorjev, guvernerjev in nekateri imajo tudi svoje izkušnje z vojaškega področja. Nekaj kandidatov pa je prihajalo tudi iz vplivnega in premožnega podjetniškega okolja. Vendar pa tudi vse te izkušnje kandidata ne morejo do podrobnosti pripraviti na najvplivnejšo službo v državi, ki je edinstvena in neprimerljiva z nobeno drugo politično funkcijo (Grant 2004, 212).

Versko ozadje kandidata izgublja na pomenu, vendar pa je igralo pomembno vlogo v preteklosti. Večina prejšnjih predsednikov je bila protestantskega porekla, John F. Kennedy je bil prvi katoliški predsednik, Jimmy Carter je bil prvi baptistični predsednik, medtem ko bi leta 2000 žid Joseph Liberman lahko postal prvi podpredsednik Amerike (Grant 2004, 212).

Predsedniški kandidat mora na poti do Bele hiše osvojiti predsedniško nominacijo ene od obeh največjih strank in zmagati na splošnih volitvah. Kandidati manjših strank dobesedno nimajo možnosti in finančnih sredstev za zmago na volitvah (Grant 2004, 212–213).

### 5.3.2 Strategija volilne kampanje

Vsaka predsedniška volilna kampanja je sestavljena iz zmagovalnega načrta ali plana, ki kandidatu omogoči ali prepreči zmago na predsedniških volitvah (Denton in Woodward 1998, 105). Strategija pomeni »predstavitev kandidata in razporeditev virov za povečano doseganje njegovih moči in zmanjšanje njegovih slabosti« (Denton in Woodward 1998, 105).

Po Faucheuxu je najpomembnejši element vsake strategije volilno sporočilo, zato bo velikega pomena, kdaj in kako bo kandidat to sporočilo posredoval in na kakšen način bo mobiliziral svoja sredstva, da bo dosegel najboljši možni učinek. Sporočilo strategije sestavljajo številne komponente, kot so sposobnosti in pomanjkljivosti kandidata, ideološke razlike strank ali pa kombinacije obeh komponent. Pomembno je, da si strategiji obeh predsedniških kandidatov nista podobni in da jih volivci lahko razločujejo (Denton in Woodward 1998, 105).

Faucheux tudi navaja, da vsaka volilna kampanja potrebuje štiri glavne strateške cilje (Denton in Woodward 1998, 106):

- Strategija zaporedja sporočil, ki opredeli zaporedje volilnih sporočil.
- Strategija koordinacije in intenzivnosti, ki nakaže smernice kandidatovega kampiranja.
- Strategija prepričevanja in mobilizacije, ki opredeli volivčeve preference.
- Strategija priložnosti, ki išče cilje za uspešno prepričevanje volivcev.

Medtem pa Shea poudarja, da morajo biti volilna sporočila vedno koordinirana, povezana in konsistentna, sama strategija pa poda odgovore na naslednjih pet vprašanj, ki so večdimenzionalna in zapletena (Denton in Woodward 1998, 106):

1. Katera je ciljna skupina volivcev?
2. Kaj je volilno sporočilo?
3. Kakšna sredstva so potrebna za doseganje ciljne skupine?
4. Kdaj bo ciljna skupina dosežena?
5. Kako bomo ciljno skupino dosegli?

### 5.3.3 Mediji

Največje spremembe pri volilnih kampanjah so nastale na področju medijev. Vsak predsedniški kandidat modernega časa v svoj prid izrabi moč medijev, ki mu ponujajo možnost, da se približa svojim volivcem. Glavni nalogi vsakega predsedniškega kandidata sta poskus dosega največje medijske pozornosti in poskus zbrati najobsežnejša finančna sredstva kampanje, ki bodo namenjena za oglaševanje prek množičnih medijev (Grant 2004, 226–227).

Medijska pozornost in zbiranje finančnih sredstev sta pomembna elementa vsakih volitev in ne smeta predstavljati večjih težav uspešnemu predsedniškemu kandidatu (Ansolabehere in drugi 1993; 81). Uspešna medijska prepoznavnost je po Ansolabeheru, Behru in Iyengarju odvisna od naslednjih šestih elementov (Ansolabehere in drugi 1993, 81–82):

- Pridobiti pozornost poročevalcev, ki imajo do kandidata prost dostop. Kandidatovi govori so vnaprej razdeljeni med poročevalce za boljši in hitrejši dostop do informacij. Tu gre za osnove, ki pa so ključnega pomena.
- Tema tiskovne konference mora biti zanimiva in aktualna.
- Tema mora direktno vplivati na volivce in mora biti v stiku z lokalnim interesom kraja, v katerem poteka.
- Časovno mora biti tiskovna konferenca ob pravem času, saj so vsi mediji vezani na roke.
- Podana mora biti možnost za dobre foto posnetke.
- Poročevalci se dobro odzivajo, če jim kandidat nameni posebno pozornost, ki je možna v obliki ekskluzivnega intervjuja ali česa podobnega.

Podoba kandidatov je skladna s preferencami volivcev, katere pritegne pošten in mentalno močen kandidat z veliko življenjskimi vrednotami. Velikokrat predsedniški kandidat prek medijev sproži protinapad na svojega tekmeca in ga poskuša prikazati v slabi luči (Grant 2004, 227).

Predsedniške kampanje so, z drugimi besedami, množične medijske kampanje. Množični mediji v vseh svojih oblikah pomembno vplivajo na vse kampanje. V zadnjih nekaj desetletjih so množični mediji povzročili številne kvalitativne in kvantitativne spremembe kampanj. Medijska podoba predsedniškega kandidata lahko zlomi ali pa povzpne do zmage na volitvah (Denton in Woodward 1998, 133–134).

Uspešna predsedniška kampanja lahko poda pozitivno podobo kandidata in negativno podobo nasprotnika. Pomemben element kampanje so tudi kandidatovi govori, ki jih pišejo profesionalni pisci govorov in pritegnejo pozornost večjega dela volivcev. Medijska sporočila, ki jih pisci oblikujejo, so kratka in znajo pritegniti pozornost. Na kratko jih imenujemo *sound-bites* (Bowles 1998, 80).



Pojav kableske in satelitske televizije je kandidatom omogočil izmik nekaterih nacionalnih televizijskih mrež, ki so v preteklosti dominirale predsedniške kampanje. Kampanje prek množičnih medijev so praviloma tekmovalne narave, kjer se pokaže uspešnost ali neuspešnost kandidata in prek katerih postanejo znane strategije kandidatove kampanje. Od leta 2000 pa igra pomembno vlogo pri vsaki predsedniški kampanji tudi internet, prek katerega se lahko kandidat predstavi in kandidatu omogoča nabiranje ustreznih finančnih sredstev za svojo kampanjo (Grant 2004, 227–228).

#### 5.3.4 Javno mnenje

Še ena posebnost volilnih kampanj je javno mnenje, ki je vedno objavljeno ter lahko nakaže možnega zmagovalca in poraženca bližajočih se volitev. Rezultati javnih mnenj so v zadnjih nekaj letih postali izredno neodločeni, zaradi česar je težko napovedati končne predvolilne rezultate. Postavlja pa se tudi vprašanje, kako zanesljivi so sploh rezultati takšnih javnih mnenj, saj dandanes državljani redko zaupajo svoje pravo mnenje (Grant 2004; 230). Javno mnenje se osredotoča na tri glavne spremenljivke: kandidata, javnost in temo (Denton in Woodward 1998, 113).

Predsedniški kandidat in njegova ekipa prek javnega mnenja spoznajo preference državljanov, ki bodo odločilnega pomena pri sestavi volilno kampanjske strategije (Denton in Woodward 1998; 114). Tehnološki napredki so izboljšali kakovost javnih mnenj. Informacije, ki postanejo jasne prek javnih mnenj, omogočajo kandidatom popravo in izboljšanje kampanjskih sporočil. Pozitivni rezultati javnih mnenj privabijo večjo pozornost medijev, kar omogoči boljšo prepoznavnost kandidata (Denton in Woodward 1998, 130–131).

#### 5.3.5 Negativna propaganda

Negativna propaganda igra od leta 1964 naprej bolj aktivno vlogo v ameriški politično-oglaševalskih kampanjah. Ta vrsta oglaševanja se raje osredotoča na domnevne slabosti kandidatovega nasprotnika, kot pa na pozitivne lastnosti predsedniškega kandidata (McNair 1995, 106). Popularnost negativnega oglaševanja se ohranja predvsem zaradi razloga, da pozitivno oglaševanje niti približno nima tako prepričljivega učinka na volivce, kot jih ima negativna propaganda (Bowles 1998, 81).

## 6 PREDSEDNIŠKE VOLITVE 2008

### 6.1 Kandidati

Uradno je na ameriških predsedniških volitvah 2008 za mesto šefa države tekmovalo več kandidatov. Najboljšo možnost za uspeh na volitvah sta imela le kandidata demokratske in republikanske stranke. Ostali kandidati so prihajali iz vrst manjših strank. Na predsedniških volitvah pa je sodeloval tudi že znani neodvisni kandidat Ralph Nader, brez katerega si predsedniških volitev v današnjem času ne moremo predstavljati.

#### Demokratska stranka

Po zanimivem in ob določenih trenutkih izenačenem boju je nominacijo za predsedniškega kandidata na demokratski strani osvojil afroameriški senator iz Chicaga z imenom Barack Hussein Obama, ki se je rodil leta 1961 na Havajih. Starša sta prihajala z različnih koncev sveta, oče iz Kenije in mama iz majhnega mesta v Kansasu. Leta 1983 je Barack diplomiral in se dve leti kasneje preselil v Chicago, kjer je posvetil velik del svojega življenja izboljšanju razmer v revnih soseskah. Leta 1991 je uspešno zaključil študij prava na Harvardu, kjer je postal prvi afroameriški predsednik *Harvard Law Reviewa*. Po končanem študiju se je spet vrnil v Chicago, kjer je deloval kot pravnik za civilne zadeve in poučeval ustavno pravo. Leta 2004 je postal tretji afroameriški senator. Njegovo politično ozadje je zanimivo in navduši vse, ki ga poznajo. Njegova moč združiti ljudi različnih idej za doseganje skupnih ciljev je izjemna in vredna občudovanja. Kot senator je uspešno deloval tako s predstavniki svoje stranke kot tudi s predstavniki republikanske. Skupaj so uspeli ustvariti programe, ki pomagajo tako družinam iz najnižjih slojev kot tudi mlajšim otrokom. Barack Obama je tudi zagovornik različnih okoljevarstvenih vprašanj. V preteklosti in v prihodnje bo deloval na raznovrstnih področjih, ki bodo zaznamovala Ameriko 21. stoletja. Barack Obama je od leta 1992 poročen z Michelle Obama, s katero ima hčerki Malio in Natasho.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>*Barack Obama's Official Website*. Dostopno prek: <http://www.barackobama.com> (31. marec 2009).

Barack Obama je za svojega podpredsedniškega kandidata izbral znanega veterana ameriške politike s skoraj 37-letnimi izkušnjami v ameriškem političnem življenju, senatorja Josepha Bidna. Je eden najbolj vidnih demokratov, predsednik odbora za zunanje zadeve in predsednik sodnega odbora. Je tudi glavni predstavnik ameriške zunanje politike. Kot Barack Obama je tudi Joe Biden zagovornik delavskega razreda v Ameriki. Po smrti svoje prve žene Neilie in hčerke Naomi leta 1972 je Joe od leta 1977 poročen s profesorico Jill Biden, s katero vzgajata tri otroke.<sup>5</sup>

### Republikanska stranka

Predsedniško nominacijo 2008 si je na republikanski strani malo lažje zagotovil izkušeni senator iz Arizone, John McCain, ki je leta 2000 enak boj izgubil proti nekdanjemu ameriškemu predsedniku Georgu W. Bushu. Leta 1982 je prvič postal član kongresa in poskušal reformirati Washington. Štiri leta kasneje je postal član senata, kjer je nadaljeval svojo pot kot borec za politične spremembe. Kot senator je bil leta 2004 ponovno izvoljen s prepričljivo večino glasov. John McCain prihaja iz dolge linije vojaških admiralov ameriške mornarice. S svojimi predniki ga povezuje močna predanost dolžnosti, časti in služenju Ameriki. Po uspešno zaključeni vojaški akademiji v mornarici je John posvetil svojih naslednjih 22 let služenju domovini. V tem času je preživel vrsto nesreč, ki bi ga lahko stale življenja. Leta 1967 je postal ujetnik v Vietnamu in zaradi tega postal ameriški heroj. Politično skuša zmanjšati odvečno in nepotrebno vladno zapravljanje državnega denarja in poskuša okrepiti položaj domačih oboroženih sil. Od leta 1980 naprej je poročen s svojo drugo ženo Cindy in je ponosni oče sedmih otrok.<sup>6</sup>

John McCain je s svojo izbiro za podpredsedniškega kandidata močno razburil duhove republikanske stranke, saj je za to mesto izbral najmlajšo guvernerko Aljaske, Sarah Palin. Ta je s svojo neizkušenostjo in prostim pristopom do konca razdelila stranko. Sarah je leta 1987 diplomirala na področju komunikacij in novinarstva. Od leta 1988 pa je poročena s Toddom, s katerim ima pet otrok.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup>*Barack Obama's Official Website*. Dostopno prek: <http://www.barackobama.com> (31. marec 2009).

