VIŠJA STROKOVNA ŠOLA ACADEMIA MARIBOR

DIPLOMSKO DELO

ANALIZA LOKALNIH VOLITEV 2006 V OBČINI PESNICA S POUDARKOM NA KOMUNIKACIJI

Kandidat: Roman Richter
Študent študija ob delu
Številka indeksa: 11190122234
Program: komercialist
Mentorica: mag. Mirjana Ivanuša-Bezjak

Jarenina, maj 2008

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Študent Roman Richter izjavljam, da sem (v skladu z Zakonom o avtorskih in sorodnih pravicah – UL št. 16/2007) avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom Mag. Mirjane Ivanuša- Bezjak.

V Mariboru, dne 7.5.2008

…….
podpis:

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici, gospe mag. Mirjani Ivanuša - Bezjak, za moralno in tehnično pomoč ter za vso podporo v času študija.

Vsem zaposlenim na šoli sem hvaležen za njihov trud in razumevanje.

Hvala Janiju za njegovo tehnično pomoč.

Zahvaljujem se sošolkam in sošolcem, ki so krivi tega, da mi bo študij ostal v lepem spominu.

Hvala lektorici ge.Marjani Vertačnik za lektoriranje diplomske naloge.

Ter nenazadnje - zahvaljujem se mojim najdražjim, ki so mi ves čas študija stali trdno ob strani.

POVZETEK

Motiv za izbiro pričujočega diplomskega dela je v avtorjevem dolgoletnem delovanju v občinskem svetu občine Pesnica. Že tretji mandat sem občinski svetnik, od leta 2007 tudi podžupan.

O pojmu lokalne samouprave prvič govorimo že v povezavi s srednjeveškimi mesti.
Skozi stoletja se je lokalna samouprava neprestano spreminjala, predvsem v povezavi s spremembami režimov.
Z osamosvojitvijo Slovenije smo tudi v samostojni državi leta 1994 uvedli lokalno samoupravo, kakršno poznamo še danes, resda z že nekaj spremembami oziroma dopolnitvami. Te spremembe so posegle predvsem na geografsko področje, spremenile pa so se tudi pristojnosti županov in občinskih svetov.

Lokalna samouprava je med ljudmi vedno bolj v ospredju. Ljudje želijo vedno pogosteje in konkretneje odločati o svojem neposrednem bivalnem okolju. Želijo odločati o posegih v bivalno okolje, želijo razvoj bivalnega okolja kot prioriteto.
Zato ne preseneča veliko število kandidatov na lokalnih volitvah, kakor tudi ne preseneča vedno večje število občin. Čas je pokazal, da so občine, ki so se odcepile od večjih občin, predvsem mestnih, beležile mnogo hitrejši razvoj predvsem na področju komunalne infrastrukture in družbenih dejavnosti.

Na političnem področju vlada vedno večja konkurenca med političnimi strankami. V ta boj pa so se na lokalnem nivoju vključile tako imenovane nestrankarske liste in nestrankarski kandidati.
Če hočemo biti v tej konkurenci uspešni, moramo dobro poznati tudi volilno telo - volivce.

Z analizo rezultatov lokalnih volitev 2006 v občini Pesnica smo želeli dobiti določene odgovore, ki bodo služili kot podlaga za kvaliteten nastop na prihodnjih volitvah.

Kvaliteten, profesionalen nastop, poznavanje volilnega telesa, pravilen izbor načina nagovora volivcev ter kandidat, ki je znan volivcem in med njimi uživa zaupanje, so osnovni pogoji za uspeh na volitvah.

Ker je za uspešno kandidaturo potrebno dobro poznavanje pravil in zakonov, smo v nalogi podrobno obdelali tudi to področje, kakor tudi financiranje lokalnih volitev.

V analizi rezultatov lokalnih volitev 2006 v občini Pesnica smo ob primerjavi rezultatov lokalnih volitev 2002 zaznali določene premike v volilnem telesu. Zaznali smo premik v tako imenovano desno stran, padla pa je podpora tako imenovanim neodvisnim listam.
Pomemben dejavnik na volitvah je tudi volilna udeležba, ki je v primerjavi z lokalnimi volitvami 2002 bistveno slabša.

ABSTRACT

Motif for this thesis is the author's long-term involvement in the municipal council of Pesnica municipality. This is my third mandate as a municipal councillor and from 2007 I am also the deputy mayor.

The term local self-government has first been spoken of in connection with medieval towns. Local self-government has constantly been changing throughout the centuries, especially in connection with changes of regimes.

With the independence of Slovenia, local self-government has been introduced in 1994. The form is still used today, albeit with some changes and supplements. These changes have mostly been of geographical nature but have also brought changes in competence (jurisdiction) of mayors and municipal councils.

Local self-government is becoming more and more preferred amongst the people. People want to have more and more control about decisions that influence their immediate environment, they want to decide about the changes and the development of their immediate environment as the priority.
Therefore it is not surprising that more candidates run in local elections and more municipalities are formed. Time has shown that municipalities, which have seceded from larger municipalities, have recorded faster development, especially in the area of communal infrastructure and social activities.

In politics, there is more and more competition among political parties. On local level, more and more non-party lists and non-party candidates have joined the political battle. If one wants to be successful in this competition, good knowledge of the voting body – voters is needed.

With the analysis of the 2006 local elections in Pesnica municipality, we wanted to acquire specific answers - data, which would serve as the basis for the next elections.

Quality, professional presentation, good knowledge of the voting body, the correct choice of addressing the voters and the candidate, who is well-known to the voters and has their confidence, are all basic conditions for success in elections.

Successful candidacy also requires good knowledge of rules and laws and that is why this work also contains the analysis of this field, as well as the field of financing the local elections.

In the analysis of the 2006 local elections results in Pesnica municipality, we have, in comparison to the 2002 local elections, established certain shifts in the voting body. Shifts to the so called right wing have occurred, as well as the shift in the direction of decreased support to the non-party lists. An important factor is also the voting participation (poll), which has, in comparison to the 2002 local elections, significantly decreased.

KAZALO

1. UVOD 10
1.1 Opredelitev obravnavane teme 10
1.2. Namen, cilji in osnovne trditve 10
1.2.1. Namen 10
1.2.2. Cilji 10
1.2.3. Osnovne trditve 11
1.2.4. Predvidene metode raziskovanja 11
2. OBČINA PESNICA 12
2.1. Predstavitev občine Pesnica 12
2.2. Občina Pesnica kot del Republike Slovenije, ter statistični podatki za R. Slovenijo 12
3. VOLITVE IN ZAKONSKI POGOJI ZA KANDIDIRANJE 14
3.1. Volitve župana 14
3.2. Volitve v svet občine 16
3.3. Rokovnik za izvedbo lokalnih volitev 19
3.4. Pravila volilne kampanje 19
3.5. Financiranje lokalnih volitev 21
4. RAZVOJ SLOVENSKE LOKALNE SAMOUPRAVE 24
4.1. Od srednjega veka do 2. svetovne vojne 24
4.2. Od 2. svetovne vojne do danes 28
5. METODE IZVAJANJA VOLILNE KAMPANJE 30
5.1. Plakatiranje 30
5.2. Neposredni stik z volivcem 32
5.3. Sredstva javnega obveščanja 36
6. ANALIZA LOKALNIH VOLITEV 2006 V OBČINI PESNICA 41
6.1. Volitve župana 41
6.2. Volitve v občinski svet 45
6.3. Volilna udeležba 52
6.4. Odkloni levo-desno 53
6.5. Nestrankarske liste 54
7. ZAKLJUČEK 55
8. LITERATURA IN VIRI 57

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Volitve župana 41
Graf 2: Rezultati glasovanja za župana po KS 42
Graf 3: Rezultati glasovanja za župana po KS 42
Graf 4: Rezultati glasovanja za župana po KS 43
Graf 5: Rezultati glasovanja za župana po KS 43
Graf 6: Predčasno glasovanje 44
Graf 7: Skupni rezultati v občini Pesnica – občinski svet 46
Graf 8: Rezultati glasovanja za občinski svet po KS - Jarenina 47
Graf 9: Rezultati glasovanja za občinski svet po KS – Jakobski Dol 48
Graf 10: Rezultati glasovanja za občinski svet po KS – Pesnica pri Mariboru 49
Graf 11: Rezultati glasovanja za občinski svet po KS – Pernica 50
Graf 12: Volilna udeležba 2002 - 2006 53
Graf 13: Število sedežev (levo-desno) v občinskem svetu 53
Graf 14: Število sedežev (levo-desno) v občinskem svetu 54

1. UVOD

1.1 Opredelitev obravnavane teme

V občinskem svetu občine Pesnica sem že tretji mandat občinski svetnik. Od 1. 4. 2007 sem tudi podžupan.

Odločil sem se, da se bom v svoji diplomski nalogi lotil analize lokalnih volitev 2006 v občini Pesnica.

S to analizo bom dobil odgovore na vprašanja, ki so ključnega pomena za pravilno vrednotenje rezultatov volitev, lahko pa bo tudi dobra podlaga za pripravo naslednjih kandidatur.

1.2. Namen, cilji in osnovne trditve

1.2.1. Namen

Na političnem področju vlada vedno večja konkurenca med političnimi strankami. V ta neizprosen boj so se vključile tudi tako imenovane nestrankarske liste in kandidati.

Nasploh je zlasti pred lokalnimi volitvami zaznati trend hitre rasti nestrankarskih list ter kandidatov.

Ta trend se je očitno prenesel tudi na predsedniške volitve, saj večina kandidatov nastopa z metodo zbiranja podpisov podpore h kandidaturi, torej kot nestrankarski kandidati.

Če hočemo biti v tej konkurenci uspešni, moramo dobro poznati tudi volilno telo - volivce.

1.2.2. Cilji

Cilji diplomskega dela so:

- podrobna raziskava rezultatov volitev
- analiza različnih načinov nagovarjanja volivcev
- analiza porabljenih sredstev
- izsledki, ki jih bo dala analiza, bodo služili kot podlaga za kvaliteten nastop na prihodnjih volitvah

1.2.3. Osnovne trditve

Samo kvaliteten, profesionalen nastop, poznavanje volilnega telesa, pravilen izbor načina nagovarjanja volivcev ter kandidat, ki je znan volilnemu telesu, so osnovni pogoji za uspeh na volitvah.

Pomemben dejavnik uspeha je tudi denar, čeprav je pri lokalnih volitvah na podeželju denar sekundarni dejavnik.

1.2.4. Predvidene metode raziskovanja

Pri izdelavi diplomske naloge bomo uporabili namizno raziskovanje.

Kot osnovo za analizo rezultatov bomo uporabili rezultate volitev v občini Pesnica v letih 2002 in 2006 ter jih primerjali.

Vsi podatki so javno dostopni.

2. OBČINA PESNICA

2.1. Predstavitev občine Pesnica

Občina Pesnica leži v SV delu Slovenije, v podravski statistični regiji. Ustanovljena je bila leta 1990. Takrat je obsegala tudi območje današnjih sosednjih občin Kungota in Šentilj. Z uveljavitvijo lokalne samouprave leta 1994 je dobila današnje meje.

Po podatkih iz decembra 2005 ima občina Pesnica 7440 prebivalcev ter se razprostira na površini 75,8 kvadratnih kilometrov. V občini je 2352 gospodinjstev (statistični urad RS 2002).

