

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tadeja Kokalj

**Okoliščine in dejavniki izvolitve Donalda J. Trumpe za
predsednika ZDA**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Tadeja Kokalj

Mentor: red. prof. dr. Bogomil Ferfila

**Okoliščine in dejavniki izvolitve Donalda J. Trumpa za
predsednika ZDA**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2017

ZAHVALA

Iskreno se zahvaljujem red. prof. dr. Bogomilu Ferfili za mentorstvo, strokovno svetovanje, spodbudo in za vodenje pri pisanju magistrskega dela.

Zahvaljujem se tudi svoji družini, Sašu in prijateljem za podporo skozi celoten študij.

Okoliščine in dejavniki izvolitve Donalda J. Trumpa za predsednika ZDA

Magistrsko delo obravnava ameriške predsedniške volitve 2016 in zmago Donalda Trumpa. Na podlagi teoretičnih izhodišč ameriškega političnega in volilnega sistema ter političnega komuniciranja je temeljni namen dela prepoznati dejavnike in okoliščine, ki so vplivali na izid volitev. V prvem, teoretičnem delu predstavim funkcijo predsednika ZDA, njegove funkcije, formalne pogoje za kandidaturo in način izvolitve. V nadaljevanju so obravnavane temeljne značilnosti političnega komuniciranja in politične kampanje, saj smo bili priča eni najbolj nenavadnih predvolilnih kampanj v zgodovini ZDA. Za to je bil najbolj zaslužen republikanski predsedniški kandidat Donald Trump, ki je vodil precej atipično kampanjo. V drugem delu magistrskega dela sem se lotila študije primera – zmage Donalda Trumpa na predsedniških volitvah. Predstavila sem potek predvolilne kampanje, program in Trumpova stališča ter jih na kratko primerjala s stališči in programom demokratske tekmice Hillary Clinton. Nato sledi kratek povzetek glavnih ugotovitev analize izidov volitev in kampanje Donalda Trumpa, v katerem sem identificirala dejavnike in okoliščine njegove zmage. Temu sledi še sklep, v katerem so podani še drugi zaključki analize.

Ključne besede: predsedniške volitve, Donald Trump, predsedniška kampanja, elektorski sistem, politična komunikacija.

Circumstances and contributing factors surrounding the election of Donald J. Trump as the president of USA

This master's thesis analyzes the United States presidential election of 2016 which was won by Donald Trump. The basic idea of the thesis is to recognize the contributing factors and circumstances which led to the outcome of this election while considering the political and electoral system used in the United States and also the characteristics of political communication. The first, theoretical part, presents the functions of the president of USA, the formal candidate requirements and the mechanism of the election process. Further on the thesis discusses the basic characteristics of the political communication and the campaign, since the election campaign in 2016 was one of the most peculiar in history. The reasons for that are associated with Donald Trump, the candidate of the Republican Party and the unconventional manner in which he won the election. The second part presents the case study of Donald Trump's presidential win. It focuses on the process of his campaign, his political agenda and positions in contrast with those of the Democrat's candidate Hillary Clinton. In the summary the main findings of Trump's campaign analysis are summed up as well as contributing factors and circumstances of his win. The last part reflects on the final analytical results.

Key words: presidential election, Donald Trump, presidential campaign, electoral system, political communication.

Kazalo

1 UVOD.....	8
1.1 Namen in cilji	9
1.2 Raziskovalno vprašanje	9
1.3 Sestava	10
1.4 Metodologija.....	10
2 TEORETSKA PODLAGA ZA RAZISKOVANJE	11
2.1 OPREDELITEV POJMA POLITIČNI SISTEM	11
2.1.1 Politični sistem po Eastonu	12
2.1.2 Definicija političnega sistema po Almondu	12
2.1.3 Klasifikacija političnih sistemov	12
3 RAZVOJ AMERIŠKEGA POLITIČNEGA SISTEMA	13
3.1 FEDERALIZEM	15
3.2 STRANKARSKI SISTEM	16
3.3 PREDSEDNIŠKI SISTEM	17
3.3.1 Zakonodajna oblast – kongres	18
3.3.1.1 Predstavniški dom	18
3.3.1.2 Senat	18
3.3.2 Sodna oblast.....	19
3.3.3 Izvršilna oblast – predsednik ZDA	19
3.4 RAZMERJA MOČI MED KONGRESOM, PREDSEDNIKOM ZDA IN VRHOVNIM SODIŠČEM	20
3.5 IZVOLITEV PREDSEDNIKA ZDA	21
3.5.1 Proces izbire kandidata	22
3.5.2 Elektorski sistem	23
4 POLITIČNO KOMUNICIRANJE	26
4.1 PREDSEDNIŠKA KAMPANJA	27
4.1.1 Temeljni elementi predsedniške kampanje	28

5 ŠTUDIJA PRIMERA: ZMAGA DONALDA TRUMPA	29
5.1 PRELIMINARNE VOLITVE: BOJ ZA STRANKARSKO NOMINACIJO	29
5.1.1 Strankarska nominacija	30
5.2 PREDSTAVITEV KANDIDATOV ZA KONČNO ZMAGO	31
5.2.1 Hillary Clinton.....	31
5.2.1.1 Vizija ZDA Hillary Clinton.....	32
5.2.2 Donald Trump	32
5.2.2.1 Trumpova vizija ZDA	34
5.3 PREDVOLILNA KAMPANJA DONALDA TRUMPA	34
5.3.1 Politično komuniciranje.....	37
5.3.2 Retorika in vsebina govorov.....	39
5.3.3 Nastop in vizualna podoba	41
5.3.4 Javnomnenjske raziskave, soočenja kandidatov in poročanje medijev	42
5.3.5 Financiranje kampanje.....	44
5.4 KONČNA ZMAGA DONALDA TRUMPA	46
5.4.1 Disfunkcionalnost volilnega sistema?	47
5.4.1 Preštevovanje glasov	48
5.4.2 Kako je Hillary Clinton izgubila?	52
5.5 OKOLIŠČINE IN DEJAVNIKI.....	53
6 ZAKLJUČEK	57
7 LITERATURA	59

Kazalo slik

Slika 5.1: Trumpova percepcija o tekmecih	38
Slika 5.2: Ankete so prednost pripisovale Clintonovi	43
Slika 5.3: Denar, zbran za kampanjo – Clinton.....	46
Slika 5.4: Denar zbran za kampanjo – Trump	46
Slika 5.5: Elektorski glasovi.....	47
Slika 5.6: Končni (še neuradni) izidi volitev po državah	50
Slika 5.7: Prikaz razporeditve glasov na podlagi spola, rase, starosti in izobrazbe	53

Kazalo tabel

Tabela 3.1: Elektorski glasovi po posameznih zveznih državah na volitvah 2016	24
Tabela 5.1: Prispevki za kampanjo Hillary Clinton po mestih (gre za donacije posameznikov, ki so prispevali 200 dolarjev ali več).....	44
Tabela 5.2: Prispevki za kampanjo Donalda Trumpa po mestih (gre za podatke za donacije posameznikov, ki so prispevali 200 dolarjev ali več).....	45
Tabela 5.3: Končni izidi volitev po posameznih zveznih državah	51

1 UVOD

Ameriške volitve so dogodek, ki ga vsakokrat spremlja ves svet. Ko odhaja ameriški predsednik, ki je bil na oblasti dva polna mandata, je to vedno napoved za živahne volitve. Tako smo lani v ZDA lahko spremljali eno od najbolj nenavadnih predsedniških tekem v novejši zgodovini, in to predvsem po zaslugi precej kontroverznega republikanskega kandidata in poznejšega presenetljivega zmagovalca Donalda Trumpa. Na začetku, ko je napovedal predsedniško kandidaturo, mu noben ni pripisoval možnosti za uspeh – niti znotraj stranke, sploh pa ne za končno zmago, vendar se na to ni oziral. Iz meseca v mesec je pridobival na podpori volivcev in 20. julija 2016 je uradno postal republikanski predsedniški kandidat, ko je na nacionalni konvenciji dobil zadostno podporo republikanskih delegatov. V končni bitki za predsedniško funkcijo se je pomeril z demokratko Hillary Clinton; ta je bila po javnomnenjskih raziskavah vedno v rahli prednosti pred Trumpom, vendar je 8. novembra postalo jasno, da je Trump zmagovalec volitev in da bo v Beli hiši po osmih letih predsedovanja demokrata Baracka Obame prevzel vajeti republikanec. Trump je postal 45. ameriški predsednik.

Zaradi svoje moči in vpliva na mednarodno politiko ter na splošno na dogajanje po svetu je biti predsednik ZDA ena najpomembnejših funkcij na svetu, zato je pomembno, kdo je izvoljen na ta položaj. V prvi vrsti ima velik in pomemben vpliv na delovanje ZDA, zato imajo predsedniki včasih odločilno mesto v ameriški zgodovini. Ustavni položaj mu daje velike možnosti, da uveljavi svoje politične vizije in načrte. Od njegove osebne iniciative pa je odvisno, v kolikšni meri bo te možnosti izkoristil (Grad in drugi 2004, 153–154). Posledice njegove politike in dejanj pa se odražajo tudi v mednarodnem okolju. Proces izbire predsednika je zato dolg in naporen. Predsednik je namreč izbran v dvostopenjskem procesu. Na strankarskih predvolitvah je izbran kandidat, ki potem na splošnih volitvah predstavlja določeno stranko – demokratsko ali republikansko (Schantz 1996, 9). Nato je predsednik izvoljen po elektorskem sistemu, ki je z vidika sodobnih pogledov na demokracijo problematičen, je pa odločilen pri določanju zmagovalca. Pomembno in odločilno v predsedniški kampanji je tudi politično komuniciranje, s katerim kandidati poskušajo pridobiti volivce na svojo stran. Strategija, taktika, retorika, zunanja podoba, osebne značilnosti – vse to vpliva na odločitev volivca, da svoj glas nameni določenemu kandidatu. Kako se je politične komunikacije lotil Donald Trump, bo zato prav tako predmet raziskovanja v tem magistrskem delu.

1.1 Namen in cilji

Temeljni namen magistrskega dela z naslovom *Okoliščine in dejavniki izvolitve Donalda Trumpa za predsednika ZDA* je na podlagi volilnega sistema, ki je v veljavi, in teorije o političnem komuniciranju podrobnejša preučitev fenomena ameriških predsedniških volitev 2016 od začetka boja za predsedniški stolček do končnih izidov in nepričakovane Trumpove zmage, ki je šokirala domačo in svetovno javnost. Kljub pričakovanjem in napovedim, ki so bile podprte z javnomnenjskimi raziskavami in anketami, da bo Amerika dobila prvo predsednico v zgodovini, ter sovražni, obtoževanja polni in nasilni Trumpovi retoriki v predvolilni kampanji se to ni zgodilo. Clintonovo je podprla večina volivcev, vendar je izgubila volitve. Kako in na kak način je Donald Trump vodil svojo predsedniško kampanjo, da mu je uspelo premagati protikandidatko z bogatimi političnimi izkušnjami, ki jo je javno podpiralo celo veliko slavnih iz sveta zabave?

1.2 Raziskovalno vprašanje

Cilj magistrskega dela je na podlagi raziskovalnega vprašanja *Zakaj je na predsedniških volitvah v ZDA zmagal Donald Trump?* prepoznati čim več dejavnikov in okoliščin, ki so vplivali na njegovo izvolitev. Da bom lahko odgovorila na zastavljeno vprašanje, bo najprej potrebna analiza ameriškega političnega sistema, še posebej načina izvolitve predsednika, ki ima odločilno vlogo pri določitvi zmagovalca volitev. Elektorski volilni sistem je poseben in vsake toliko časa deležen precejšnjih kritik. Tudi na zadnjih predsedniških volitvah se je namreč zgodilo, da je zmagal predsedniški kandidat, ki je osvojil manjše število glasov volivcev kot protikandidat.

Ko je napovedal, da se bo potegoval za republikansko predsedniško nominacijo, ga ni nihče jemal resno, vendar je vztrajno pridobival na podpori kljub rasistični in šovinistični retoriki. Ko iščemo dejavnike za uspeh na volitvah, ne gre prezreti politične komunikacije, ki je po mnenju teoretikov ključna za vplivanje na politično okolje, s tem pa na izid volitev (Denton in Woodward v McNair 1999, 3). *Kakšno vlogo je imelo pri Trumpovi zmagi njegovo politično komuniciranje?* bo raziskovalno podvprašanje. Katere skupine volivcev je nagovarjal, kakšna je bila strategija njegove volilne kampanje in kaj je državljane ZDA motiviralo, da so glasovali zanj? Namen magistrskega dela je torej s preučevanjem procesa volitev in političnega komuniciranja osvetliti način izbire kandidata na ameriških predsedniških volitvah 2016.

1.3 Sestava

Magistrsko delo je sestavljeno iz treh bistvenih delov – iz uvoda, jedra in iz zaključka. Uvodni predstavitev teme in namena raziskovanja bo v **drugem poglavju** sledil opis teoretske podlage za raziskavo, v kateri bosta opredeljena pojma političnega sistema in federalizma. Temu bodo nato v **tretjem poglavju** sledili podrobnejša razlaga ameriškega političnega sistema, njegov razvoj in ustavna delitev na zakonodajno, izvršilno in na sodno vejo oblasti, kar je pomembno za boljše razumevanje volilnega sistema, ki se precej razlikuje od volilnih sistemov, ki so v veljavi v evropskem prostoru. **Četrto poglavje** bo namenjeno kratki opredelitev pojma političnega komuniciranja, ki ima pomembno vlogo pri nabiranju volilnih glasov. Vse skupaj služi kot teoretska podlaga za raziskavo.

V drugem delu bom teoretično znanje aplicirala na primer predsedniških volitev 2016; analizirala bom zmago Donalda Trumpa, s katero bom prepoznala dejavnike in okoliščine, ki so vplivali na njegovo zmago. Tako bo **peto poglavje** namenjeno analizi izidov splošnih volitev in Trumpove predsedniške kampanje, v katerem bosta predstavljeni strankarska nominacija obeh kandidatov in podrobnejša analiza predsedniške kampanje Donalda Trumpa – strategija kampanje, imidž, retorika, vsebina govorov itn. Temu bodo sledili še: kratka predstavitev obeh končnih kandidatov, ki sta se pomerila na glavnih volitvah, Hillary Clinton in Donald Trump, njuna življenjepisa in glavni dosežki. Nato bom v nadaljevanju na podlagi pridobljenih podatkov in izidov volitev identificirala dejavnike in okoliščine, ki so prinesli zmago Donaldu Trumpu.

V sklepnem, **šestem poglavju** sledijo ugotovitve in odgovori na zastavljeno raziskovalno vprašanje in podvprašanje.

1.4 Metodologija

Raziskovanje bo kvalitativno. Ker bodo predmet raziskovanja le predsedniške volitve v ZDA 2016, na katerih je zmago slavil Donald Trump, bom uporabila metodo študije primera. Pri pisanju dela se bom oprla na analizo in interpretacijo primarnih in sekundarnih virov; ta bo uporabljena v skoraj vseh poglavjih. Magistrsko delo bo namreč temeljilo na branju knjig, zakonodaje, znanstvenih člankov, novinarskih člankov in statistike. Z njihovo pomočjo bom pridobila podatke, s katerimi bom lahko odgovorila na zastavljeno raziskovalno vprašanje in pridobila odgovore, ki se bodo nanašali na izid predsedniških volitev.

V prvem delu bom uporabila zgodovinskorazvojno metodo, s katero bom opisala nastanek funkcije predsednika ZDA. Za lažjo predstavo o teži položaja predsednika ZDA bom na nekaterih mestih uporabila tudi primerjalnopravno analizo, s katero bom položaj predsednika ZDA primerjala z nekaterimi drugimi državami. Z metodo konceptualne analize pa bom opredelila politično komuniciranje.

2 TEORETSKA PODLAGA ZA RAZISKOVANJE

2.1 OPREDELITEV POJMA POLITIČNI SISTEM

Pojem političnega sistema je zelo širok, vendar se različni teoretiki strinjajo, da je njegova vloga v družbi zelo pomembna, ker naj bi bil zadolžen za uravnavanje moči med različnimi sistemi, skupinami in posamezniki. V sebi vsebuje načela vzajemnega odnosa med oblastjo in državo na eni strani ter drugimi sferami družbe na drugi strani ter načela, ki hkrati izražajo tudi njegovo vpetost in vzajemno povezane globalne družbe. Opredelimo ga lahko kot medsebojen in dovolj skladen skup družbenih odnosov, norm in ustanov, ki oblikujejo javno oblast in njen položaj v družbi (Brezovšek in Haček 2012, 12).

Funkcije političnega sistema se delijo na:

- *sistemske*

Niso neposredno vključene v oblikovanje in izvrševanje politik, so pa bistvenega pomena za delovanje političnega sistema, ker določajo, ali se bo sistem spremenil, ohranil v obstoječi obliki in kdo bo vplivnejši pri oblikovanju politik. Sistemske funkcije sestavljajo: politična socializacija, politično rekrutiranje in politična komunikacija (natančneje bo opredeljena v nadaljevanju).

- *procesne*

Te so nujne za oblikovanje in izvrševanje politik. Poleg tega artikulirajo potrebe in interese skupin in posameznikov ter združujejo interese v t. i. *policy alternative*.

- *policy*

Predstavljajo implementacijo političnega procesa, kar se izraža v iznosu (*output*) javnih politik. Nanašajo pa se na družbo, gospodarstvo, kulturo in na druga družbena področja. Sem štejemo regulacijo vedenja, distribucijo dobrin in ekstrakcijo sredstev (Brezovšek in Haček 2012, 17-18).

2.1.1 Politični sistem po Eastonu

Teorija političnega sistema je neločljivo povezana z Davidom Eastonom; ta je politični sistem opredelil kot integracijo vseh aktivnosti, skozi katere se oblikuje in izvršuje socialna politika. Vidi ga kot množico interakcij, prek katerih se družbi na avtoritativen način zagotavljajo vrednote. V politični sistem prihajajo *inputi* v obliki političnih zahtev in politične podpore. Te zahteve okolja demokratični politični sistem zazna in jih spremeni v zavezujoče odločitve (*outputi*), ki potem učinkujejo na okolje in imajo »povratni vpliv«, ker po navadi ustvarijo nove potrebe in politične zahteve. Pomembno je, da ima sistem politično podporo, saj ta politični sistem ohranja in mu daje legitimnost, brez podpore okolja pa je sistem obsojen na propad. Za normalno delovanje političnega sistema je potrebno, da vodilne avtoritete zaznajo prave probleme in sprejemajo prave odločitve ter da skrbijo za pravo mero sprejemanja obveznosti državljanov in organizacij (Brezovšek in Haček 2012, 14).

2.1.2 Definicija političnega sistema po Almondu

Almond¹ opredeli politični sistem kot »sistem interakcij, ki obstaja v vseh neodvisnih družbah, katerega funkcija se izraža v integraciji in adaptaciji njenih pripadnikov s pomočjo uporabe bolj ali manj izpostavljenih sredstev prisile« (Almond 1960, 8).

Štiri glavne značilnosti, ki so skupne vsem političnim sistemom, so po Almondu naslednje:

- v vseh političnih sistemih se izvajajo enake splošne funkcije, vendar se dogajajo z različno pogostostjo, različnimi vrstami struktur in z različnimi načini;
- vsi politični sistemi imajo politične strukture – legitime vzorce človeških interakcij, s pomočjo katerih se vzdržuje red;
- vse politične strukture so večnamenske, ne glede na to, kako specializirane so, vendar gre v različnih sistemih za različne stopnje večnamenskosti;
- v kulturnem smislu so vsi politični sistemi mešani; vsebujejo elemente modernih in primitivnih kultur pa tudi subkultur (Almond v Sharma 2004, 40).

2.1.3 Klasifikacija političnih sistemov

Politične sisteme glede na koncentracijo moči delimo na demokratične, avtoritarne in na totalitarne. Za **demokratične politične sisteme** je značilna institucionalizacija, ki omogoča povezanost države in družbe, s tem pa njihovo trajnost in stabilnost. V ustavnopravno ureditvi so opredeljeni demokratični procesi, postopki in institucije, ki so bistveni element in

¹ Gabriel A. Almond, politolog in eden izmed začetnikov raziskav političnega sistema. Deloval je pod vplivom Maxa Weberja in Talcota Parsonsa (Brezovšek in Haček 2012, 16).

predpogoj vsake demokracije. Prav tako demokratični politični sistem zagotavlja ideološko in družbeno različnim skupinam sodelovanje v tekmovanju za politično moč in oblast. Institucionalne nosilce in oblast izvoli ljudstvo; tako so izvoljeni tudi odgovorni. Pri nedemokratični vladavini pa razlikujemo med avtokracijo in totalitarizmom. Prva pomeni vladavino posameznika brez soglasja ljudstva. Vlada brez spoštovanja zakonov in ni omejen v oblasti, ljudstvo pa ne sodeluje pri odločanju. Totalitarizem pa se je uveljavil v 20. st. in teži k temu, da se oblast vodje razširi v prav vse pore družbe (politika, ekonomija, znanost, šolstvo, umetnost, šport itn.). V njem obstaja uradna ideologija, ena množična stranka, tajna policija, centralizirano upravljanje, nadzor celotnega gospodarstva itn. z namenom nadzorovanja družbe in s ciljem, da jo spremeni (Brezovšek in Haček 2012, 20).