<sup>6</sup>*Johna McCain's U.S. Senate Website*. Dostopna prek: <http://www.mccain.senate.gov/public> (1. april 2009).

<sup>7</sup>*Sarah Palin's U.S. Senate Website*. Dostopna prek: <http://www.gov.state.ak.us/bio.php> (1. april 2009).

### Ostali predsedniški kandidati 2008

Za mesto predsednika države se je potegovalo še 22 drugih kandidatov, ki pa realno že od samega začetka niso imeli možnosti za zmago. Večina kandidatov je prihajala iz spodaj navedenih strank:<sup>8</sup>

- Constitution Party
- Green Party
- Libertarian Party
- Independent Party
- Boston Tee Party
- New American Independent Party
- Party for Socialism and Liberation
- Prohibition Party
- Reform Party
- Socialist Party USA
- Socialist Workers Party

### **6.2 Predvolilno dogajanje**

Pred splošnimi predsedniškimi volitvami imata oba glavna predsedniška in podpredsedniška kandidata ponovno možnost izboljšati svoje možnosti za uspeh na volitvah, saj lahko ponovno predstavita in utemeljita svoja stališča na vrsto tem v uradnih televizijskih razpravah.

---

<sup>8</sup>Federal Election Commission. 2008a. *Official Presidential General Election Results*. Dostopno prek: <http://www.fec.gov/pubrec/fe2008/2008presgeresults.pdf> (31. avgust 2009).

Televizijske razprave pred splošnimi volitvami redno potekajo že od leta 1976. Prenos razprav poteka v najboljšem televizijskem terminu (*prime time*), v katerem televizijo spremlja največje število gledalcev. Tako je možno, da razprave pustijo močen vtis na milijone potencialno neodločenih volivcev (Ansolaberere in drugi 1993, 178).

Ni pa vedno nujno, da televizijske razprave pustijo dober vtis na volivce. Razprave lahko povečajo ali zmanjšajo podobo kandidata, lahko pa tudi ponudijo neskončen vir informacij, ki o kandidatu še niso bile znane. Tako se zmanjša razdalja med najbolj in najmanj informiranimi volivci (Heineman in drugi 1995, 119–120).

Organizacijo in nadzor predsedniških televizijskih razprav ureja Komisija za predsedniške razprave (*Commission on Presidential Debates*). Komisija je nastala leta 1987 in od tega leta naprej postala eden glavnih delov predsedniških volitev. Komisija je za lanskoletne volitve razglasila tri predsedniške in eno podpredsedniško razpravo:<sup>9</sup>

- Prva predsedniška razprava je bila 26. septembra 2008 na Univerzi v Missisippiju. Glavni temi razprave bi morali biti zunanja politika in nacionalna varnost, vendar je zaradi gospodarske krize prevladala ta tema. Razprava je bila razdeljena na devetminutne segmente, ki jo je vodil Jim Lehrer.
- Prva podpredsedniška razprava, 2. oktobra 2008 na washingtonski univerzi, ki jo je vodila Gwen Ifill iz televizijske hiše PBS.
- Druga predsedniška razprava, 7. oktobra 2008 na balmontski univerzi, ki je potekala kot mestno srečanje, vodil jo je Tom Brokaw z NBC-ja, vprašanja so postavljali prisotni gostje razprave. Glavna tema je bilo gospodarsko stanje države.
- Tretja predsedniška razprava, 15. oktobra 2008 na Univerzi Hosfra, ki jo je vodil Bob Schieffer in je bila prav tako razdeljena na segmente, glavni temi sta bili nacionalna in gospodarska politika države.

---

<sup>9</sup>*Commission on Presidential Debates*. Dostopna prek: <http://www.debates.org> (3. april 2009).

Predstavniki manjših strank so imeli leta 2008 organizirano svojo televizijsko razpravo, 19. oktobra 2008 na Univerzi Columbia, ki je bila predstavljena na nedeljo 23. oktobra 2008 zaradi neznanih razlogov. Udeležili so se je trije od štirih predsedniških kandidatov manjših strank. To so bili Ralph Nader, Cynthia McKinney in Chuck Baldwin. Vodila jo je Amy Goodman. Razprava je bila predvajana na C-SPAN-u.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>Now Public. 2008. *Third Party Debate at Columbia University*. Dostopno prek: <http://www.nowpublic.com/world/third-party-debate-columbia-universaty-nader-mckinney-baldwin-goodman> (3. april 2009).

## 7 PREDSEDNIŠKI VOLILNI KAMPANJI 2008

### 7.1 Volilna kampanja Baracka Obame

#### Strategija volilne kampanje

Strateško je bila volilna kampanja Baracka Obame ena boljših in uspešnejših predsedniških kampanj zadnjih nekaj let brez večjih vidnih napak in zapletov.

Osnovni element vsake kampanje, posebno pa predsedniške, je definiranje kandidatove podobe, ki mora zajemati in predstavljati vse njegove vrline in sposobnosti. Tako postane zanimiv za volilno večino. S kandidatovo podobo se morajo državljani identificirati in biti z njo povezani. Podoba Baracka je bila že od samega začetka jasno definirana, razumljiva in je predstavljala rdečo nit kampanje, saj so se državljani z njo identificirali. Dejstvo, da je svojim volivcem posredoval resnico in ne samo tisto, kar so želeli slišati, je le še utrdilo njegov položaj za mesto predsednika.<sup>11</sup>

Od vstopa v tekmo za mesto predsednika do danes je Barack postal močen in izkušen tekmeč. Izoblikoval se je v imeniten in edinstven fenomen nove generacije. Bil pa je tudi edini kandidat, ki je lahko v volilnih kampanjah zaključil začaran krog političnega napadanja in s tem postal prvi afroameriški predsedniški kandidat z resnimi možnostmi zmagati na volitvah. Postal je kandidat, ki je Ameriko popeljal prek zgodovine suženjstva, segregacije in rasne diskriminacije. Obama je kot kandidat privabil veliko in mešano večino volivcev, med katerimi je bilo veliko število belega moškega prebivalstva, Latinoameričanov, Afroameričanov, mladih volivcev in drugih demografskih skupin, kar je bilo ključnega pomena za uspeh strategije. Pri kampanji je Obami pomagala tudi njegova izredna moč in sposobnost združevanja ljudi (Walsh 2008).

---

<sup>11</sup>Examiner. 2008. *Barack Obama's Campaign Strategy*. Dostopno prek: <http://www.examiner.com/x-977-SF-Marketing--PR-Examiner~y2008m12d2-Barack-Obamas-Campaign-Strategy-How-you-can-apply-his-PR-techniques-to-your-publicity-campaign> (6. april 2009).

Baracku Obami je pomagala tudi, po vseh mišljenjih, neuspešna osemletna Busheva administracija, ki je omogočila Barackov prodor na politično sceno. Verjel je tudi, da v državi obstaja dovolj velika večina nezadovoljnih republikancev, ki bi bili pripravljeni prestopiti na demokratsko stran (Walsh 2008).

Naslednji glavni element Obamove kampanje je bilo oblikovanje močnega, pozitivnega in konsistentnega volilnega sporočila, ki je bilo preprosto in razumljivo. »*Change we can believe in*« je bilo uspešno sporočilo, ki je državljanom vlivalo upanje in ponujalo možnost za politične spremembe. Spretnost Obamove ekipe je bilo tudi spreminjanje volilnega sporočila, bližje ko smo bili uradnemu dnevu volitev. Tako je iz »*Change we can believe in*« nastalo »*Yes, we can*«, kar je navzven kazalo močno prepričanje v zmago.<sup>12</sup>

Ključ do uspeha na predsedniških volitvah 2008 pa je bila Obamova genialna internetna strategija, ki se je izkazala za uspešno pri rekrutiranju novih in mladih volivcev. Internet je v lanskoletnih predsedniških volitvah odigral pomembno, če ne celo odločilno vlogo, predvsem pa je bil v veliko pomoč Baracku Obami in njegovi kampanji. Prek interneta se je Obami uspelo povzdigniti od nepoznanega kandidata do zmagovalca (Schiffers 2008).

Vizualno komuniciranje prek različnih družabnih medijev je omogočilo nepretrgano zvezo med Obamo in njegovimi privrženci, ki so bili na ta način stalno obveščeni o dogajanju v predsedniški kampanji.<sup>13</sup>

Obama je v času pred volitvami ohranjal svoj profil na kar skupno 15 družabnih medijih, kot so (MacManus2009):

- Youtube

---

<sup>12</sup>Examiner. 2008. *Barack Obama's Campaign Strategy*. Dostopno prek: <http://www.examiner.com/x-977-SF-Marketing--PR-Examiner~y2008m12d2-Barack-Obamas-Campaign-Strategy-How-you-can-apply-his-PR-techniques-to-your-publicity-campaign> (6. april 2009).

<sup>13</sup>Examiner. 2008. *Barack Obama's Campaign Strategy*. Dostopno prek: <http://www.examiner.com/x-977-SF-Marketing--PR-Examiner~y2008m12d2-Barack-Obamas-Campaign-Strategy-How-you-can-apply-his-PR-techniques-to-your-publicity-campaign> (7. april 2009).



- Facebook
- My Space
- Twitter
- Flickr

Na Facebooku, ki je največje stično mesto študentov z vsega sveta, je Obama zelo popularen. Obami je genialna uporaba interneta pomagala mobilizirati svojo največjo volilno bazo, to je skupino volivcev, katero politika tradicionalno ne zanima. Pri predsedniških volitvah 2008 pa je le tu prišlo do ogromne spremembe.

Pozornost mladine in novo registriranih volivce je Obama pritegnil že od samega začetka s svojo osebnostjo, sproščenostjo in volilnim sporočilom, ki je tej skupini volivcev odgovarjalo in jim bilo naklonjeno. Obama je že od nekdaj užival veliko podporo med mladimi in izobraženimi volivci, katerih udeležba na volitvah je bila odločilnega pomena (Schiffers 2008).

Obama je že od samega začetka verjel v moč interneta in dobro izkoristil njegov potencial. To se je izkazalo za resnično tudi pri oblikovanju njegove uradne spletne strani, BarackObama.com. Oblika le-te je izjemna in privlačna ter pritegne pozornost velikega števila ljudi. Navigacija po strani je užitek. Iskanje informacij je lahko dostopno. Stran je redno posodobljena z novimi informacijami in povezavami. Obamova ekipa je omogočila vsem, ki jih Barack zanima, lažje iskanje njegovih podatkov, tako da je na vseh štirih spletnih iskalnikih na prvem mestu njegova uradna spletna stran. Tako je prepoznavnost in dostopnost samega kandidata optimalno izrabljena. Obamova internetna strategija bo v vseh naslednjih predsedniških kampanjah igrala pomembno vlogo in bo služila kot vir navdiha prihodnjim predsedniškim kandidatom.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup>DWS Mega Group. 2008. *Barack Obama's Ultimate Guide to Marketing*. Dostopno prek: <http://dwsmg.com/barack-obama-marketing-guide.html> (7. april 2009).

### Financiranje volilne kampanje

Baracku Obami je v celotni predsedniški kampanji 2008 uspelo zbrati 778.642.047 USD. Od tega zneska je samo prek individualnih prispevkov uspel zbrati 664.865.671 USD.<sup>15</sup> Tudi pri zbiranju finančnih sredstev za predsedniško kampanjo je internet odigral ključno vlogo. Po zadnjih podatkih je Obami prek interneta uspelo zbrati skoraj milijardo dolarjev, kar še ni uspelo zbrati nobenemu kandidatu do zdaj (Schiffers 2008).

Tak način zbiranja finančnih sredstev za kampanje pa se je izkazalo za uspešno že leta 2004 pri demokratskem kandidatu Howardu Deanu. Štiri leta kasneje je Obama strategijo le še izpopolnil (Terhune 2008).