Občina Pesnica meji z občinami: Šentilj, Kungota, Sv. Jurij v Slov. goricah, Lenart ter Maribor.

Občinski svet Občine Pesnica ima 17 članov.

Župan Občine Pesnica je trenutno Venčeslav Senekovič.



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje

2.2. Občina Pesnica kot del Republike Slovenije ter statistični podatki za R. Slovenijo

Občina Pesnica je ena izmed 210-ih občin v Sloveniji.

Republika Slovenija ima po podatkih iz marca 2006 - 2.004.394 prebivalcev, 1.663.012 je volilnih upravičencev (statistični urad RS 2006).

Število občinskih svetnikov je leta 2006 naraslo na 3382.

Lokalne volitve 2006



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje

Podravska regija



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje

3. VOLITVE IN ZAKONSKI POGOJI ZA KANDIDIRANJE

3.1. Volitve župana

Zakon o lokalni samoupravi (uradno prečiščeno besedilo) ZLS- UPB1 v svojem 28. členu določa, da so organi občine :

- občinski svet
- župan
- nadzorni odbor

.

V 33. členu ZLS - UPB1 so zapisane pravice in dolžnosti župana.

Župan predstavlja in zastopa občino.

Župan predstavlja občinski svet, sklicuje in vodi seje občinskega sveta, nima pa pravice glasovanja.

Župan predlaga občinskemu svetu v sprejem proračun občine in zaključni račun proračuna, odloke in druge akte iz pristojnosti občinskega sveta ter skrbi za izvajanje odločitev občinskega sveta.

Župan skrbi za objavo statuta, odlokov in drugih splošnih aktov občine.

Župan lahko zadrži objavo splošnega akta občine, če meni, da je neustaven in nezakonit, in predlaga občinskemu svetu, da o njem ponovno odloči na prvi naslednji seji, pri čemer mora navesti razloge za zadržanje. Če občinski svet vztraja pri svoji odločitvi, se splošni akt objavi, župan pa lahko vloži pri ustavnem sodišču zahtevo za oceno njegove skladnosti z ustavo in zakonom.

Župan zadrži izvajanje odločitve občinskega sveta, če meni, da je nezakonita ali v nasprotju s statutom ali drugim splošnim aktom občine, in predlaga občinskemu svetu, da o njej ponovno odloči na prvi naslednji seji, pri čemer mora navesti razloge za zadržanje. Ob zadržanju izvajanja odločitve občinskega sveta župan opozori pristojno ministrstvo na nezakonitost take odločitve. Če občinski svet ponovno sprejme enako odločitev, lahko župan začne postopek pri upravnem sodišču.

Če se odločitev občinskega sveta nanaša na zadevo, ki je z zakonom prenesena v opravljanje občini, župan opozori pristojno ministrstvo na nezakonitost oziroma neprimernost take odločitve.

Župan lahko imenuje tudi podžupana, lahko ga tudi razreši. Podžupana imenuje izmed članov občinskega sveta.
Župan lahko imenuje več podžupanov.
V primeru predčasnega prenehanja mandata župana, podžupan opravlja funkcijo župana do razpisa nadomestnih volitev.

Župan je občinski funkcionar. Svojo funkcijo lahko opravlja poklicno ali nepoklicno.

V primeru razmer, v katerih bi lahko bilo v večjem obsegu ogroženo življenje in premoženje občanov, občinski svet pa se ne more sestati pravočasno, lahko župan sprejme začasne nujne ukrepe. Te mora predložiti v potrditev občinskemu svetu takoj, ko se ta lahko sestane.

Župan sklicuje in vodi seje občinskega sveta. Lahko pa za vodenje sej pooblasti podžupana ali člana občinskega sveta.
Če nastopijo razlogi, da župan ne more voditi že sklicane seje občinskega sveta, jo vodi podžupan.
Župan sklicuje seje občinskega sveta v skladu z določbami statuta občine in poslovnika občinskega sveta, mora pa jih sklicati najmanj štirikrat letno.
Župan mora sklicati sejo občinskega sveta, če to zahteva najmanj četrtina članov občinskega sveta, seja pa mora biti v petnajstih dneh potem, ko je bila podana pisna zahteva za sklic seje.

V 37. a členu zakona o lokalni samoupravi so navedeni razlogi, ko županu, podžupanu ali članu občinskega sveta preneha mandat:

- če izgubi volilno pravico
- če postane trajno nezmožen za opravljanje funkcije
- če je s pravnomočno sodbo obsojen na nepogojno kazen zapora, daljšo od šestih mesecev
- če v treh mesecih po potrditvi mandata ne preneha opravljati dejavnosti, ki ni združljiva s funkcijo župana, podžupana ali člana občinskega sveta
- če nastopi funkcijo ali začne opravljati dejavnost, ki ni združljiva s funkcijo župana, podžupana ali člana občinskega sveta

- če v enem mesecu po potrditvi mandata ne preneha opravljati funkcije ali dela v občinski oziroma državni upravi, ki na podlagi določb 37. b člena tega zakona ni združljivo s funkcijo župana, podžupana in člana občinskega sveta

- če odstopi

Članu občinskega sveta, županu in podžupanu preneha mandat z dnem, ko občinski svet ugotovi, da so nastali razlogi za prenehanje mandata iz prejšnjih navedb. Zoper takšno odločitev lahko član občinskega sveta, župan in podžupan, ki mu je prenehal mandat, v osmih dneh od prejema sklepa vloži tožbo na upravno sodišče, ki o njej odloči v 30-ih dneh.

Funkcija župana ni združljiva s funkcijo člana občinskega sveta in podžupana, s članstvom v nadzornem odboru in z delom v občinski upravi ter z drugimi funkcijami, za katere tako določa zakon.

Župana volijo volivci, ki imajo v občini stalno prebivališče, na neposrednih tajnih volitvah. Volilno pravico ima vsak polnoleten slovenski državljan, ki mu ni bila odvzeta poslovna sposobnost (Grad, 1996, 217).
Mandatna doba župana traja štiri leta. Število mandatov ni omejeno.

3.2. Volitve v svet občine

Občinski svet je eden izmed organov občine.
Je najvišji organ odločanja o vseh zadevah v okviru pravic in dolžnosti občine.
V okviru svojih pristojnosti občinski svet:
- sprejema statut občine
- sprejema odloke in druge občinske akte
- sprejema prostorske in druge plane razvoja občine
- sprejema občinski proračun in zaključni račun
- daje soglasje k prenosu nalog iz državne pristojnosti na občino
- imenuje in razrešuje člane nadzornega odbora ter člane komisij in odborov občinskega sveta
- nadzoruje delo župana, podžupana in občinske uprave glede izvrševanja odločitev občinskega sveta

- imenuje in razrešuje predstavnike občine v sosvetu načelnika upravne enote
- odloča o pridobitvi in odtujitvi občinskega premoženja
- imenuje in razrešuje člane sveta za varstvo uporabnikov javnih dobrin
- odloča o drugih zadevah, ki jih določa zakon in statut občine

Občinski svet ima komisijo za mandatna vprašanja, volitve in imenovanja, ki jo imenuje izmed članov občinskega sveta. Občinski svet lahko ustanovi tudi druge komisije in odbore kot svoja delovna telesa. Člani komisij in odborov so lahko poleg občinskih svetnikov tudi drugi občani, vendar ne več kot polovica članov komisije ali odbora. Delovno telo občinskega sveta vodi član občinskega sveta. Članstvo v komisiji ali odboru ni združljivo s članstvom v nadzornem odboru občine ali z delom v občinski upravi.
Občinski svet lahko kot svoja posvetovalna telesa z odlokom ustanovi tudi krajevne, vaške ali četrtne odbore.

Člani občinskega sveta so občinski funkcionarji.
Občinski svet se voli na podlagi splošne in enake volilne pravice z neposrednim in tajnim glasovanjem.
Občinski svet šteje od 7 do 45 članov.
Člani občinskega sveta se volijo za mandatno dobo štirih let. Število mandatov ni omejeno.
Volitve ureja zakon o lokalnih volitvah, ki poleg volitev v občinske svete ureja še druge lokalne volitve.
Mandati na lokalnih volitvah se delijo glede na volilni sistem. Poznamo večinski sistem ter proporcionalni sistem. V manjših občinah z manjšim številom občinskih svetnikov (manj kot 12) je v uporabi večinski sistem, pri večjih pa je v veljavi proporcionalni sistem.
Bistvena razlika med proporcionalnim načinom razdelitve mandatov in večinskim sistemom je zlasti v tem, da se mandati pri večinskem sistemu dodelijo tistim kandidatom, ki so dobili na volitvah večino, medtem ko se pri proporcionalnem sistemu mandati (približno) sorazmerno razdelijo med politične subjekte, ki so nastopili na volitvah s svojimi kandidati (Grad, 1996, 86).
Da bi se v proporcionalnem sistemu na volitvah dalo vendarle več teže glasu posameznega kandidata, se je uvedel t.i. prednostni (preferenčni) glas, kjer volivec izrecno nameni poleg glasu za neko listo ali stranko še glas za osebo s te liste, saj želi, da ga ta oseba zastopa.

Vsak sistem ima svoje prednosti in slabosti.
Večinski sistem ima denimo prednost, da omogoča tesnejšo povezanost med volivci in izvoljenimi. Je tudi enostavnejši, preglednejši in da praviloma omogoča volivcem odločanje med kandidati, torej med posameznimi osebnostmi.
Pri večinskem sistemu namreč kandidirajo posamezniki, ki jih v lokalni skupnosti volivci lahko poznajo kot osebe, ne samo kot pripadnike določene stranke in tudi volivci v takem primeru glasujejo bolj o osebah, ne toliko o političnih strankah.
Slabost večinskega sistema pa je, da lahko pride do delitve sedežev, ki ni dovolj v skladu z volilnimi rezultati (Grad , 1996, 73).

Prednost proporcionalnega sistema je, da zagotavlja sorazmerno razdelitev sedežev v predstavniškem telesu glede na volilni izid in s tem ustrezno zastopanost političnih stališč v lokalni skupnosti.
Vendar pa proporcionalni sistem praviloma povzroča nestabilnost v delovanju predstavniškega telesa, ne omogoča pa tudi tesnejše povezanosti med volivci in njihovimi predstavniki.
Proporcionalni sistem terja tudi izredno zapleten način volitev, ki je zaradi tega neprimeren za (zlasti manjše) lokalne skupnosti (Grad , 1996, 73).

Tako večinski kot tudi proporcionalni sistem sta razširjena po svetu podobno na lokalni kot na državni ravni.

Če se člani občinskega sveta volijo po proporcionalnem načelu v občini kot eni volilni enoti, se mandati dodelijo listam kandidatov na podlagi dHondtovega sistema. Če pa se člani občinskega sveta volijo po proporcionalnem načelu v več volilnih enotah, se mandati dodeljujejo listam kandidatov na dveh ravneh: na ravni volilne enote in na ravni občine. Na ravni volilne enote se mandati dodelijo listam kandidatov po navadnem (Hareovem) volilnem količniku. Mandati, ki niso bili razdeljeni v volilnih enotah, pa se razdelijo na ravni vse občine po dHondtovem sistemu, ki je nekoliko drugače uporabljen kot pri državnih volitvah (Grad , 1996,74).