3 RAZVOJ AMERIŠKEGA POLITIČNEGA SISTEMA

ZDA so bile v nasprotju z evropskimi državami že ob nastanku meščanska država brez fevdalne in druge predzgodovine, kar je močno vplivalo na njihov ekonomski in politični razvoj. V Ameriko so se stoletja preseljevali najbolj podjetni, v zadnjih desetletjih pa tudi najbolj izobraženi ljudje z vseh celin, vendar je kljub temu glavna osnova te države v družbenem, kulturnem in v pravnem pomenu anglosaška.

Po odkritju Amerike je od začetka 16. stoletja večino ozemlja Severne Amerike zasedala Anglija; vzpostavljenih je bilo 13 kolonij, ki so bile last angleške krone, vendar so imele kljub temu precej politične in pravne avtonomije. Njihovo notranje življenje je bilo urejeno z angleškim občim pravom, različnimi ustanovnimi listinami, ki jim jih je podelila angleška krona, in z notranjimi pravili. Angleški naseljenci, ki so prevladovali, so imeli velik vpliv na politično ureditev. S seboj so namreč prinesli ideje o predstavniški vladavini in človekovih pravicah, ki so v posebnih ameriških razmerah naletele na še plodnejša tla kot v Angliji. Avtonomni položaj kolonij se je kazal v tem, da je vsaka imela lastne organe:

- izvoljeni predstavniški organ;
- guvernerja, ki ga je imenovala krona;
- lastno sodstvo (Grad in drugi 2004, 131).

Kolonije so se med seboj precej razlikovale – imele so drugačno socialno, delno pa tudi etično osnovo. Ne nazadnje so se razlikovale tudi po političnem izvoru, saj so se zlasti priseljenci iz Anglije izseljevali v Ameriko – najbolj pogost vzrok za to pa je bilo politično prepričanje. Južne kolonije so naseljevali predvsem pripadniki angleških višjih slojev, ki so bili navadno monarhično usmerjeni. Način njihove poselitve in gospodarstva je bil plantažni in je temeljil

na suženjskem delu črncev; te so uvažali iz Afrike. Medtem je bil v severnih kolonijah naseljen predvsem srednji sloj, ki je bil pretežno republikanskega in puritanskega izvora. Njihovo gospodarstvo je temeljilo na srednji kmečki posesti in kapitalističnem gospodarskem razvoju. Treba je poudariti, da so se kolonije precej razlikovale med seboj, ker je bila vsaka v vseh pogledih neka posebna enota, ki je bila neposredno vezana na krono. Med njimi ni bilo nobenih institucionalnih povezav (Grad in drugi 2004, 131).

Močen ekonomski razvoj kolonij v prvi polovici 18. st. je angleška nadoblast skušala ovirati z omejevanjem svobodne trgovine kolonij z zunanjim svetom. Američani so se uprli in rezultat je bila **Deklaracija o neodvisnosti** (*Declaration of Independence*), ki je bila sprejeta 4. julija 1775 in ki je razglasila pravico ameriškega naroda do samoodločbe in upora zaradi osvoboditve izpod angleške nadoblasti. Sledila je sedemletna osvobodilna vojna, ki se je končala leta 1783 s pridobitvijo neodvisnosti. Že med vojno so se nekdanje kolonije, ki so bile zdaj neodvisne države, združile v konfederacijo samostojnih držav, ta pa ni bila učinkovita, saj ni mela izvršilne oblasti in pravice prepisovati davkov, kar je pomenilo, da ni imela lastnih finančnih sredstev. Konfederacija je temeljila na posebni konfederalni pogodbi in imela le malo pristojnosti. Upravljal jo je kongres, v katerem je imela vsaka država po en glas; vse odločitve so morale biti sprejete soglasno. Zato se je kmalu po osvoboditvi začela večati težnja po okrepitvi skupne oblasti, ki bi zmogla urediti notranje nemire in trenja med državami. Konfederacija je bila preveč slabotna povezava, da bi lahko omogočila nadaljnji razvoj in rešila težave, ki so jo pretresale po osvobodilni vojni. Tako je ustavodajna skupščina leta 1787 sprejela ustavo, s katero je nastala nova državna tvorba – **federacija** (Grad in drugi 2004, 131–132). Še posebej sporno pa je bilo vprašanje, kako oblikovati novo federacijo. Večje države so zagovarjale uvedbo močne centralne oblasti, t. i. **Virginjski načrt**, po katerem bi imeli več moči predstavniki večjih in bolj poseljenih držav. Majhne države so se strinjale z idejo o delitvi oblasti, vendar so se bale premoči velikih držav, zato so se temu upirale, saj so hotele ohraniti čim več samostojnosti. Vztrajale so, da ima v predstavniškem domu vsaka država enako število predstavnikov, to je bil t. i. **Načrt New Jerseyja**. Na koncu je bila sprejeta kompromisna rešitev, t. i. **Connecticutski kompromis**, ki je zadovoljevala težnje enih in drugih. Sprejeta je bila dvodomna sestava kongresa, ki je v enem domu zagotavljala enakomerno predstavništvo glede na prebivalstvo, v drugem domu (senat) pa enakopravno zastopstvo držav – ne glede na njihovo velikost – in enakopravnost obeh domov. To je zagotavljalo pomemben vpliv majhnih držav na sprejemanje zakonodajnih odločitev (Fiorina in drugi 2007, 37–39).

S sprejetjem ustave je nastala prva sodobna federacija, ki je postala vzor poznejšim. Uvedla pa je neposredno oblast zveznih organov nad ozemljem vseh do takrat samostojnih držav. Proces krepitev zvezne države se je nadaljeval tudi v poznejših obdobjih.

3.1 FEDERALIZEM

Federalizem je pomemben za razumevanje ameriškega političnega sistema. Na splošno in v širšem pomenu pomeni povezovanje ljudi in institucij z vzajemno privolitvijo in določenimi cilji, ki pri tem ne žrtvujejo svoje individualne identitete. Najznačilnejša oblika federalizma pa je **federacija**. To je skupnost in ne samo seštevka regionalnih skupnosti, njen obstoj oz. stabilnost pa je v veliki meri odvisen/-na od vzajemne okrepitve identitet, ki so opredeljene s svojo zgodovino, kulturo in političnimi mejami. Za večino federacij pa je značilna stalna tekmovalnost oz. konkurenca različnih konceptov skupnosti (Brezovšek 1993, 47–72). Da ima neka demokratična vlada naziv federalnega sistema, mora imeti vsaka temeljna raven vlade naslednje:

- lastno število izvoljenih uradnikov;
- lastne zmožnosti za ustvarjanje dohodkov z obdavčevanjem;
- neodvisno avtoriteto za sprejemanje zakonov, ki uravnavajo življenja svojim državljanom (Fiorina in drugi 2007, 61).

Federalizem se je skozi zgodovino izkazal za pomemben element rasti ZDA. Priključitev novih ozemelj je potekala mirno, federalizem pa je pomagal tudi pri adaptaciji na različne ekonomske in kulturne razmere. V obdobju ratificiranja ustave so bila mnenja glede ureditve države različna – izoblikovali sta se dve nasprotujoči si struji: federalisti in antifederalisti. Prvi so zagovarjali močno nacionalno vlado, ki bi pomagala preseči morebitna rivalstva med zveznimi državami in skrbela za obrambo pred tujimi silami, antifederalisti pa so nasprotno v močni centrali videli samo grožnjo neodvisnosti zveznih držav in ljudskim svoboščinam. Ustava je nekakšen kompromis delitve oblasti; so pooblastila, ki so priznana nacionalni vladi (npr. kovanje denarja, upravljanje zunanjih zadev, pobiranje davkov, nabor vojske in razglasitev vojne itn.), in so pooblastila, ki so priznana vladam nacionalnih držav (npr. vzdrževanje nacionalnih milic, pobiranje davkov, regulacija trgovine znotraj posamezne zvezne države itn.) (Fiorina in drugi 2007, 62–89). Moč zvezne države se je v zgodovini spreminjala – v glavnem se je močno okrepila, tudi na področjih, s katerimi so se po navadi ukvarjale države same (npr. šolstvo). Do tega je prišlo: 1) zaradi potrebe po zagotavljanju nekaterih dejavnosti v celotni zvezi; 2) ker države pogosto niso zmogle nositi potrebnih finančnih bremen za dejavnosti velikega obsega (Grad in drugi 2004, 148).

3.2 STRANKARSKI SISTEM

Tudi strankarski sistem se je v Ameriki razvijal pod vplivom britanskih zgledov, najprej v kolonijah, potem v državah in nazadnje še na zvezni ravni. Danes imajo ZDA izrazit **dvostrankarski sistem** na zvezni ravni ter izjemno pestrost političnih strank na ravni držav in na lokalni ravni. Ustava sicer ne omenja političnih strank, ker je bilo veliko članov ustavodajne skupščine (z Washingtonom na čelu) proti političnim strankam, vendar se je dvostrankarski sistem začel oblikovati ravno med sprejemanjem ameriške ustave, in sicer glede vprašanja zvezne ureditve med federalisti in antifederalisti. Iz združenja antifederalistov se je razvila demokratska stranka, iz federalistov pa republikanska stranka. Obe sta razpadli po predsedniških volitvah leta 1816; sledilo je obdobje strankarske nestabilnosti, ko so stranke propadale in namesto njih hitro nastajale nove. Okoli leta 1830 se je izoblikovala **Demokratska stranka**, ki je tako najstarejša med zdajšnjimi strankami v Ameriki. **Republikanska stranka** se je vzpostavila precej pozneje – začelo se je leta 1854 kot gibanje, ki se je zavzemalo proti suženjstvu. To je hitro pridobilo privržence, kar je omogočilo nastanek stranke. V poznejših obdobjih se je oblikovalo še nekaj strank; te pa niso trajale dolgo in so imele le obrobno vlogo. Nobeni izmed njih ni uspelo dobiti mesta predsednika ZDA. Politične stranke v ZDA nimajo lastnosti, ki so običajne za stranke drugod po svetu – so ohlapna združenja podobno mislečih privržencev, ki so organizirana v državah; na zvezni ravni se tesneje združijo in organizirajo le ob zveznih volitvah. Stranke ne poznajo članstva, kot je značilno za evropske države. Za člane stranke se štejejo tudi privrženci stranke. Zaradi ohlapne organiziranosti in pomanjkanja idejne homogenosti v strankah tudi ni strankarske discipline, ki se nemalokrat odraža pri glasovanju v kongresu. Za obe vladajoči stranki bi lahko rekli, da sta sredinski stranki, ki sta približno enako politično usmerjeni. Demokrati so usmerjeni nekoliko bolj v levo ter imajo podporo predvsem srednjih in nižjih slojev. Republikanci pa so usmerjeni nekoliko bolj desno; opirajo se zlasti na veliki kapital. Obe pa izhajata v osnovi iz istih političnih izhodišč in težita k istim političnim ciljem, razlikujta se bolj glede posameznih vprašanj, predvsem glede socialne politike, splava itn. Najvišji organ pri obeh strankah je **Nacionalna konvencija stranke**, ki jo tvorijo delegati strankarskih organizacij in držav. Srečuje se le enkrat na štiri leta ob volitvah, da:

- določi politično osnovo za volitve;
- določi kandidata za predsednika in podpredsednika ZDA;
- izvoli Nacionalni odbor stranke, ki je najvišji organ stranke do sklica naslednje konvencije (Grad in drugi 2004, 165).

Financiranje strank pa se kaže predvsem v financiranju volilne kampanje. Te so v ZDA veliko dražje kot drugod po svetu – večina teh stroškov gre za predstavitev v javnih medijih. V večjem delu za te stroške prispevajo veliki donatorji, v manjšem pa podporniki strank (Grad in drugi 2004, 165–168).

3.3 PREDSEDNIŠKI SISTEM

Načelo delitve oblasti, ki ga poznamo danes, tj. delitev na zakonodajno, izvršilno in na sodno oblast, je utemljal Charles de Montesquieu v svojem delu *O duhu zakonov* in je pomembno pri klasifikaciji političnega sistema. Glede na funkcije oblasti in razmerja med temeljnimi državnimi organi, ki opravljajo zakonodajno, izvršilno in sodno funkcijo, so politični sistemi organizirani na parlamentarne², predsedniške in na polpredsedniške sisteme, na podlagi enotnosti oblasti pa se je razvil skupščinski sistem. ZDA spadajo v predsedniški sistem, ki je zgrajen na principu delitve oblasti ter **sistemu zavor in ravnesij** (*checks and balances*) in kjer je izvršila oblast v rokah predsednika države. Načelo delitve oblasti je izvedeno precej dosledno v funkcionalnem pa tudi v organizacijskem in personalnem pogledu. Vse tri veje oblasti so med seboj strogo ločene strukture, vsaka s svojimi ustavnimi funkcijami in kontrolnimi mehanizmi. To je drugače kot v parlamentarnem sistemu, v katerem izvršilna oblast ne odgovarja zakonodajni oblasti in ne more razpustiti zakonodajnega telesa (Grad in drugi 2004, 140). »Za predsedniški sistem nista značilni uspešnost in učinkovitost, ampak temelji na pogajanjih, kompromisu in na vzdržljivosti, saj interakcija med tremi vejami oblasti ustvari sistem vladanja, v katerem uspeh ni vedno zagotovljen in v katerem uresničitev političnih pobud lahko traja leta in leta« (Kryzanek 2004, XXV). Izvršilna oblast obstaja in sprejema odločitve ločeno od zakonodajne oblasti, ta pa ji ni odgovorna. Deluje kot samostojen državni organ – vodi jo vodja države, ki ni politično odgovoren parlamentu. Predsednika države ljudstvo izvoli na neposrednih volitvah in hkrati opravlja dvojno vlogo – je vodja vlade in vodja države (Grad 2000, 59).

Pooblastila ameriškega predsednika presegajo pooblastila večine predsednikov drugih držav. Njegov položaj pa jih veliko ocenjuje kot najpomembnejšo politično funkcijo na svetu.

² Parlamentarni sistem je sistem vladanja, v katerem je izvršilna oblast, ki jo vodi predsednik vlade, odvisna od posredne ali neposredne podpore zakonodajnega telesa. Razvil se je v 18. in 19. st. v Angliji. Izvršna in zakonodajna oblast nista tako strogo ločeni, saj tesno sodelujeta med seboj (Grad 2000).

3.3.1 Zakonodajna oblast – kongres

Zakonodajno oblast po ustavi (1. člen) izvaja kongres. Njegova zakonodajna oblast je omejena na sprejemanje zakonov na področjih, ki so po ustavi pridržana federaciji. Kongres je dvodomen in ga sestavljata:

- senat (predstavlja vse države);
- predstavniški dom (predstavlja vse ljudstvo ZDA) (Grad in drugi 2004, 144).

Gre za sistem popolne dvodomnosti, v katerem sta si domova dejansko enakopravna. Njun namen, kot so si ga zamislili ustanovni očetje, se nekoliko razlikuje. Kongres je dedič angleškega parlamenta, po katerem se je zgledoval glede svojega položaja in tudi glede načina delovanja.

3.3.1.1 Predstavniški dom

Predstavlja vse ljudstvo ZDA, njegovi člani pa naj bi odsevali želje in ambicije ljudstva, zato morajo biti stari najmanj 25 let in najmanj sedem let državljani ZDA; izvoljeni so neposredno za dve leti, kar izhaja iz prepričanja, da ima ljudstvo čim večkrat možnost, da preveri delovanje svojih predstavnikov. Število predstavnikov iz vsake zvezne države je odvisno od števila prebivalcev posamezne države. Ima 435 članov; od tega ima vsaka država vsaj enega predstavnika. Aljaska, ki ima majhno število prebivalstva, ima samo enega predstavnika v spodnjem domu ameriškega kongresa, Kalifornija, ki ima največ prebivalcev med zveznimi državami pa jih ima 53 (Grad in drugi 2004, 144).

3.3.1.2 Senat

Po svojem izvoru je naslednik konfederalnega kongresa, zato predstavlja države članice federacije. V nasprotju s kolegi v predstavniškem domu senatorji predstavljajo večja volilna okrožja in zagotavljajo enakopravno predstavništvo vsake zvezne države. Šteje 100 članov, vanj pa vsaka država izvoli po dva senatorja. S tem je uveljavljeno **paritetno načelo**, ki odraža enakopravnost vseh zveznih enot, ne glede na njihovo velikost. Majhne države imajo v senatu s tem enak vpliv kot velike. Od sprejetja XVII. amandmaja leta 1913 so volitve senatorjev neposredne, v vsaki državi posebej. Za senatorja je lahko izvoljena oseba, ki ima najmanj 30 let in ki je najmanj devet let državljan ZDA in ima stalno prebivališče v državi, za katero predstavnika v senatu se voli. Izvoljeni so za obdobje šestih let. Vsaki dve leti se obnavlja tretjina senatorjev. Senat vodi podpredsednik ZDA, ki sicer ni član senata (Grad in drugi 2004, 145).

Glavne pristojnosti kongresa so, da predpisuje davke, plačuje dolgove, skrbi za obrambo in splošno blagostanje ZDA, ureja trgovino z drugimi državami in državami znotraj ZDA, določa enotna pravila za pridobitev državljanstva, izdaja denar, vzpostavlja poštni sistem, napove vojno, obtoži in obsodi zvezne funkcionarje, nadzoruje delo izvršilne oblasti itn. (Grad in drugi 2004, 145).

3.3.2 Sodna oblast

Sodni sistem v ZDA je podoben angleškemu – izhaja iz anglosaške tradicije občega prava (*common law*), temelji na neodvisnosti sodstva in precedenčnem sistemu³. Sodstvo je organizirano na dveh ravneh - na državni in zvezni ravni. Zaradi federalizma imajo zvezne vlade in vlade posameznih zveznih držav svoje lastne sodne sisteme. Sodna oblast na zvezni ravni je urejena v 3. členu ustave in ureja tudi njene pristojnosti – odloča v sporih med različnimi državami oz. njihovimi državljani. Edino sodišče, ki je določeno z ustavo, je **Vrhovno sodišče** (*Supreme Court*). Ustava namreč določa, da sodna oblast ZDA pripada Vrhovnemu sodišču in nižjim sodiščem, ki jih ustanovi kongres. ZDA so prva država na svetu, v kateri je bila uvedena ustavnosodna kontrola, vendar v nasprotju z ustavnimi sodišči, kakršna so se razvila na evropskih tleh, ameriška sodišča ne presojuje skladnosti akta z ustavo, ampak to ugotovijo kar v konkretnem sodnem sporu. Pri razlagi ustave ima končno besedo Vrhovno sodišče (jo avtoritativno razlaga in ji daje pravno vsebino), vsa nižja sodišča pa morajo obvezno upoštevati njegovo judikaturu (Grad in drugi 2004, 147).

3.3.3 Izvršilna oblast – predsednik ZDA

Izvršilna oblast pripada predsedniku države, kar ameriško ureditev bistveno razlikuje od drugih demokratičnih ureditev po svetu. Pri sprejemanju ustave je bilo ravno glede položaja izvršilnega organa kar precej razhajanj. Veliko članov ustavodajne skupščine je bilo nezaupljivih do individualnega vodje države, in sicer zaradi slabih izkušenj z britanskimi monarhi in guvernerji držav kot zastopniki monarha, veliko med njimi (še posebej pa Benjamin Franklin) pa se jih je celo zavzemalo za švicarski model kolegijskega izvršilnega organa. Po drugi strani pa so zaradi izkušenj s konfederacijo, katere velika pomanjkljivost je bila, da ni imela izvršilne oblasti, uvideli potrebo po učinkovitem izvršilnem organu, ki bi zagotavljal državno stabilnost. Nezaupanje pa se je pojavilo tudi pred prevlado zakonodajne oblasti, ker so izkušnje z britanskim parlamentom kazale, da je ta pogosto odločal precej demagoško, kar je veljalo tudi za parlamente držav članic ameriške konfederacije. Na koncu

³ Precedenčni sistem zahteva, da so nižja sodišča pri sojenju vezana na predhodne odločitve višjih sodišč, če gre za enake oz. podobne primere (Grad in drugi 2004, 159).

so se odločili za zamisel o individualnem vodji izvršilne oblasti z močnim položajem in s podobnimi pooblastili, ki jih je imel takratni britanski monarh. Kljub temu pa je omejen v svoji oblasti z načelom zavor in ravnovesij (*checks and balances*). Zanimivo pri tem pa je, da ima britanski monarh zdaj neprimerljivo manjše pristojnosti kot predsednik ZDA, ki v sebi združuje funkcije vodje države in predsednika vlade v parlamentarnem sistemu. Poleg tega simbolično predstavlja enotnost ZDA in njenih državljanov (Grad in drugi 2004, 149).