Največja denarna vsota pa se je zbrala prek manjših darovalcev, ki so prek interneta prispevali vsote po manj kot 100 dolarjev. Internetno zbiranje denarja pa ponuja veliko ugodnosti, ki so darovalcem omogočili hiter in ne tako zastrašujoč način prispevanja. Ekipa Obame je izkoristila še en uspešen način darovanja, s tem ko je organizirala številna srečanja za manjše darovalce, od katerih so imeli vsi, ki so prispevali vsaj pet dolarjev, možnost srečanja s svojim kandidatom (Tumulty 2007).

### Medijska podoba Baracka Obame

Karizmatični Barack Obama je imel z mediji že od samega začetka odličen odnos. Od nikoder se je v zadnjih dveh letih povzpел v največjo zvezdo Washingtona. Obamova osebnost in drža sta izjemni. Mnogi ga vidijo kot pridigarja, profesorja in zvezdo. Njegova neizmerna karizma in moč očarati vse okoli sebe je izvrstna. Lahko rečemo, da ima "IT" dejavnik. Obamove slike krasijo naslovnice veliko znanih svetovnih revij in časopisov. Obamova privlačnost je v tem, da je nepopisan list, na katerega lahko njegovi oboževalci zrcalijo svoje želje. Barackova izjemna privlačnost je vidna tudi pri njegovih retoričnih sposobnostih. Je mojster govora, s katerim lahko privabi veliko število ljudi. Njegovo mirno in natančno podajanje govora ljudi očara. Obamova prednost pred drugimi kandidati je tudi mladost, sproščenost in karizma (Graff 2006).

---

<sup>15</sup>Federal Election Commission. 2008b. *Barack Obama's Summary Reports 2007-2008 Cycle*. Dostopno prek: [http://query.nictusa.com/cgi-bin/cancomsrs/?\\_08+P80003338](http://query.nictusa.com/cgi-bin/cancomsrs/?_08+P80003338) (8. april 2009).

Njegova družinska preteklost je najlepši prikaz ameriških sanj. Je ljubljenec medijev. Pomagala pa mu je tudi podpora veliko znanih in priljubljenih zvezdnikov, kot je televizijska voditeljica in uspešna podjetnica Oprah Winfrey (Graff 2006).

Obama je v svoji kampanji uspešno izrabil moč medijev v svojo korist. Volivce sta pri Obami privabila tudi zanimivo oblikovan logotip kampanje in plakat upanja (*Hope poster*). Privlačnost logotipa in plakata je razvidna iz spodnjih dveh slik 7.1 in 7.2.

**Slika 7.1:** Logotip kampanje Baracka Obame



Vir: Baracka Obame's Official Website (2008).

**Slika 7.2:** Hope poster



Vir: Art of Obama (2008).

### Javno mnenje

Prava tekma za mesto predsednika države se je začela po obeh glavnih nacionalnih strankarskih konvencijah. Demokratska strankarska konvencija je trajala od 25. do 28. avgusta 2008 v Denverju. Zmagovalec in s tem demokratski nominiranec za predsednika je postal senator Barack Obama, ki je za to mesto premagal senatorko Hillary Clinton.<sup>16</sup>

Najbolj pomembna javna mnenja pred uradnimi volitvami pa so bila v tako imenovanih »*Swing States*«. To so posamezne ameriške države, v večini katerih mora vsak predsedniški kandidat zmagati, da ima možnost postati novi predsednik Amerike.

---

<sup>16</sup>*Democratic National Convention*. Dostopno prek: <http://www.demconvention.com/> (9. april 2009).

Med te države smo 2008 šteli Colorado (9), Florida (27), Indiana (11), Missouri (4), Nevada (5), New Hampshire (4), New Mexico (5), North Carolina (15), Ohio (20), Pennsylvania (21) in Virginia (13).<sup>17</sup>

Neposredno pred predsedniškimi volitvami je Obama po javnomnenjskih raziskavah vodil v osmih »*Swing States*«: Colorado (4 točke), Florida (1 točka), Nevada (4 točke), New Hampshire (7 točk), New Mexico (10 točk), North Carolina (1 točka), Pennsylvania (6 točk) in Virginia (4 točke). V Missouriju in Ohiu ni bilo mogoče napovedati zmagovalca, saj sta bila kandidata izenačena. Medtem ko je v Indiani Obama zaostajal za 3 točke.<sup>18</sup>

### Negativna propaganda

Barack Obama je v svoji predsedniški kampanji uporabil tudi negativno propagando, s katero je predvsem skušal pokazati slabosti svojega nasprotnika Johna McCaina. Osrednja naloga Obamovih negativnih oglasov je bila nakazati povezavo med predsedniškim kandidatom Johnom McCainom in dosedanjem republikanskem predsednikom Georgom Bushem in s tem nakazati, da v primeru izvolitve McCaina v Ameriki ne bi prišlo do večjih in potrebnih sprememb.

To je lepo razvidno iz naslednjih dveh negativnih oglasov Obamove kampanje 2008:

#### 1. »*Same ad*«<sup>19</sup>

V oglasu je Barack Obama nakazal močno povezanost med Johnom McCainom in Georgom Bushem. Obama je želel nakazati, da v primeru zmage McCaina Ameriko čaka ista politika, kot jo je že osem let vodil George Bush:

---

<sup>17</sup>Politico. 2008. *Swing States*. Dostopno prek: <http://www.politico.com/convention/swingstate.html> (9. april 2009).

<sup>18</sup>Rasmussen Reports. 2008. *2008 Opinion Polls*. Dostopno prek: <http://www.rasmussenreports.com/> (9. april 2009).

<sup>19</sup>Youtube. 2008c. *Same ad of Barack Obama*. Dostopno prek: <http://www.youtube.com/watch?v=8xukbiS8q9s&feature=related> (10. april 2009).

- isto zadržano obnašanje, ki ni v stiku z državljani,
- isto nepoznavanje gospodarstva v državi,
- iste davčne olajšave za velike korporacije in najbogatejše,
- iste vezi z lobiji,
- isti načrt porabiti deset milijard dolarjev na mesec v Iraku.

Mogoče najbolj presenetljiv stavek McCaina v oglasu pa je: *»I voted with the president over 90 % of the time«*. S tem stavkom je McCain sam nakazal, kako so njegova načela za vodenje države ista načelom Busha.

## 2. »Book ad«<sup>20</sup>

V tem oglasu je lepo razvidna povezava med Bushem in McCainom, prikazana pa je tudi pot sprememb, ki bi jih Obama ob izvolitvi uvedel v Ameriki, kot so konec vojne v Iraku, boljše šole, prekinjene davčne olajšave naftnih korporacij. Obamova glavna skrb je namenjena ameriškemu srednjemu razredu.

## 7.2 Volilna kampanja Johna McCaina

### Strategija volilne kampanje

Kampanja Johna McCaina bi morala biti že od samega začetka silovita, da bi imel senator iz Arizone možnost postati predsednik države in s tem premagati svojega demokratskega tekmeča Baracka Obamo. Volilna strategija McCaina je bila mesec pred volitvam nastrojena agresivno proti Obami in njegovemu značaju. V tem času pa se je pojavila še ena težava, ki je močno slabila McCainovo strategijo. Kampanja je zašla v težave, ko je v Ameriki in po svetu izbruhnila gospodarska kriza in ekipi McCaina ni uspelo več preobrniti fokusa kampanje na Obamovo zmožnost razsojanja in odkritosti (Sheer 2008).

---

<sup>20</sup>Youtube. 2008a. *Book ad of Barack Obama*. Dostopno prek: [http://www.youtube.com/watch?v=7KYSeG14bks&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=7KYSeG14bks&feature=player_embedded) (10. april 2009).

Le nekaj tednov pred predsedniškimi volitvami se je ekipa McCaina zavedala, da osredotočanje na McCainovo podobo kot vojaškega heroja in izkušenega zakonodajalca ne bo zadostovala za zmago na volitvah. Gospodarska kriza je dokončno spremenila McCainov položaj, saj je postala glavna tema volilne kampanje. Vse se je začelo vrteti okoli možnih rešitev za končanje gospodarske krize. Slednje je Obami pomagalo priti do prvega javnomnenjskega vodstva.

Zaradi vsega tega je morala postati strategija McCaina agresivnejša. Ekipa se je osredotočila na nov val televizijskih volilnih oglasov, ki so napadli Obamovo podobo in poznanstva. Vse to pa je za McCaina lahko imelo usodne posledice, saj je lahko s tem korakom od sebe odgnal številne neodločene volivce, ki iščejo kandidata s pozitivnim sporočilom. To pa je lahko bilo na volitvah odločilnega pomena, saj so bili državljani nezadovoljni z Washingtonom in njegovo politiko zadnjih osem let (Sheer 2008).

Gospodarska kriza je bilo močno orožje Obame, s katerim bi imel premoč tudi v primeru zmanjšanja le-te. V času pred volitvami je McCainova ekipa ustvarila veliko vprašanj glede Obame in njegove odkritosti. Osredotočenost pa se je vrtela tudi okoli Obamovih sposobnosti. Glavno vprašanje je bilo, ali je Obama sploh pripravljen postati novi ameriški predsednik?

Strateško je veliko škode McCainovi kampanji povzročila tudi njegova podpredsedniška nominiranka Sarah Palin. Čeprav z njo ni bilo opravljenih veliko televizijskih intervjujev, so ti pokazali njeno veliko nepripravljenost za mesto podpredsednice. Pokazala je namreč veliko neznanje pri odločilnih volilnih temah, ki bi jih morala obvladati (Sheer 2008).

Napad na Obamo pa se je nadaljeval vse do novembrskih volitev 2008. Ekipa McCaina je Obamo predstavila kot velikega zapravljivca, ki bi v primeru zmage močno povečal davke v državi in s tem močno poslabšal stanje državljanov. Ekipa je imela veliko povedati tudi o Obamovi zmožnosti premagati strankarske razlike in sodelovati z republikansko stranjo.

Hotela je nakazati, da Obama lahko govori, vendar pa v resnici tega ni zmožen. Napad se je nadaljeval in prikazana je bila tudi povezave med Obamo in obtoženim podjetnikom iz

Chicaga, Antoniom Rezhom ter Williamom Ayresom, katerega je McCainova ekipa poimenovala kot domačega terorista, ki je v 60. letih nakazal protiameriško vedenje (Sheer 2008).

### Financiranje volilne kampanje

Tudi pri zbiranju finančnih sredstev za kampanjo se je John McCain izkazal za manj izkušenega kot njegov demokratski tekmeec Barack Obama. V celotni kampanji je McCainu uspelo skupno zbrati 399.826.076 USD. Od tega zneska je bilo 46.821.988 USD zbranih prek različnih odborov, ostalih 205.940.472 USD pa so prispevali posamezni donatorji.<sup>21</sup>

Preden je postalo znano, da bo McCain republikanski predsedniški kandidat, je imel le-ta veliko težav pri zbiranju finančnih sredstev za svojo kampanjo. McCainove tri glavne težave pri zbiranju donacij velikih korporacij so bile njegova vojna proti le-tem in njihova povezava s politiko, njegova kritika skupinam, ki tradicionalno podpirajo republikanske kandidate, in njegova znano in vidno preziranje zbiranja finančnih sredstev. Avgusta 2008 je McCainova finančna kampanja zašla v težave, ko je postalo znano, da je kampanja prejela donacijo iz tujine, kar po zakonu ni dovoljeno. Naslednja napaka pa je nastala, ko je navidez navadna občanka prispevala kar 61,500 USD kampanji in se je kasneje izkazalo, da je šlo za uslužbenko nekega naftnega podjetja, kar pa po zakonu tudi ni dovoljeno (Clark 2008).

### Medijska podoba Johna McCaina

John McCain je imel že od samega začetka težavo spreobrniti svojo medijsko podobo, saj je prisoten v medijih že od svojih mladih let (Schecter 2008). Mediji ga velikokrat označijo kot »mavericka« in enega najbolj konservativnih članov republikanske stranke. Misel, da bo le on zdaj stranko združil, je zelo težka. Vendar pa se je v času, ko je postalo znano, da je osvojil republikansko nominacijo za predsednika, njegova podoba v medijih nekoliko popravila.

---

<sup>21</sup>Federal Election Commission. 2008c. *John McCain's Summary Report 2007-2008 Cycle*. Dostopno prek: [http://query.nictusa.com/cgi-bin/cancomsrs/?\\_08+P80002801](http://query.nictusa.com/cgi-bin/cancomsrs/?_08+P80002801) (14. april 2009).

Odgovor, zakaj, je lahek. McCain je v času kandidiranja medijem odobril neomejen dostop.<sup>22</sup>

Vendar pa se McCain medijsko ne more primerjati s svojim demokratskim nasprotnikom Obama. McCain navzven ne deluje tako karizmatično in sproščeno kot Obama. Državljeni ga velikokrat vidijo kot starejšega kandidata, ki bo le težko opravljal naloge in funkcije predsednika države. McCain tudi nima tako velike zvezdniške podpore, kot jo ima na drugi strani Obama. Tudi njegova izbira logotipa, ki predstavlja volilno kampanjo, ni tako uspešna in atraktivna, kot je Obamova in ima izredno vojaško podobo. To je lepo razvidno iz spodnje slike 7.3.