3.3. Rokovnik za izvedbo lokalnih volitev

Roke za izvedbo lokalnih volitev določi državna volilna komisija. Lokalne volitve so bile 22.10. 2006.

Kandidati za župane in občinske svetnike so lahko svoje kandidature vložili najkasneje do 27. septembra do 19. ure.

Volilna kampanja se začne 30 dni pred dnevom volitev. Leta 2006 se je začela 22. septembra, končala pa 20. oktobra opolnoči, ko je nastopil volilni molk.

Neuradni volilni izidi so znani že kmalu po zaprtju volišč, uradni pa najkasneje 6. dan po volitvah.

Zelo pomemben podatek, ki se ga ne sme zamuditi, je tudi rok za vložitev pritožb na volilni izid. Zakon predvideva rok - 24 ur po koncu volitev. Ker si ta rok volilne komisije lahko razlagajo različno, je priporočljivo morebitno pritožbo vložiti kar se da hitro na občinsko volilno komisijo.

Politične stranke in občani lahko podajo tudi predloge za sestavo volilnih odborov. Roke za oddajo vlog predpiše volilna komisija. Za lokalne volitve 2006 je bil ta rok 30. avgust. Volilni imeniki so bili razgrnjeni do 9. septembra.

Volivci, ki so želeli glasovati po pošti, so morali svojo zahtevo podati najpozneje do 15. oktobra. Predčasno glasovanje je potekalo od 17. do 19. oktobra.

Do 19. oktobra so morali volivci, ki so želeli glasovati na volišču, dostopnem invalidom, svojo namero posredovati občinski volilni komisiji.

V občinah, kjer je bil za izvolitev župana potreben drugi krog volitev, so volitve potekale 12. novembra.

3.4. Pravila volilne kampanje

Zakon o volilni kampanji ureja pravila volilne kampanje za volitve poslancev državnega zbora, predsednika republike in članov občinskih svetov ter županov. Zakon v svojem 1.

členu določa, kaj je volilna kampanja in pravi, da spadajo v volilno kampanjo vsa politično propagandna sporočila in druge oblike politične propagande, katerih namen je vplivati na odločanje volivcev pri glasovanju o kandidatih za poslance državnega zbora, za predsednika republike in za člane občinskih svetov ter župane. V njo sodijo zlasti:

- volilna propaganda v javnih glasilih in drugih sredstvih javnega obveščanja
- plakatiranje
- predvolilni shodi

Nadalje zakon v svojem 2. členu predvideva, da se volilna kampanja lahko začne najprej 30 dni pred dnevom glasovanja, končati pa se mora najkasneje 24 ur pred dnevom glasovanja, o čemer smo govorili že v prejšnjem poglavju.

Volilno kampanjo lahko organizirajo sami kandidati, predlagatelji kandidatov ali list kandidatov, oziroma politične stranke ali drugi organizatorji volilne kampanje.
Za zakonitost izvajanja volilne kampanje je odgovoren organizator volilne kampanje.
Tuje pravne oziroma fizične osebe ne smejo organizirati volilne kampanje.

V Republiki Sloveniji ni dovoljeno izvajati volilne kampanje za volitve v drugi državi.

Vsaka lista kandidatov ali posamezni kandidat na volitvah za člane občinskega sveta oziroma kandidat za župana ima lahko samo enega organizatorja volilne kampanje.

Volilna kampanja in pozivanje k volitvam določenih kandidatnih list oziroma kandidatov nista dovoljena v prostorih ali s sredstvi verskih skupnosti, državnih in občinskih organov, javnih zavodov in drugih oseb javnega prava.
Izjemoma je dovoljeno organizirati predvolilne shode v prostorih iz prejšnjega odstavka, če v kraju ni na voljo nobene druge zgradbe z dvorano, v kateri bi bilo mogoče zbrati večje število ljubi (Zakon o volilni kampanji, 2. b člen).

Če pride v času volilne kampanje med nastopi ali v volilnih sporočilih posameznih organizatorjev volilne kampanje ali kandidatov do nespoštovanja pravic drugih kandidatov, imajo prizadeti kandidati pravico nemudoma zahtevati postopek za varstvo svojih pravic pred pristojnim sodiščem (Zakon o volilni kampanji, 3. člen).

Pri objavah raziskav javnega mnenja o kandidatih in strankah v času volilne kampanje je treba navesti izvajalca, metodologijo in naročnika raziskave.
Sedem dni pred dnevom glasovanja ni dovoljena objava raziskav javnega mnenja o kandidatih, listah kandidatov in strankah (Zakon o volilni kampanji, 4. člen).

Javna glasila morajo najkasneje 45 dni pred dnevom glasovanja določiti in objaviti pravila (obseg, pogoje, način) za izrabo programskega časa oziroma časopisnega prostora za predstavitev kandidatov, političnih strank in njihovih programov.
S pravili mora biti zagotovljena enakopravnost kandidatov ter političnih strank.
Informativno-politična javna glasila v pretežno javni lasti morajo zagotoviti vsem organizatorjem volilne kampanje enake pogoje za objavljanje volilnih propagandnih sporočil (Zakon o volilni kampanji, 5. člen).

Javna glasila ne smejo objavljati volilnih propagandnih sporočil brez navedbe naročnika.

3.5. Financiranje lokalnih volitev

Finance so eden tistih dejavnikov, ki pomembno vplivajo na rezultate volitev. Je pa opažena razlika med podeželjem ter mestnimi občinami. Na podeželju je vpliv financ na izid volitev manjši, saj je na podeželju odločanje volivcev v večji meri odvisno od prepoznavnosti kandidata, ter je posledično temu uspešno volilno kampanjo možno izpeljati s skromnejšimi finančnimi sredstvi. Prav tako je na podeželju prisotnega več volonterskega dela na terenu.
V mestnih občinah pa prepoznavnost kandidata ni toliko močna, zaradi tega je potreben večji finančni vložek za uspešno promocijo kandidata.
Prepoznavnost kandidata v mestni občini ima sicer tudi prednost, vendar je takšnih kandidatov v mestih neprimerno manj kot na podeželju.

Stroški volilne kampanje so naslednji:

- stroški tiskanja in razobešanja plakatov
- stroški objavljanja predvolilnih oglasov in sporočil v javnih glasilih
- stroški organizacije in izvedbe predvolilnih shodov

- stroški tiskanja, reprodukcije in razpošiljanja predvolilnega materiala, ki se pošilja neposredno volivcem

Organizator volilne kampanje mora najkasneje 45 dni pred dnevom glasovanja odpreti poseben žiro račun z oznako »za volilno kampanjo« in pri tem navesti tudi volitve, za katere organizira volilno kampanjo. Organizator mora vsa finančna sredstva, ki jih sam nameni ali dobi od drugih pravnih ali fizičnih oseb za financiranje volilne kampanje, zbrati na posebnem žiro računu. Vse stroške volilne kampanje mora organizator volilne kampanje poravnati izključno s tega žiro računa. Ta račun je organizator volilne kampanje dolžan zapreti najkasneje v treh mesecih po dnevu glasovanja (Zakon o volilni kampanji, 18. člen).

Organizator volilne kampanje za člane občinskega sveta ali župana mora v 60-ih dneh po dnevu glasovanja poslati občinskemu svetu in računskemu sodišču poročilo o vseh zbranih in porabljenih sredstvih za volilno kampanjo.
Poročilo mora vsebovati vse podatke o virih sredstev in načinu njihove porabe (Zakon o volilni kampanji, 19. a člen).

Stroški volilne kampanje za volitve v občinski svet ne smejo preseči 60 tolarjev na posameznega volilnega upravičenca v občini.
Stroški volilne kampanje za volitve župana na smejo preseči 40 tolarjev na posameznega volilnega upravičenca v občini. Če pride do ponovitve glasovanja, se stroški volilne kampanje za oba kandidata, ki na tem glasovanju kandidirata, lahko povečajo še za 20 tolarjev na posameznega volilnega upravičenca v občini.

Občine lahko z ustreznim aktom določijo delno povrnitev volilnih stroškov tudi za organizatorje oziroma kandidate na volitvah za člane občinskih svetov oziroma župana.
Akt o delni povrnitvi stroškov za volitve v občini mora biti sprejet pred začetkom volilne kampanje in mora omogočiti povrnitev stroškov vsem organizatorjem volilne kampanje ali kandidatom, ki jim pripadajo mandati v občinskih svetih, in vsem kandidatom za župane oziroma organizatorjem volilne kampanje zanje, ki dobijo vnaprej določen delež glasov (Zakon o volilni kampanji, 24. člen).

Po končani kampanji mora organizator volilne kampanje za člane občinskega sveta ali župana v 60-ih dneh po dnevu glasovanja poslati občinskemu svetu in računskemu sodišču poročilo o vseh zbranih in porabljenih sredstvih za volilno kampanjo. Vsi podatki so javni.

4. RAZVOJ SLOVENSKE LOKALNE SAMOUPRAVE

Lokalne volitve so - za razliko od državnih - volitve organov lokalne samouprave. To pomeni, da imajo prebivalci lokalnih skupnosti pravico, da sami upravljajo z lokalnimi zadevami. Čeprav je lokalna skupnost bistveno manjša od države, tudi tu običajno neposredna demokracija pomeni bolj izjemo kot pa pravilo. Zato tudi v lokalni samoupravi prevladuje posredna demokracija, ki se kaže v tem, da občani prenesejo pravico odločanja na lokalne organe.

Volitve predstavniškega telesa oziroma drugih organov lokalnih skupnosti imajo v okviru lokalne samouprave podobno vlogo in pomen kot volitve na državni ravni. V obeh primerih gre za demokratičen način odločanja o tem, katere osebe bodo predstavljale voljo ljudi v predstavniškem telesu ali v drugem pomembnem organu odločanja v skupnosti (Grad, 1996, 221, 222).

4.1. Od srednjega veka do 2. svetovne vojne

Začetki lokalne samouprave na slovenskih tleh segajo v srednji vek.

Prvič lahko o lokalni samoupravi govorimo v povezavi s srednjeveškimi mesti. Ta so se najprej razvila v slovenskih obmorskih mestih, ki so pridobila določeno stopnjo avtonomije in neodvisnosti od deželnega kneza ali zemljiškega gospoda.

Od začetka 17. stoletja do sredine 18. stoletja je v Sloveniji vladal politični absolutizem. V obdobju pravnega absolutizma, ko sta Avstro-Ogrski vladala Marija Terezija in kasneje Jožef II., se je država navznoter krepila z oblikovanjem državnega uradniškega aparata, da bi vladarja lahko omejila samovoljo plemstva. Sredi 18. stoletja, ko je bil vladarjev položaj močno okrepljen, ja ta začel ustanavljati svoje urade tudi na nižjih stopnjah.

Med reformami v letih 1748-49 se na srednji deželni stopnji začnejo ustanavljati kresije, na čelo katerih so bili postavljeni okrožni glavarji. Na Štajerskem je bilo pet kresij, na Koroškem dve, na Kranjskem tri, Goriška je bila enotno upravno okrožje, Primorje je spadalo k tržaškemu ozemlju.

V času Ilirskih provinc so bile leta 1810 ustanovljene komune ali merije (ustanovil jih je Napoleon). Večje komune (več kot 2400 prebivalcev) je vodil župan, manjše (manj kot 2400 prebivalcev) pa sindik. Ljubljanskega župana je imenoval cesar, druge pa generalni guverner.
Po odhodu Francozov je Avstrija komune ukinila, njihova območja pa je upoštevala pri oblikovanju novih okrajev. Oblikovane so bile glavne občine na čelu z višjimi rihtarji.