Ameriški predsednik opravlja enake funkcije kot predsedniki v parlamentarnem sistemu, ima reprezentativno funkcijo – predstavlja in zastopa državo, poveljuje oboroženim silam, odloča o pomilostitvah, imenuje vrhovne sodnike itn. Poleg teh funkcij pa obenem opravlja tudi funkcijo vodje vlade kot vodja celotne zvezne državne uprave, kar mu daje večjo moč, kot jo imajo predsedniki v parlamentarnih sistemih. Njegova najpomembnejša funkcija je vodenje državne politike, še posebno zunanje. Predsednikove funkcije in pristojnosti natančneje določa ustava, in sicer v drugem in tretjem razdelku 2. člena. Velik del predsednikove moči pa je nastal v praksi zunaj ustavnega okvira (Grad in drugi 2004, 153–154).

V nasprotju z vladami v parlamentarnih sistemih ameriški predsednik nima pravice do zakonodajne iniciative, kar je skladno z dosledno izvedbo načela delitve oblasti, pri čemer sta zakonodajna in izvršilna veja oblasti ostro ločeni med seboj. Po ustavi izvršila oblast v celoti pripada predsedniku, zakonodajna pa v celoti kongresu. Sistem zavor in ravnovesij pa omogoča, da obe oblasti vplivata na delovanje druga druge. »Na zakonodajno delo kongresa torej predsednik ne more neposredno vplivati, namesto tega pa ima na voljo dovolj ustavnih in zunajustavnih sredstev, s katerimi lahko sicer posredno, vendar pomembno vpliva na delo kongresa« (Grad in drugi 2004, 154). Najbolj neposredno vpliva na delovanje kongresa z zakonodajnim vetom. Za uveljavitev zakona, ki ga je že sprejel kongres, je potreben še podpis predsednika ZDA. Ta mora zakon v desetih dneh podpisati ali pa ga skupaj s pripombami vrniti v kongres, če se z njim ne strinja.

3.4 RAZMERJA MOČI MED KONGRESOM, PREDSEDNIKOM ZDA IN VRHOVNIM SODIŠČEM

Medsebojna organizacijska neodvisnost je zelo visoka. Kongres in predsednika ZDA izvoli ljudstvo, zato predsednik politično ni odgovoren kongresu. Neodvisnost Vrhovnega sodišča pa je zagotovljena s tem, da pri postavljanju sodnikov sodelujeta predsednik in tudi kongres. Funkcionalno neodvisnost zagotavlja sistem zavor in ravnovesij, saj vsaki izmed oblasti zagotavlja določen vpliv na delovanje druge pa tudi sodelovanje med njimi. Kongres z zakoni postavlja okvire in meje delovanja predsednika in sodišč, omejuje ju tudi z določanjem

državnega proračuna. Predsednik ima pravico do suspenzivnega veta, saj je za uveljavitev zakona potreben njegov podpis, nima pa pravice predlagati zakonov v sprejetje kongresu. Predsednik ne more razpustiti kongresa. Čeprav je predsednik politično neodgovoren, je podvržen posebni obliki kazenske odgovornosti – obtožbi (*impeachment*), o kateri v celoti odloča kongres. Predstavniški dom predsednika obtoži, senat pa odloči o obtožbi in mu tudi odvzame funkcijo. Vrhovno sodišče vpliva na delovanje drugih vej oblasti, s tem da lahko njune zakone, predpise razglasi za neustavne – s tem sta prisiljeni, da svoje akte prilagajata sodnim odločbam. Dejansko delovanje sistema zavor in ravnovesij je precej odvisno od **strankarske podpore**. Če predsednikova politična stranka nima večine v kongresu, to pomeni, da je verjetnost nasprotovanja kongresa predsedniku veliko večja kot v nasprotnem primeru (Grad in drugi 2004), vendar v političnih strankah ni izrazite strankarske discipline, kar precej omili težavo. Demokratski in republikanski kongresni odbor sta namreč anonimna. Lahko si prizadevata za politiko, ki je nasprotna predsednikovi, čeprav je predsednik iz iste stranke. Ta organizacijska fragmentacija je posledica ločitve moči med tremi vejami oblasti, zato je strankarska disciplina manjša znotraj kongresa v ameriškem sistemu v primerjavi z parlamentarnimi političnimi sistemi. Kongresniki lahko glede politik volijo, kot sami mislijo, da je najbolje. V Washingtonu ni dveh strank, ampak 536 – en predsednik, 100 senatorjev in 435 članov predstavniškega doma (Schantz 1996, 136).

3.5 IZVOLITEV PREDSEDNIKA ZDA

Ameriški predsednik lahko postane oseba, ki ima dopolnjenih najmanj 35 let. Ta oseba mora biti državljan/-ka ZDA, rojen/-a v ZDA ali prebivati v ZDA najmanj 14 let. V zgodovini so bili kandidati in zmagovalci na predsedniških volitvah iz vrst guvernerjev, senatorjev, podpredsednikov, vojske, vsi predsedniki pa so bili moški, do pred kratkim belci (izjema je Obama) in kristjani (Schantz 1996, 211). Predsednik je izvoljen za 4 leta. Njegov mandat se začne 20. januarja ob 12. uri, ko se opravi inavguracija in zapišeže nov predsednik. Na to funkcijo je lahko izvoljen samo dvakrat, kar je razumljivo zaradi njegovega ustavnega položaja in dejanske moči, ki jo prinaša funkcija predsednika. To pravilo v prvotnem ustavnem besedilu ni bilo določeno; izoblikovalo se je le kot ustavni običaj, ki ga je spodbudil že prvi ameriški predsednik George Washington, ki ni hotel kandidirati še v tretje. Se pa je zgodila izjema od tega ustavnega običaja, ko je bil štirikrat izvoljen Roosevelt, vendar je bila to posledica posebnih razmer, ki jih je terjala druga svetovna vojna. Šele po njej je bila omenjena omejitev izvolitve, določena na ustavni ravni, v XXII. amandmaju, ki so ga ratificirali leta 1951 (Grad in drugi 2004, 151). Volilni sistem, po katerem se voli predsednika

ZDA, je poseben, drugačen od sistema, ki ga poznamo pri nas. Izvolijo ga namreč elektorji, zato se imenuje elektorski sistem, da kandidat pride do končne strankarske nominacije, pa mora iti skozi zapleten postopek izbire kandidata znotraj stranke.

3.5.1 Proces izbire kandidata

Američani vsaka štiri leta volijo predsednika in podpredsednika, medtem ko na vsaki dve leti volijo vseh 435 članov predstavniškega doma in približno tretjino izmed sto članov senata. Sam proces izbire predsednika in podpredsednika pa se začne veliko prej. Ameriško demokracijo namreč zaznamuje t. i. **permanentna kampanja**, kar pomeni, da se volilna kampanja za naslednje volitve začne, kakor hitro se prejšnja konča. Meja med zbiranjem glasov in vladanjem pa je zabrisana. Ameriški predsedniki so danes izbrani v procesu, ki se deli na *nominacijo velike politične stranke* in *splošne volitve* (Schantz 1996, 9).

Določanje kandidatov za predsednika se navadno začne znotraj stranke, in sicer na različne načine. Obe največji in vodilni politični stranki (demokrati in republikanci) določita svoja kandidata na preliminarjih volitvah (*primaries*), na katerih na različne načine, odvisno od posamezne države, volivci sami neposredno glasujejo o kandidatu ene ali druge stranke. Že v tej fazi volitev se razvije hud boj med mogočimi kandidati iz iste politične stranke. ZDA danes poznajo tri osnovne vrste strankarskih predvolitev:

1. *predsedniške predvolitve*

Te so vrsta strankarskih predvolitev; so modernejša in pogostejše uporabljena različica nominacijskih predvolitev. Organizirajo jih predstavniki vlad posameznih zveznih držav in izjemno redko lokalne politične stranke. Volivci glasujejo z volilnim lističem, na katerem obkrožijo kandidata za predsednika oz. delegata.

2. *zborovanje/konvencija*

To pomeni dogodek, na katerem se privrženci stranke zberejo, da izvolijo kandidate in zedinijo o politični prihodnosti. Torej: izberejo se delegati, ki zastopajo nekega kandidata. Organizacija je izključno v domeni lokalnih političnih strank. Trajajo dlje časa, zato je udeležba navadno slabša. Zborovanja so večinoma zaprtega tipa (udeležba je dovoljena le najzvestejšim privržencem stranke), svoje predsedniške preference pa izrazijo z dvigom rok.

3. *kombinacija obojega* (Berg - Andreson 2004).

S predhodnimi volitvami si člani stranke lahko izberejo »svojega« kandidata. Kandidati na primarnih volitvah si morajo sami organizirati svojo kampanjo. Stranki po navadi v tem obdobju ostaneta nevtralni, vsaj dokler se ne ugotovi, kateri izmed njihovih članov bo

kandidiral na končnih oz. splošnih volitvah. Ravno po zaslugi predvolitev, ki se odvijajo v političnih strankah, je tudi v dvostrankarskem sistemu na izbiro več kandidatov, le na končnih se pomerita dva (Ferfila 2002, 347).

Primarne volitve so lahko:

- *odprte* – na teh lahko sodeluje vsak volivec, ne glede na članstvo v stranki;
- *zaprte* – volivci se morajo izreči kot pripadniki ene izmed strank, da lahko sodelujejo na primarnih volitvah (Ferfila 2002, 347).

Ko sta znana kandidata obeh strank, se začne volilna kampanja obeh kandidatov po zveznih državah. Kampanja je dolga in izjemno naporna; zahteva ogromne organizacijske napore in finančna sredstva, ki sta jih zmožni pokriti le največji stranki. Ravno zato neodvisni kandidati ali kandidati drugih strank dejansko nimajo nobenih možnosti za uspeh. Pri volitvah elektorjev volivci glasujejo za kandidata za predsednika in tudi za kandidata za podpredsednika, s tem pa za elektorje na strankarski listi, ki ji oba kandidata pripadata. Pri volitvah elektorjev je v skoraj vseh zveznih državah uveljavljen sistem relativne večine. Za elektorje so tako izvoljeni tisti kandidati s tiste strankarske liste, ki je dobila največ volilnih glasov. To pa pomeni, da pripadajo vsi elektorji posamezne države eni sami politični stranki – kandidat, ki ima najvišje število glasov v posamezni državi, tako dobi vse njene elektorske glasove. Z izvolitvijo elektorjev je dejansko že znano, kateri kandidat je zmagal. Zaradi strankarske pripadnosti elektorjev je namreč že vnaprej jasno, koga bodo izvolili – elektorji po običaju volijo kandidata svoje stranke (Grad in drugi 2004, 152).

3.5.2 Elektorski sistem⁴

Ameriškega predsednika volijo volivci, vendar – tehnično gledano – ne neposredno z večinskim glasovanjem. Voljen je posredno, in sicer tako, da se novembra izvolijo posebni volilni močje, ki se imenujejo **elektorji**⁵, ti pa potem decembra volijo predsednika. To naj bi omogočilo izbiro ustrezne osebnosti na položaj predsednika ZDA. »Ob tem je treba povedati, da je bila ta zamisel sprejeta v času, ko še niso bile oblikovane sodobne politične stranke, katerih delovanje je v praksi močno spremenilo prvotno zamisel in dalo volitvam predsednika

⁴ Elektorski sistem je način, po katerem se ljudski glasovi skladno z ustavo in zakoni pretvorijo v razporeditev sedežev v javni upravi. ZDA se skoraj izključno zanašajo na sistem *single member, simple plurality*, po katerem je država razdeljena na zemljepisne enote (zvezne države, okrožja, mesta ...), pri čemer kandidat, ki dobi največ glasov v posamezni enoti, zmagaja na volitvah. Elektorski sistem je v večini svetovnih demokracij neka oblika proporcionalne zastopnosti (Fiorina in drugi 2007, 224).

⁵ Število elektorjev se prilagodi vsakih deset let po številu prebivalstva.

značaj najpomembnejšega političnega dogodka v državi, spremljanega z obsežno in intenzivno volilno kampanjo ter močnim političnim angažiranjem javnosti» (Grad in drugi 2004, 150). Volitve se odvijajo na volilnih kolegijih v posameznih državah. Upoštevano je zvezno načelo, ki zagotavlja minimalno število elektorjev tudi najmanjšim državam. Volilni kolegij skupaj tvori 538 elektorjev. V vsaki državi se voli toliko elektorjev, kolikor ima skupaj članov predstavniškega doma in senatorjev. Državam zato pripada različno število elektorjev. Več elektorjev imajo večje države, vendar so po drugi strani manjše država na neki način favorizirane, kar je posledica paritetne sestave senata, saj ima tudi najmanjša država vsaj 3 elektorje. Elektorje pa seveda kandidirajo politične stranke (Grad in drugi 2004, 150–152).

Tabela 3.1: Elektorski glasovi po posameznih zveznih državah na volitvah 2016

State (država)	Number of Electoral Votes (Število elektorskih glasov)
Alabama	9
Alaska	3
Arizona	11
Arkansas	6
California	55
Colorado	9
Connecticut	7
Delaware	3
District of Columbia	3
Florida	29
Georgia	16
Hawaii	4
Idaho	4
Illinois	20
Indiana	11
Iowa	6
Kansas	6
Kentucky	8
Louisiana	8
Maine	4
Maryland	10
Massachusetts	11
Michigan	16
Minnesota	10
Mississippi	6
Missouri	10
Montana	3
Nebraska	5
Nevada	6
New Hampshire	4
New Jersey	14
New Mexico	5
New York	29
North Carolina	15
North Dakota	3
Ohio	18
Oklahoma	7
Oregon	7

Pennsylvania	20
Rhode Island	4
South Carolina	9
South Dakota	3
Tennessee	11
Texas	38
Utah	6
Vermont	3
Virginia	13
Washington	12
West Virginia	5
Wisconsin	10
Wyoming	3

Vir: U. S. Electoral College (2017a)

Kot je bilo že omenjeno, je na voljo 538 elektorskih glasov (tu so vključeni tudi trije elektorski glasovi okrožja Kolumbija, v katerem je sedež prestolnice ZDA Washington, ki sicer ni zvezna država in v kongresu nima svojih predstavnikov z volilno močjo). Tisti kandidat, ki v posamezni zvezni državi prejme večino glasov volivcev, dobi volitve tam, po dogovoru »zmagovalec pobere vse«, tudi vse elektorske glasove. Izjemi sta Maine in Nebraska; tu tisti, ki je dobil skupaj največ glasov, dobi dva elektorska glasova, zmagovalec v posameznih kongresnih okrožjih pa po enega (Grad in drugi 2004, 153). Zmaga predsedniški kandidat, ki osvoji najmanj 270 elektorskih glasov. Pri tem ni pomembno oz. nujno, da ima podporo večine prebivalstva, kar se je v preteklosti že zgodilo, med drugim tudi na zadnjih predsedniških volitvah.

V primeru, da bi oba predsedniška kandidata dobila po 269 elektorskih glasov, bi zvezni kongres določil zmagovalca po posebnem postopku. Predstavniški dom bi izbral predsednika ZDA na način, da bi imela vsaka država le po en glas, za izvolitev pa bi bila potrebna navadna večina, torej 26 od 50 glasov. Podpredsednika ZDA pa bi izbral senat, v katerem bi bila potrebna dvotretjinska večina. To se je zgodilo v predsedniški tekmi leta 1824, ko sta se za zmago potegovala predsedniška kandidata John Quincy Adams in Andrew Jackson in pri tem zbrala vsak po 269 elektorskih glasov. Predstavniški dom pa je takrat odločil, da ameriški predsednik postane Adamsa. Če predstavniškemu domu ne uspe izbrati kandidata, senatu pa, je podpredsednik vršilec dolžnosti predsednika, dokler se ne pride do dogovora še v predstavniškem domu (Delo 2008).

Razsežnosti volilnega telesa so se skozi zgodovino širile. Ustavi so se dodajali amandmaji, ki so v proces volitev vključevali vedno več prebivalstva. Prvič šele leta 1870 s XV. amandmajem, ki je odpravil rasno razlikovanje, pozneje pa še nekajkrat. Z amandmajem XIX

je bila uvedena volilna pravica za ženske, amandma XXVI iz leta 1971 pa je znižal starostno mejo za pridobitev aktivne volilne pravice na 18 let (Grad in drugi 2004, 165).

4 POLITIČNO KOMUNICIRANJE

Pojem politično komuniciranje je kompleksen in ga je zato težje natančno opredeliti. V svojem pojmovanju združuje dva težko razločljiva pojma – politiko in komuniciranje. Različni avtorji politično komuniciranje opredeljujejo kot komunikacijsko interakcijo med dvema ali več političnimi dejavniki, odvija pa se znotraj političnega delovanja. Denton in Woodward na primer politično komuniciranje opredelita kot »/.../ namene pošiljatelja, da bi vplival na politično okolje, v katerem ključni faktor, ki naredi komunikacijo politično, ni sporočilo (in njegova oblika), ampak njegova vsebina in namen« (Denton in Woodward v McNair 1999, 3).

V politični komunikaciji se srečajo tri ključne skupine, ki so med seboj povezane in vplivajo druga na drugo:

- politične organizacije;
- množični mediji;
- državljani (McNair 1999, 29).

V političnem okolju torej delujejo različni politični akterji, ki skušajo vplivati na proces odločanja. Za uspeh na volitvah je nujno potrebna javna prepoznavnost, zato je pomembno, da stranka oz. predsedniški kandidat komunicira z javnostjo, saj je odvisen od medijev in njihovega poročanja. Ti veljajo za posrednika med politiko in širšo javnostjo. Ti družbi in državljanom posredujejo politična sporočila in prenašajo imidž kandidatov, s tem pa odločajo, kdo ima moč in kdo ne (Holtz - Bacha 2003, 95). Komunikacija poteka tudi v nasprotni smeri; mediji s povratnimi informacijami politiki oz. predsedniškemu kandidatu posredujejo sporočila državljanov o družbeni klimi, kar jim omogoča prilagoditev kampanje in določitev novih smernic. Namen vsakega političnega komuniciranja je vplivanje na državljane, brez katerih politično sporočilo ne bi imelo smisla. McQuail v medijih vidi ključ do uspeha in slave, saj naj bi bila občila glavno sredstvo prenašanja informacij in izvor moči, s katerim vplivamo na javno mnenje in nadzorujemo oblast (1994, 1). Volivci se neprestano seznanjajo o kandidatih prek množičnih medijev in na podlagi pridobljenih informacij ocenjujejo kandidate ter si poskušajo ustvariti mnenje o njih.

Za politično komunikacijo so torej značilni:

- *usmerjenost na takojšnje učinke* – udeleženci politične komunikacije si želijo doseči praktične in takojšnje učinke, njihova uspešnost pa je precej odvisna od hitro spreminjajočega se javnega mnenja in spreminjajoče se pozornosti množičnih medijev;
- *ciljna usmerjenost* – izboljšanje ugleda in opaženosti politikov z namenom vzbuditi zaupanje pri volivcih;
- *pomembnost množičnih medijev* – politično komuniciranje navadno poteka prek množičnih medijev, zato se številni politiki ravnaajo tako, kot jim kažejo rezultati javnomnenjskih raziskav – politik mora biti sposoben hitre reakcije na gibanja in zahteve, ki jih pokažejo javnomnenjske raziskave; ne nazadnje pa so tudi mediji tisti, ki posredujejo javnosti vse politične informacije;
- *usmerjenost k občinstvu* – politike vodi interes, da pridobijo podporo javnosti, zato so politična sporočila usmerjena na ciljno občinstvo (Ferfila 2002, 258–259).

Kaj vse vpliva na glasovanje volivcev? **Strankarska pripadnost** ima gotovo velik pomen in vpliv na glasovanje. Poleg tega sta pomembna še kakovosten **politični marketing**⁶ ter sposobnost političnega kandidata in njegovega volilnega štaba, da oblikuje učinkovito sporočilo. Prav tako ne gre zanemariti kandidatovega osebnega šarma, saj kadar volivci ne zaupajo v kandidata oz. stranko, se navadno odločajo na podlagi **imidža**⁷. Sicer pa volivci pri kandidatu najbolj cenijo njegove sposobnosti, kvalitete, principe in koristi za družbo (Ansolabehere in drugi 1993, 158).