**Slika 7.3:** Logotip kampanje Johna McCaina



Vir: Site Point Website (2008).

### Javno mnenje

Po javnomnenjskih raziskavah je John McCain za Barackom Obama zaostajal v kar osmih od enajstih »Swing States«, kar je že znak možnega poraza na bližajočih se predsedniških volitvah. McCain je imel pred Obama le v Indiani prednost 3 točk, medtem ko sta bila v Ohio in Missouriju z Obama izenačena.

Na nacionalni ravni je med 31. oktobrom in 2. novembrom 2008 imel Obama prednost kar šestih točk. Za Obama bi volilo 52 % volivcev, medtem ko bi za McCaina volilo le 46 % volivcev.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup>The New Republican. 2008. *Why does the media love McCain?* Dostopno prek: [http://blogs.tnr.com/tnr/blogs/the\\_plank/archive/2008/01/07/why-does-the-media-love-mccain.aspx](http://blogs.tnr.com/tnr/blogs/the_plank/archive/2008/01/07/why-does-the-media-love-mccain.aspx) (15. april 2009).

<sup>23</sup>Rasmussen Reports. 2008. *2008 Opinion Polls*. Dostopno prek: <http://www.rasmussenreports.com/> (15. april 2009).



### Negativna propaganda

Glavna tema McCainovih negativnih televizijskih oglasov je bila možna neizkušenos in nepripravljenost Baracka Obame za mesto predsednika ob možni zmagi na volitvah. Zaradi tega so McCainovi oglasi velikokrat napadli značaj in osebnost Obame ter velikokrat postavili vprašanje, ali je Barack Obama sploh pripravljen voditi državo.

To je lepo razvidno iz naslednjih dveh negativnih oglasov McCainove kampanje 2008:

#### 1. »*Who is Barack Obama?*«<sup>24</sup>

V oglasu se postavi glavno vprašanje: Kdo je sploh Barack Obama? Temu sledi vrsta izjav, ki naj bi jih Barack Obama izjavil v svoji kampanji, kot so da bo zvišal davke na elektriko in da Amerika ne bo črpala nafte iz tujih virov. Glavni namen oglasa je bilo ustrahovati državljane.

#### 2. »*Ready to lead?*«<sup>25</sup>

V tem glasu pa Obama predstavijo kot največjo zvezdo na svetu in podajo celo primerjavo z Britney Spears in Paris Hilton in na koncu postavijo vprašanje: Ali je Barack Obama sploh pripravljen voditi državo?

---

<sup>24</sup>Youtube. 2008č. *Who is Barack Obama ad.* Dostopno prek: [http://www.youtube.com/watch?v=SnmCqfhx\\_AU](http://www.youtube.com/watch?v=SnmCqfhx_AU) (16. april 2009).

<sup>25</sup>Youtube. 2008b. *Ready to lead ad.* Dostopno prek: <http://www.youtube.com/watch?v=8ocngIAeXjQ&feature=related> (16. april 2009).

## 8 VOLILNI IZID 2008

### 8.1 Rezultati

4. novembra 2008 so ameriški državljani na 56. zaporednih predsedniških volitvah izvolili svojega prvega demokratskega afroameriškega predsednika, Baracka Obamo, ki je tako postal 44. zaporedni predsednik Amerike.

Kmalu po uradni razglasitvi prvih rezultatov je postalo jasno, da je zmaga v rokah Baracka Obame in njegovega podpredsedniškega kolega, Joea Bidna. Demokratski par je vodil že v vseh javnomnenjskih raziskavah pred splošnimi volitvami. Zaradi tega je Obami še istega večera njegov republikanski tekmelec John McCain priznal premoč in mu čestital za zgodovinsko zmago na predsedniških volitvah 2008. Rezultati splošnih predsedniških volitev 2008 so bili uradno potrjeni in razglašeni v kongresu 8. januarja 2009.

Uradni prevzem funkcije in položaja mesta predsednika in podpredsednika Amerike je potekal 20. januarja 2009 na slovesni prireditvi v Washingtonu, kjer sta oba demokratska kandidata, Barack Obama in Joe Biden, pred milijonsko množico in svojimi družinami s slovesno zaprisego prevzela svoji novi funkciji. Slovesno zaprisego Obame in Bidna so spremljali po vsem svetu. Še istega dne so slovesni prireditvi sledile številne druge aktivnosti, od slovesnega kosila, parade in številnih plesov, ki so potekali pozno v noč. Takoj naslednji dan sta novoizvoljeni ameriški predsednik Barack Obama in novoizvoljeni ameriški podpredsednik Joe Biden začela opravljati svoji funkciji.

Na predsedniških volitvah 2008 sta demokrata Barack Obama in Joe Biden osvojila 365 elektorskih glasov in 53 % tako imenovanega »*Popular Vota*«.

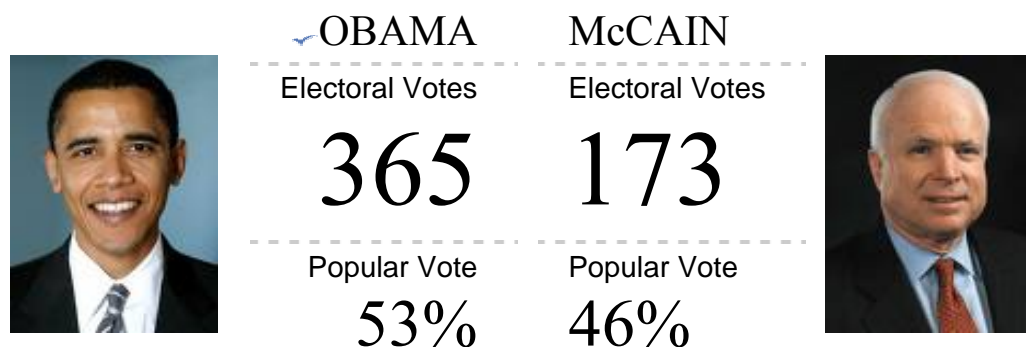
Na drugi strani pa sta republikanca John McCain in Sarah Palin osvojila 173 elektorskih glasov in 46 % tako imenovanega »*Popular Vota*«.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup>CBS News. 2008. *Presidential election results 2008*. Dostopno prek: <http://election.cbsnews.com/election2008/> (16. april 2009).

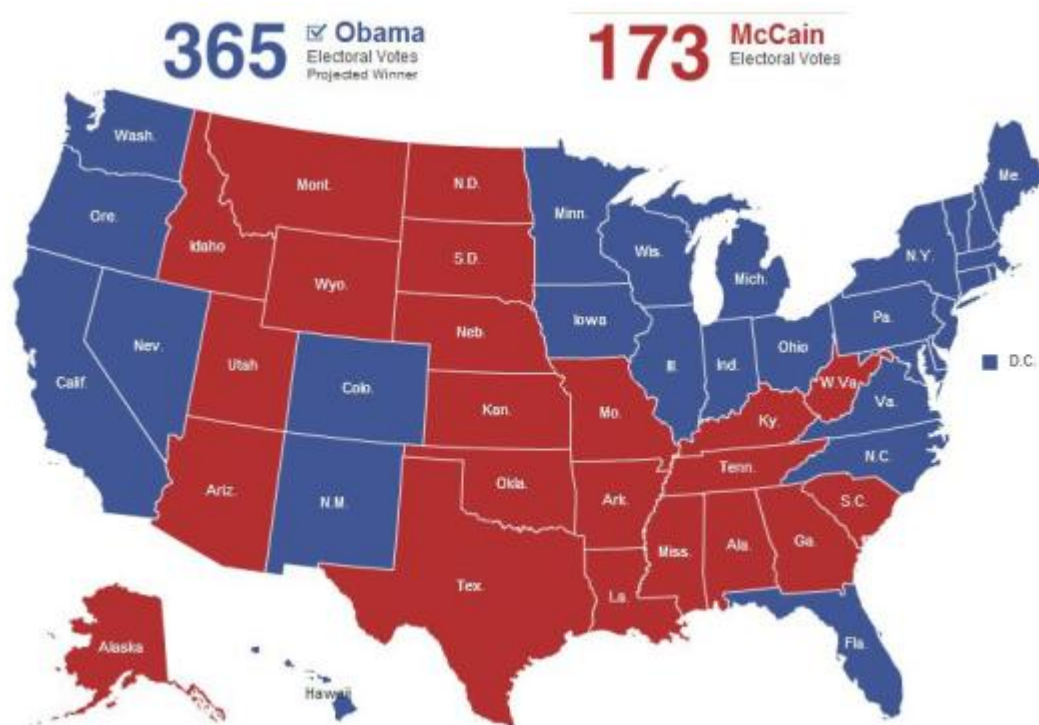
Uradni rezultati so razvidni iz tabele 8.1 in slike 8.1:

**Tabela 8.1:** Uradni rezultati predsedniških volitev 2008



Vir: CBS News (2008).

**Slika 8.1:** Elektorski zemljevid predsedniških volitev 2008



Vir: CBS News (2008).

Če primerjamo rezultate glasovanja po starosti med predsedniškimi volitvami 2008 in 2004, je lepo razvidno, da je za letošnjega predsedniškega zmagovalca Baracka Obama glasovalo 21 % več mladih, kot jih je štiri leta prej glasovalo za takratnega zmagovalca Georga W. Busha. To je razvidno tudi iz spodnjih tabel 8.2 in 8.3:

**Tabela 8.2:** Rezultati glasovanja po starosti (predsedniške volitve 2008)

Starost	Barack Obama	John McCain
18–29 (18%)	66%	32%
30–44 (29%)	52%	46%
45–59 (39%)	50%	49%
60 in več (16%)	45%	53%

Vir: CNN (2008b).

**Tabela 8.3:** Rezultati glasovanja po starosti (predsedniške volitve 2004)

Starost	George W. Bush	John Kerry
18–29 (17%)	45%	54%
30–44 (29%)	53%	46%
45–59 (30%)	51%	48%
60 in več (24%)	54%	46%

Vir: CNN (2004a).

Iz tabele 8.3 je razvidno, da je imel Barack Obama ogromno prednost pred svojim tekmečem Johnom McCainom predvsem pri mladih volivcih (18–29 let), vodil pa je tudi v drugem (30–40 let) in tretjem starostnem razredu (45–59 let). Štiri leta prej je bila situacija ravno obratna.

Za Obama pa je volilo tudi veliko izobraženih državljanov, kar je razvidno iz tabele 8.4:

**Tabela 8.4:** Rezultati glasovanja po izobrazbi (predsedniške volitve 2008)

Izobrazba	Barack Obama	John McCain
Ni izobrazbe (4%)	63%	35%
Srednja izobrazba (20%)	52%	46%
Nediplomiranci (31%)	51%	47%
Diplomiranci (28%)	50%	48%
Magistri,...(17%)	58%	40%

Vir: CNN (2008b).

Iz tabele 8.4 je razvidno, da je Barack Obama imel prednost v vseh petih izobrazbenih razredih. V zadnjem izobrazbenem razredu, kjer so zabeleženi državljani z magisterijem, pa je McCaina vodil kar za 18 %.

## 8.2 Komentariji

Lanskoletne predsedniške volitve so bile zgodovinskega pomena in so podrle še zadnje meje rasne zgodovine v Ameriki. Po vsej verjetnosti pred nekaj leti še ne bi bile možne. Barack Obama se je izkazal za fenomen, ki je znal pritegniti pozornost velikega števila množic s svojo karizmo in dobro sestavljenimi govori. Znal se je obdržati v zelo sovražnem političnem okolju, ki sta ga zaznamovala osemletno neuspešno predsedovanje Georga W. Busha in gospodarska kriza, ki se je začela sredi splošnih volitev. Obama je pred 240.000-glavo množico v svojem zmagovalnem govoru ponosno izjavil: »Če je še kdo zunaj, ki še ne verjame, da je Amerika mesto, kjer je vse mogoče, ki se še vedno sprašuje, če je želja naših ustanoviteljev še živa, ki še vedno ne verjame v moč naše demokracije, danes ste dobili svoj odgovor.«<sup>27</sup>

Ne samo da je Obami uspelo zmagati na predsedniških volitvah, uspelo mu je tudi pridobiti večino v obeh domovih kongresa, kar se ni zgodilo že od poznega leta 1995, ko je bil ameriški predsednik Bill Clinton. Lanskoletne predsedniške volitve so imele tudi rekordno udeležbo. Državljeni so se začeli zbirati na voliščih, še preden so se ta odprla.