Za obdobje vladanja Marije Terezije in Jožefa II. je bilo značilno, da je bil uradniški aparat močno razvejan.

Marčna revolucija 1848 in občinski zakon, izdan 17. marca 1849, sta prinesla samostojen položaj občin, ki so bile zasnovane kot samostojna, samoupravna prvostopenjska oblast. Vsaka občina je imela pravico do volitev svojih predstavnikov, javne predstavitve svojega gospodarjenja, samostojnega opravljanja svojih nalog, javnega delovanja svojih predstavnikov. Osnovna oblika občine, kot jo poznamo danes, je bila imenovana krajevna občina.
Decembrski patent iz leta 1851 je razveljavil marčno ustavo in uvedel strogi centralizem, kar je pomenilo popolno omejitev samostojnosti krajevnih občin. Prve volitve po sprejetju marčne ustave so bile izvedene leta 1851, naslednje pa so bile odložene, kar je pomenilo, da so do leta 1861 delovali enaki občinski odbori.

5. marca 1862 je začel veljati zakon za ureditev občin, po katerem so bili oblikovani občinski in občinski volilni redi za posamezne dežele (Koroška, Štajerska, Kranjska, Goriška, Istra), ki so bili sprejeti do junija 1863. Zakon je urejal vrste občin, njihovo delovno področje, občinske organe in poseben položaj deželnih glavnih mest in okrožnih mest. Najpomembnejšo vlogo v občini je imel občinski zastop, ki je bil sestavljen iz občinskega odbora (štel je od 8 do 30 članov in volil župana) in občinskega predstojništva.

Mestne občine so imele poseben status.
Župane mestnih občin je moral potrditi cesar. Izvršilni organ mestnega občinskega sveta je bil magistrat, ki so ga sestavljali župan ter občinski in magistratni svetovalci. Take vrste ureditev so v 80-ih letih 19. stoletja imela mesta Ljubljana, Maribor, Celje in Ptuj.

Oblikovanje občin v državi SHS je zaznamovala najvišja stopnja samoupravnosti v Sloveniji. Leta 1918 nastane Kraljevina SHS, kar za oblikovanje in delovanje občin ne prinese bistvenih sprememb.
Vidovdanska ustava, sprejeta 28. junija 1921, je postavila nova načela za ureditev lokalne samouprave. Predvidevala je vzpostavitev lokalne samouprave na treh ravneh, v občini, v okraju in oblasti. Lokalna samouprava na lokalni ravni ni bila nikoli izpeljana, drugi dve pa sta precej uspešno delovali.
Oblasti so pomenile najvišjo raven lokalne samouprave v Kraljevini SHS. Delovale so do leta 1929, ko so jih zamenjale banovine. Slovenija je bila razdeljena na mariborsko in ljubljansko oblast, načelovala pa sta ji politična predstavnika vlade, velika župana. Na čelu oblasti sta bila poleg župana še oblastna skupščina in oblastni odbor.

Leta 1929 je bila samouprava v oblasteh po naročilu kralja Aleksandra ukinjena. Kraljevina Jugoslavija je bila razdeljena na devet banovin, sreze in občine. Slovensko ozemlje je bilo zajeto v Dravski banovini s sedežem v Ljubljani, ki je obsegala prejšnjo mariborsko in ljubljansko oblast.

Leta 1921 je bilo na slovenskem ozemlju 1227 občin. V Kraljevino Jugoslavijo jih je spadalo 1073, v Kraljevino Italijo pa 154.
V Dravski banovini je število občin ostalo skoraj nespremenjeno, saj jih je bilo 1072.

Zakon o občinah iz leta 1933 je določal, da ima občina lahko najmanj 3000 prebivalcev, izjemoma manj. Temeljni organ je bil občinski odbor.
Istega leta je bila komasacija občin, katere posledica je bila združitev občin na samo 362.

Občine, kot jih poznamo danes, so se po marčni revoluciji 1848 imenovale krajevne občine (povzeto po RTV SLO, julij 2006).



V 80-ih letih 19. stoletja so bile na Slovenskem štiri mestne občine: Ljubljana, Maribor, Celje in Ptuj.

Foto: RTV SLO

4.2. Od 2. svetovne vojne do danes

Obdobje po drugi svetovni vojni je zaznamovalo živahno delovanje na področju lokalne samouprave.

Leta 1952 je bil sprejet zakon o razdelitvi Ljudske republike Slovenije na mesta, okraje in občine. Med mesta so spadali Ljubljana, Maribor in Celje, okrajev je bilo 19, občin pa 386 (skupaj z mestnimi in s tistimi v tržaški coni B).

Z ustavnim zakonom iz leta 1953 je oblast pripadala delovnemu ljudstvu, ljudski odbori pa so bili opredeljeni kot organi lokalne samouprave, najvišji organi oblasti v občinah, mestih in okrajih.

Občine so bile opredeljene kot ozemeljske in gospodarske enote, sestavljene iz enega ali več naselij. Okraji so bili sestavljeni iz občin in mestnih občin.

Leta 1955 je bil v Jugoslaviji vzpostavljen komunalni sistem, s katerim občine dobijo položaj komun, v katerih naj bi se gradili novi socialistični družbeni odnosi. Z uveljavitvijo komun je bila izbrisana razlika med mestnimi in običajnimi občinami.

Do leta 1963 so se pristojnosti občin zaradi nenehne decentralizacije vseskozi povečevale, njihovo število in število okrajev pa se je neprestano zmanjševalo. Leta 1964 so bili na slovenskem ozemlju le še štirje okraji: Ljubljana, Maribor, Celje in Koper, ki so bili sestavljeni iz skupno 62 občin.

Ustavna določila iz leta 1964 so določala, da se lahko v večjih mestih ustanovi tudi več občin. Občinsko skupščino sta sestavljala občinski odbor in zbor delovnih ljudi.

Ustava iz leta 1974 je kot temeljno teritorialno enoto določila občino, katere pristojnosti so bile precej velike. Občinsko skupščino so sestavljali zbor združenega dela, zbor krajevnih skupnosti in družbenopolitični zbor. Med najpomembnejšimi akti, ki jih je sprejela občina, so bili statut, proračun in odloki.

Od leta 1965 do 1994 je bilo v Sloveniji od 60 do 65 občin. Povprečna slovenska občina je imela več kot 30.000 prebivalcev in je obsegala več kot 300 kvadratnih kilometrov.

21. decembra 1993 je bil sprejet zakon o lokalni samoupravi, ki je opredeljeval reformo lokalne samouprave v samostojni Sloveniji. Zakon o referendumu za ustanovitev občin v letu

1994 je določal izvedbo posvetovalnih referendumov 29. maja in 11. septembra 1994 (v občini Koper).
3. oktobra 1994 je bilo z Zakonom o ustanovitvi občin ustanovljenih 11 mestnih in 136 običajnih občin.
Leta 1998 je bilo ustanovljenih še 45 občin, med katerimi pa niso vse ustrezale predpisanim merilom za ustanovitev. Leta 2002 je Slovenija dobila še eno novo občino. Skupaj jih je bilo 193.
Ker so se pojavljale vedno nove težnje po ustanovitvi novih občin, so bili z zakonom določeni minimalni pogoji za ustanovitev novih občin. Pomemben dejavnik sta postala število prebivalcev (min. 2000) ter infrastruktura. Ti pogoji se kljub poskusom raznih lobiranj dosledno spoštujejo.

S 1. januarjem 2007 v Sloveniji tako nastane 17 novih občin, za katere so se prebivalci odločili na posvetovalnih referendumih.
Republika Slovenija je tako razdeljena na 210 občin.

Z letom 2009 pa se bo v Republiki Sloveniji uvedla tudi II. stopnja lokalne samouprave, to je razdelitev Slovenije na pokrajine.



Z uvedbo komunalnega sistema l. 1955 se mestne in običajne občine med seboj niso več razlikovale.
Vir: FOTO RTV SLO

5. METODE IZVAJANJA VOLILNE KAMPANJE

Organizatorji volilnih kampanj se za dosego cilja, to je zmage na volitvah, poslužujejo najrazličnejših metod za prepričevanje volivcev. V bistvu so metode že preizkušene na predhodnih volitvah. Včasih kdo od organizatorjev volilne kampanje izvede kaj novega, pa vendar so najpogostejši načini prepričevanja volivcev: plakatiranje, neposredni stik z volivci ter sredstva javnega obveščanja.

Ti trije načini prepričevanja volivcev so bili uporabljeni tudi na Lokalnih volitvah 2006 v Občini Pesnica.

V priročniku Kako zmagati na volitvah avtorja Matjaž Šinkovec in Božidar Novak navajata naslednje pogoje za volilni uspeh:

a. dober kandidat
b. potrebna sredstva za primerno financiranje kampanje
c. dobra organizacija
d. legalen in napadalen nasprotnik
e. kontrola stranke in njene moči
f. dober razlog, da volivci volijo za nas
g. poštenost in legitimnost volitev

5.1. Plakatiranje

Verjetno najstarejši reklamni mediji v zgodovini so mediji na prostem, ki večinoma na telegrafski način prenašajo kratka sporočila.

Že v prazgodovini so na takšen način komunicirali z risanjem in pisanjem sporočil na jamske stene, skale in drevesa. Ta način komuniciranja je še vedno izredno koristen, saj spodbuja k neposredni aktivnosti. Ključ do uspešnega sporočila je njegova enostavnost in jasnost.

Med temi mediji poznamo predvsem:

- plakate
- oglasne panoje
- elektronske zaslone
- balone
- avtomobilske nalepke

- priponke
- avtomobile z ozvočenjem (v zadnjem času avtobuse z reklamo in ozvočenjem).

Plakati so ena najstarejših tehnik propagiranja v predvolilni kampanji.
Solidarnost je na poljskih volitvah 1989 zmagala predvsem s plakatno tehniko propagiranja (Šinkovec, Novak, 1990,44).
Na plakatih je v celoti objavila svoj program, preko katerega je bil odtisnjen znak Solidarnost. Na plakatih, ki so propagirali kandidate za volitve v lokalne organe oblasti, se je ob lokalnem politiku vedno objavljal tudi Lech Walensa. S tem so volivcem sugerirali, da je tudi lokalni kandidat, tako kot Walensa, kandidat Solidarnosti.
Podobna tehnika izdelave plakatov za kandidate strank je bila zaznavna tudi med lokalnimi volitvami leta 2006.
Plakati strank so v večini imeli enotno podobo na področju celotne države, le slike lokalnih kandidatov so se razlikovale od občine do občine.
Prav tako je bilo zaznati napredek pri kulturi izobešanja plakatov. Večina plakatov je bila namreč nameščena na za to predvidena javna plakatna mesta, ki jih je zagotovila občina, ter na prenosne reklamne panoje. Lepljenja plakatov na drevesa ter avtobusna postajališča skoraj ni bilo.

Čeprav nekatere raziskave kažejo, da vpliv plakatov na odločitev volivcev ne dosega več visokega odstotka (okoli 10 %), pa je plakatiranje kot oblika predvolilne propagande nujno potrebno. Zagotavlja namreč neprestano prisotnost kandidatov med volilnim telesom.