Uspešnost političnega komuniciranja ni samoumevna; zahteva ogromno vloženega truda, odvisna je tudi od historičnega konteksta, v katerem se sporočila pojavijo, in ne nazadnje tudi od političnega okolja, ki prevladuje v času. Občinstvo je tisto, ki mora biti dojemljivo za sporočilo (Morris v McNair 1999, 31). Učinek oz. uspešnost političnega komuniciranja pa je odvisna tudi od finančnih sredstev, ki jih kandidat uspe zbrati oz. jih njegova stranka nameni za predvolilno kampanjo.

4.1 PREDSEDNIŠKA KAMPANJA

Lahko rečemo, da so politične kampanje komunikacijske kampanje, saj s komuniciranjem kandidat opredeli svoj cilj kampanje in se osredini na volivce (Denton 1994, 1). Potekajo pa

⁶ »Dejavnosti, ki jih politične stranke opravljajo zaradi promocije svojih kandidatov na volitvah, imenujemo politični marketing« (Vreg 2000, 152). Njegova učinkovitost se meri z doseženim uspehom na volitvah - štejejo volilni glasovi in moč, ki jo z njimi stranka pridobi. Usmerjen je na volivce in promocijo kandidata, da se povečata njegova prepoznavnost in priljubljenost.

⁷ Pomembna je tudi neverbalna komunikacija.

prek različnih kanalov, kot so: javni nastopi, televizija medsebojni stiki, organizacijski sestanki, oglaševalni mediji, tiskani mediji in poslušalski mediji (Ferfila 2002, 344).

Po Seguelovem mnenju, ki je mojster političnega marketinga, je treba v vsaki kampanji upoštevati sledečih deset pravil:

1. *Volivci volijo človeka, ne stranke.*
2. *Volivci volijo za prihodnost.* Večina volivcev se ne spomni kandidatovih prejšnjih zaslug, zato je pomembno, da volivce prepričujemo z vizijo in ne s prejšnjimi dosežki.
3. *Volivci volijo idejo in ne ideologije.*
4. *Volivci volijo zase in ne za kandidata.*
5. *Volivci volijo najboljšo predstavo.* Državljeni po navadi glasujejo za kandidata, ki je po njihovem mnenju najbolj pristno odigral svojo vlogo.
6. *Volivci volijo za spremembo in ne za kontinuiteto.* Ljudje radi sanjajo o boljši prihodnosti, kandidat pa mora svoje obljube o tem utemeljiti; v nasprotnem primeru je obsojen na polom.
7. *Volivci volijo verodostojnejšega kandidata.*
8. *Volivci volijo vrednote in ne funkcije.* Pomembno je, da si kandidat izbere vrednote, ki so zgled čim širšemu krogu volivcev.
9. *Volivci volijo zmagovalca, ne porazenca.*
10. *Volivci volijo vizionarja in ne reakcionarja.* Od predsednika se pričakuje, da bo vizionar boljše družbe prihodnosti (Seguela v Basle 2002, 30–31).

4.1.1 Temeljni elementi predsedniške kampanje

Predsedniška kampanja vsebuje tudi šest ključnih sestavin. **Strateško okolje**, v katerem poteka volilni proces, zajema dve glavni področji, na kateri moramo biti pozorni in ki v veliki meri določata strategijo kampanje – politično in socialno. V vsaki predsedniški kampanji je pomembna **organizacija**, ki načrtuje, razvija in izvaja strategije⁸ in taktike⁹ kampanj. Sestavljajo jo: svetovalci, strategji, menedžerji, aktivisti in prostovoljci. Poleg organizacije je **financiranje** eden ključnih elementov kampanje. V ZDA ključno vlogo pri financiranju kampanj igrajo odbori za politično dejavnost (PAC). Sicer ni mogoče predvideti, da bo kandidat z največ denarja zmagal, vendar si z njim poveča možnosti za uspeh. Tu ne gre samo za zbiranje denarja, treba ga je tudi smotrno porabiti in razdeliti, seveda skladno z zakonom.

⁸ Strategija pomeni pozicionirati kandidata in razporediti vsa sredstva, finančna in intelektualna, tako da maksimizirajo kandidatove prednosti in zmanjšajo njegove slabosti (Denton in Woodward 1998, 105).

⁹ Taktika je metoda oz. sredstvo za uresničevanje strategije.

Javnomnenjske raziskave ravno tako lahko vplivajo na volitve. Izidi namreč določajo, koliko časa bodo mediji namenili kateremu kandidatu in kako ga bodo obravnavali. Podoba kandidata je naslednja pomembna sestavina, obsega pa njegovo osebnost, uspešnost pri delu, obleko, značaj in življenjski slog. Ves čas kampanje sta potrebna oblikovanje in poudarjanje pozitivnega imidža. **Mediji** so pomembni, ker so predsedniške kampanje v bistvu kampanje množičnih medijev, ki z interpretacijo političnih dogodkov in s predstavljanjem kandidatov vplivajo na državljane, zato je za predsedniškega kandidata pomembno, da ima dober odnos do medijev in z mediji (Denton in Woodward, 1998). Poleg tega je poročanje o predsedniku danes gotovo manj spoštljivo kot nekoč, obenem pa je zasebnost predsednika skoraj nična. Javnosti so na vpogled predsednikovi odnosi z ženo, otroki in s sorodniki, skrito ni niti njegovo vedenje v mladosti (Ferfila 2002, 438).

»Ameriške politične kampanje so na minuto sprogramirani dogodki. Vsa stališča, vsi *soundbajti*, oblačila, frizura, stiski rok, malice, kosila in večerje, pijače, lokacije pojavljanja, osebe, s katerimi se srečujejo ... vse je natančno in vnaprej določeno. Izjeme so redke, uspeh pa odvisen tudi od tega, kako naravno je videti kandidat, ko vse to počne« (Briški 2015).

5 ŠTUDIJA PRIMERA: ZMAGA DONALDA TRUMPA

Ameriške volitve 2016 so potekale z izrazito negativnim predznakom. Na oba končna predsedniška kandidata so ameriški volivci gledali negativno. Analitiki pa ne pomnijo, kdaj sta bila v lovu na najvišji položaj v državi tako neprikljubljena politika. V ZDA namreč volitve pomenijo predvsem izbor osebe in ne volitve stranke, zato je bila tudi zadnja volilna kampanja že tradicionalno osebna in umazana – usmerjena je bila neposredno proti tekmecu in manj proti stranki. V tem je še posebej prednjačil Donald Trump. Poglejmo najprej, kako sta si oba predsedniška kandidata zagotovila zmago na preliminarjih volitvah znotraj stranke.

5.1 PRELIMINARNE VOLITVE: BOJ ZA STRANKARSKO NOMINACIJO

Kot je bilo že omenjeno, mora končni predsedniški kandidat zmagati na strankarskih volitvah, da se lahko poda v boj za predsedniško funkcijo na glavnih volitvah, na katerih se pomerita le dva kandidata, in sicer zmagovalca strankarskih volitev. Za osvojitve predsedniške nominacije je bilo treba v demokratski stranki osvojiti najmanj 2.383 delegatskih glasov, v republikanski pa najmanj 1.237. Pri demokratih je zmagala Hillary Clinton, pri republikancih pa Donald Trump.

5.1.1 Strankarska nominacija

Na konvenciji stranka potrdi in imenuje svojega predsedniškega kandidata ter ga postavi v ospredje. S konvencijo se legitimizirata proces imenovanja kandidata in kandidat, saj stranka s tem pokaže svojo enotnost in poudari svoja načela (Ferfila 2002, 350).

Že v začetku meseca maja 2016 je bila tekma za strankarsko nominacijo pri obeh strankah dejansko odločena. Newyorški milijarder Donald Trump je namreč po zmagi na volitvah v Indiani in posledičnem umiku njegovega najbližjega nasledovalca Teda Cruza¹⁰ ter nato še Johna Kasicha¹¹ iz tekme že de facto postal republikanski kandidat; manjkala mu je samo še uradna potrditev, da je postal predsedniški kandidat republikanske stranke na strankarski konvenciji v Clevelandu. »Newyorški mogotec je v enem letu z nenavadno ostro in žaljivo kampanjo zadel utrip bele Amerike predmestij in podeželja, milijonov Američanov, ki se jim zaradi globalizacije in tehnološkega napredka majejo življenja« (Kopušar 2016a). Trump je na volišča privabil množico ljudi, ki prej sploh ni glasovala, in premagal precej bolj politično uveljavljene tekmece. Vendar tega stranka ni bila pripravljena takoj sprejeti. V stranki si namreč niso bili edini, ali Trump res predstavlja temeljne vrednote stranke. V teoriji je sicer še obstajala možnost, da bi republikanci na konvenciji 18. julija predlagali povsem novega kandidata, vendar bi s tem tvegali jezo Trumpovih volivcev in se za to možnost niso odločili.

Clintonova pa je na konvenciji demokratske stranke v Philadelphii postala sploh prva ženska v ameriški zgodovini, ki je prejela uradno predsedniško kandidaturo katere izmed obeh največjih strank. Po imenovanju in poznejši zmagi temnopoltega Baracka Obame leta 2008 so demokrati s tem poskrbeli za še eno prelomnico. Hillary Clinton je dobila volitve ter zborovanja v večini držav in ozemelj ZDA. Njen edini resni tekmeec je bil senator iz Vermonta Bernie Sanders, ki so ga podpirali predvsem mladi volivci in ki se je s tem poslovil od predsedniške tekme.

Kmalu po tem, ko sta bila znana oba predsedniška kandidata, je Trump pred navdušenimi privrženci samozavestno zatrdil, da bo premagal tudi Clintonovo, ki bi bila tako ali tako slaba predsednica, ker ne razume trgovine. Nikoli ni dvomil o lastni zmagi; zavedal se je moči razočaranih volivcev, ki jih je vseskozi nagovarjal.

¹⁰ Senator iz Teksasa.

¹¹ Guverner Ohia.

5.2 PREDSTAVITEV KANDIDATOV ZA KONČNO ZMAGO

Ko je boj za strankarsko nominacijo končan in sta v obeh strankah znana predsedniška kandidata, se ta pomerita na splošnih volitvah. Sledi kratka predstavitev kandidatov v končni tekmi, njunih življenjepisov in glavnih dosežkov.

5.2.1 Hillary Clinton

Demokratska predsedniška kandidatka in pravnica, ki se je rodila 26. oktobra 1947 v Chicagu kot Hillary Diane Rodham, je ena najbolj prepoznavnih figur v ameriški politiki, a hkrati tudi ena bolj razdvajajočih in nepriljubljenih oseb na amerškem političnem prizorišču. Veliko ljudi ji očita dvoličnost in preračunljivost.

Njeno zgodnjo mladost je zaznamoval socialni aktivizem; v politiko je vstopila kot mlada republikanka, ki je sodelovala v predsedniški kampanji Barryja Goldwaterja, očeta sodobnega ameriškega konservativizma. Med študijem političnih ved na Univerzi Wellesley je na vrhuncu boja za državljanske pravice temnopoltih prestopila med demokrate; to se je zgodilo leta 1968. Nase je vedno gledala kot na zagovornico družbenih sprememb. Diplomirala je iz prava na Univerzi Yale, na kateri je spoznala moža Billa Clintona. Leta 1971 je prišla v Washington D. C., kjer je opravljala različna dela. Ker v Washingtonu ni opravila pravosodnega izpita, v Arkansasu pa ga je, se je preselila tja. Leta 1975 se je poročila z Billom, ki je bil tri leta pozneje izvoljen za guvernerja. Clintonova pa se je medtem pridružila ugledni pravniški firmi Rose (Sajovic 2016).

Zelo dobro se je znašla v pravniških vodah in hitro napredovala. Leta 1988 in leta 1991 jo je *The National Law Journal* imenoval za eno izmed 100 najvplivnejših odvetnic v Ameriki (Biography 2017a).

Od leta 1993 do leta 2001 je bila prva dama ZDA, ko je bil njen mož Bill predsednik ZDA. Clintonova je takrat zavrgla tradicionalno protokolarno vlogo prve dame. Kritiki so ji očitali preveliko vlogo v administraciji, še posebej, ko je njen predlog za reformo zdravstvenega sistema ob nasprotovanju desnice propadel. Njena priljubljenost je padla. Na njeno politično kariero pa mečejo slabo luč tudi nekatere druge afere, v katere je bila vpletena – *whitewater* (sumljivi bančno-nepremičninski posli), *travelgate* (odpuščanje ljudi, da so službe dobili prijatelji) in *filegate* (nedovoljeni vpogledi v datoteke uradnikov). Verjetno najbolj znan škandal, škandal z Monico Lewinsky, pripravnico v Beli hiši, s katero je imel njen mož in takratni predsednik ZDA afero, ji je celo koristil, saj je njena priljubljenost narastla. Javno mu je sicer stala ob strani, a zasebno razmišljala o ločitvi (Sajovic 2016).

Od leta 2001 do leta 2009 je bila senatorka New Yorka; s tem je postala edina prva dama s politično kariero. V senatu se ni veliko izpostavljala. V začetku leta 2007 je napovedala boj za Belo hišo. S tem bi postala prva predsednica v zgodovini ZDA. Vendar je svojo kampanjo prekinila leta 2008, ko so se odvijale preliminarne volitve znotraj Demokratske stranke in je bilo jasno, da ima senator iz Illinoisa Barack Obama več glasov delegatov. Kmalu po zmagi na predsedniških volitvah je Obama imenoval Hillary Clinton za državno sekretarko. Nominacijo je sprejela in 21. januarja 2009 jo je senat uradno potrdil kot 67. ameriško državno sekretarko. Pozneje je odstopila s tega položaja in se začela pripravljati na vnovično predsedniško kandidacijo (Biography 2017a).

Na njeno politično pot in kariero je kar precej očitkov in neodobravanj. Veliko ljudi ji je očitalo, da je izrabila status prve dame, da je postala senatorka, nato pa sta z možem Billom sistematično pletla mrežo bogatih donatorjev, vplivnih podpornikov in mnenjskih voditeljev. Moč, ki jo je imel moški Bill kot predsednik, naj bi uporabila za to, da sta nagrajevala te ljudi in jih postavila na visoke položaje. S tem sta si zagotovila moč znotraj demokratske stranke, kar je letos izkusil Bernie Sanders. Še posebej se je posvetila superdelegatom, da jih je še pred strankarskimi volitvami precej pridobila na svojo stran (Sajovic 2016).

12. aprila 2015 je sporočila, da se podaja v boj za predsedniško funkcijo, da ta ostane v rokah demokratov. Izkušenj v politiki in poznanstev je imela dovolj, škandal z elektronsko pošto pa jo je mogoče stal zmage na volitvah.

5.2.1.1 Vizija ZDA Hillary Clinton

Demokrati so pod vplivom množičnega gibanja senatorja Bernieja Sandersa za »politično revolucijo« sprejeli enega svojih najbolj progresivnih programov do sedaj. Vanj so zapisali, da se bodo zavzemali za zvišanje najnižje plače v ZDA na 15 dolarjev na uro, za uvedbo do dvanajstih tednov plačanega bolniškega ali porodniškega dopusta, vanj so vključili celo možnost legalizacije marihuane, prvič do zdaj v zgodovini večjih strank pa tudi prizadevanja za ukinitve smrtne kazni (Kopušar in drugi 2016b).

5.2.2 Donald Trump

Donald Trump, nepremičninski mogotec, multimilijonar, televizijska zvezda, je pri 70 letih postal najstarejši izvoljeni ameriški predsednik. Ko je 16. junija 2015 napovedal, da se bo potegoval za republikansko predsedniško nominacijo, mu nihče ni pripisoval kakršnih koli možnosti za uspeh. Na napovedi in mnenja se ni oziral in iz meseca v mesec je pridobival na podpori. 20. julija 2016 je uradno postal republikanski predsedniški kandidat. 8. novembra pa

je postalo jasno, da je zmagovalec volitev in da bo v Beli hiši po osmih letih predsedovanja demokrata Baracka Obame prevzel vajeti republikanec.

Rodil se je 14. junija 1946 v newyorškem Queensu. Njegov oče Fred je gradil stanovanjske bloke za reveže in srednji razred. S 13 leti so ga starši zaradi težav z vedenjem poslali na vojaško akademijo v New Yorku, na kateri je končal šolanje s činom stotnika. Leta 1968 je diplomiral na Univerzi v Pensilvaniji. Že med študijem je delal v očetovem podjetju, pozneje pa se je tam tudi zaposlil. Donald je hotel več. Očetovo gradnjo blokov za srednji sloj je nadgradil. Med kampanjo se je večkrat pohvalil, da je iz milijona dolarjev, ki mu ga je dal oče, uspel ustvariti desetmilijardno premoženje. Leta 1971 je prevzel družinsko podjetje in ga preimenoval v Trump Organization. Preselil je sedež podjetja na Manhattan, kjer se je povezal z vplivnimi ljudmi (biography.com). Začel je graditi in ponujati luksuzna stanovanja na Manhattnu, pozneje pa tudi igralnice na vzhodni obali. Njegov cilj je bil širitev podjetja in s tem povečanje dobička. Ravno igralniški posel ga je spravil na rob propada. V devetdesetih letih je skoraj bankrotiral, vendar se je izvelkel skozi štiri prisilne poravnave. Vedno je nihal med uspehom in bankrotom (Kopušar in drugi 2016d).

Leta 2004 je izkoristil svojo prepoznavnost in nastopal v resničnostni oddaji Vajenec (The Apprentice), v kateri so se nastopajoči potegovali za mesto v Trump Organization. Oddajo si je vsak teden ogledalo več kot 20 milijonov gledalcev. S tem je veliko pridobil na še večji prepoznavnosti. Od tu je tudi njegov znan stavek: »You're fired« (Biography 2017b).

Namige, da razmišlja o predsedniški kandidaturi, je razširil že leta 1988, a so vsi menili, da gre le za samopromocijo v družbi, obsedeni s slavo in z uspehom. Dolgo časa je bil demokrat, kar je skoraj nujnost v liberalnem New Yorku, potem ko je to postalo sprejemljivo, pa je prestopil k republikancem. Nato je nekaj let redno menjaval politično opredelitev; kot član reformne stranke je leta 2000 skoraj kandiral na volitvah (Kopušar in drugi 2016d). Leta 2012 se je ponovno spogledoval s predsedniško kandidaturo, vendar je od nje odstopil. Njegov politični ugled je bil diskreditiran, potem ko je trdil, da Barack Obama ni bil rojen v ZDA. Bil je tudi glasen kritik Obamove politike (Biography 2017b).

Njegov populizem je med predsedniško kampanjo spravljal republikanski vrh v hudo zadrego, ko so se odločali, ali podpreti brutalno žaljivega političnega povzpethnika ali stopiti na stran in mu povsem prepustiti usodo stranke. Njegove izjave presegajo ne le meje sprejemljivega v politiki, ampak včasih tudi že meje osnovnega dostojanstva. Toda veliko volivcev mu vse to oprošča in spregleda v zameno za obljubo, da bo Amerika spet velika (Kopušar in drugi 2016d).

5.2.2.1 Trumpova vizija ZDA

Desnica je na zborovanju v Clevelandu sprejela precej konservativne poglede na moderno družbo, še bolj kot navadno. Te poglede je povezala s svarili Donalda Trumpa pred muslimani in mehiškimi priseljenci. Glavna načela desnice, ki jih je ta propagirala v predvolilni kampanji, so bila: nižji davki, podpora nošenju orožja, nasprotovanje istospolnim porokam. Predlagali so celo absolutno prepoved splava brez izjem. Njihov predlog je bil tudi, da bi se religija uporabljala kot vodilo za pisanje zakonov. Še bolj zaostreni pogledi na družbo naj bi bili varovalka tudi pred stališči Donalda Trumpa, ki se velikokrat krešejo z ustaljenimi pogledi desnice in še posebej, ker rad spreminja mnenje. Kot član demokratske stranke je podpiral pravico do splava; zdaj je ni več. Včasih je bil podpornik istospolnih porok in imel strpen pogled do uživanja marihuane. Nasprotniki so mu to tudi večkrat očitali, in sicer z besedami, da ima »newyorške vrednote« (Kopušar in drugi 2016b).