Ko so bili znani prvi neposredni rezultati je postalo jasno, da je Amerika doživela nov zgodovinski mejnik. Končna zmagaja je bila potrjena, ko so bili razglašeni rezultati iz Kalifornije. V svojem govoru je Obama nagovoril tudi privrženca svojega republikanskega nasprotnika Johna McCaina z besedami: »Za tiste Američane, katerih podporo si še nisem prislužil, katerih glasov še nisem osvojil, vaš glas sem slišal in potrebujem vašo pomoč in bom tudi vaš predsednik.«<sup>28</sup>

Ob razglasitvi zmagovalca predsedniških volitev 2008 je Obama nagovoril nekaj sto tisoč glavo množico s temi besedami: »To je vaša zmagaja. Naša naloga bo dolga in strma, ne bomo jo uspeli rešiti v enem letu ali enem mandatu, ampak Amerika, že dolgo nisem bil

---

<sup>27</sup>The New York Times. 2008. *Obama Elected President as Racial Barrier Falls*. Dostopno prek: [http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/subjects/p/presidential\\_election\\_of\\_2008/index.html](http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/subjects/p/presidential_election_of_2008/index.html) (20. april 2009).

<sup>28</sup>The New York Times. 2008. *Obama Elected President as Racial Barrier Falls*. Dostopno prek: [http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/subjects/p/presidential\\_election\\_of\\_2008/index.html](http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/subjects/p/presidential_election_of_2008/index.html) (20. april 2009).

tako optimističen, kot sem danes, da bomo skupaj uspeli priti do cilja.«<sup>29</sup> Baracka Obama, Joea Bidna in celotno administracijo čaka težka naloga.

Barack Obama je na predsedniških volitvah prepričljivo zmagal predvsem zaradi uspešne in jasne kampanje, ki ni doživela večjih težav in pretresov, ter uspešnega financiranja. Na poti do zmage pa je Obama uspešno izkoristil tudi različne izzive, katere je preobrnil v svojo korist. Ključni preobrati na poti do zmage so bili zmaga v Iowi, kjer je Obami uspelo izključiti skoraj vse demokratske predsedniške nominirance. Ključ do zmage v Iowi pa so bili tudi številni novo registrirani volivci. Ključnega pomena je bila tudi podpora Teda Kennedyja, ki izhaja iz zelo vplivne in znane demokratske družine in katerega podpora poda predsedniškemu kandidatu potrebno prednost. Obama se je moral dotakniti tudi kočljive teme rase, predvsem ko je njegov dolgoletni pastor Jeremiah Wright začel podajati sovražne izjave. Obami je s prepričljivim govorom o rasni diskriminaciji uspelo na svojo stran pridobiti večino Afroameričanov. Naslednja uspešna točka zmage je bilo tudi uspešno financiranje kampanje. Do sedaj še nobenemu predsedniškemu kandidatu ni uspelo zbrati toliko denarja, kot ga je zbral Obama. Tu mu je uspešno pomagal internet s svojimi stranmi, kot sta Youtube in Facebook. Po uspešni kampanji za mesto demokratskega predsedniškega nominiranca je bila glavna naloga Obame, da na svojo stran privabi vse volivce, ki so v času tekme za predsedniško nominacijo podpirali Hillary Clinton. Zadnje in pomembno dejstvo za zmago pa je bila tudi Obamova sposobnost v debatah. Z svojo umirjenostjo in virtuoznimi odgovori je Obami uspelo premagati svojega tekmecca McCaina v vseh treh predsedniških debatah.<sup>30</sup>

Bitka Johna McCaina za mesto ameriškega predsednika je bila polna preobratov, ki se je na koncu izkazala za skoraj nedosegljivo. McCain in katerikoli drug republikanski kandidat bi imel v lanskoletnem demokratskem letu izjemno težko nalogo zmagati na volitvah. Na koncu se je izkazalo, da ni lahko zbrisati sledi osemletne neuspešne in neprijetne administracije Georja W. Busha, ki se je zapisala v spomin z vojno v Iraku, neuspešnim ravnanjem v času orkana Katrina in gospodarske krize.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup>CNN. 2008č. *Obama: "This is your victory"*. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/11/04/election.president/index.html> (20. april 2009).

<sup>30</sup>CNN. 2008b. *Analysis: Organisation, strategy keyys to Obama victory*. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/11/05/obama.anatomy.win/index.html> (21. april 2009).

<sup>31</sup>CNN. 2008c. *Analysis: Turning points led to McCain's defeat*. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/11/05/mccain.anatomy.loss/index.html> (21. april 2009).

Bilo je več preobratov, ki so Johnu McCainu onemogočili zmago na predsedniških volitvah 2008. Treba pa je omeniti njegovo zmago v času tekme za republikansko predsedniško nominacijo v New Hampshiru, kjer je McCainu uspelo zagotoviti nominacijo in s tem izpodbiti svoje republikanske tekmece, kot sta bila Mitt Romney in Mike Huckabee. Točk, ki so McCainu preprečile zmago, je kar nekaj, vendar pa je najpomembnejših naslednjih pet. Prva ovira je bil poraz Hillary Clinton na demokratski strani in je pomenila, da je v času splošnih volitev McCaina čakal tesnejši boj z Barackom Obamo. Večina je mnenja, da bi bila tekma za Belo hišo bolj izenačena, če bi se zanjo potegovala McCain in Clintonova. Druga točka, ki je omenjena že prej, je neuspešnost Georga W. Busha kot ameriškega predsednika. Tretja točka je bila McCainova nezmožnost odgovoriti na nekatera kočljiva vprašanja novinarjev. Četrta točka je bila McCainova izbira svoje podpredsedniške kandidatke. Za to mesto je izbral neizkušeno guvernerko z Aljasko Sarah Palin, ki je na začetku kampanji le ponudila nekaj pozitivnih točk v tekmi, vendar pa se je Palinovo neznanje v televizijskih intervjujih izkazalo za usodno. Zadnja in peta točka pa je bil napaka McCaina, ko je v času gospodarske krize za nekaj dni prekinil svojo volilno kampanjo. Ni mu pomagalo tudi, da je gospodarska kriza postala edina tema predsedniške tekme.<sup>32</sup>

McCainu ni bila zmaga nikoli zagotovljena. Mogoče bi mu ob drugačni osebnosti, politiki, okoliščinam in času uspelo preobrniti tekmo v svojo korist.

### **8.3 Prva ocena predsedovanja**

Čeprav so bile predsedniške volitve 2008 historičnega pomena, je bilo že od samega začetka jasno, da bo naloga novoizvoljenega predsednika Obame dolga in težka. Januarja 2011 je minilo že dve leti od volitev, in postavlja se vprašanje ali je bilo začetno obdobje predsedovanja za Obamo uspešno ali ne.

---

<sup>32</sup>CNN. 2008c. *Analysis: Turning points led to McCain's defeat*. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/11/05/mccain.anatomy.loss/index.html> (21. april 2009).

Začetno obdobje je kritična točka vsakega predsedovanja in pokaže začetne uspehe in možne probleme vodenja države. Zadnji dve leti Obamovega predsedovanja sta bili burni in prepleteni z velikimi težavami. Volilna kampanja Obame je bila že od samega začetka zastavljena z visokimi in abicioznimi cilji in zastavlja se vprašanje ali so bili te cilji uresničeni ali ne. Obama je smeriške državljanke že od začetka opozoril, da bo naloga strma in težka. Predsednik je prevzel oblast v najtežjem času, ko je bila zgodovinsko gledano Amerika v najhujši krizi od konca velike deprejije (Galston 2010; Green 2011; Hamilton 2011; Tobak 2010).

Vidno je, da je predsednikova popularnost v zadnjih dveh letih močno upadla. Če je imel na začetku mandata še 70% podporo ameriških državljanov, je ta podpora v zadnjem obdobju padla pod 50% (Hamilton 2011). Nezadovoljstvo državljanov se je pokazalo tudi na novemberskih volitvah 2010, kjer je velika večina nezaposlenih državljanov svojo jezo pokazalo s tem, ko je demokratska stranka doživela svoj največji poraz na volitvah od leta 1938. Od Januarja 2011 bo v Kongresu po dajšem času spet prevzala premoč republikanska stran, medtem ko bo ostal Senat v rokah demokratov v razmerjem 53-47 (Gill 2010).

V zadnjih dveh letih pa ne moremo na vse gledati tako peimistični in z negativnim pogledom. Predseniku je uspelo doseči kar nekja zakonodajnih uspehov in hkrati sprejeti veliko dobrih in pozitivnih odločitev za Ameriko. Med njegove naujspešnejše dosežke prištevamo (Hamilton 2011):

**Ekonomski stimulus** – privedel finančno stanje nazaj na zeleno vejo in preprečil močno recesijo. Nove **finančna reforma** – bačni sektor je bil potreben prenove in novih pravil. Nova **zdravstvena zakonodaja** – ta je bila potrebna in je bila ena od Obmovih kampanjskih obljub. Odpravljenpa je bil tudi zakon "**Don't Ask Don't Tell**", pravilo ameriške vojske iz leta 1993 in po katerem homoseksualci niso smeli izdati svoje spolne orientacije.

Vse negativne posledice predsedovanja pa tudi ne moremo pripisati samo Obami, treba je še enkrat poudariti, da je predsednik podedoval veliko težav od predhodne administracije.



Zanimivo pa je tudi, da mu nekateri demokrati pripisujejo celo to, da predsednik ni bil zatosti popustljiv in da ni v celoti sedeloval z republikanso stranjo. Očitajo mu dejstvo, da bi lahko sprejel veliko več zakonodaje, saj je imel na voljo demokratsko večino v Kongresu in Senatu.

Negativne posledice predsedovanja pa so privedle celo do nastanka novega političnega gibanja imenovanega "Tea Party Movement", katerega ustanovitelj je komentator CNBC-ja Rick Santelli, ki ni bil zadovoljen z velikim številom zaplenitev domov v Ameriki. Gibanju se je priključilo tudi veliko interesnih skupin konzervativne strani. Samega gibanja ni mižno jasno definirati, vendar pa samemu gibanju popularnost narašča. Svoje prve uspehe je gibanje doživelože na volitvah 2010. Vidna zagovornica novega gibanja pa je tudi nekdanja sneatorka iz Aljaske in bivša kandidatka za amriško podpredsedniško mesto Sarah Palin (Drehle 2010).

Težave s katerimi se Obama še srečuje so prevelika pričakovanja ameriških državljanov in s tem povezana nezadovoljstva. Preveč usmerjanja z napačno retoriko, ki je povezana z previsokim upanjem in možnimi spremembami. Vendar pa so bile spremembe, ki jih je Obama že dosegel potrebne, izid predsedniških volitev 2008 je fundamentalno spremenil Ameriko, predvsem je pripeljal do nove politične dinamičnosti, ki je zdaj del vsake kampanje (Galston 2010).

## 9 POGLEDI NA ZUNANJO POLITIKO

Ameriške volitve so izjemen vir informacij, tako za ameriške državljane in medije kot tudi za preostali svet. Pomemben del vsake volilne kampanje je predstavitev zunanje politike predsedniških kandidatov ob možni zmagi na volitvah. Čeprav zunanja politika ne zaseda najvišjega mesta v kampanji, pa nakaže možne smernice mednarodnih odnosov nove administracije.

### 9.1 Opredelitev pojma zunanje politike

Russett in Starr opišeta zunanjo politiko kot razmerje, ki vpliva na ravnanje države z drugo državo ali mednarodnim delavcem (Russett in Starr 1996, 213). Naprej samo besedo razdelita na dva dela. Besedo politika označita kot »odločitev ali sklop odločitev ali programov, ki nastopajo kot smernice ravnanja«. Besedo zunanja pa označita kot »vse, kar je zunaj meja državne suverenosti, kjer država nima več pravne oblasti nad ljudmi ali nad ozemljem«. Tako je po njunem povzetku zunanja politika »sklop smernic za odločitve o ljudeh, krajih in stvareh onstran meja države« (Russett in Starr 1996, 278–279).

Po Felthamu je zunanja politika le en del nacionalne politike in je naloga politikov (Feltham 1996, 1). Mnogi avtorji opredeljujejo zunanjo politiko kot borbo za moč. Morgenthau pravi, da je zunanja politika borba za moč, odvisna od številnih elementov, ki oblikujejo politično, gospodarsko in vojaško moč države (Morgentahu 1995, 336).