Pravila plakatiranja ureja Zakon o volilni kampanji. Navedeni zakon v svojem 8. členu določa, da je lepljenje in nameščanje plakatov z volilno propagandnimi sporočili dovoljeno na plakatnih mestih, ki jih določi občina. Občina mora brezplačno zagotoviti vsem organizatorjem volilne kampanje enakopravnost pri lepljenju in nameščanju plakatov na teh plakatnih mestih.
Občina lahko določi tudi dodatna plakatna mesta, ki so organizatorjem volilne kampanje na razpolago le pod določenimi pogoji in proti plačilu.

Dovoljeno je tudi plakatiranje izven plakatnih mest, vendar le z dovoljenjem lastnika zemljišča ali objekta.
Če je v skladu s predpisi za plakatiranje izven plakatnih mest potrebno dovoljenje, ga na zahtevo organizatorja kampanje izda pristojni organ. Organizator volilne kampanje lahko vloži vlogo za dovoljenje najprej 60 dni pred dnevom glasovanja.

Prelepljanje ali uničevanje plakatov je z zakonom prepovedano. Prepovedano je tudi nameščanje plakatov v času volilnega molka. Na Lokalnih volitvah 2006 v Občini Pesnica je bil tudi na tem področju zaznan velik korak naprej, kajti kršitev v tej smeri je bilo zelo malo. Še najbolj je plakate uničevalo slabo vreme.

Plakati dobro služijo tudi po koncu volitev, in sicer za obvezno zahvalo volivcem. V občini Pesnica je ta način zahvale volivcem žal popolnoma izpadel, saj ga ni uporabil nobeden izmed organizatorjev volilne kampanje.
Organizatorji volilne kampanje pa morajo paziti na 15-dnevni rok po dnevu glasovanja, v katerem morajo odstraniti vse svoje plakate in druga volilno propagandna sporočila s plakatnih mest. Na to so pazili prav vsi organizatorji volilne kampanje v občini Pesnica, saj 15-dnevnega roka ni prekoračil noben organizator volilne kampanje.

5.2. Neposredni stik z volivcem

Poglavitni del kampanje je njena uspešnost pri komuniciranju z volivci - preko sredstev javnega obveščanja in drugih, predvsem bolj neposrednih osebnih načinov. Kljub temu, da v kampanji obvladamo vsa ostala področja, pa iz vsega našega truda ne bo nič, če popustimo pri obveščanju, političnem marketingu, politični propagandi.
Politični marketing ali politična propaganda, predstavlja pomembno sredstvo za doseganje tekočega, usklajenega delovanja družbe. Ljudje se ne morejo organizirati, če ne dobijo informacije, kaj storiti. Ta informacija in način, na katerega jo dostavljamo ljudem, je propaganda (Šinkovec, Novak, 1990,42).

Marketinška zasnova političnega procesa postavi v ospredje javno pozornost kandidata, stranko in njen program pa potisne v ozadje. To zasnovo utemeljujejo z dejstvom, da je zaradi

hitrih sprememb v ekonomiki strankarsko politiko nevarno utemeljevati na točno opredeljeni politiki (Vreg, 2004, 69).

Izkušnje volilnih kampanj so pokazale, da je zelo težko spremeniti uveljavljeno podobo kandidata v okolju in posledično temu spremeniti stališča volivcev do kandidata. Zelo težko oziroma skoraj nemogoče je spremeniti podobo politika iz preteklosti.

Strokovnjaki za politični marketing vztrajajo pri predstavitvi celostne osebnosti kandidata, ne pa pri »izboljševanju« njegovega videza. Politiku svetujejo, naj ostane takšen, kakršen je (Vreg, 2004, 69).

Volivci politika vsak dan opazujejo ter presojajo, ali je pošten ali pa skorumpiran politični lisjak.

Politik dopolnjuje svoj imidž s pomočjo stalne prisotnosti v javnosti, s kroženjem njegovih izjav v medijih, z intervjuji. Volivci želijo izvedeti kar največ podrobnosti iz politikovega življenja . Zanima jih njegova zasebnost, njegovi hobiji…

Občina Pesnica je medijsko slabo pokrita. Televizija je sicer prisotna skoraj v vsakem gospodinjstvu, vendar se lokalne volitve na tem mediju pojavljajo na splošno. Ne predstavljajo vsakega lokalnega področja posebej, ali pa ga zelo malo. Na tem področju so zelo uspešne lokalne televizije, ki dobro predstavijo lokalne kandidate. Na področju občine Pesnica lokalne televizije ni.

Prav zaradi tega razloga je neposredni stik z volivci najučinkovitejši način nagovarjanja volivcev v občini Pesnica. Tega načina se je posluževala večina kandidatov in kandidatnih list.

V občini Pesnica so v prednosti kandidati, ki so v javnosti poznani: bodisi zaradi delovanja v občinskih organih, v krajevnih društvih, bodisi zaradi svoje poklicne angažiranosti.

Kandidati, ki v javnosti niso toliko prisotni ter posledično temu poznani volivcem, se morajo ljudem predstaviti v volilni kampanji. Zaradi slabe medijske pokritosti je ravno neposredni stik z volivci silno pomemben.

Komuniciranje lahko najbolj na splošno opredelimo kot prenos sprejetih simbolov med ljudmi. Ko komunicirajo, ljudje med seboj prenašajo sporočila s pomočjo različnih simbolov (besed, kretenj govorice telesa, slik, svetlobnih in zvočnih simbolov itd.) (Mihaljčič, 2004, 9).

Z neposrednim stikom z volivci mislimo predvsem na dva sklopa komuniciranja.

Prvi sklop komuniciranja predstavlja dopisovanje z volivci. Pri tem načinu komunikacije pošiljamo volilno propagando v obliki pisem, dopisnic ali v nekaterih drugih oblikah volivcu z imenom in priimkom. Pri tem je pomembno predvsem to, da gre za dvosmernost in kontinuiranost komuniciranja. Volivci pogosto odgovarjajo na pisma kandidata, ta pa jim, če želi ustvariti ugoden vtis, mora odgovoriti.

Uspešen način komunikacije je tudi dopisovanje, oziroma obračanje na mnenjske voditelje v krajih. To so ljudje, ki so med krajani cenjeni in spoštovani ter se njihovo mnenje upošteva. Takšni ljudje so sposobni kreirati mnenje sokrajanov.

V ta sklop komuniciranja spada tudi telefonsko komuniciranje, kjer aktivisti med kampanjo stopijo v stik z volivcem ter istočasno z anketiranjem ugotavljajo njegovo mnenje o aktualnih družbenih vprašanjih, stranki in kandidatu.

V različnih fazah predvolilne kampanje je treba razlikovati med vsaj tremi tipi raziskav. Raziskovanje javnega mnenja na samem začetku volilnega spopada nam pove, kaj si o kandidatu misli relativna večina. Tovrstne raziskave so ponavadi vsebinsko obsežne in volilne štabe oborožijo predvsem s podatkom o kandidatovi prepoznavnosti in priljubljenosti, o kandidatovem ugledu, o političnih prednostih in slabostih, ki jih volivci pripisujejo kandidatu. Tovrstne raziskave torej volilne štabe seznanjajo s stališči in mnenji volilnega telesa, ki so še kako pomembni pri nadaljnjem načrtovanju ali spreminjanju volilne kampanje. Pomembno je, da vedo, katere skupine njihovega kandidata podpirajo, katere mu jasno nasprotujejo in kdo so t.i. neopredeljeni volivci (Rademacher in Tuchfarber, 1999, 203-204).

Drugi tip raziskav imenujemo »follow up pool«. Gre za vsebinsko krajše in bolj osredotočene raziskave, ki se nanašajo na morebitne šibke točke preteklih raziskav, lahko pa so tudi t.i. vroče raziskave, ki se izvajajo proti koncu kampanje (Rademacher in Tuchfarber, 1999, 204).

Tretji tip raziskave, t.i. »tracking poll«, bi lahko opisali kot raziskavo, s katero se preverjajo še zadnja razmerja med posameznimi kandidati in uspešnost posameznih kampanj. Poglavitna značilnost tovrstnega tipa raziskav je, da so zelo kratke, saj vsebujejo le nekaj vprašanj, in da se pogosto izvajajo vsak večer ali vsakih nekaj večerov (Vreg, 2004).

Drugi sklop komuniciranja so srečanja z ljudmi iz oči v oči. Čeprav gre pri tem načinu komuniciranja večinoma za enosmerno komuniciranje, pa je ponavadi prisotna dvosmernost stika z volivci preko njihovih vprašanj, kritik, predlogov do občutenja njihovega razpoloženja. V tem okviru poznamo predvsem:

- volilne shode
- zbore volivcev
- okrogle mize
- obiske od vrat do vrat
- srečanja ob predvolilnem golažu
- prenosne stojnice
- potujoči avtobus z ozvočenjem

Kandidati z volivci skušajo vzpostaviti kontakt ter dialog. Obisk na domu ima - še posebej na podeželju - velik psihološki učinek na volivca ter pozitivno vpliva na volivčevo odločitev. Kandidat ob tem lahko predstavi svoj program. Prav tako se lahko pred volivci predstavi kot prijazen, izobražen, nevsiljiv, iskren, pošten, skratka zaupanja vreden kandidat.

Kandidati in njihovi volilni štabi ob srečanjih z občani praviloma delijo tudi propagandni material, kot so na primer zloženke, kemični svinčniki, dišavniki, obeski za ključe, radirke. To je seveda odvisno od oblike volilne kampanje ter od finančnih zmožnosti.

Kandidat mora imeti tudi zelo dobro organiziran ter številen volilni štab. Pomembno je, da kandidat ne obiskuje volivcev na terenu sam, ampak v prisotnosti katerega od članov volilnega štaba, po možnosti cenjenega in spoštovanega domačina, ki zelo dobro pozna lokalno problematiko. V pogovoru s krajani mora kandidat predvsem prisluhniti volivcem. Skoraj v večini primerov volivci potarnajo nad razno problematiko. Kandidat mora imeti vedno pripravljen odgovor. Da bo odgovor zadovoljil pričakovanja sogovornikov, mora kandidat poznati problematiko področja, na katerem se nahaja.

Ravno zato je zelo pomembno, da ima ob sebi sodelavce, ki poznajo problematiko svojega okolja ter hkrati poznajo tudi rešitve.

Pretirano kritiziranje političnih tekmecev ponavadi ni najbolj produktivno.

Kandidati morajo biti previdni pri obljubah volivcem, saj pretirano ambiciozen in nerealno postavljen program ni izvedljiv, prav tako pa volivci hitro spoznajo, kaj je realnost, ter kaj so

gradovi v oblakih. Vsak izvoljeni kandidat se hitro sreča s proračunsko realnostjo, pretirane obljube pa zato njegov program naredijo neizvedljiv.

Seveda ima neposreden stik z volivci tudi slabe strani.
Največji problem je ta, da kandidat fizično ne zmore obiskati vsega volilnega telesa. Še posebej to velja, kadar se kandidat volivcem resnično posveti.
Zato je potreben angažma številnega in zanesljivega volilnega štaba.
Pri neposrednem stiku z volivci vedno obstaja tudi možnost provokacij s strani drugače mislečih.