Na področju zunanje politike se je zavzel za tesnejše sodelovanje z Rusijo. Glede Nata je predlagal, da bi morale članice Nata imeti večjo vlogo pri financiranju zveze, saj je finančno breme na plečih ZDA preveliko. Večkrat je tudi napovedal oster boj in obračun z Islamsko državo. Trgovinskim sporazumom (TTP – Transpacifiško partnerstvo, Nafta – severnoameriški prostotrgovinski sporazum) je napovedal revizijo; s tem bi zagotovil, da bi delovna mesta in bogastvo ostala v ZDA. Dajal bi prednost amerikanizaciji in ne globalizaciji. Obamova zdravstvena reforma je (bila) velik trn v Trumpovi peti; med kampanjo jo je večkrat ostro kritiziral. Ukinil bi jo takoj in zamenjal splošno zdravstveno zavarovanje, saj bi na tem področju po njegovem mnenju moral vladati prosti trg, prispevki za zavarovanje pa bi bili lahko odšteti pri davkih (MMC RTV SLO 2016a).

5.3 PREDVOLILNA KAMPANJA DONALDA TRUMPA

Vsaka predsedniška kampanja je na mikroravni edinstven in predstavlja enkratni zgodovinski dogodek s svojimi tematikami, značilnostmi, zapleti in kontekstom, obenem pa so si na makroravni zelo podobne, saj imajo na voljo omejeno število tematik, imidžev, strategij in taktik ter so sestavljene iz istih elementov (Denton in Woodward 1998, 145). Poglejmo, kako sta se volilne kampanje lotila Trump in njegov volilni štab.

Glavna predvolilna kampanja (*General Election Campaigning*) se torej začne, ko sta v obeh političnih strankah znana končna kandidata, ki se bosta podala v boj za predsedniški stolček. To v praksi pomeni, da prepotujeta ZDA ter razlagata poglede in načrte za prihodnost. Tako želita pridobiti potencialne volivce oz. njihovo podporo. Shodi, razprave in oglaševanje so

velik in pomemben del predvolilne kampanje, vendar razmere v ZDA so bile precej nenavadne. Zdelo se je, da Amerika izbira med dvema neprijjubljenima kandidatoma in da volivci izbirajo kandidata, ki bo manj neprijjubljen od drugega.

Trump je imel za nasprotnico izkušeno političarko. Po dolgoletni karieri, skozi katero je kot političarka morala čez dvakrat višje ovire kot moški kolegi, bi mogoče Hillary Clinton res bila najbolje usposobljena kandidata za Belo hišo v zgodovini ZDA, kot ji je polaskal tudi predsednik Barack Obama. Demokratiki so se pridružili in jo javno podpirali največji športni in glasbeni zvezdniki, vendar je hkrati tudi ena najmanj priljubljenih politikov z rekordno visokim deležem volivcev, ki jo vidijo v negativni luči; predvsem zaradi svoje nenehne preračunljivosti si je ustvarila podobo pretkane političarke, ki ji ni mogoče zaupati, afera z e-pošto pa jo je le še utrdila. Na drugi strani pa Donald Trump, dejansko brez političnih izkušenj, povrh še populist brez jasnih načel in brez zadržkov pri poniževanju nasprotnikov ter z izjavami, ki bi v drugih časih vzbujale splošno zgražanje in posmeh, ki je v neroden položaj spravljaj celo strankarske kolege. Republikanska stranka je bila zaradi newyorškega milijarderja globoko razklana. Hrbet so mu zaradi njegovih (pred)volilnih izpadov obrnili številni člani stranke in senatorji. Celo nekateri najbolj zagreti neokonservativci niso hoteli imeti opravka z njim. Med njimi je bil publicist in kolumnist Washington Posta Robert Kagan. Trump je vzbujal močna čustva, preziralo ga še več ljudi kot Clintonovo. Vendar je očitno ujel pravi trenutek in razmišljanje številnih Američanov, da je država na napačni poti; nezadovoljstvo se je namreč povečevalo vse od velike finančne krize in je doseglo rekordno raven. Krvave podobe terorizma, ki v vse hitrejšem ritmu sledijo druga drugi, so le še poglobile negotovost. Trump pa je v volilni kampanji vse to spretno izkoristil s podpihovanjem paničnega pogleda na svet ter se ponujal za odrešenika in rešitelja. Svojo kampanjo je gradil na pogledu na svet, ki predstavlja nenehno grožnjo, ter obljubah o gradnji zidov na meji in v gospodarstvu, zapiranje države pa naj bi jih obvarovalo pred tujci in poceni tujo konkurenco, s čimer naj bi se obranili barbarov (Kopušar 2016c).

Zdelo se je, da Trump v začetni fazi preliminarne volitev znotraj stranke ni imel organizacijske strukture kampanje, v ozadju nobenega gibanja *grassroots*¹², da niti ni imel vsaj na približno izdelanih politik niti podpore (kot že omenjeno) republikanske stranke. Še več, jasno so izražali nestrinjanje z njegovo kandidaturo. Očitno so mu, da nima discipline, ki je potrebna za predvolitve, in da ni talentiran politik. Ko je Donald Trump govoril o kandidaturi za predsednika ZDA, je dajal občutek, da tega, tudi glede na dozdajšnjo prakso, ni

¹² Gibanje, ki bi se spontano začelo že na lokalni ravni.

delal zato, ker bi ga funkcija predsednika zares zanimala, ampak zaradi promocije blagovne znamke Trump. Že nekje od leta 2000 naprej je resneje napovedoval kandidaturo za predsednika ZDA. Tokrat se je v nasprotju s prejšnjimi leti odločil za kandidaturo (Briški 2015).

Njegova predvolilna kampanja, ki jo je sprva zasnoval njegov dolgoletni svetovalec Roger Stone, naj bi sicer temeljila na strategiji in programu, ki bi bil osredinjen na gospodarstvo, ker izkušenj s politiko do zdaj ni imel veliko. Izhajala naj bi iz dejstva, da je sistem naperjen proti državljanom ter da je on edini in edinstven kandidat, ki se ga ne da kupiti. S tem bi se distanciral od politikov, ki so očitno del problema. Prav tako naj bi se kot graditelj, podjetnik in kapitalist držal vodila, da nobenemu izmed njih ne bi zaupal vodenja svojega podjetja, ker niso podjetniki. Ker so se v njegovem volilnem štabu zavedali njegove politične neizkušenosti, naj bi njegov imidž gradili na poudarjanju sposobnosti biti uspešen – kako iz »nič« ustvariti milijardni imperij. Vendar Trump v celoti ni upošteval njegovih nasvetov. Sodeč po besedah Stona, ki ga je menda po tem odpustil, ta je sicer trdil, da je dal sam odpoved, se Trump na primarne volitve na začetku sploh ni posebno pripravljaval. Njegova kampanja je res delovala nekoliko zmedeno, brez rdeče niti, in temeljila bolj na izbruhih kot pa na vrednotah. Stone mu je takrat očital, da ne gradi organizacijske strukture v zveznih državah s prvimi predvolitvami in zborovanji, ne testira terena, nima načrta za oglaševanje, izdelanih politik itn. (Costa in Rucker 2015), vendar so očitno v njegovem volilnem štabu še kako dobro vedeli, kaj počno.

Vodil je atipično kampanjo. Njegova strategija bi morala biti jasna in težiti k temu, da na svojo stran pridobi še Latinskoameričane, Azijce, ženske in izobražene belce. Vendar je deloval drugače; v svoje volilno jedro je verjel in mu zaupal. Nekoč je celo dejal, da ga bodo njegovi zvesti volivci podpirali, tudi če bi sredi belega dne nekoga ustrelil na Peti aveniji. Za druge mu ni bilo mar, še več, Trump se je skozi celotno kampanjo distanciral od teh potencialnih skupin volivcev in jih ni nagovarjal. Prepričan, da je za njegov uspeh v prvi vrsti zaslužna njegova osebnost, se je kampanja vrtela samo okrog njega – spreminjala se je v nekaj, čemur bi lahko rekli slavnostna koncertna turneja in ne večplastno nagovarjanje volivcev.

Trump je opozarjal predvsem na probleme ameriške demokracije in predstavništva ter seveda pokvarjenega »esteblišmenta«, ki deluje pod taktirko velikega kapitala. S tem si je pridobival podpornike na poti do zmage in potrditve na republikanski konvenciji, na kateri je imel kar precej nasprotnikov, ki so ga želeli izpodriniti kot osrednjega kandidata republikanske

stranke. Po mnenju Domna Kosa (2016a) je Trumpov naslednji glavni strateg Paul Manafort¹³ to predvidel že zelo zgodaj in z omenjenimi ustrezno komuniciranimi vsebinami volilne kampanje ter s političnimi premiki, kot je bila med drugim tudi izbira kandidata za podpredsednika, to ustrezno menedžiral in s tem zapiral omenjeno nevarnost. Če bi nasprotnikom Trumpa vseeno uspelo s pripravljenimi manevri izpodriniti, bi to lahko pomenilo velik udarec za republikansko stranko. Vendar bi Trump izšel kot neodvisni kandidat, ki ga je prav ta pokvarjeni »esteblišment« mimo glasov Američanov poskusil nedemokratsko izpodriniti. Če bi se zgodil ta scenarij, bi ga Trump gotovo znal unovčiti tudi v glavni volilni tekmi kot neodvisni kandidat.

Na začetku volitev je Clintonova veljala za izrazito favoritko za zmago, Trumpu pa se ni pripisovalo nikakršnih možnosti za uspeh. Z odlično strategijo, s taktiko, z nastopom in s podobo pa je poskrbel za preobrat. Kakšno je bilo njegovo politično komuniciranje? Drugačno. V nadaljevanju bodo opisane glavne značilnosti njegove predsedniške kampanje in vloga političnega komuniciranja za končni uspeh, kar je glavni namen raziskovalnega podvprašanja.

5.3.1 Politično komuniciranje

Trumpovo politično komuniciranje je potekalo prek različnih kanalov in na različne načine – prek televizije, radia, oglasov, družabnih omrežij, še posebej prek Twitterja, imel je svojo spletno stran, obiskoval je različne zvezne države, se udeleževal shodov, sodeloval v soočenjih predsedniških kandidatov, izdelati je dal celo kape s šiltom, na katerih je zapisal slogan kampanje *Make America Great Again*. Slogan kampanje je močen; zasleduje cilj in pri tem vključuje državljane. Za primerjavo: pri sloganu Hillary Clinton *Stronger Together* cilj oz. želeni rezultat ni tako jasen.

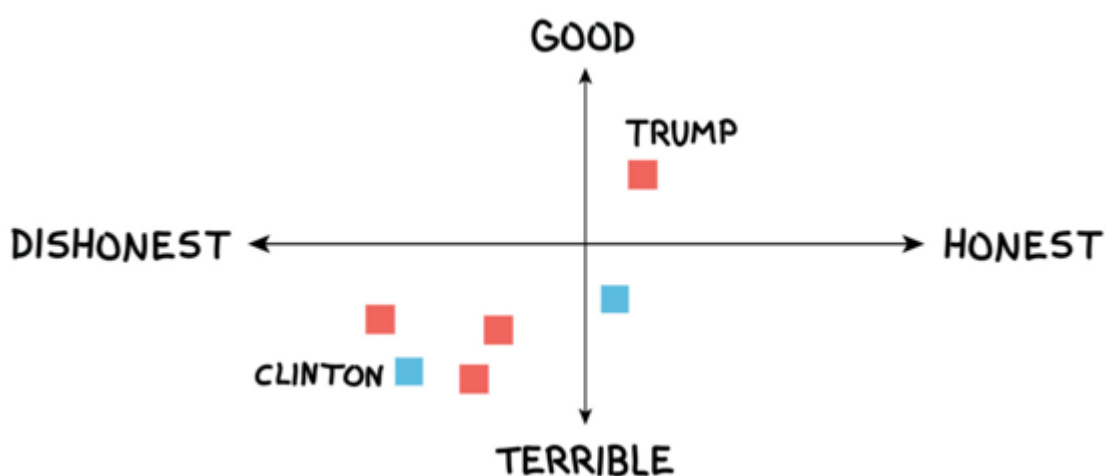
Kako mu je uspelo pridobiti volivce, kako je komuniciral? S čim si je pomagal in kaj je uporabil, da je pridobil želeno pozornost medijev in državljanov?

Zanašal se je na blagovno znamko. Trump je v Ameriki že uveljavljeno ime, svetovno znana blagovna znamka. Uporabil je svojo slavo, da je lažje pritegnili pozornost in širil sporočila svoje kampanje. Zanašal in opiral se je na moč lastne blagovne znamke, ki jo ljudje povezujejo z razkošjem, bogastvom in s slavo. Clinton je prav tako močna blagovna znamka, vendar manj privlačna za veliko ljudi in ni povezana z zabavo. **Uporabljal je močna sporočila, da je izstopal.** Trump je imel zelo neposredno in dosledno sporočilo, ki ga je

¹³ Trump ga je najel marca 2016 za pomoč pri volilni kampanji, s položaja pa je odstopil avgusta istega leta.

povezoval s spremembami. Del komunikacijskega načrta je slogan kampanje *Make America Great Again*, s katerim je nagovarjal volivce, ki si delijo podobne življenjske sloge, svetovne predstave, razpoloženja in skrbi glede zaposlitvenih možnosti. Namenjen pa je tudi skupini volivcev, ki čutijo, da je javna varnost ogrožena. **Svoje protikandidate je prikazoval v manj privlačni luči.** Tekmece je označil oz. jih nagovarjal z neprijaznimi imeni, kot npr. lažnivi Ted, da je sebe psihološko dvignil nad druge kandidate (Rivero 2016).

Slika 5.1: Trumpova percepcija o tekmecih



Vir: Rivero (2016)

Uporabljal je tudi marketinško formulo problem – rešitev, s katero je identificiral problem, nato pa je nagovoril volivce, da pokažejo svoje nezadovoljstvo z vlado, in na koncu sebe predstavil kot nosilca sprememb. Opozarjal in ustvarjal je nezadovoljstvo s statusom quo ter pri tem še vzbujal občutek nemoči. **Z javnim nastopanjem je pozornost usmeril le nase.** Oba, Trump in Clintonova, sta uporabljala oglase in odnose z javnostmi, da sta gradila na lastni promociji in prepoznavnosti, s katero bi prepričala volivce. Toda Trump je učinkovito uporabljal tudi številne shode, ki ustvarjajo in ohranjajo medijsko pozornost. Strateški marketing, na primer, razvršča potrošnike v segmente ali skupine kupcev na osnovi vedenjskih, demografskih, zemljepisnih in psihografskih značilnosti. Trump je to upošteval in se je tržil volivcem na podlagi njihovih želja, socialnega razreda, dohodka, narodnosti, lokacije, mnenja, vrednot in načina življenja. Poskrbel je, da so bili shodi dobro obiskovani. Clintonova pa se ni udeležila tako velikega števila shodov. **Prek socialnih medijev je poskrbel za vznemirjenje in iskrenje,** še posebej prek Twitterja, prek katerega je ustvarjal in

ohranjal odnos z volivci – komunikacijski načrt, ki je pritegnil pozornost svetovne javnosti (Rivero 2016).

5.3.2 Retorika in vsebina govorov

Ko začnejo predsedniški kandidati polno sodelovati v volilni kampanji, ima vsak med njimi po navadi že razvito celo zbirko govornih modulov, ki sestavljajo nekak »osnovni govor kampanje«, s katerim se določijo poglobitve teme kampanje. Gre za predloge politike za razrešitev posameznega primera, ki jih potem sooči s predlogi tekmeca. Dobršen del tem kampanje je tako ali drugače vezan na osebne značilnosti predsedniškega kandidata. Drugi namen osnovnega govora kampanje pa je tudi poiskati in poudariti vse napake protikandidata (prejšnja opredeljevanja, volilna izbira itn.). Tretji namen govora je, da kandidat sebe čim bolj približa poslušalstvu oz. javnostim – to doseže s sloganom in z vsebino govora. Tu je pomembno predvsem, koga nagovarja, da se čim bolj približa njihovim značilnostim – da prilagodi svoj govor in obleko. Četrty namen pa je, da predstavi svojo vizijo prihodnosti, po navadi zgrajeno na podobi ameriških sanj (Ferfila 2002, 354–355).

Trump je vodil volilno kampanjo »antiestablishment«; v strankarski volilni kampanji se je zanjo odločil tudi demokrat Bernie Sanders. V vsebinah volilne kampanje je namreč javno nasprotoval interesom kapitala, zažrtih v sam vrh političnega Washingtona. Sandersu na koncu volilne kampanje ni uspelo nadomestiti tistega, kar je na začetku, predvsem zaradi pomanjkanja prepoznavnosti politike, personalizirane v njem kot politiku, izgubil. »Svojo podporo pa je po porazu v percepciji svojih podpornikov paradoksalno, v percepciji interne strankarske dinamike pa povsem pričakovano, namenil politično etablirani Clintonovi. To je še enkrat vse skupaj opomnilo na razliko med političnim komuniciranjem in politično realnostjo, ki se kaže v praksi in teoriji političnega komuniciranja« (Kos 2016a). Ta odločitev Sandersa je med njegovimi podporniki sprožila globoko razočaranje. Vsi razočarani pa so bili v čakanju novega političnega odrešenika. Vse to je šlo v prid Trumpu, ki je tovrstne zadeve izjemno dobro izkoriščal v okviru lastne strategije volilne kampanje. To je v praksi pomenilo, da ponujene priložnosti političnega okolja ni izpustil iz rok ter to izkoristil kot opomnik na novo razočaranje in izdajo ameriških politikov in začel nagovarjati del Sandersovih volivcev (Kos 2016a).

Na domnevno neresnost glede predsednikovanja sta sprva kazali najmanj dve stvari, ki ju ne bi smel delati noben predsedniški kandidat, da bi ga jemali resno in da bi ohranil možnosti za končni uspeh – ne bi žalil žensk in ne bi poniževal Latinskoameričanov. Vendar si s tem na koncu niti ni škodil. To sta sicer dve izjemno pomembni demografski volilni skupini (ženske

predstavljajo večino volilnega telesa, Obami pa so leta 2012 prinesle zmago), o katerih resni kandidati vedno govorijo spoštljivo, in se ukvarjajo s tem, kako pridobiti njihove glasove. Trump je delal ravno nasprotno. Že na prvem soočenju republikanskih kandidatov si ni delal usluge, ko je pojasnjeval zgodovino svojih seksističnih tvitov. Izjemno priljubljeno voditeljico FOX Newsa Megyn Kelly, ki ga je o tem spraševala, pa je po razpravi grdo napadal¹⁴. Še pomembneje je, če si republikanec in kandidat za predsednika, da s FOX Newsom v nobenem primeru – nikoli in nikdar – ne greš v vojno, ker imajo mediji na splošno preprosto velik vpliv na volivce, katere se trudiš nagovoriti. Podobno nesramen je bil tudi, ko je govoril o Mehščanih¹⁵ v ZDA; označil jih je za posiljevalce, kriminalce in preprodajalce drog. Ko so ga prosili, da razloži svoje izjave, je po navadi odgovarjal, da se je »pogovarjal z nekaterimi ljudmi«. Operiral je s podatki, ki jih ni mogel utemeljiti. Priseljenci z juga pa sicer postajajo na ameriških volitvah vse pomembnejši. Zato nikakor ne preseneča, da smo v zadnjih nekaj volilnih letih med kampanjami pogosto slišali predsedniške kandidate občasno govoriti tudi po špansko, samo zato, ker so od leta 2003 naprej Latinskoameričani največja manjšina v ZDA (Briški 2015). Vseskozi je zatrjeval, da bo Ameriko znova naredil veliko, vrnil delovna mesta, ki so šla na tuje, in kaznoval podjetja, ki bodo to počela v prihodnje.

Težava s Trumpom je bila oz. še vedno je predvsem ta, da nenehno spreminja mnenje. Najbolj trdna obljuba, ki jo je dal v predvolilni kampanji in od katere tudi danes ne odstopa, je gradnja zidu na meji z Mehiko – obljuba, ki po mnenju strokovnjakov ni uresničljiva. Poleg tega se je v njegovih govorih zdelo, kot da se je republikanska načela naučil na pamet, a mu ni čisto uspelo, zato ga je včasih zaneslo – na primer izjava o kaznovanju žensk, ki se odločijo za splav. Posebej so bila skrb vzbujajoča tudi njegova razmišljanja v zunanji politiki, ki so segala vse od ukinitve zveze Nato do jedrskega oboroževanja Južne Koreje in Japonske (Kopušar in drugi 2016d).

Njegovi govori so bili redkokdaj umirjeni, vsebina velikokrat žaljiva do nasprotnikov, vedno pa se je v svojih govorih ponujal kot rešitelj. Uporabljal je močne besede, kot so: problem, terorizem, smrt. Z njimi je navadno sklenil povedi, da jim je dodal dramatičnost. Imel je zelo omejen besedni zaklad – na ravni tretjega in četrtega razreda osnovne šole, kot je ugotovil Jack Shafer (Politico), ki je transkripte Trumpovih nastopov poslal skozi Flesch-Kinkaidov program za analizo težavnostne stopnje branja (Shafer 2015). Jezik je uporabljal drugače kot njegovi tekmeci. Protikandidati so se zavedali moči besed in so pazili nanje, da jih ne bi v

¹⁴ Prek Twitterja jo je označil za »bimbo«.