Po Benku pa je zunanja politika »institucionaliziran proces dejavnosti – akcij, ki jih določena, v državi organizirana družba opravlja nasproti širšemu in ožjemu mednarodnemu okolju z namenom uresničiti svoje materialne in nematerialne interese ter tako vplivati nanj, bodisi da realnosti v mednarodni skupnosti spremlja bodisi se jim prilagaja« (Benko 1997, 221).

## 9.2 Opredelitev stališč do zunanje politike obeh predsedniških kandidatov

### Stališča demokratskega kandidata Baracka Obame

Bush in Chaney sta v osmih letih predsedovanja uspela Ameriko diplomatsko popolnoma osamiti, tako da je postala bolj prepoznana po svoji arogantnosti kot pa po uspešni diplomatski državi, kot je nekoč že bila. Pri tej osamitvi je igrala pomembno vlogo politika nepogajanja s svetovnimi voditelji, ki je potrebna za vsako vodenje uspešne zunanje politike. Zato bo glavna naloga Obame ob možni izvolitvi izboljšanje ameriškega diplomatskega sodelovanja s svetom in diplomacija z vsemi svetovnimi državami. Pri tem mu bo v veliko pomoč njegov podpredsedniški kandidat Joe Biden, ki je po svetu znan kot avtoriteta zunanje politike, saj je vrsto let predsedoval ameriškemu odboru za zunanje zadeve. Diplomatske odnose bosta poskušala obnoviti z direktno diplomacijo.<sup>33</sup> Tako Obama kot Biden menita, da bodo pri izboljšanju ameriške zunanje politike igrali ključno vlogo Združeni narodi, ki imajo pomembno vlogo pri upravljanju s svetovnimi krizami in pri pomoči doseganja svetovnega miru.<sup>34</sup>

Obama je eden redkih senatorjev, ki je že od samega začetka nasprotoval vojni v Iraku in poudarjal, da ima le-ta negativne posledice za celotno Ameriko. Zato bo glavna prioriteta Obame in Bidna skrbno in preišljeno končati vojno v Iraku, ki poteka že od leta 2003. Obama predlaga umik ameriške vojske v nekaj fazah in v sodelovanju z iraško vlado. Umik bi bil končan do poletja 2010, več kot sedem let po začetku vojne. Nekaj čet bi še vedno ostalo v regiji z namenom upravljanja misij proti Al Kaidi in pri obrambi ameriških diplomatov in civilistov v Iraku. Še vedno bo potekalo poučevanje iraške vojske. Glavni cilj Obame je stabilizirati Irak in regijo. Amerika pa ima tudi moralno obveznost in skrb pri humanitarni pomoči v Iraku, zato bo ustanovila mednarodno delovno skupino, ki se bo spopadla s humanitarno krizo.<sup>35</sup> Želja po lastni jedrski moči, pomoči militaristom v Iraku in regiji ter vidno sovraštvo do Izraela predstavi Iran kot eno glavnih skrbi zunanje politike, s katero se bo treba spopasti v najkrajšem možnem času.

---

<sup>33</sup>*Blueprint for Change.* 2008. Dostopno prek: <http://www.barackobama.com/pdf/ObamaBlueprintForChange.pdf> (5. oktober 2009).

<sup>34</sup>Council on Foreign Relations. 2008. *Campaign Candidate Barack Obama.* Dostopno prek: <http://www.cfr.org/bios/11603/> (5. oktober 2009).

<sup>35</sup>*Blueprint for Change.* 2008. Dostopno prek: <http://www.barackobama.com/pdf/ObamaBlueprintForChange.pdf> (5. oktober 2009).

V primeru Irana Obama podpira direktno diplomacijo brez predpogojev. Iranu bi ponudil možnost. Ob sodelovanju bi Iran lahko zaprosil za vstop v mednarodne organizacije, pridobil gospodarske investicije in izboljšal diplomatske odnose s svetom. Ob nesodelovanju pa Iran čaka politična izolacija in gospodarski pritisk. To bi bila najboljša možnost za doseg napredka z Iranom po mnenju Obame.<sup>36</sup>

Pomemben korak pa bo Obama naredil tudi pri vprašanju zapora v Guantanamo, ki ga ima namen zapreti, saj meni, da morajo imeti zaporniki priložnost predstaviti svojo obrambo pred ameriškim kriminalnim sodiščem ali pa pred vojaškim sodiščem. To je pomembno predvsem zaradi tega, ker so nekateri zaporniki zaprti po krivem in samo zaradi svojega muslimanskega porekla.

Medtem ko je Amerika zadnjih osem let namenila veliko časa vojni v Iraku, pa se je stanje v Afganistanu dramatično poslabšalo. Obama predlaga povečanje denarnih sredstev in vojaške moči v regiji, ki bi omogočila boljšo obrambo proti teroristom. Obama močno podpira prijateljstvo s Izraelom in poudarja, da je treba to prijateljstvo še poglobiti, saj je Izrael pomemben ameriški partner na Bližnjem vzhodu. Glede konflikta med Izraelom in Palestino pa je poudaril pomembnost izolacije Hamasa in namen nepogajanja, dokler se le-ta ne odreče terorizmu in prizna pravico Izraela do obstoja.<sup>37</sup>

Obama in Biden bosta do Rusije uporabila novo strategijo. Glavni poudarki te strategije so podpora demokraciji v regiji in izboljšanje ameriško-ruskega prijateljstva, izboljšanje transatlantske zveze za boljše sodelovanje z Rusijo, poskus zmanjšanja energetske odvisnosti držav v regiji od Rusije, direktna pogajanja z rusko vlado glede skupnih ciljev in poskus boljše integracije Rusije v globalni sistem.<sup>38</sup>

Pri Severni Koreji bo potrebna mednarodna kooperacija in agresivna diplomacija, ki se bo spopadla z jedrsko grožnjo, ki jo država predstavlja.

---

<sup>36</sup>*Blueprint for Change*. 2008. Dostopno prek: <http://www.barackobama.com/pdf/ObamaBlueprintForChange.pdf> (5. oktober 2009).

<sup>37</sup>Council on Foreign Relations. 2008. *Campaign Candidate Barack Obama*. Dostopno prek: <http://www.cfr.org/bios/11603/> (5. oktober 2009).

<sup>38</sup>*Blueprint for Change*. 2008. Dostopno prek: <http://www.barackobama.com/pdf/ObamaBlueprintForChange.pdf> (5. oktober 2009).

Treba bo obnoviti bilateralne pogovore. Obama je poudaril tudi potrebo po ponovnem izboljšanju pogodbe o neširjenju jedrskega orožja in s tem strogo kaznovanje vseh držav, ki bi prekršile pravila te pogodbe. V azijski regiji pa je prijateljstvo med Ameriko in Kitajsko izrednega pomena. Obama bo poskušal to prijateljstvo še poglobiti, saj bo s tem boj proti podnebnim spremembam in revščini še boljši in lažji. Izrednega pomena pa je tudi ameriško prijateljstvo z Indijo, saj je le-ta ena največjih svetovnih demokracij in hkrati tudi ena gospodarsko najmočnejših držav na svetu. Obe državi, tako Amerika kot tudi Indija, imata veliko skupnih interesov. Za Kubo je Obama predlagal odpravo potovalnih omejitev in poudaril poskus normalizacije odnosov med državama, ki so se v zadnjih petih desetletjih zelo ohladili. Potrebna pa bo tudi demokratizacija države, preden lahko sploh pomislimo na odpravo embarga.<sup>39</sup>

Na koncu pa je treba omeniti tudi pogled Obame na situacijo v Afriki, ki se spopada z različnimi problemi, kot so genocid v Darfurju, boj proti revščini, boj proti epidemiji HIV/AIDS, boj proti korupciji ... Obama in Biden bosta v regijo poskusila vliti nujno denarno pomoč, ki bo pripomogla k afriški gospodarski rasti.<sup>40</sup>

#### *Stališča republikanskega kandidata Johna McCaina*

Na drugi strani pa republikanski predsedniški kandidat McCain na zunanjepolitični areni zavzema večino iste politike, ki jo je zadnjih osem let vodil George W. Bush. Pomoč na tem področju tudi ni pričakovana s strani njegove podpredsedniške kandidatke Palinove, ki je tako rekoč začetnica v predsedniški igri.

Senator dolgoročno podpira delovanje Združenih narodov in priznava njihovo pomembnost v svetu pri ohranjanju svetovnega mira in varnosti. Poudarja tudi, da mora Amerika še vedno mednarodni organizaciji prispevati vojaške čete in denarne prispevke, vendar pa meni, da sama organizacija potrebuje številne reforme, da bo zopet postala sila, kot je nekoč že bila.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup>Council on Foreign Relations. 2008. *Campaign Candidate Barack Obama*. Dostopno prek: <http://www.cfr.org/bios/11603/> (5. oktober 2009).

<sup>40</sup>*Blueprint for Change*. 2008. Dostopno prek: <http://www.barackobama.com/pdf/ObamaBlueprintForChange.pdf> (5. oktober 2009).

<sup>41</sup>Council on Foreign Relations. 2008. *Campaign Candidate John McCain*. Dostopno prek: <http://www.cfr.org/bios/662/> (6. oktober 2009).

McCain je že od samega začetka podpiral vojno v Iraku in je tudi glasoval za vojaško intervencijo v državi. Zato ni presenetljivo, da v primeru zmage na predsedniških volitvah ne bo bistvenih sprememb pri vprašanju Iraka. Tu bo do nadaljnjega še vedno potekala politika Busha in Chaneya. Senator pa ima namen tudi povečati število vojaških čet v regiji za boljšo varnost in stabilnost Iraka. Glavni sponzor terorizma pa je po njegovem mnenju Iran, ki predstavlja nesprejemljivo nevarnost tako za Ameriko kot tudi za ves svet. Čeprav tudi senator meni, da je vojaška intervencija v državi le zadnja možnost, pa v nasprotju z Obama meni, da se z državo ne smemo direktno pogajati.<sup>42</sup>

Senator, ki je bil tudi sam ujetnik vojne, je eden redkih republikanskih kandidatov, ki tudi podpira zaprtje zapora v Guantanamo in meni, da bi bilo treba zapornike premestiti v vojaški zapor v Kansasu. Meni tudi, da bi se bilo treba z ameriški zavezniki skupaj boriti proti terorističnim sovražnikom. V primeru Afganistana senator priznava, da je prišlo do napak in da Amerika ni izpeljala vojaške intervencije do konca. Tudi po njegovem mnenju je v regiji potrebno povečanje vojaških sil za uspešen boj proti vse večjim in močnejšim terorističnim napadom v regiji. Irak naj bi služil kot primer uspešnega protinapada za regijo. Mir na Bližnjem vzhodu bo mogoč, po mnenju McCaina, šele, ko bo Palestina priznala Izrael. V primeru zmage na volitvah se bo potegoval za nadaljnjo podporo Izraelu in skušal izolirati njegove sovražnike, kot sta Hamas in Hezbolah.

Za primer Rusije McCain predlaga nov pristop. Rusija je postala država, ki je pod strogim vladnim nadzorom. Predlaga izključitev države iz G-8 in meni, da bi moral zahodni svet Rusiji poslati sporočilo, da le-ta ni vsemogočna. Potrebna bo tudi promocija demokracije v regiji. McCain pa podpira tudi izgradnjo raketnega varnostnega sistema, ki ga je sestavila Busheva administracija.<sup>43</sup>

Resen problem za svetovni mir pa po mnenju senatorja predstavlja tudi Severna Koreja, ki je eden najstrožjih svetovnih režimov. Meni, da so pogajanja z državo možna le z vnaprej postavljenimi predpogoji.

---

<sup>42</sup>Council on Foreign Relations.2008. *Campaign Candidate John McCain*. Dostopno prek: <http://www.cfr.org/bios/662/> (6. oktober 2009).

<sup>43</sup>Council on Foreign Relations.2008. *Campaign Candidate Jhn McCain*. Dostopno prek: <http://www.cfr.org/bios/662/> (6. oktober 2009).

Kitajska vse bolj postaja pomembna svetovna sila, vendar pa to po mnenju McCaina ne pomeni, da v azijski regiji ni potrebna vojaška prisotnost. Za senatorja bo pomembno poglobiti prijateljstvo s Kitajsko in drugimi azijskimi državami v regiji. Kitajska pa bo morala izboljšati tudi svoj odnos do človekovih pravic.

McCain Indijo vidi kot potencialno partnerko Amerike. Treba bo bolje odpreti poti do indijskih trgov, saj le-ti presegajo milijardo potrošnikov. Meni tudi, da bi bilo treba Indijo vključiti v G-8.

Senator meni tudi, da Amerika ne sme čakati na dan, ko bo Kuba postala demokratična država, vendar pa je treba prebivalstvu ponuditi možnost, da se upre vladi Castra. Podpira pa tudi sankcije proti Kubi.