5.3. Sredstva javnega obveščanja

Vsa sredstva javnega obveščanja nam lahko služijo za predvolilno kampanjo, le uporabiti jih moramo znati. Najuspešnejša je kampanja, ki uspe v pravšnji meri kombinirati »zastonjsko« in plačano propagando. S sredstvi javnega obveščanja predvsem mislimo na:

- časopise
- televizijo
- lokalne televizije
- radio
- revije
- internet

Ena osnovnih tehnik propagiranja v kampanji je oglaševanje na televiziji, po radiu in v časopisju.

Svetovalci večinoma menijo, da se mora kandidat s finančnimi sredstvi osredotočiti predvsem na televizijsko oglaševanje. Seveda je to aktualno le v primerih, ko je kampanja dovolj velika, da sploh upravičuje uporabo televizije. Manjše kampanje nimajo sredstev, ki so potrebna za televizijske oglase. Te manjše kampanje se raje osredotočajo na delovanje od vrat do vrat in specifične stike z volivci.
Reklame so dragoceno orožje kandidatov (West, 1993).

Westova analiza raziskav televizijskega političnega oglaševanja je izpostavila vpliv oglasov na volivčev način dojemanja kandidata, na pomoč pri določanju prioritet in na vpliv na volivčeve standarde ocenjevanja in pripisovanja krivde.
Televizijsko oglaševanje je vzvod za večino raziskav političnega komuniciranja. Politično oglaševanje na TV ima izjemno težo v študijah političnega komuniciranja.
Politični oglasi so pogosto vir informacij o glavnih vsebinah kampanje. Med svetovalci obstaja konsenz, da najboljši oglasi vzbujajo močne občutke in sprožajo čustvene asociacije. Perlof in Kinsey (1992) sta ugotovila, da svetovalci verjamejo, da je najboljši način za dosego volivčeve pozornosti preko njihovih čustev (Vreg , 2004, 101).
Medtem ko časopis zaradi procesa branja bolj deluje na človekovo pamet, pa radio in televizija delujeta bolj na čustva.

Nesporno je, da so mediji med predvolilnim bojem ključnega pomena. Za običajne ljudi so pogosto edini vir informacij o kandidatih in temah, ki so v razpravi. Njihova odsotnost iz predvolilnega boja lahko ustvari informacijski primanjkljaj, njihova neprofesionalna udeležba v predvolilnem boju pa lahko vpliva na izide. Sodelovanje medijev je skrajno pomembno za to, da bi bilo glasovanje opravljeno na podlagi zavestnega presojanja tekmujočih strank, kandidatov in političnih usmeritev.
Raziskovalci mnenja trdijo, da se medijem v takšnem obdobju poveča pomen; še posebej za televizijo velja, da je najbolj prevladujoč vir obveščanja volilnega telesa in hkrati prednostni nosilec volilnega boja za kandidate in stranke, ki tekmujejo za sedeže (Lange in Palmer, 1996, 9).
Mediji so dolžni zagotoviti, da se politiki ne bi izmikali težavnim temam. Od časnikarjev se pričakuje, da so kritični, da bodo razčlenjevali pomembne razlike med političnimi strankami in kandidati, da bodo osvetljevali pomembne aktualne teme in da si bodo nenehno prizadevali nuditi javnosti tehtno, poučno in pošteno informacijo.
Vendar pogosto velja, da je časnikarska avtonomija bolj cilj kot pa stvarnost. V tej smeri igrajo pomembno vlogo lastniki medijskih hiš, ki poskušajo usmerjati kreatorje informacij. Tudi med novinarji samimi je zaznati simpatiziranje s političnimi opcijami. Javno je znano, da se novinarje deli na leve in na desne.
V potrditev te trditve so tudi javnomnenjske ankete, ki dajejo različne rezultate - odvisno od tega, katera medijska hiša jih opravlja.

Znana je trditev, da poskušajo javnomnenjske raziskave usmerjati javno mnenje.

Svetovalci opažajo tudi razlike v komunikacijskih vedenjskih vzorcih volivcev. Ugotavljajo, da »časopisno oglaševanje apelira na racionalnega volivca«. Časopisi naj bi bili tisti, ki dosegajo druge pomembne skupine volivcev; to so volivci, nagnjeni k spremembam mnenja, mnenjski voditelji, elite in starejši.
V študijah političnega komuniciranja časopise mnogokrat primerjajo s televizijo in uporaba časopisov je pogosteje v večji korelaciji s političnim znanjem kot pa uporaba televizije.
Po intenzivni analizi znanstvene literature s področja pridobivanja znanj, ki jih državljani uporabijo pri svojih političnih odločitvah, je bilo ugotovljeno, da je prispevek televizijskih poročil in časopisov k političnemu znanju komplementaren. Ljudje iščejo informacije preko tiska, vendar posamezniki, ki ne iščejo posebnih informacij, izvejo več po televiziji. Časopisi pokrivajo politične vsebine globlje in jih bolj uporabljajo tisti, ki jih politika bolj pritegne (Vreg, 2004, 102).

Kako pomemben je časopis za odločitev volivcev, nam pove podatek, da je ena izmed kampanj britanskih laburistov v preteklosti temeljila na časopisnem oglaševanju. V določenih presledkih so se v časnikih pojavljale politične reklame, ki so v zaporedju delovale kot film ali strip.

Še vedno obstaja razširjeno prepričanje, da se propaganda začne in konča pri časopisu - dovolj je, da časopisi pišejo o zadevi, ki jo želiš propagirati (Šinkovec, Novak, 1990, 38).

Precejšen del medijev je zgolj trenutnega značaja. Če zamudiš TV oddajo, je za vedno izgubljena, razen če jo posnameš. Časopis pa se da shraniti, ne da bi to prej načrtovali.
V časopisu je besedilo mogoče tudi označiti, izrezati članek, ga fotokopirati, poslati po faksu. Skratka, prav gotovo je tisk poglavitni medij za naše komuniciranje z volivci, ker je najbolj prilagojen na redno, dnevno graditev naše kampanje, saj si tako rekoč vsak volivec vzame dnevno čas, da vsaj prelista svoj dnevnik.

Pri uporabi sredstev javnega obveščanja je ključnega pomena poznavanje naše ciljne skupine. Zagotovo ne bomo na lokalnih volitvah delali reklame za kandidata na lokalni televiziji v neki popolnoma drugi občini, ki z našim kandidatom nima nič skupnega.
V politični kampanji se množično uporablja tudi radio. Svetovalci ga vidijo kot najbolj intimnega med vsemi mediji. Njegov učinek je pomemben zaradi tega, ker se sporočila, ki jih sporoča, zasidrajo v poslušalcev spomin. Pomembno je poudariti, da radio učinkuje najbolje, ko dopolnjuje televizijo, kajti z združenim delovanjem obeh medijev je učinek veliko večji, kot če bi se zanašali zgolj na televizijo (Vreg, 2004,102,103).
Radio pojmujejo kot najboljši medij za negativne oglase. Radio se dojema kot mnogo manj izzivalen (konfrontirajoč) od televizije. Po mnenju svetovalcev je mogoče po radiu sporočiti udarnejše sporočilo kot preko TV predvsem zaradi veliko manjše možnosti negativnega odziva volivcev.

Z vse hitrejšim razvojem informacijske tehnologije pa se pojavlja nov medij, to je internet. Njegova uporaba v političnih kampanjah je še razmeroma sveža. Sicer ni najbolj primeren za nagovarjanje volivcev, je pa njegova prava vrednost v tem, da volivcu omogoča veliko količino informacij.

Internet ponuja nove oblike vodoravnega in navpičnega komuniciranja, ki lahko pomembno obogatijo dogajanje na javnem področju. Če takšne mobilizacijske teorije držijo in internetne informacije lahko dosežejo dele politične javnosti, ki so jih tradicionalni politični mediji praviloma puščali ob strani - kot npr. mlade ljudi, prebivalce izoliranih ali oddaljenih naselbin, manjšinske politične skupine - potem bi pojav interneta lahko pomembno razširil civilno družbo in vključevanje družbe v politiko (Ferfila in Kos, 2002, 474).
Na Lokalnih volitvah 2006 v občini Pesnica je bilo zaznati, da so nekatere stranke imele izdelane svoje spletne strani, na katerih so predstavile svoj program ter svoje kandidate. Prav tako se je na internetnih straneh pojavljala tudi t.i. negativna propaganda, kjer so obiskovalci pod izmišljenimi imeni komentirali dejanja kandidatov, da bi jih lahko blatili.

Vsaka kampanja vsebuje medosebno komuniciranje. Mnogi svetovalci opominjajo svoje kandidate, da je vsaka oseba, s katero se kandidat sreča, lahko naložba v kandidatovo prihodnost.

Znanstvene raziskave medosebnega komuniciranja so odkrile, da so politični pogovori pogosto obravnavani kot dopolnilo k množičnim medijem. Študije so pokazale, da obstaja korelacija med uporabo časopisov ali televizije in frekvenco političnih diskusij. Poleg tega se ljudje ob pomanjkanju informacij s strani množičnih medijev za pridobitev političnih informacij obrnejo na medosebne pogovore.

Medosebno komuniciranje je glavna komponenta Popkinove teorije razumnega volivca. Volivci se zanašajo na mnenja drugih kot na bližnjico pri ovrednotenju informacij, ki jih prejemajo iz medijev. »Kampanja in mediji zgolj sprožijo začetna sporočila; dokler teh niso prejeli in ovrednotili ostali, njihovega učinka ni čutiti« (Popkin, 1991,41).

Politični pogovori lahko potekajo na dva načina: vročični pogovori med ljudmi z različnimi pogledi in mirnejše debate med tistimi s podobnimi mnenji. Čeprav mnogo dokazov namiguje na to, da se ljudje raje udeležujejo političnih pogovorov s svojimi somišljeniki, se ljudje udeležujejo pogovorov tudi s tistimi, ki imajo nasprotna mnenja (Vreg, 2004,103).

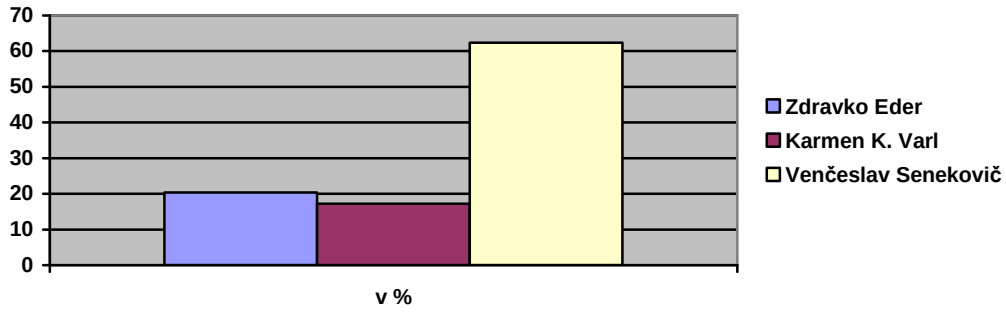
6. ANALIZA LOKALNIH VOLITEV 2006 V OBČINI PESNICA

V nadaljevanju diplomske naloge v poglavju št. 6 bomo analizirali rezultate lokalnih volitev leta 2006 v občini Pesnica. Podlaga za analizo so doseženi rezultati na omenjenih volitvah. Rezultate smo pridobili pri Občinski volilni komisiji Občine Pesnica.