¹⁵ V govoru junija 2015 je Trump poudaril, da Mehščani, ki prihajajo v ZDA niso zgledni ljudje in da s seboj prinašajo kup problemov, od drog do kriminala. Povrh vsega jih je označil še za posiljevalce.

prihodnje uporabili proti njim. Trump se na to ni oziral. Uporabljal je preprost jezik, preproste besede, na vprašanja je navadno odgovarjal s kratkimi povedmi, le redko s kompleksnejšimi. Kot dober prodajalec je povedi rad ponavljal. Velikokrat se mu je na obraz narisal ciničen nasmešek. Ameriški državljani so leta poslušali sofisticirane govore njihovih politikov, s katerih dosežki niso prav zadovoljni, Trump pa jim je ponudil nekaj drugega. Očitno so hoteli nekoga, ki je drugačen od njih.

5.3.3 Nastop in vizualna podoba

Trumpa je njegova vrhunska in dobro naoljena »mašinerija«, sestavljena iz raznolikih strokovnjakov za politični menedžment, prodajala kot politično nepostavljenega kandidata, sposobnega menedžerja in odločnega vodjo, ki razume potrebe malih Američanov. Pomemben dodaten argument, ki ga je v strankarski volilni kampanji velikokrat glasno ponavljal, je bil tudi dejstvo, da je svojo strankarsko volilno kampanjo financiral sam. To so nekateri njegovi podporniki razumeli, kot da se njega ne da kupiti in da bo končno nekdo prevzel nadzor nad Washingtonom. K vsem hvalospevom podpornikov Trumpa pa je treba dodati še tisto najočitnejšo, ki mu je prineslo rekordno veliko brezplačno publiciteto – **šokantne izjave**, za katere se je včasih zdelo, da letijo neposredno iz glave brez filtra politične korektnosti. Tega njegovi podporniki niso problematizirali. Ravno nasprotno, razumeli so jih kot izkaz pristnosti, iskrenosti in odločnosti, češ končno politik, ki reče bobu bob oz. mehiškim priseljencem kriminalci in posiljevalci. Začetna strategija volilne kampanje se je namreč glasila »Naj bo Trump Trump« (Kos 2016a).

Trump je bil dober predvsem za zabavo, saj je s svojimi nepremišljenimi izjavami ter s seksističnimi in z rasističnimi izpadi medijem zagotavljal visoke odstotke gledanosti. Zato ga vsi še vedno radi vidijo, želja veliko ljudi pa je bila, da čim dlje ostane v predsedniški tekmi, zato so ga prikazovali kot resnega kandidata. Trump je imel visok odstotek priljubljenosti; od vseh kandidatov je bil najprepoznavnejši (predvsem tu mislim na strankarsko tekmo za nominacijo). Poleg tega pa imajo ljudje že na splošno radi zabavo in resničnostne šove.

Vedno je dajal vtis pomembneža, ki mu žena oz. celotna družina stojita ob strani in ga podpirata. Njegovi nastopi so bili samozavestni; nikoli ni dvomil o sebi ali zmagi. Deloval je sveže, od naporne kampanje ni kazal znakov utrujenosti. Njegova zunanja podoba je bila običajna, z oblačili ni izstopal, vedno je bil urejen, v temni obleki s kravato.

5.3.4 Javnomnenjske raziskave, soočenja kandidatov in poročanje medijev

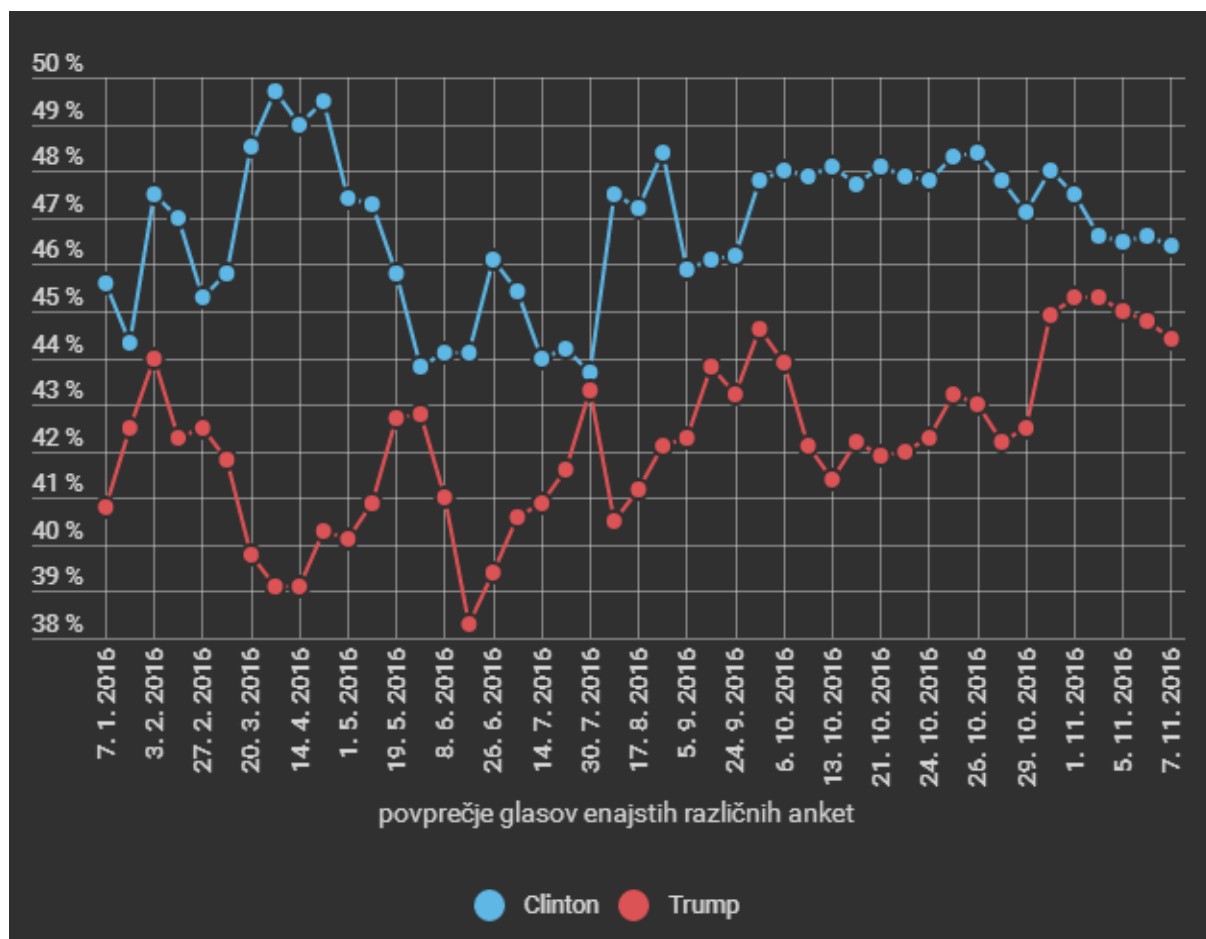
Večina medijev je imela odklonilen odnos do Donalda Trumpa, ko so poročali o njegovih nedopustnih izjavah in tvitih. Le malo ameriških medijev je bilo odkrito na strani Trumpu, večina je bila naklonjenih Clintonovi, vendar bi lahko rekli, da so bili ravno mediji skrito orožje Trumpa, predvsem televizije, ki so poročanje o političnem procesu spremenile v resničnostni šov. Mediji so bili od začetka do konca gorivo njegovega vzpona (Cohn v Kopušar 2016a).

Razprave so pomembno orodje za predsedniške kandidate, saj jih volivci spoznajo v manj konstruiranem in nadzorovanem komunikacijskem prostoru. Rojstvo velikih modernih političnih razprav se je sicer začelo z vzponom televizije. »Ta še danes velja za najpomembnejši kanal širjenja političnih sporočil. Predsedniške razprave učinkujejo predvsem na polariziranje mnenja volivcev in so pomembne, saj privlačijo velike množice zaradi konfliktna in dramatične narave. Kljub temu pa v zelo majhni meri obračajo volivce, kar je nekakšen še vedno nerazbiti mit« (Kos 2016b). Trump je bil v televizijskih soočenjih žaljiv in nepopustljiv do nasprotnikov, raven komunikacije ni bila na ravni osebe, ki naj bi vodila državo. Odgovorom na konkretna vprašanja pa se je raje izmikal, zato so ga voditelji večkrat opozorili, da naj odgovori na konkretno vprašanje, vendar Trump je to videl kot zaroto. Med razpravo smo lahko zelo prozorno spremljali prepletanje strategij napadanja, obrambe in promoviranja. Močno izpostavljena je bila strategija napadanja. Trump je napadal z izbranimi elektronskimi sporočili in s položajem Clintonove v politiki ter posledično krivdo za stanje v ZDA pripisal med drugim tudi njej, kar je Clintonova sorazmerno uspešno ubranila. Po drugi strani pa Clintonova ni stopila iz lastne kože, o kateri govorijo neskončni negativni oglasi – Trumpu ni prizanesla s skrivanjem davkov, z zgodovino rasne nestrpnosti in negativnim odnosom do žensk. Trumpov odziv na to pa je bil preveč napadalen; bolje bi bilo, da bi omenjeno na kratko ubranil in se držal osnovnega političnega sporočila (Kos 2016b).

Demokratsko kandidatko so poleg medijev podpirali še ameriški zvezdniki – od Beyonce, LeBrona Jamesa do Brucea Springsteena, Trump pa je imel na svoji strani množico jeznih belih volivcev, predvsem moških, ki so verjeli njegovi obljubi, da bo ZDA naredil spet mogočne. Vse spodobne ankete in analitiki so napovedovali (gl. sliko 5.2), da bodo ZDA dobile prvo žensko na čelu države, saj bi moral Trump ne le osvojiti vse rdeče države, ampak Clintonovi iztrgati vsaj eno izmed modrih. Napoved pred volitvami je bila naslednja: če Trump izgubi v Ohio ali Severni Karolini, bo konec njegovih sanj, da bo svojo televizijsko

priljubljenost pretočil v politični vzpon, ki bi osupnil ves svet. Vendar se je zgodilo ravno to – napovedi in pričakovanja so bila napačna.

Slika 5.2: Ankete so prednost pripisovale Clintonovi



Vir: Siol.net (2016)

Zgornji graf prikazuje prednost Hillary Clinton na dan 7. novembra 2016, ki jo je imela glede na povprečje 11 različnih anket (Bloomberg, IBD/TIPP Tracking, CBS News, LA Times, ABC, NBC, Fox, McClatchy, Reuters, Gravis, Economist), in sicer dve odstotni točki prednosti pred Trumpom. Prednost Clintonove je bila verjetno odraz neumnosti, ki jih je delal Trump. A že takrat se je zdelo, da bodo imele nekatere najbolj izpostavljene manjši učinek – seksistične izjave, na primer, ki so odvrčale od Trumpa predvsem tiste volivce, ki ga v nobenem primeru ne bi volili. Resnično velika taktična napaka bi bila lahko nespretno in nepremišljeno generiranje konflikta z Latinskoameričani. A na Trumpovo srečo imajo volivci kratek in selektivni spomin (Miheljak 2016).

5.3.5 Financiranje kampanje

Finančna sredstva, s katerimi razpolaga kandidat, običajno vplivajo na uspešnost na volitvah. Kandidati za ameriškega predsednika sodelujejo v izjemno dragih kampanjah, zato iščejo različne načine, da pridobijo čim več donatorjev. V sam sistem in način financiranja predsedniških kampanj se ne bom spuščala, ker to ni namen tega dela, je pa pomembno, koliko sredstev zbere posamezen kandidat, kajti to je tudi eden izmed pokazateljev, kako resno misli s svojo kandidaturo. V spodnjih tabelah so prikazani podatki o zbranih finančnih sredstvih obeh kandidatov.

Tabela 5.1: Prispevki za kampanjo Hillary Clinton po mestih (gre za donacije posameznikov, ki so prispevali 200 dolarjev ali več)

Mesto in država	Prispevana vsota
New York, NY	30,779.375 \$
Washington, DC	14,327.608 \$
Los Angeles, CA	10,237.087 \$
San Francisco, CA	9,961.999 \$
Chicago, IL	6,400.890 \$
Brooklyn, NY	5,355.877 \$
Seattle, WA	4,362.094 \$
Houston, TX	3,973.816 \$
Dallas, TX	3,075.743 \$
Atlanta, GA	3,003.341 \$
Austin, TX	2,974.830 \$
Bethesda, MD	2,967.584 \$
Boston, MA	2,717.838 \$
Arlington, VA	2,414.563 \$
Denver, CO	2,397.463 \$

Vir: InsideGov (2016)

Po pričakovanjih je Clintonova največ denarja za predsedniško kampanjo zbrala v bolj liberalnih državah, ko so: New York, San Francisco in Seattle. Močno podpora je imela tudi v »domačih« mestih – prihaja iz Illinoisa, kot senatorka je predstavljala New York in kar nekaj

let je živel v Washingtonu. Najbolj presenetljivo pa je, da sta se med 10 mesti, ki so prispevala največ za kampanjo Clintonove, znašla tudi Houston in Dallas. Texas je namreč močna rdeča država, ki ne glasuje za demokrate.

Tabela 5.2: Prispevki za kampanjo Donalda Trumpa po mestih (gre za podatke za donacije posameznikov, ki so prispevali 200 dolarjev ali več)

Mesto in država	Prispevana vsota
Houston, TX	1,497.829 \$
Dallas, TX	1,127.175 \$
New York, NY	899.563 \$
Atlanta, GA	691.143 \$
San Antonio, TX	660.696 \$
Las Vegas, NV	507.920 \$
Austin, TX	500.982 \$
Naples, FL	474.145 \$
Scottsdale, AZ	423.809 \$
Los Angeles, CA	404.274 \$
Phoenix, AZ	317.803 \$
Fort Worth, TX	311.781 \$
San Diego, CA	307.881 \$
Indianapolis, IN	267.797 \$
Charlotte, NC	267.563 \$

Vir: InsideGov (2016)

Trump pa je imel največ donatorske podpore v mestih na jugu ZDA. Njegova končna številka prispevkov je znatno nižja od Clintonove. Razloga za to sta lahko dva. Prvič: veliko podpornikov Trumpa je razpršenih po podeželskih območjih z nizko gostoto prebivalstva. Drugič: Trump se je opiral bolj na podporo ljudi in majhnih donacij pod 200 \$. Samo 36 odstotkov prispevkov za Trumpovo kampanjo je prišlo iz velikih posameznih donacij, pri Clintonovi pa kar 75 odstotkov.

V spodnjih dveh tabelah, tabeli 5.3 in tabeli 5.4, so prikazani še podatki o skupno zbranih finančnih sredstvih za predsedniško kampanjo. Podatki prikazujejo stanje na dan 31. december 2016. Clintonova je zbrala skupaj skoraj 807,340.580 ameriških dolarjev, od tega

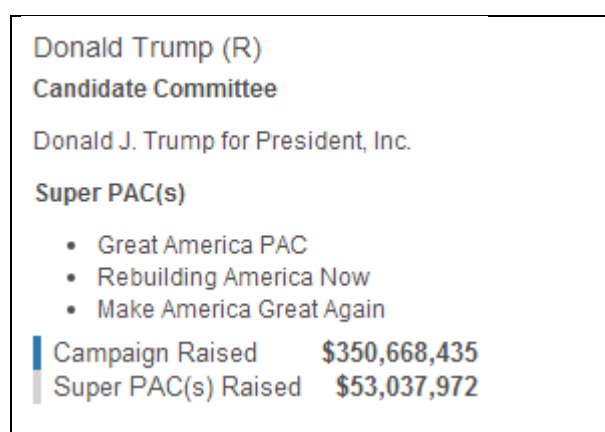
dobro četrtino od odborov za politično dejavnost. V primerjavi s Clintonovo je Trump zbral »le« dobrih 403,706.407 ameriških dolarjev in komaj četrtino tistega, kar je Clintonovi uspelo pridobiti od PAC-ov.

Slika 5.3: Denar, zbran za kampanjo – Clinton



Vir: InsideGov (2017a)

Slika 5.4: Denar zbran za kampanjo – Trump



Vir: InsideGov (2017b)

Iz zgornjih tabel lahko razberemo, da je Hillary Clinton zbrala precej več denarja od Donalda Trumpa, kar je pokazatelj, da se je na predsedniško kampanjo dobro in dlje časa¹⁶ pripravljala ter da je dobro lobirala pri potencialnih donatorjih, vendar pa ji to vseeno ni prineslo želene zmage.

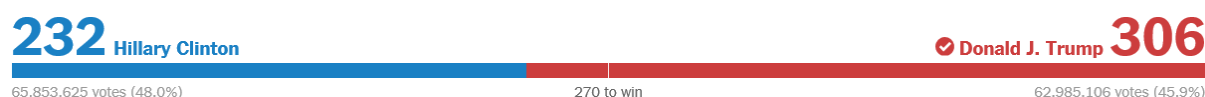
5.4 KONČNA ZMAGA DONALDA TRUMPA

Za končno zmago so pomembni elektorski glasovi in ne skupno število glasov volivcev, zato ima volilni sistem v ZDA velik vpliv; lahko bi celo rekli, da je prvi med dejavniki, ki vpliva

¹⁶ Njena kampanja je trajala 19 mesecev, Trumpova pa 17 mesecev od napovedi kandidature.

na določitev zmagovalca volitev. Vsak kandidat ima nekaj zveznih držav, ki na vsakih volitvah glasujejo za isto stranko – rdeče, kot na primer Teksas za republikance, in modre, kot Kalifornija ali New York za demokrate – osrednja bitka tako poteka za osvojitev glasov neodločenih držav. Na predsedniških volitvah 2016 sta se kandidata potegovala predvsem za Florido, Severno Karolino in ameriško industrijsko srce na srednjem Zahodu, Ohio in Pensilvanijo.

Slika 5.5: Elektorski glasovi



Vir: The New York Times (2017)

Zmago je slavil republikanski kandidat Trump, ki je osvojil 306 elektorskih glasov, njegova demokratska tekmica Hillary Clinton pa 232. S tem je bil za podpredsednika izvoljen tudi guverner Indiane Mike Pence¹⁷. Hillary Clinton je dobila približno 3 milijone več glasov od svojega nasprotnika, vendar izgubila volitve. Ponovno so se odprla vprašanja in razprave o funkcionalnosti volilnega sistema.

5.4.1 Disfunkcionalnost volilnega sistema?

Vedno znova se pojavljajo vprašanja glede funkcionalnosti in zastarelosti volilnega sistema, v katerem o zmagovalcu odločajo elektorski glasovi. Z vidika sodobnih pogledov na demokracijo bi lahko rekli, da je tak sistem volitev problematičen. Še posebej je vprašljiva legitimnost tovrstnih volitev. Na tako pomembno funkcijo bi morala biti izvoljena oseba z neposrednimi volitvami. S tem bi se tudi izognili situaciji, da je na položaj predsednika izvoljen kandidat, za katerim ne stoji večina volivcev ZDA, kar se je zgodilo tudi na zadnjih volitvah ob zmagi Donalda Trumpa, kar pa ni prvič v zgodovini ameriških predsedniških volitev. Pred tem je že štirikrat zmagal kandidat, ki ni dobil večine vseh glasov (usa.gov 2017). Lahko bi rekli, da elektorski sistem izvolitev predsednika pravzaprav ni skladen z načelom enake volilne pravice, vendar je tak sistem po drugi strani odraz zvezne ureditve, saj daje težo pri odločanju tudi majhnim državam. Če bi bile volitve neposredne, bi te lahko ostale brez vsakega vpliva na izvolitev predsednika ZDA. »S tega vidika je malo verjetno, da bi

¹⁷ Izbira Mike Pencea za podpredsednika je bila del strategije Donalda Trumpa; s tem se je nekoliko oddolžil republikanski stranki in pripomogel k temu, da so nekoliko stmili vrste.

prišlo do spremembe volilnega sistema, saj bi to terjalo spremembo ustave, ta pa ni mogoča brez soglasja treh četrtin držav» (Grad in drugi 2004, 152).