V Afriki senator podpira promocijo demokracije in humanitarno pomoč, ki jo regija tako nujno potrebuje. Amerika bo morala podpirati tiste v državi, ki si želijo odprtega gospodarstva in demokratično vlado. Pomemben cilj pa bo tudi poskus odprave malarije v najrevnejših predelih Afrike.<sup>44</sup>

### **9.3 Zunanja politika novoizvoljene administracije**

Administracija je bila zadnji dve leti večino časa usmerjena v reševanje problemov in kriz na nacionalni ravni, kar je pomenilo da je bila zunanja politika večkrat postvaljena na drugo mesto. Če na kratko pregledamo stanje zunanje politike danes, se pokažejo trije glavni vzorci:

- zunanja politika je ostala nespremenjena od leta 2008
- zunanja politika se je poslabšala od leta 2008 in
- reševanje problemov poteka po poteh, ki jih je načrtala že administracija Busha, pa čeprav je bilo veliko govora o spremembah

---

<sup>44</sup>Council on Foreign Relations. 2008. *Campaign Candidate Barack Obama*. Dostopno prek: <http://www.cfr.org/bios/662/> (7. oktober 2009).

V večini primerov so ameriški največji kritiki v zunanji politiki še zmeraj močno nastrojeni proti Ameriki (Hanson 2010):

- Kuba je po nekaj mešanih sporočilih še vedno močna nasprotnica Amerike
- Sirija še naprej povečuje svojo povezanost z Iranom in Hazbollah, kar otežuje stanje v Iraku in na Bližnjem Vzhodu
- Severna Koreja še nadaljuje s svojo grozilno retoriko in raketnimi napadi, ki se lahko hitro spremenijo v krizno stanje
- Venezuela postaja vse bolj avtoritarna in nastrojena proti Ameriki
- Iran še naprej nadgrajuje svoje nuklearno zalogo in se ne zmenja za možne ukrepe zahodnih držav

Razvidno je, da so vsi diktatorski režimi še vedno močno nasproti Amerike in njeni globalni moči, ki jo vidijo kot grožnjo.

Če na kratko pogledamo še druge svetovne sile in njene odnose z Ameriko je razvidno, da je administraciji uspelo narediti nekaj korakov v pozitivno smer. Sodelovanje z Rusijo se je še povečalo in razvidno je, da je Rusija naklonjena novi administraciji. V sodelovanju poskušata zmanjšati zalogo nuklearnega orožja na svetu in pregovoriti Iran in Severno Korejo, da bi opustili nuklearne načrte. Vendar pa ne smemo pozabiti, da ni vse zlato, kar se sveti. Amerika za boljše odnose z Rusijo spregleda marsikatero negativno dejanje le te. Med največjimi uvrščamo aretacije političnih nasprotnikov, zamenjava demokratično izvoljenih uradnikov s priveženci Vladimirja Putina in asasinacije privržencev človekovih pravic in večjih nasprotnikov vlade. Amerika tudi ne omenja ruskega poseganja v ozemeljsko intergiteteto Georgije in v politično umešavanje Ukrajine. Z Kitajsko Obama poskuša najti nove poti sodelovanja na področju ekonomske krize, neširjenju atomskega orožja in na temo klimatske krize. A tudi za to sodelovanje Amerika zmanjšuje pomen največjega problema Kitajske povezanega s spoštovanjem temeljnih človekovih pravic in svoboščin svojih državljanov (Nau 2010).

Odnosi z dosedanjimi zaveznicami, kot so Nemčija, Francija in Velika Britanija ostajajo nespremenjeni.



Februarja 2009 je bil objavljen načrt po katerem je prišlo do umika ameriške vojske iz Iraka v letu 2010. Oblast je prešla v roke nove iraške vlade. Na samem območju je še nekaj tisoč pripadnikov ameriške vojske, ki skrbi za urjenje pripadnikov iraške vojske. Na tem območju želi Amerika navezati dolgotrajne stike z vsem iraškim prebivastvom. Če ji bo to tudi uspelo pa bo potrebno še malo počakati. Vendar pa vse to ne pomeni, da je vojne v Iraku konec. Do tega trenutka smo še oddaljeni. V samem Iraku še vedno obstaja velika nevarnost teroristične skupine al Qaeda, ki še naprej pripravlja načrte za napade na Ameriko in njene zaveznice. V Afganistanu je glavni cilj administracije preprečitev ponovnega prevzema oblasti talibanov, ki je al Qaeda ponujala varno obočje delovanja. Vendar pa bo pred umikom ameriške vojske potrebno oblikovanje močnejše in bolj demokratične oblasti, ki bo lahko prevzela vodenje države. Načrt Obame je, da se umik ameriške vojske prične julija letos.<sup>45</sup>

V zadnjih dveh tednih pa smo dočakali tudi prve začetke ljudske revolucije v Tuniziji in Egiptu, kjer se je ljudstvo po daljšem času uspelo upreti svojima dvema diktatorskima voditeljima. Na primeru Tunizije je bila Amerika jasna in je podprla prve demokratične premike, medtem ko je za Egipt na začetku pokazala določeno stopnjo neodločnosti. Na koncu se je postavila na stran državljanov. Predsednik Egipta se je po nekaj burnih dneh protestov, s pomočjo ali brez nje odločil, da bo iz svojega položaja odstopil Septembra letos, vendar pa je tudi ta odločitev postala sporna, saj državljani hočejo Mubarakov takojšen odstop, medtem ko Amerika spodbuja demokratičen in mirno tranzicijo oblasti.

Razvidno, da je bil predsednik na nekaterih področjih zunanje politike zelo uspešen in na drugih malo manj. Vsekakor bo moral v prihodnje nadgraditi principe in sodelovanja, ki bodo presegala meje trenutnega predsedovanja. Predsednik bo moral ostati odločen in uspešno izpeljati konec obeh voj v Iraku in Afganistanu. Potrebno bo tudi najti nove trgovske poti, ki bodo pomagale oslabšanemu gospodarskemu stanju v katerem se ta trenutek nahaja Amerika. In na koncu, predsednik ne bo smel zatisniti oči nevarnosti, ki jo s seboj prinašajo ekstremisti iz islama in, ki jo še predstavlja nuklearno orožje.

---

<sup>45</sup>The Huffington Post. 2011. *Obama's State Of The Union Speech 2011*. Dostopno prek: [http://www.huffingtonpost.com/2011/01/25/obama-state-of-the-union-\\_1\\_n\\_813478.html](http://www.huffingtonpost.com/2011/01/25/obama-state-of-the-union-_1_n_813478.html) (1. februar 2011).

## 10 SKLEP

Predsedniške volitve 2008 so bile res zgodovinskega pomena. Ne samo, da je Amerika dobila svojega prvega afroameriškega predsednika, ampak se je volitev udeležilo tudi rekordno število državljanov. Predsedniške volitve so potekale brez večjih in vidnih zapletov ter pretresov. Na končni rezultat volitev pa je po vsej verjetnosti imela velik vpliv gospodarska kriza, ki se je dokončno pokazala na začetku splošnih volitev. Kdo ve, če krize ne bi bilo, bi bila lahko tekma za ameriškega predsednika popolnoma drugačna in tesnejša. Amerika bi lahko celo imela republikanskega predsednika in bi tako ostala brez zgodovinskega trenutka, katerega si je celotna Amerika in svet tako želela.

Osredotočimo se na zastavljeni raziskovalni vprašanji mojega diplomskega dela. Prvo vprašanje je bilo sestavljena iz dveh delov in se je navezovalo na demokratskega nominiranca za mesto ameriškega predsednika, Baracka Obamo. Ali je Obami uspelo prek interneta privabiti svojo največjo volilno bazo (mladino) in ali mu je le-ta pomagala do zmage na predsedniških volitvah 2008? Strateško je Baracku Obami uspelo sestaviti najuspešnejšo volilno kampanjo, ki je uspela privabiti največjo podporo državljanov do sedaj. Največja volilna baza Obame je bila baza mladih volivcev med 18. in 29. letom. Tu je Obami uspelo privabiti kar 66 % celotne starostne skupine, kar še ni uspelo nobenemu drugemu predsedniškemu kandidatu do sedaj. Ključ do uspeha predvsem pri mladih volivcih pa Barack Obama lahko pripiše svoji unikatni in edinstveni internetni volilni kampanji, ki bo postala navdih za vse prihodnje predsedniške kandidate. Internet je v zadnjih nekaj letih postal neizogiben element vsakodnevnega življenja. Ne moremo si več predstavljati sveta brez interneta, ki vsem uporabnikom olajša iskanje različnih informacij. Ekipa Baracka Obame pa je to dejstvo znala uspešno izkoristiti v svojo korist. Prek novih družabnih strani, kot so Youtube, Facebook in My Space, ki so danes največje stično mesto študentov z vsega sveta, je Obami uspelo navezati stike s svojimi volivci in, najpomembnejše, s svojo največjo volilno bazo mladih volivcev. Prek teh strani je Obama uspel mobilizirati skupino volivcev, katere tradicionalno predsedniške volitve ne pritegnejo in jih politika ne zanima. Obama je s svojo osebnostjo, sproščenostjo in karizmo uspel pritegniti pozornost mladih. Mladino pa je privabilo tudi Obamovo volilno sporočilo, ki je bilo rdeča nit celotne kampanje in s katerim so se predvsem mladi volivci znali identificirati. Veliko zanimanje pa je na koncu privabila tudi Obamova uradna

spletna stran, ki je privabila ogromno zanimanja, saj je bila dobro oblikovana, navigacija je bila užitek in so bile informacije lahko dostopne.

Na koncu lahko razberemo, da je demokratskemu predsedniškemu kandidatu in novemu ameriškemu predsedniku Baracku Obami prek interneta uspelo privabiti svojo največjo volilno bazo mladih volivcev. Njihova udeležba na predsedniških volitvah 2008 pa je bila ključnega pomena in je po vsej verjetnosti določila zmagovalca volitev. S tem je moje prvo raziskovalno vprašanje potrjeno.

Moje drugo raziskovalno vprašanje pa se navezuje na republikanskega predsedniškega kandidata Johna McCaina. Ali je imela zapuščina Georga W. Busha res usodne posledice za uspeh Johna McCaina na lanskoletnih predsedniških volitvah? Neuspeh na predsedniških volitvah 2008 lahko McCain pripiše številnim dejavnikom, od neuspešnega in spontanega izbora svoje podpredsedniške kandidatke Sarah Palin pa vse do svoje podobe v medijih in starosti. Vendar pa je bil največji dejavnik in vzrok za neuspeh McCaina na predsedniških volitvah sam bivši republikanski predsednik Amerike George W. Bush. John McCain se je že drugič potegoval za mesto predsednika države, a je imel to nesrečo ali smolo, da je kandidiral v času, ko je bila Amerika potrebna sprememb po neuspešnem osemletnem predsedovanju Busha. Katerikoli predsedniški kandidat, ki bi se lani potegoval za mesto predsednika, bi imel velike težave zmagati. Georgu W. Bushu in njegovi administraciji je v osmih letih uspelo Ameriko popolnoma izolirati od sveta. Mnogi se sprašujejo, če ni bilo to predsedovanje najslabše v celotni ameriški zgodovini. Bush je zapustil mesto predsednika z najmanjšim odobravanjem državljanov, kar je bilo vidno v vseh nacionalnih javnomnenjskih raziskavah v času kmalu pred koncem predsedovanja in na dan tranzicije predsedniških administracij. Busheva administracija je v času svojega predsedovanja naredila vrsto napak, ki bodo zaznamovala Ameriko še vrsto let. Od vojne v Iraku, nesposobnosti ob hurikanu Katrina v New Orleansu, pa vse do Bushevih katastrofalnih diplomatskih dosežkov, s katerimi mu je uspelo odtujiti še zadnje evropske in svetovne zaveznike. John McCain je imel že na začetku svoje volilne kampanje zaradi tega velik problem, a kaj, ko nad njim ni imel nobenega vpliva. Barack Obama in njegova ekipa so to slabost znali dodobra izkoristiti. Ob vsaki priložnosti so s številnimi negativnimi oglasi nakazali povezanost McCaina in Busha, nad čimer pa McCain ni bil navdušen. Kdo bi mu lahko zameril? Obamov štab je celo nakazal, da je McCain, pa čeprav se je hotel odtujiti od Busha, v času njegovega predsedovanja v senatu

uspel kar 95% glasovati enako kot Bush. To dejstvo je imelo usodne posledice za Johna McCaina in celotno republikansko predsedniško kampanjo. V preteklosti je bila vedno praksa, da aktualni predsednik države novemu predsedniškemu kandidatu iz svoje stranke pomaga pri volilni kampanji. A lansko leto se na republikanski strani to ni zgodilo. McCain se je izmikal vsaki priložnosti, kjer bi Bush lahko ponudil promocijo njegovi kampanji. George W. Bush ni imel večje vloge pri volilni kampanji.