6.1. Volitve župana

- skupni rezultati glasovanja za župana v občini

Kandidat	št. glasov	% glasov
1. ZDRAVKO EDER	671	20,39
2. KARMEN KRAMBERGER VARL	568	17,26
3. VENČESLAV SENEKOVIČ	2051	62,34

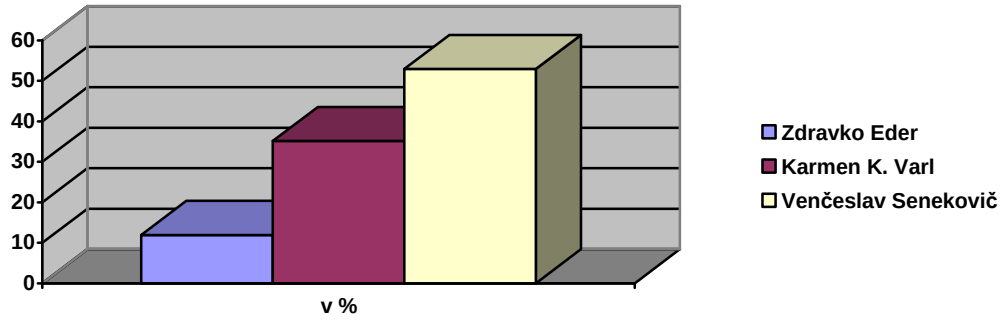


Graf 1 : Volitve župana- skupni rezultat

- rezultati glasovanja za župana po KS

- KS JARENINA

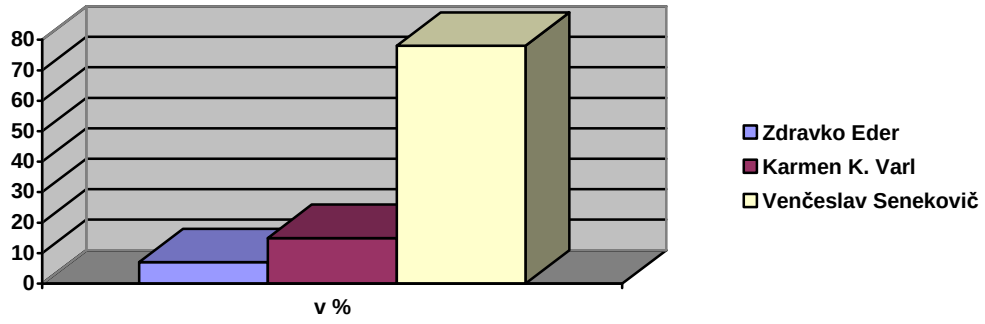
Kandidat	št. glasov	% glasov
1. ZDRAVKO EDER	84	11,95
2. KARMEN KRAMBERGER VARL	247	35,13
3. VENČESLAV SENEKOVIČ	372	52,92



Graf 2: rezultati glasovanja za župana po KS - Jarenina

- KS JAKOBSKI DOL

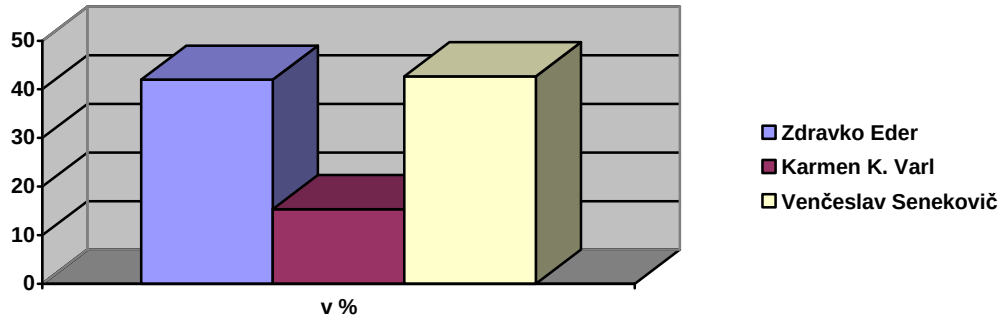
1. ZDRAVKO EDER	45	7,02
2. KARMEN KRAMBERGER VARL	96	14,98
3. VENČESLAV SENEKOVIČ	500	78,00



Graf 3: rezultati glasovanja za župana po KS – Jakobski Dol

- KS PESNICA pri MARIBORU

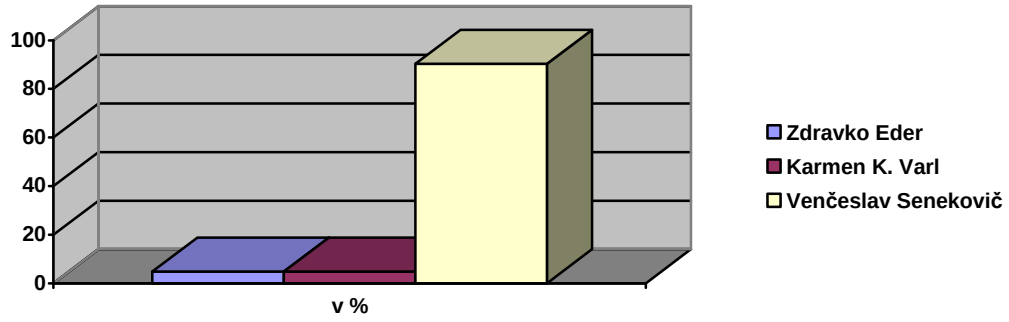
1. ZDRAVKO EDER	495	41,98
2. KARMEN KRAMBERGER VARL	181	15,35
3. VENČESLAV SENEKOVIČ	503	42,67



Graf 4: rezultati glasovanja za župana po KS – Pesnica pri Mariboru

- KS PERNICA

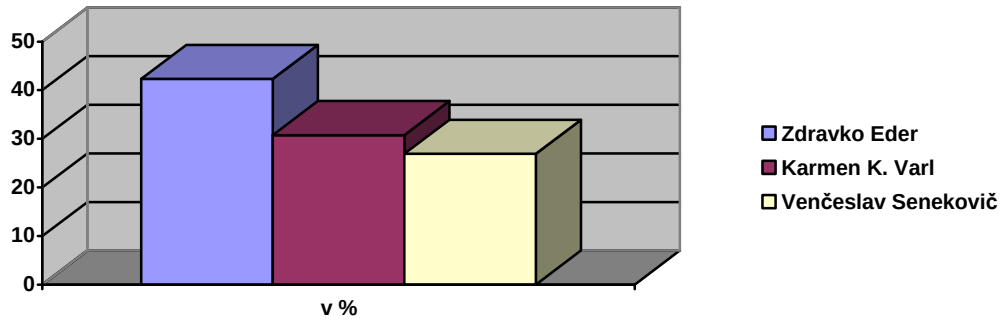
1. ZDRAVKO EDER	36	4,86
2. KARMEN KRAMBERGER VARL	36	4,86
3. VENČESLAV SENEKOVIČ	668	90,28



Graf 5: rezultati glasovanja za župana po KS - Pernica

- PREDČASNO GLASOVANJE

1. ZDRAVKO EDER	11	42,31
2. KARMEN KRAMBERGER VARL	8	30,77
3. VENČESLAV SENEKOVIČ	7	26,92



Graf 6: Predčasno glasovanje

Kandidat za župana Venčeslav Senekovič je bil izvoljen v prvem krogu volitev na funkcijo župana občine Pesnica. To je že njegov tretji mandat. Iz rezultatov je razvidno, da je Venčeslav Senekovič zmagal v vseh štirih krajevnih skupnostih občine Pesnica. Kandidata so nadpovprečno podprli v njegovem domačem kraju Pernici, kjer je zanj volilo dobrih 90 % volivcev. Nadpovprečno podporo beleži tudi v Jakobskem Dolu, kjer ga je podprlo skoraj 80 % volivcev.

Razumljivo ima kandidat Senekovič manj privržencev v Jarenini in Pesnici pri Mariboru, saj od tam prihajata njegova protikandidata. V Jarenini ga je podprlo dobrih 50 % volivcev, v Pesnici pri Mariboru pa dobrih 40 %. Ni pa nobenemu od protikandidatov uspelo zmagati v domačem kraju, kar je gotovo vzrok za zmago Venčeslava Senekoviča že v prvem krogu volitev.

6.2. Volitve v občinski svet

Za vstop v občinski svet občine Pesnica se je potegovalo dvanajst kandidatnih list, ki so v predpisanem zakonskem roku vložile popolne kandidature.

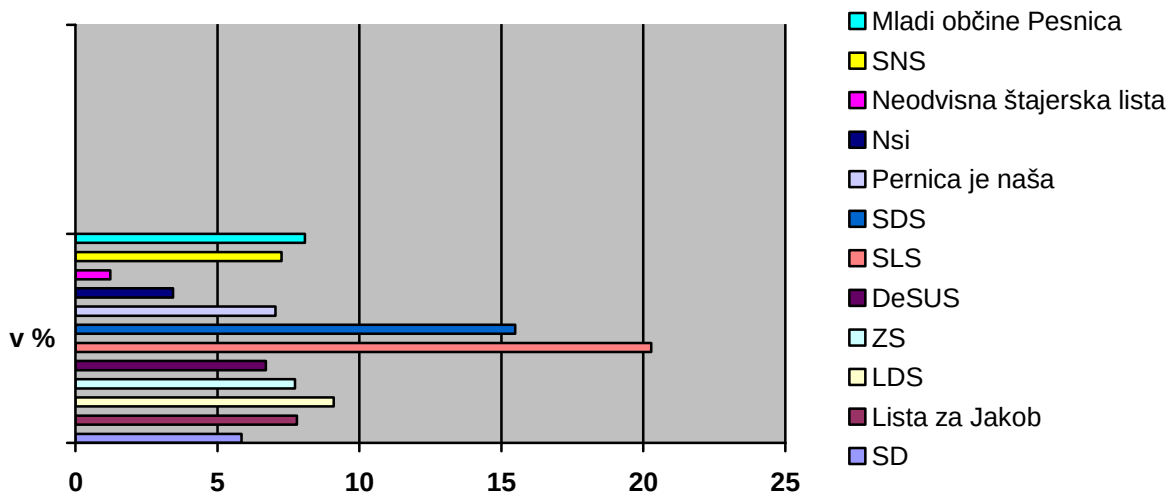
Med njimi je bilo osem strankarskih list ter štiri nestrankarske.

Desetim listam, od tega sedmim strankarskim ter trem nestrankarskim, je uspel preboj v občinski svet, dvema pa preboj v občinski svet ni uspel.

V primerjavi z lokalnimi volitvami 2002 so tokrat kandidirale tri liste manj.