O zmagi na volitvah tako vedno odločajo prebivalci tistih držav (*swing states ali battle states*), ki tradicionalno niso naklonjene le eni ali drugi stranki, kar pomeni, da kar dve tretjini ali celo tri četrtine prebivalcev ZDA sploh ni neposredno vključenih v predsedniško predvolilno kampanjo, saj živijo v zvezni državi, za katero se že vnaprej ve, da bo večinsko glasovala za demokrate ali republikance (Štromajer 2016). Najpomembnejše zvezne države so zato tiste, ki zaradi precej razdeljene volilne baze navadno izmenjajoče volijo demokrate ali republikance, v katerih ni že vnaprej znano, na katero stran se bodo nagnili, in se v njih dejansko odloči zmagovalca, saj imajo največ elektorskih glasov. Po navadi so te države Florida, Ohio in Pensilvanija (vsaka z vsaj 20 elektorji) ter Arizona, Colorado, Iowa, Missouri, New Mexico, Nevada, Tennessee, Virginija in Wisconsin. Kalifornija in npr. New York imata veliko elektorskih glasov, a v njih že tradicionalno izvolijo demokrata, tako da se njima kakšne pretirane pozornosti v predvolilni kampanji ne posveča. »Večinski volilni sistem prisiljuje kandidate, da se ne ukvarjajo z državami, v katerih imajo veliko privržencev, in državami, v katerih jih imajo malo. Raje se osredinijo na države, v katerih so razlike med tekmeci majhne in v katerih imajo možnosti, da zmagajo« (Ferfila 2002, 344).

Ustava ZDA je prepustila ureditev volilnih pravil zakonodajnim telesom posameznih zveznih držav. Neposredno sploh ne omenja volilne pravice, le z amandmaji je preprečena diskriminacija volilnih upravičencev na podlagi spola, rase ali barve kože. Kdo in kako lahko voli, natančneje urejajo posamezne zvezne države same (Štromajer 2016). Značilnost ameriškega volilnega sistema je tudi v tem, da nima ene centralne volilne komisije, ampak je teh zelo veliko in vsaka sama izbere način, na katerega bodo volivci oddali svoj glas. Ameriški volivci na volitvah navadno odločajo o več stvareh – poleg predsedniških volitev opravijo še volitve v predstavniški dom, nekatere države pa tudi v senat, opravijo lahko še lokalne volitve in se o marsičem odločajo tudi na referendumih. Zanimivost, ki jo velja omeniti je, da predsedniške volitve navadno dobi tisti kandidat, ki zmaga v vsaj dveh izmed naslednjih treh zveznih držav: na Floridi, v Pensilvaniji ali Ohio (Lorenci 2004).

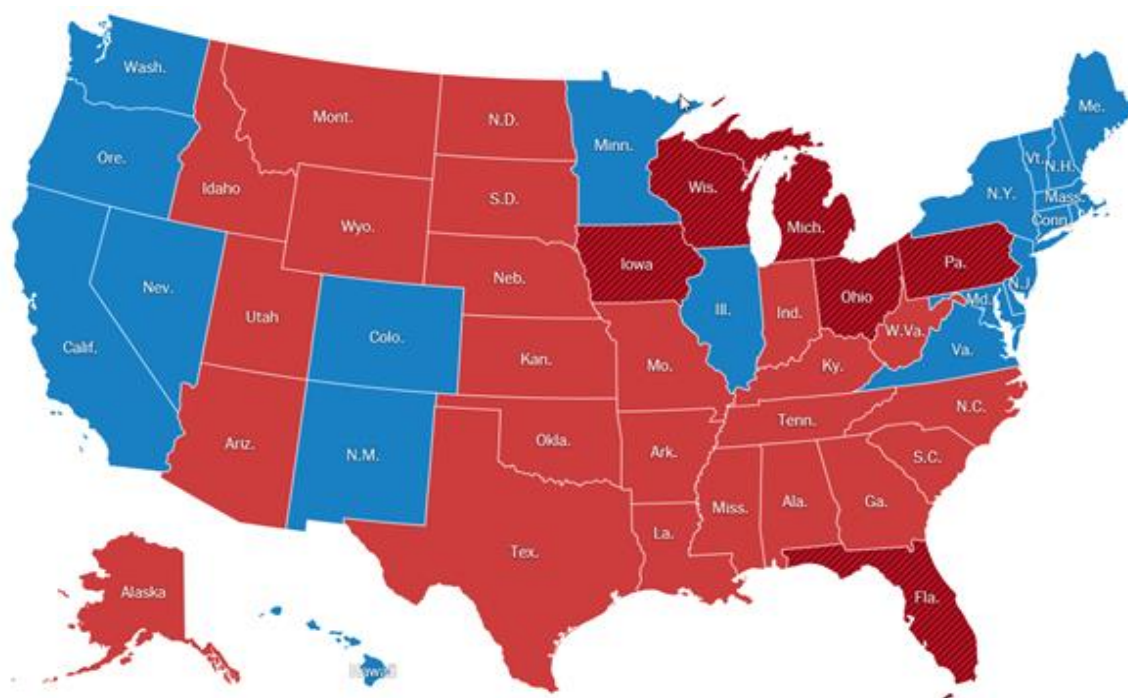
5.4.1 Preštevane glasov

Kampanja, ki bo v zgodovini ameriških volitev zapisana kot najbolj umazana, se je na začudenje veliko ljudi končala z zmago populističnega republikanskega kandidata. Preštevane glasov po volitvah se je sprva začelo povsem pričakovano, nato pa je Trump

presenetljivo zmagal v Ohio in potem še na Floridi. Ko je bilo znano, da je nepričakovano slavil tudi v Severni Karolini in Pensilvaniji, je postalo jasno, da bo on nasledil Baracka Obamo in postal 45. predsednik ZDA. Nekdanja ameriška prva dama in senatorka je na volitvah izgubila boj v vseh neodločenih državah, še več, izgubila je tudi tiste, za katere se je pred preštevanjem glasov zdelo, da so že njene.

Kot je bilo že omenjeno, si je prvo pomembno zmago Trump priboril v Ohio, s čimer je pobral kar 18 elektorskih glasov. Nato je slavil še na Floridi, s čimer si je pridobil naslednjih 29 glasov elektorjev. Nadaljeval je s Severno Karolino; ta mu je zagotovila še 15 dragocenih elektorjev. Na rob predsedovanja pa ga je ponesla še ena presenetljiva zmaga. Zmagal je namreč tudi v Pensilvaniji, kjer je osvojil 20 elektorskih glasov, ki so ves čas, vsaj tako se je zdelo, »pripadali« Clintonovi. Ko so bili prešteti glasovi v Wisconsinu, ni bilo več dvoma, da je Donald Trump nov predsednik ZDA. Po prešteti glasovih volitev je zmago slavil še v Indiani, Kentuckyju, Zahodni Virginiji, Južni Karolini, Tennesseeju, Mississippiju, Oklahomi, Texasu, Louisiani, Arkansasu, Montani, Missouriju, Georgii, v Iowi in na Aljaski. Hillary Clinton je zmagala le v Kaliforniji, Illinoisu, Vermontu, Massachusettsu, Connecticutu, Marylandu, New Jerseyju, Rhode Islandu, Delawareu, prestolnici Washington DC, Novi Mehiki, Virginiji, Koloradu, Washingtonu in v Nevadi (Planet 2016). Dobila je več glasov ljudstva, a to ni bilo dovolj za zmago. Zato so se spet pojavila vprašanja o funkcionalnosti oz. disfunkcionalnosti volilnega sistema.

Slika 5.6: Končni (še neuradni) izidi volitev po državah



Vir: The New York Times (2017)

Zgornja slika 5.6 prikazuje zvezne države, ki so glede na glasovanje obarvane modro ali pa rdeče. Modra barva pomeni državo, v kateri je Hillary Clinton osvojila vse elektorske glasove, rdeča barva pa prikazuje države, ki so večinsko glasovale za Donalda Trumpa. Temno rdeče so države, ki jih je osvojil Trump in so bile odločilne. Hillary Clinton je sicer osvojila okoli 48 odstotkov vseh glasov, pripadalo pa ji je le 232 elektorskih glasov. Donald Trump pa je dobil okoli 46 odstotkov vseh glasov in 306 elektorskih glasov. Preostale odstotke so dosegli še Johnson, Stein in McMullin (Realclear Politics 2016). Na tem mestu je treba poudariti, da so ti podatki še neuradni; uradni bodo znani nekje sredi leta 2017. Verjamem pa, da se veliko ne bodo razlikovali od zgoraj navedenih.

Kljub napovedim in javnomnenjskim raziskavam, ki so znova udarile mimo, le redke so namreč napovedovale zmago Trumpu, so ZDA ostale brez zmage prve ženske, ki bi vodila državo. To je bil velik šok za Hillary Clinton, demokrate in za veliko Američanov, tudi veliko tistih, ki so volili Trumpa. Predvsem pa je bil to po *brexitu* spet velik šok in opozorilo za empirične politologe in njihove statistične modele, ki so jih znova pustili na cedilu. Napake pri napovedih izidov v javnomnenjskih raziskavah, ki se zadnje čase pogosto pojavljajo in so zavajajoče za številne strokovnjake po svetu, postavljajo pod vprašaj metodologijo merjenega

javnega mnenja, zato bo po mnenju politologa Domna Kosa na tem področju potreben velik premislek stroke (2016a).

Tabela 5.3: Končni izidi volitev po posameznih zveznih državah

State	Electoral Vote of each State	For President				For Vice-President			
		Donald Trump, of New York	Other	Hillary Clinton, of New York	Other	Mike Pence, of Indiana	Other	Tim Kaine, of Virginia	Other
Alabama	9	9	–	–	–	9	–	–	–
Alaska	3	3	–	–	–	3	–	–	–
Arizona	11	11	–	–	–	11	–	–	–
Arkansas	6	6	–	–	–	6	–	–	–
California	55	–	–	55	–	–	–	55	–
Colorado	9	–	–	9	–	–	–	9	–
Connecticut	7	–	–	7	–	–	–	7	–
Delaware	3	–	–	3	–	–	–	3	–
District of Columbia	3	–	–	3	–	–	–	3	–
Florida	29	29	–	–	–	29	–	–	–
Georgia	16	16	–	–	–	16	–	–	–
Hawaii*	4	–	–	3	1	–	–	3	1
Idaho	4	4	–	–	–	4	–	–	–
Illinois	20	–	–	20	–	–	–	–	–
Indiana	11	11	–	–	–	11	–	–	–
Iowa	6	6	–	–	–	6	–	–	–
Kansas	6	6	–	–	–	6	–	–	–
Kentucky	8	8	–	–	–	8	–	–	–
Louisiana	8	8	–	–	–	8	–	–	–
Maine**	4	1	–	3	–	1	–	3	–
Maryland	10	–	–	10	–	–	–	10	–
Massachusetts	11	–	–	11	–	–	–	11	–
Michigan	16	16	–	–	–	16	–	–	–
Minnesota	10	–	–	10	–	–	–	10	–
Mississippi	6	6	–	–	–	6	–	–	–
Missouri	10	10	–	–	–	10	–	–	–
Montana	3	3	–	–	–	3	–	–	–
Nebraska	5	5	–	–	–	5	–	–	–
Nevada	6	–	–	6	–	–	–	6	–
New Hampshire	4	–	–	4	–	–	–	4	–
New Jersey	14	–	–	14	–	–	–	14	–
New Mexico	5	–	–	5	–	–	–	5	–
New York	29	–	–	29	–	–	–	29	–
North Carolina	15	15	–	–	–	15	–	–	–
North Dakota	3	3	–	–	–	3	–	–	–

Ohio	18	18	–	–	–	18	–	–	–
Oklahoma	7	–7	–	–	–	7	–	–	–
Oregon	7	–	–	7	–	–	–	7	–
Pennsylvania	20	20	–	–	–	20	–	–	–
Rhode Island	4	–	–	4	–	–	–	4	–
South Carolina	9	9	–	–	–	9	–	–	–
South Dakota	3	3	–	–	–	3	–	–	–
Tennessee	11	11	–	–	–	11	–	–	–
Texas***	38	36	2	–	–	37	1	–	–
Utah	6	6	–	–	–	6	–	–	–
Vermont	3	–	–	3	–	–	–	3	–
Virginia	13	–	–	13	–	–	–	13	–
Washington****	12	–	–	8	4	–	–	8	4
West Virginia	5	5	–	–	–	5	–	–	–
Wisconsin	10	10	–	–	–	10	–	–	–
Wyoming	3	3	–	–	–	3	–	–	–
Total	538								

Vir: U. S. Electoral College (2017b)

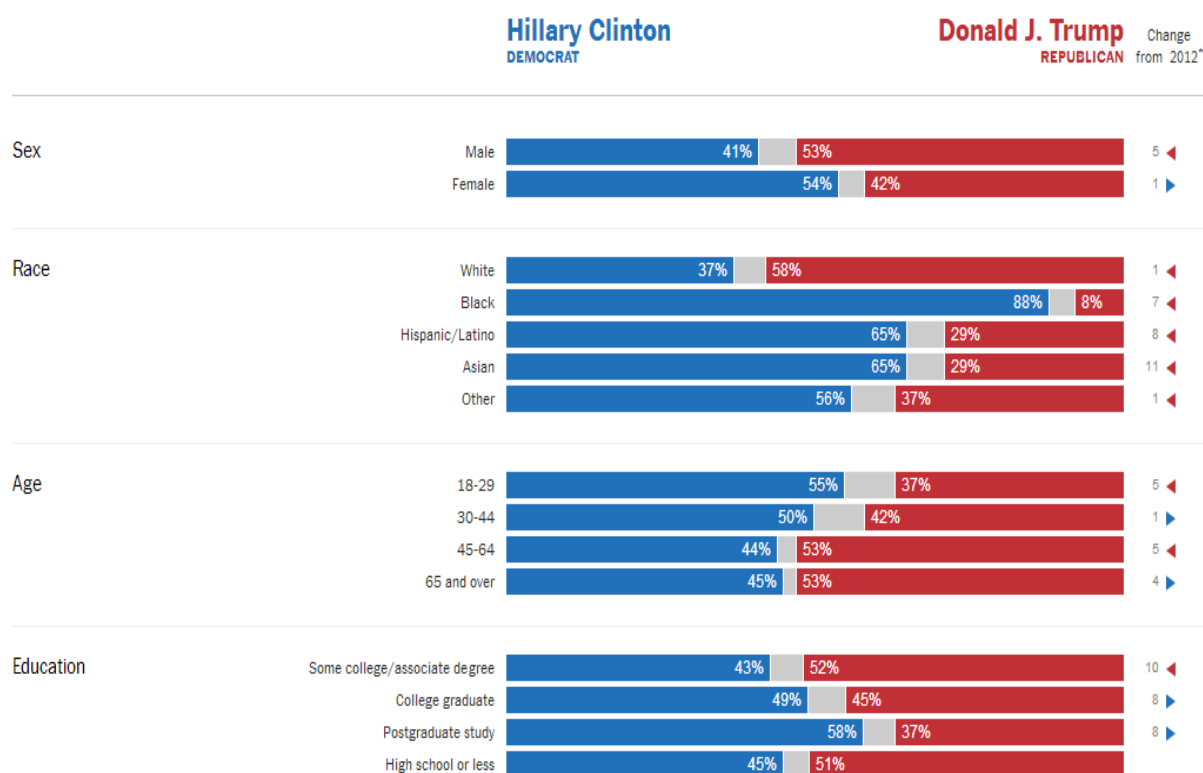
Hillary Clinton je dobila skoraj 400.000 glasov več, kot jih je dobil strankarski kolega Barack Obama leta 2012, a je večina teh glasov prišla iz Kalifornije in New Yorka, tradicionalnih demokratskih zveznih držav, kar na seštevek elektorskih glasov nima vpliva. Dobila je skoraj tri milijone glasov volivcev več od tekmeca. Zanj je glasovalo približno 66 milijonov volivcev, za Trumpa pa okoli 63 milijonov. Trump je svojo kampanjo začel in vseskozi vodil izjemno tvegano – že na začetku je mehiške priseljence razglasil za posiljevalce in kriminalce. Večina analitikov je bila zato prepričana, da tudi če že osvoji nominacijo republikanske stranke, bo zaradi vse pomembnejših glasov volivcev latinskoameriškega rodu na koncu izgubil proti demokratskemu protikandidatu. Trump je v nasprotju s tem konvencionalnim prepričanjem vse stavil na bele volivce ameriškega srednjega Zahoda. Imel je prav in na koncu se mu je to tveganje obrestovalo. Clintonovi je odvzel pomembne glasove Wisconsina, Michigana in celo Pensilvanije, Latinskoameričani pa mu niso uspeli odvzeti Floride (MMC RTV SLO 2016b).

5.4.2 Kako je Hillary Clinton izgubila?

Veljala je za izrazito favoritko v predsedniški tekmi. Računala je na glasove, ki so na prejšnjih volitvah prinesli zmago Baracku Obami, vendar Afroameričani, Latini in mladi volivci niso prišli na volišča podpret Clintonove v zadostnem številu. Zanj je volilo le 88 odstotkov Afroameričanov (gl. sliko 5.7), kar je manj kot leta 2012 za Obamo, ko je zanj

oddalo glas 95 odstotkov temnopoltih volivcev. Podprlo jo je tudi le 65 odstotkov Latinov, kar je v primerjavi z Obamo štiri leta nazaj manj; njega je podprlo 71 odstotkov Latinov. Clintonova ni bila priljubljena niti pri belih volivcih; ti so jo podprli le v 37 odstotkih, prav tako manj kot pri Obami pred štirimi leti, ko je dobil 39 odstotkov »belih« glasov. Beli volivci so letos sicer predstavljali 70 odstotkov volilnega telesa, na prejšnjih volitvah pa 72. Prepričala ni mladih volivcev; te je na svojo stran pridobil strankarski tekmelec Sanders; v primerjavi z volitvami leta 2012, ko jih je Obama prepričal 60 odstotkov, jih je Clintonova le 55 odstotkov. Velik del ameriškega volilnega telesa je bil razočaran in ni imel več zaupanja v ameriški politični »esteblišment«, zato je v iskanju nečesa novega, drugačnega, volil za Trumpa, ki se je ponujal kot edina alternativa obstoječemu Washingtonu. Usluge pa ji ni naredil niti FBI, ki je dober teden pred volitvami, natančneje 28. oktobra, ponovno odprl zadevo z elektronsko pošto.

Slika 5.7: Prikaz razporeditve glasov na podlagi spola, rase, starosti in izobrazbe



Vir: The New York Times (2016)

5.5 OKOLIŠČINE IN DEJAVNIKI

»Porušil je norme ameriške politike, velik del volilnega telesa zasmehoval na podlagi rase in vere ter napadal legitimnost političnega procesa. Preziral je temeljna merila spodobnosti ter

politične nasprotnike žigosal z izbruhi vulgarnosti in poniževanja na osebni ravni» (Kopušar 2016č). Veliko se jih je posmehovalo njegovi predsedniški kampanji, brez besed so ostali skeptiki, ki niso verjeli, da bo sploh kandidiral za predsednika. Pa vendar je osvojil 58. predsedniške volitve. Kako je vodil svojo predsedniško kampanjo in izide volitev, sem že predstavila, zdaj pa pogledajmo, kakšne so bile okoliščine in dejavniki, ki so vplivali na izid volitev in *zakaj je na predsedniških volitvah 2016 zmagal Donald Trump*, kar je temeljni cilj dela in glavno raziskovalno vprašanje.

Prvič: prvi med dejavniki je gotovo volilni sistem, ki je v veljavi. Ta mu je omogočil zmago na volitvah, čeprav je zanj glasovalo 3 milijone manj ljudi. Pred volitvami je Trump veliko govoril o zaupanju oz. nezaupanju v sistem in volitve. Med kampanjo je velikokrat povedal, da so volitve ponarejene. Danes ne more več govoriti o kraji volitev ali sistemu, nastrojenemu proti njemu, saj mu je ravno ta sistem prinesel zmago na volitvah.

Drugič: izid volitev je odraz stanja v ameriški družbi. Trump kot kandidat političnega »antiesteblišmenta« se je uspešno distanciral od politikov, »pokvarjenega Washingtona«, ki jim ameriški državljani ne zaupajo več. Zmaga Donalda Trumpa je rezultat iskanja alternative političnemu establišmentu, iz katerega izhaja tudi Clintonova. Volivci v ZDA pričakujejo nekaj novega, drugačnega vetra v Washingtonu. Zato jim je obljubljal spremembe in zdelo se je, da ima rešitev za vsak problem. Ameriko je prikazal kot slabo, kjer nič ne deluje, kot bi moralo, z veliko problemi, za katere pa ima on rešitev. Lahko bi rekli, da je ujel pravi trenutek in razmišljanje številnih Američanov, da je država na napačni poti ter da ima on in njegova administracija moč in vizijo, s katero bo Amerika spet mogočna. Krvave podobe terorizma, begunska kriza, naraščanje nestrpnosti so nekatere od njegovih udarnih tem, s katerimi je nagovarjal volivce in trkal na njihova čustva. Kot pupulist desnega krila je v volivcih zasejal strah pred izgubo nacionalne suverenosti in podpihoval mednacionalno sovraštvo. Veliko ljudi pa rado verjame, da njih in njihova delovna mesta ogrožajo drugi narodi oz. priseljenci. Ti so vse bolj prestrašeni in iščejo rešitev v ozkoglednih in nacionalističnih voditeljih. Vse manj jih zagovarja odprt in povezan svet, v katerem se meje brišejo, ne pa postavljajo na novo. Lahko rečemo, da se demokratična načela umikajo avtokratom, ki trdijo, da je omejevanje svobode cena za varnost.