Z gotovostjo lahko trdimo, da je imelo neuspešno predsedovanje Georga W. Busha usodne posledice na volilno kampanjo McCaina in je pripeljalo do gotovega poraza Johna McCaina na predsedniških volitvah 2008. S tem je tudi moje drugo raziskovalne vprašanje potrjeno.

## LITERATURA

Ansolabehere, Stephen, Roy Behr in Iyengar Shanto, ur. 1993. *The media game: American politics in the television age*. New York: Macmillian Publishing Company.

*Barack Obama's Official Website*. Dostopno prek: <http://www.barackobama.com> (31. marec 2009).

Benko, Vlado. 1997. *Znanost o mednarodnih odnosih*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Berridge, Geoff R. 2002. *Diplomacy- theory and practice*. Second edition. Basingstoke, New York: Palgrave MacMillan.

*Blueprint for Change*. 2008. Dostopno prek: <http://www.barackobama.com/pdf/ObamaBlueprintForChange.pdf> (28. april 2009).

Bowles, Nigel. 1998. *Government and politics of the United States*. Second edition. Houndmills: Macmillan Press.

Bučar, Bojko, Zlatko Šabič in Milan Brglez, ur. 2002. *Navodila za pisanje seminarske naloge in diplomatskega dela*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

CBS News. 2008. *Presidential election results 2008*. Dostopno prek: <http://election.cbsnews.com/election2008/> (16. april 2009).

Clark, Josh. 2008. *Fundraising of John McCain*. Dostopno prek: <http://history.howstuffworks.com/american-history/john-mccain9.htm> (14. april 2009).

CNN. 2004a. *Exit Pools 2004*. Dostopno prek: <http://us.cnn.com/ELECTION/2004/pages/results/states/US/P/00/epolls.0.html> (16. april 2009).

--- 2008b. *Exit Pools 2008*. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/results/polls/#USP00p1> (16. april 2009).

--- 2008c. *Analysis: Organisation, strategy keyys to Obama victory*. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/11/05/obama.anatomy.win/index.html> (21. april 2009).

--- 2008č. *Analysis: Turning points led to McCain's defeat*. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/11/05/mccain.anatomy.loss/index.html> (21. april 2009).

--- 2008d. *Obama: "This is your victory"*. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/11/04/election.president/index.html> (20. april 2009).

*Commission on Presidential Debates*. Dostopna prek: <http://www.debates.org> (3. april 2009).

Cornell Univesity Law School. nd. *U.S. Code Time of appointing electors (Title 3.1)*. Dostopno prek: [http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode03/usc\\_sec\\_03\\_00000001----000-.html](http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode03/usc_sec_03_00000001----000-.html) (1. marec 2009).

--- nd. *U.S. Code Compensastion of the President (Title 3.2)*. Dostopno prek: [http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode03/usc\\_sec\\_03\\_00000102----000-.html](http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode03/usc_sec_03_00000102----000-.html) (2. marec 2009).

Council on Foreign Relations. 2008a. *Campaign Candidate Barack Obama*. Dostopno prek: <http://www.cfr.org/bios/11603/> (5. oktober 2009).

--- 2008b. *Campaign Candidate John McCain*. Dostopno prek: <http://www.cfr.org/bios/662/> (5. oktober 2009).

*Democratic National Convention*. Dostopno prek: <http://www.demconvention.com/> (9. april 2009).

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

Derbshire, Denis J. in Derbyshire Ian. 1996. *Political Systems of the world*. Second edition. Oxford: Helicon.

Drehle, David Von. 2010. Why the Tea Party Movement Matters. *Time*, 18. februar. Dostopno prek: <http://www.time.com/time/politics/article/0,8599,1964903,00.html> (31. januar 2011).

DWS Mega Group. 2008. *Barack Obama's Ultimate Guide to Marketing*. Dostopno prek: <http://dwsmsg.com/barack-obama-marketing-guide.html> (7. april 2009).

Examiner. 2008. *Barack Obama's Campaign Strategy*. Dostopno prek: <http://www.examiner.com/x-977-SF-Marketing--PR-Examiner~y2008m12d2-Barack-Obamas-Campaign-Strategy-How-you-can-apply-his-PR-techniques-to-your-publicity-campaign> (6. april 2009).

Federal Election Commission. 2008a. *Official Presidential General Election Results*. Dostopno prek: <http://www.fec.gov/pubrec/fe2008/2008presgeresults.pdf> (31. avgust 2009).

--- 2008b. *Barack Obama's Summary Reports 2007-2008 Cycle*. Dostopno prek: [http://query.nictusa.com/cgi-bin/cancomsrs/?\\_08+P80003338](http://query.nictusa.com/cgi-bin/cancomsrs/?_08+P80003338) (8. april 2009).

--- 2008c. *John McCain's Summary Report 2007-2008 Cycle*. Dostopno prek: [http://query.nictusa.com/cgi-bin/cancomsrs/?\\_08+P80002801](http://query.nictusa.com/cgi-bin/cancomsrs/?_08+P80002801) (14. april 2009).

Ferfila, Bogomil. 2001. *Države in svet*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- in Marta Kos. 2002. *Politično komuniciranje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Feltham, Ralph G. 1996. *Diplomatic Handbook*. Sixth edition. London, New York: Longman.

Galston, William A. 2010. *President Barack Obama's First Two Years: Policy Accomplishments, Political Difficulties*. Dostopno prek: [http://www.brookings.edu/papers/2010/1104\\_obama\\_galston.aspx](http://www.brookings.edu/papers/2010/1104_obama_galston.aspx) (31. januar 2011).

Gill, Kathy. 2010. *The 2010 Congressional Election*. Dostopno prek: [http://uspolitics.about.com/od/elections/tp/2010\\_congressional\\_election.htm](http://uspolitics.about.com/od/elections/tp/2010_congressional_election.htm) (28. januar 2011).

Grad, Franc. 2000. *Parlament in vlada*. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.

Green, David, 2010. *President Barack Obama: Two Years in Office*. Dostopno prek: <http://politics.gather.com/viewArticle.action?articleId=281474978953938> (28. januar 2011).

Graff, Garrett M., 2006. The Legend of Barack Obama. *Washingtonian*, 1. november. Dostopno prek: <http://www.washingtonian.com/articles/mediapolitics/1836.html> (8. april 2009).

Grant, Alan. 2004. *The American political process*. Seventh edition. London, New York: Routledge Taylor & Francis Group.

Hamilton, Samuel. 2011. *Barack Obama's Presidency: Two Solid Years Down*. 17. januar. Dostopno prek: <http://www.policymic.com/beta/national-politics/barack-obamas-presidency-two-solid-years-down> (28. januar 2011).

Hanson, Victor Davis. 2010. *The Gift of Obama's Foreign Policy*. 6. oktober. Dostopno prek: <http://www.nationalreview.com/articles/248883/gift-obama%E2%80%99s-foreign-policy-victor-davis-hanson> (1. februar 2011).

Heineman, Robert A., Steven A. Peterson in Thomas Hauser Rasmussen, ur. 1995. *American Government*. Second edition. New York: McGraw-Hill Corporation.



Janković, Branimir M. 1998. *Diplomatija- savremeni sistem*. Beograd: Naučna knjiga.

*Johna McCain's U.S. Senate Website*. Dostopna prek:  
<http://www.mccain.senate.gov/public> (1. april 2009).

MacManus, Richard. 2009. *Barack Obama's Internet Strategy*. Dostopno prek:  
[http://www.readwriteweb.com/archives/barack\\_obama\\_internet\\_strategy\\_presentation.php](http://www.readwriteweb.com/archives/barack_obama_internet_strategy_presentation.php) (7. april 2009).

McNair, Brian. 1995. *An introduction to political communication*. London, New York: Routledge.

Morgenthau, Hans Joachim. 1995. *Politika med narodi - borba za moč in mir*. Ljubljana: DZS.

Nau, Henry R. 2010. *Obama's Foreign Policy*. 1. april. Dostopno prek:  
<http://www.hoover.org/publications/policy-review/article/5287> (1. februar 2011).

Now Public. 2008. *Third Party Debate at Columbia University*. Dostopno prek:  
<http://www.nowpublic.com/world/third-party-debate-columbia-universaty-nader-mckinney-baldwin-goodman> (3. april 2009).

O'Connor, Karen in Larry Sabato. 1996. *American government- roots and reform*. Second edition. Boston: Allyn in Bacon Corporation.

Politico. 2008. *Swing States*. Dostopno prek:  
<http://www.politico.com/convention/swingstate.html> (9. april 2009).

Rasmussen Reports. 2008. *2008 Opinion Polls*. Dostopno prek:  
<http://www.rasmussenreports.com/> (9. april 2009).

Russett, Bruce in Harvey Starr. 1996. *Svetovna politika*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

*Sarah Palin's U.S. Senate Website*. Dostopna prek: <http://www.gov.state.ak.us/bio.php> (1. april 2009).

Schiffers, Steve. 2008. Internet key to Obama victories. *BBC News*, 12. junij. Dostopno prek: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/7412045.stm> (7. april 2009).

Schechter, Cliff. 2008. *John McCain's media image*. Dostopno prek: <http://campaignsilo.firedoglake.com/2008/05/22/john-mccains-media-image/> (15. april 2009).

Sheer, Michael D. 2008. McCain plans fierce strategy against Obama. *Washington Post*, 4. oktober. Dostopno prek: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/10/03/AR2008100303738.html> (13. april 2009).

Simoniti, Iztok. 1995. *Multilateralna diplomacija*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Site Point. 2008. *McCain's Campaign Logo*. Dostopno prek: <http://blogs.sitepoint.com/wp-content/uploads/2008/08/mccain-logo.jpg> (15. april 2009).

Terhune, Lee. 2008. *Internet Revolutionizes Campaign Fundraising*. Dostopno prek: <http://www.america.gov/st/elections08english/2008/July/20080710130812mlenuhret0.6269953.html> (8. april 2009).

The art of Obama. 2008. *Hope Poster*. Dostopno prek: <http://www.artofobama.com/wp-content/uploads/2008/07/hope.jpg> (8. april 2009).

The Huffington Post. 2011. *Obama's State Of The Union Speech 2011*. Dostopno prek: [http://www.huffingtonpost.com/2011/01/25/obama-state-of-the-union-\\_1\\_n\\_813478.html](http://www.huffingtonpost.com/2011/01/25/obama-state-of-the-union-_1_n_813478.html) (1. februar 2011).

The New Republican. 2008. *Why does the media love McCain?* Dostopno prek: [http://blogs.tnr.com/tnr/blogs/the\\_plank/archive/2008/01/07/why-does-the-media-love-mccain.aspx](http://blogs.tnr.com/tnr/blogs/the_plank/archive/2008/01/07/why-does-the-media-love-mccain.aspx) (15. april 2009).

The New York Times. 2008. *Obama Elected President as Racial Barrier Falls*. Dostopno prek: [http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/subjects/p/presidential\\_election\\_of\\_2008/index.html](http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/subjects/p/presidential_election_of_2008/index.html) (20. april 2009).

Tobak, Steve. 2010. *7 Leadership Lessons From Obama's First Two Years in Office*. Dostopno prek: <http://www.bnet.com/blog/ceo/7-leadership-lessons-from-obamas-first-two-years-in-office/5960> (28. januar 2011).

Tumulty, Karen. 2007. *Obama's Viral Marketing Campaign*. *Times*, 5. julij. Dostopno prek: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1640402,00.html> (8. april 2009).

Walsh, Kenneth T. 2008. Obama Explains His Campaign Strategy. *USNEWS*, 15. februar. Dostopno prek: <http://www.usnews.com/articles/news/campaign-2008/2008/02/15/obama-explains-his-campaign-strategy.html> (6. april 2009).

Youtube. 2008a. *Book ad of Barack Obama*. Dostopno prek: [http://www.youtube.com/watch?v=7KYSeGl4bks&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=7KYSeGl4bks&feature=player_embedded) (10. april 2009).

--- 2008b. *Ready to lead ad*. Dostopno prek: <http://www.youtube.com/watch?v=8ocngIAeXjQ&feature=related> (16. april 2009).

--- 2008c. *Same ad of Barack Obama*. Dostopno prek: <http://www.youtube.com/watch?v=8xukbiS8q9s&feature=related> (10. april 2009).

--- 2008č. *Who is Barack Obama ad*. Dostopno prek: [http://www.youtube.com/watch?v=SnmCqfhx\\_AU](http://www.youtube.com/watch?v=SnmCqfhx_AU) (16. april 2009).