Tretjič: Donald Trump je veliko bolje razbral resnično razpoloženje naroda kot pa večina ameriških medijev in javnomnenjskih strokovnjakov, prav tako je tudi do skrajnosti razkrinkal dvoličnost demokratske tekmice. Postavil se je na stran tihe večine razočaranih, obubožanih in opeharjenih ter proti bankirjem in korporacijam, ki jih je utelešala Clintonova. Napovedal

je boj globalizaciji, obljubil državni protekcionizem in predvsem delovna mesta, ki so tisto, česar si Američani najbolj želijo (Volk 2016).

Četrtič: zelo dobro se je zavedal, kako vzbuditi zanimanje za volitve pri državljanih. Američani imajo radi tekmovanje, še posebej, če je napeto, vroče in neusmiljeno. Poleg tega pa ima vsak Američan rad še zabavo (Ferfila 2002, 334). Trump jim je postregel oboje.

Petič: s šokantnimi izjavami si je pridobil ogromno medijske pozornosti, ki jo je dopolnil s tviti, s katerimi je omogočil tudi državljanom, da sodelujejo v »igri«. S tem si je zagotovil, da se je o njem neprestano govorilo in pisalo.

Šestič: niti za trenutek ni podvomil o svoji zmagi. Kljub slabši politični informiranosti in razgledanosti v primerjavi z izkušeno protikandidatko so bili njegovi govori polni samozavesti in samohvale. Celo tako samozavesten je bil, da je po zmagi izjavil, da če bi potrebovali glasove volivcev in ne elektorskih glasov, bi vodil drugačno kampanjo in ravno tako bi zmagal. Sebe je znal prikazati kot poštenega, odkritega in dobrega voditelja. V svojih govorih in nastopih se ni pretvarjal, kar so volivci cenili.

Sedmič: Donald Trump je zmagal tudi zato, ker ga je skoraj ves svet podcenjeval. Podcenjevanje nasprotnika pa nikoli ni dobro in kot po pravilu vodi v poraz. Na vsako njegovo skrbno premišljeno besedno provokacijo se je svet takoj odzval in to je navadno trajalo še nekaj dni, preden se je nekoliko poglelo. Njegovi nasprotniki so delali odločilno napako – ukvarjali so se z njegovimi domislicami namesto z njegovimi volivci, norčevali so se iz njegovih potez, namesto da bi razkrivali njegove resnične osebnostne in politične slabosti, ki mu jih nikakor ne manjka. Opozarjali so predvsem na njegovo politično neizkušnost, nepoznavanje zunanje politike in domnevno osebnostno neprimernost za ravnanje z vojaškimi potenciali države in jedrskim orožjem. A vse to je bilo kot naročeno zanj, ker njegovih volivcev ti očitki niso odvrnili. Trumpu je bilo vseskozi kristalno jasno, da bo nagovarjal samo tiste volivce, ki jih realno lahko pridobi, in to mu je nazadnje tudi odlično uspelo (Volk 2016).

Osmič: ne gre spregledati dejstva, da je svojo kampanjo začel s tremi velikimi prednostmi. Demokrati so namreč upali na tretji zaporedni mandat v Beli hiši, kar posamezni stranki ni uspelo prav pogosto, samo dvakrat v zadnjih osemdesetih letih. Gospodarska rast je bila še vedno počasna, prepočasna. Demokratska nominiranka je bila političarka iz preteklosti, z visoko nepriljubljenostjo med državljani, in ni predstavljala želje po spremembi (Zakaria 2016). V plus mu lahko štejemo tudi veliko prepoznavnost, ki si jo je v zadnjih nekaj letih

pridobil oz. še povečal z nastopanjem v resničnostnem šovu Vajenec, zato se mu s tem ni bilo treba posebej ukvarjati v predvolilni kampanji.

Njegovo politično komuniciranje je bilo dovršeno in zelo dobro tempirano. Odgovor na zastavljeno raziskovalno vprašanje *Kakšno vlog pri zmagi Trumpa je imelo njegovo politično komuniciranje?* je: odločilno in ključno. V njegovem volilnem štabu so se zelo dobro zavedeli njegovih osebnih lastnosti; strategijo in taktiko so zelo dobro prilagodili njegovi osebnosti, zgradili so mu trden imidž, dodobra preučili ameriško realnost in si zagotovili neverjetno medijsko pozornost. Prisilili so druge, da so se ukvarjali z njim, medtem ko je on deloval po zamišljenem načrtu.

6 ZAKLJUČEK

Dejstvo je, da je 45. ameriški predsednik postal Donald Trump, kako bo uresničeval predvolilne obljube, kakšne spremembe se bodo zgodile in kje se bodo gradile meje, pa bo pokazal čas. Kot je bilo že omenjeno, je predsednik v svoji oblasti vendarle omenjen s sistemom zavor in ravnovesij, kar mu ne omogoča samovoljnega upravljanja države.

Vsaka nova kampanja prinese zmagovalce, poražence pa tudi nekaj novega in svežega v smislu komunikacije. Trumpov nastop na zadnjih predsedniških volitvah si bomo gotovo zapomnili po nekaterih najočitnejših stvareh. Ena izmed njih je komunikacija prek družbenega omrežja Twitter, ki ga je uporabljal precej pogosto za podajanje šokantnih izjav, ki so jih mediji in državljani pograbili v trenutku. S tem si je zagotovil prepotrebno medijsko pozornost, ki je temelj za uspeh na volitvah. Posebej gre čestitati ekipi strokovnjakov in svetovalcev, ki so pripravili odlično kampanjo, ki je bila prilagojena njegovi osebnosti, poudarjala je uspešnost njegove blagovne znamke Trump in upoštevala realno stanje razočarane ameriške družbe, ki je željna drugačnosti in sprememb. Imeli so točno začrtan cilj, preslepili so številne strokovnjake, tekmece in medije, da so se bolj kot na lastno delo osredinjali na Trumpove izjave. Uprizorili so pravi šov, v katerem je sodelovalo veliko ljudi, predvsem pa so ga oz. se je sam predstavil v drugačni luči kot vsi drugi kandidati. Uporabili so vse, kar je dobrega pri Trumpu, in ignorirali vse, kar je slabega. Gotovo si bomo kampanjo zapomnili tudi po neprimernih izjavah, ki so močno odmevale po svetu in razdvajale javnost, kar pa je bilo le del načrta, ki mu je prinesel zmago. Prav tako ni prizanašal svojim tekmecem. Njegov strupeni besednjak pa mogoče maje celo temelje demokratične družbe. Poseben je bil tudi v tem, da ni nagovarjal vseh volivcev, ampak samo tiste, za katere je vedel, da jih lahko pridobi na svojo stran. Za ceno tega je druge celo poniževal, ker je vedel, da v nobenem primeru ne bodo glasovali zanj.

Zakaj Trump? Ponovno se je izkazalo, da je politična komunikacija ključna za uspeh na volitvah. Z uspešno zastavljeno in izvedeno kampanjo lahko pridobiš odločilno število volivcev na svojo stran, ki ti s tem prinese zmago; ravno to je uspelo Donaldu J. Trumpu.

Bil je »avtsajder«, ki je postal ameriški predsednik. S tem pa mu je bila zaupana mogoče najpomembnejša funkcija na svetu. Do tega je prišel z dobro premišljeno strategijo; vse je bila ena velika igra, ki se je izkazala za zmagovalno. Ali so z njim zmagali tudi ameriški državljani, ko so ga izvolili, pa je druga stvar. Poraja se vprašanje, ali je Trump res sprememba, ki bi si jo želeli. Je predsednik, ki žali svoje državljane, res dober in zaupanja

vreden predsednik? Je predsednik, ki v marsičem vidi teorijo zarote, verodostojen predsednik?
To bodo pokazale naslednje volitve in glasovi volivcev.

7 LITERATURA

1. Almond, Gabriel A in James S. Coleman. 1960. *The Politics of the Developing Areas*. New Jersey: Princeton University Press.
2. Ansolabehere, Stephen, Roy Behr in Shanto Iyengar. 1993. *The Media Game*. New York: Macmillan Publishing Company.
3. Basle, Andreja. 2002. Deset Seguelajevih napak. *Gospodarski vestnik*, 28. oktober, str. 30-31.
4. *Biography*. 2017a. Hillary Clinton. Dostopno prek: <http://www.biography.com/people/hillary-clinton-9251306> (16. Februar 2017).
5. --- 2017b. Donald Trump. Dostopno prek: <http://www.biography.com/people/donald-trump-9511238> (16. februar 2017).
6. Berg - Anderson, Richard E. 2004. *How did we get there, anyway?*. Dostopno prek: <http://www.thegreenpapers.com/Hx/NomProcess.html> (22. april 2017).
7. Brezovšek, Marjan. 1993. *Federalizem in decentralizacija. Politološki vidik položaja in vloge federalnih enot*. Doktorska dizertacija. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
8. --- in Miro Haček. 2012. *Politični sistem Republike Slovenije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
9. Briški, Nataša. 2015. *Zakaj Donald Trump ne bo zmagal na predsedniških volitvah 2016*. Metina lista, 12. avgust. Dostopno prek: <http://metinalista.si/zakaj-donald-trump-ne-bo-zmagal-na-ameriskih-volitvah-2016/> (22. april 2017).
10. Costa, Robert in Philip Rucker. 2015. Donald Trump struggles to turn political fling into a durable campaign. *The Washington Post*, 9. avgust. Dostopno prek: https://www.washingtonpost.com/politics/inside-trumps-orbit-growing-pains-for-a-sudden-front-runner/2015/08/09/7672a8be-3ec6-11e5-9443-3ef23099398b_story.html?utm_term=.5b7ac463ec6f (26. april 2017).
11. CNN Politics. 2017. *2016 Election Results*. Dostopno prek: <http://edition.cnn.com/election/results> (27. januar 2017).
12. *Delo*. 2008. Predsednika ZDA bodo izglasovali elektorji. Dostopno prek: <http://www.delo.si/novice/svet/predsednika-zda-bodo-izglasovali-elektorji.html> (22. marec 2017).
13. Ferfila, Bogomil. 1992. *Kje si Amerika*. Ljubljana: Grafični marketing J. Erjavec.
14. --- 2002. *ZDA. Svet na dlani, 7. knjiga*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

15. Fiorina, Morris P., Paul E. Peterson, Bertram Johnson in William G. Mayer. 2007. *The New American Democracy – Alternate fifth edition*. New Jersey. Pearson Education, Inc.
16. Grad, Franc. 2004. *Volitve in volilni sistemi*. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.
17. ---, Ivan Kristan in Anton Perenič. 2004. *Primerjalno ustavno pravo*. Ljubljana: Pravna fakulteta.
18. Holtz – Bacha, Christina. 2003. Political Advertising during Election Campaign. V: Maarek, Philippe in Wolfsfeld, Gadi (ur.): *Political Communication in a New Era*. London: Routledge.
19. InsideGov. 2016. *Which Cities Give the Most to Donald Trump and Hillary Clinton?* Dostopno prek: http://presidential-candidates.insidegov.com/stories/22343/cities-giving-most-trump-clinton-campaigns?utm_campaign=rec.980.22343.sidebar (13. marec 2017).
- 2017a. *Hillary Clinton2016, Presidential Candidate*. Dostopno prek: <http://presidential-candidates.insidegov.com/l/40/Hillary-Clinton#Financials&s=1HWMiz> (15. marec 2017).
20. --- 2017b. *Donald Trump2016, Presidential Candidate*. Dostopno prek: <http://presidential-candidates.insidegov.com/l/70/Donald-Trump#Financials&s=1HWMiz> (15. marec 2017).
21. Jaklič, Klemen in Jurij Toplak. 2005. *Ustava Združenih držav Amerike s pojasnili*. Ljubljana: Nova obzorja, d. o. o.
22. Kopušar Sebastijan. 2016a. Ameriške sanje: Nepričakovani galop pozlačenega konja. *Delo*, 7. maj. Dostopno prek: <http://www.delo.si/mnenja/blogi/ameriske-sanje-nepričakovani-galop-pozlačenega-konja.html> (2. maj 2017).
23. --- 2016b. Prihaja zmagovita noč Donalda Trumpa. *Delo*, 21. julij. Dostopno prek: <http://www.delo.si/svet/globalno/prihaja-zmagovita-noc-donald-trumpa.html> (2. Maj 2017).
24. --- 2016c. Jesenske sence. *Delo*, 1. avgust. Dostopno prek: <http://www.delo.si/mnenja/komentarji/jesenske-sence.html> (26. marec 2016).
25. --- 2016č. Ameriška klofuta. *Delo*, 10. november. Dostopno prek: <http://www.delo.si/mnenja/komentarji/ameriska-klofuta.html> (25. marec 2017).

26. ---, Maja Jaklič in Mojca Boštele. 2016d. *Ameriške predsedniške volitve 2016*. Dostopno prek: <http://www.delo.si/assets/info5/20160826/zda-volitve-2016/index.html> (21. januar 2017).
27. Kos, Domen. 2016a. Antiesteblišment volilna kampanja in Donald J. Trump. *MMC RTV SLO*, 26. julij. Dostopno prek: <http://www.rtvsllo.si/kolumne/antiesteblishment-volilna-kampanja-in-donald-j-trump/398888> (3. april 2017).
28. --- 2016b. Prva predsedniška debata 2016: pomen, strategije in učinki. *MMC RTV SLO*, 27. september. Dostopno prek: <https://www.rtvsllo.si/kolumne/prva-predsedniska-debata-2016-pomen-strategije-in-ucinki/403734> (5. maj 2017).
29. Kryzaneck, Mihael J. 2004. *Comparative politics: a policy approach*. Boulder: Westview Press.
30. Lorenci, Kamilo. 2004. Ameriški volilni sistem. *24ur.com*, 3. november. Dostopno prek: <http://www.24ur.com/novice/svet/ameriski-volilni-sistem.html> (6. Marec 2017).
31. McNair, Brian. 1999. *An Introduction to Political marketing*. London: Routledge.
32. McQuail, Denis. 1994. *Mass Communication Theory: An Introduction. Third edition*. London: SAGE Publications.
33. Mihelj, Vlado. 2016. Počutje države. *Mladina*, 43. Dostopno prek: <http://www.mladina.si/177086/pocutje-drzave/> (26. marec 2017).
34. *MMC RTV SLO*. 2016a. Donald Trump - od bankrotiranega poslovneža do Bele hiše. Dostopno prek: <http://www.rtvsllo.si/svet/zda-2016/donald-trump-od-bankrotiranega-poslovneza-do-bele-hise/407132> (24. Marec 2017).
35. --- 2016b. Hillary Clinton na koncu s tremi milijoni glasov več od Trumpa. Dostopno prek: <https://www.rtvsllo.si/svet/zda-2016/hillary-clinton-na-koncu-s-tremi-milijoni-glasov-vec-od-trumpa/410703> (24. marec 2017).
36. Mullen, William F. 1976. *Presidential Power and Politics*. New York: St. Martin's Press.
37. *Planet*. 2016. Trump suvereno postal 45. predsednik ZDA. Dostopno prek: <http://www.planet.si/novice/svet/tesno-bo-new-york-times-ze-pripisuje-zmago-trumpu-kam-se-bo-prevesila-florida.html> (15. april 2017)
38. *Real Clear Politics*. Election 2016. Dostopno prek: <http://www.realclearpolitics.com/elections/2016/> (26. januar 2017).
39. Rivero, Cristina. 2016. How marketing helped Donald Trump win the 2016 election. *The Washington Post*, 17. november. Dostopno prek:

- <https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/2016-election/trump-campaign-marketing/> (3. Maj 2017).
40. Sajovic, Kaja. 2016. Hillary Clinton: Prva dama, ki si je vedno prizadevala še više. *MMC RTV SLO*, 7. avgust. Dostopno prek: <http://www.rtvsl.si/svet/zda-2016/hillary-clinton-prva-dama-ki-si-je-vedno-prizadevala-se-vise/399552> (12. marec 2017).
 41. Schantz, Harvey L. 1996. *American Presidential Election: Process, Policy and Political Change*. State University of New York Press.
 42. Shafer, Jack. 2015. Donald Trump Talks Like a Third-Grader. *Politico Magazine*, 13. avgust. Dostopno prek: <http://www.politico.com/magazine/story/2015/08/donald-trump-talks-like-a-third-grader-121340> (5. maj 2017).
 43. Sharma. Manoj. 2004. *Comparative Politics and Political Analysis*. New Delhi: Anmol Publications Pvt. Ltd.
 44. Šabič, Zlatko. 2016. Obama in Trump sta produkt iskanja alternative. *Delo*, 9. november. Dostopno prek: <http://www.delo.si/mnenja/komentarji/obama-in-trump-sta-produkt-iskanja-alternative.html> (19. marec 2017).
 45. *Siol. net*. 2016. Kaj dva dni pred predsedniškimi volitvami v ZDA kažejo napovedi? Dostopno prek: <http://siol.net/novice/svet/kaj-dva-dni-pred-predsedniskimi-volitvami-v-zda-kazejo-napovedi-429243> (26. marec 2017).
 46. Štromajer, Jernej. 2016. Disfunkcionalnost ameriškega volilnega sistema: ključni so elektorski glasovi, ne glasovi volivcev. *MMC RTV SLO*, 2. november. Dostopno prek: <https://www.rtvsl.si/svet/zda-2016/disfunkcionalnost-ameriskega-volilnega-sistema-kljucni-so-elektorski-glasovi-ne-glasovi-volivcev/405712> (3. marec 2017).
 47. *The New York Times*. 2016. Election 2016: Exit Polls. Dostopno prek: https://www.nytimes.com/interactive/2016/11/08/us/politics/election-exit-polls.html?_r=0 (23. april 2017).
 48. --- 2017. Presidential Election Results: Donald J. Trump Wins. Dostopno prek: <https://www.nytimes.com/elections/results/president> (28. marec 2016).
 49. *The White House*. Dostopno prek: <https://www.whitehouse.gov/> (29. januar 2017).
 50. Tocqueville, Alexis de. 1996. *Demokracija v Ameriki I*. Ljubljana: Krtina (knjižna zbirka Krt).
 51. Tomšič, Matevž. 2002. *Politična stabilnost v novih demokracijah*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče (zbirka Sodobna družba).

52. Tratnik, Ksenja. 2016. »Trumpu je zmago prinesla mobilizacija belih volivcev«. *MMC RTV SLO*, 9. november. Dostopno prek: <https://www.rtvsllo.si/svet/zda-2016/trumpu-je-zmago-prinesla-mobilizacija-belih-volivcev/407165> (11. april 2017).
53. USA.gov. 2017. *Presidential Election Process*. Dostopno prek: <https://www.usa.gov/election> (19. januar 2017).
54. U. S. Electoral College. 2017a. *Distribution of Electoral Votes*. Dostopno prek: <https://www.archives.gov/federal-register/electoral-college/allocation.html> (26. februar 2017).
55. --- 2017b. Dostopno prek: https://www.archives.gov/federal-register/electoral-college/votes/2000_2005.html#2016 (22. marec 2017).
56. *United States Senate*. 2017. *The Constitution*. Dostopno prek: https://www.senate.gov/civics/constitution_item/constitution.htm (29. januar 2017).
57. Volk, Vojko. 2016. Zakaj je zmagal Donald Trump. *Delo*, 11. november. Dostopno prek: <http://www.delo.si/mnenja/gostujoce-pero/zakaj-je-zmagal-donald-trump.html> (4. maj 2017).
58. Vreg, France. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje*. Ljubljana: FDV. Zbirka javnost.
59. Wolf, Peter, ur. 1996. *American Government*. New York: HarperCollins Publishers Inc.
60. Zakaria, Fareed. 2016. Donald Trump has run the worst campaign in modern history. *The Washington Post*, 27. oktober. Dostopno prek: https://www.washingtonpost.com/opinions/donald-trump-has-won-the-worst-campaign-in-modern-history/2016/10/27/5c870118-9c7e-11e6-b3c9-f662adaa0048_story.html?utm_term=.c7eca4b7fd43 (27. april 2017).