- Skupni rezultati v občini Pesnica

Št. liste	ime liste	št. gl.	% gl.	št. mandatov
1	Mladi občine Pesnica	256	8,09	1
2	Slovenska nacionalna stranka	230	7,26	1
3	Neodvisna štajerska lista	39	1,23	0
4	Nova Slovenija- Krščč. ljud. stranka	109	3,44	0
5	Pernica je naša	223	7,04	1
6	Slovenska demokratska stranka	490	15,48	3
7	Slovenska ljudska stranka	642	20,28	5
8	Demokratična stranka upokojencev Slov.	212	6,70	1
9	Zeleni Slovenije	245	7,74	1
10	Liberalna demokracija Slovenije	288	9,10	2
11	Lista za Jakob	247	7,80	1
12	Socialni demokrati	185	5,84	1

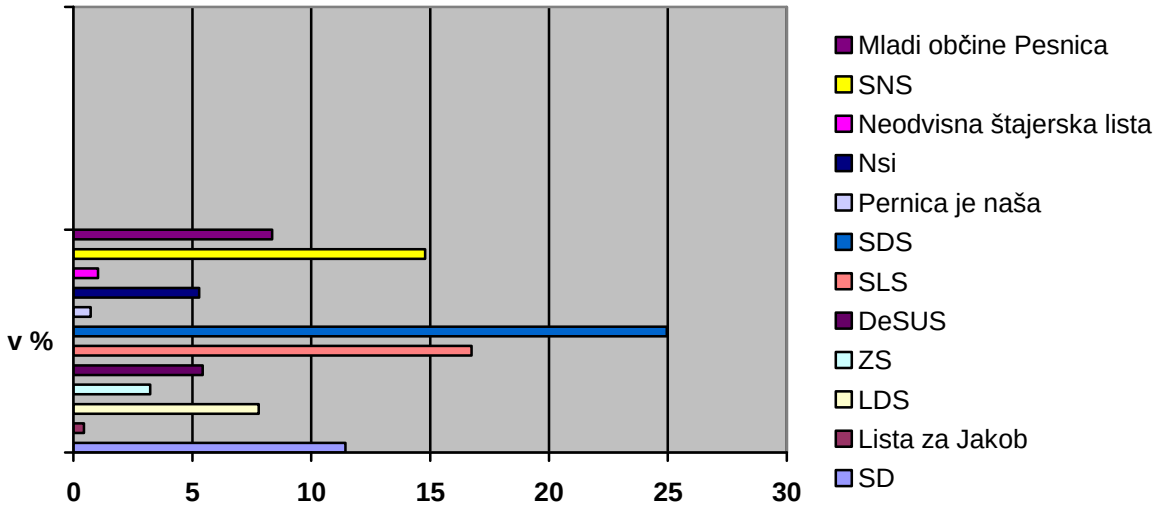


Graf 7: skupni rezultati v občini Pesnica – občinski svet

- Rezultati glasovanja za občinski svet po KS

- KS JARENINA

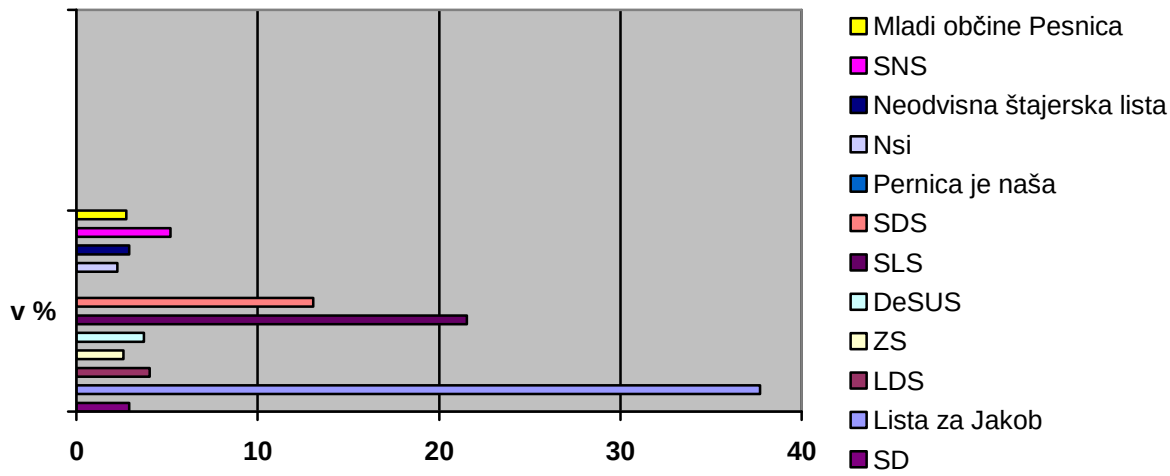
	Št. gl.	% gl.
1. Mladi občine Pesnica	57	8,35
2. SNS	101	14,79
3. Neodvisna štajerska lista	7	1,03
4. NSi	36	5,29
5. Pernica je naša	5	0,73
6. SDS	170	24,96
7. SLS	114	16,74
8. DeSUS	37	5,43
9. ZS	22	3,23
10. LDS	53	7,78
11. Lista za Jakob	3	0,44
12. SD	78	11,45



Graf 8: rezultati glasovanja za občinski svet po KS - Jarenina

- KS JAKOBSKI DOL

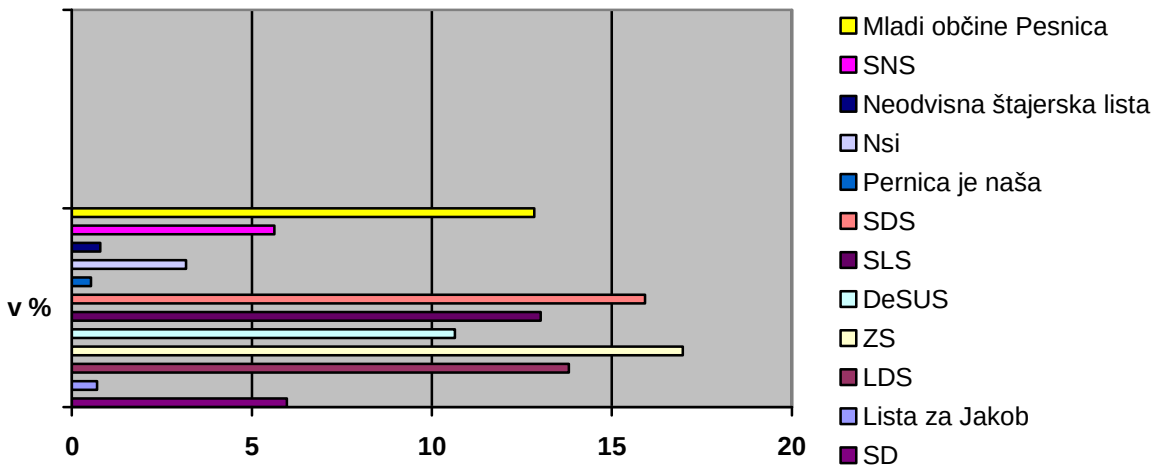
	Št. gl.	% gl.
1. Mladi občine Pesnica	17	2,75
2. SNS	32	5,18
3. Neodvisna štajerska lista	18	2,91
4. NSi	14	2,26
5. Pernica je naša	0	0,00
6. SDS	89	13,07
7. SLS	133	21,52
8. DeSUS	23	3,72
9. ZS	16	2,59
10. LDS	25	4,04
11. Lista za Jakob	233	37,70
12. SD	18	2,91



Graf 9: rezultati glasovanja za občinski svet po KS – Jakobski Dol

- KS PESNICA pri MARIBORU

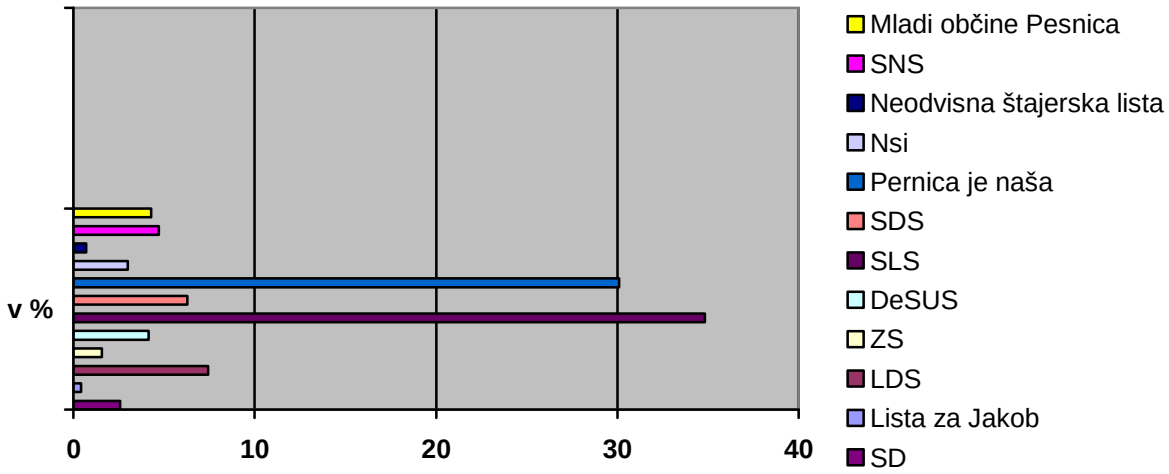
	Št. gl.	% gl.
1. Mladi občine Pesnica	146	12,84
2. SNS	64	5,62
3. Neodvisna štajerska lista	9	0,79
4. NSi	36	3,17
5. Pernica je naša	6	0,53
6. SDS	181	15,92
7. SLS	148	13,02
8. DeSUS	121	10,64
9. ZS	193	16,97
10. LDS	157	13,80
11. Lista za Jakob	8	0,70
12. SD	68	5,98



Graf 10: rezultati glasovanja za občinski svet po KS – Pesnica pri Mariboru

- KS PERNICA

	Št. gl.	% gl.
1. Mladi občine Pesnica	30	4,28
2. SNS	33	4,70
3. Neodvisna štajerska lista	5	0,71
4. NSi	21	2,99
5. Pernica je naša	211	30,10
6. SDS	44	6,28
7. SLS	244	34,81
8. DeSUS	29	4,14
9. ZS	11	1,57
10. LDS	52	7,42
11. Lista za Jakob	3	0,43
12. SD	18	2,57



Graf 11: rezultati glasovanja za občinski svet po KS – Pernica

Na področju celotne države, Republike Slovenije, je med parlamentarnimi strankami na zadnjih volitvah v občinske svete, glede na predhodne volitve, največ podpore pridobila Slovenska demokratska stranka (SDS). S 13,9 % leta 1994 oz. 12,6 % leta 2002 je delež podpore za to stranko leta 2006 porasel na 20 %. Najbolj se je zmanjšal delež podpore za Liberalno demokracijo Slovenije (LDS), in sicer za 6,8 odstotnih točk v primerjavi z volitvami 2002. Parlamentarne stranke, ki so na lokalnih volitvah 2006 dobile večji delež podpore za svetniška mesta kot na prejšnjih volitvah, so SDS (za 7,4 odstotne točke več), SD (za dobro odstotno točko več) in SLS (za 3,1 odstotne točke več). Manjši delež podpore za svetniška mesta, glede na prejšnje volitve, pa so med parlamentarnimi strankami dobile LDS (za 6,8 odstotne točke manj), NSi za 1,5 odstotne točke manj, SNS za 0,7 odstotne točke manj in DeSUS za 0,5 odstotne točke manj.
Največji delež podpore za svetniška mesta je na lokalnih volitvah 2006 dobila SDS, in sicer 20 %, sledijo ji neodvisni kandidati s 17,5 % , LDS s 16,5 %, SLS s 14 % , SD z 11,4 % (Statistični urad Republike Slovenije, april 2007, 14).

Na področju občine Pesnica se na lokalnih volitvah 2006 za svetnike in svetnice opažajo podobni trendi rasti in padanja podpore, vendar prihaja do razlik v vrstnem redu strank. Prav

tako prihaja do razlik pri uspešnosti neodvisnih list, saj se je delež svetnikov - glede na volitve 2002 - zmanjšal za 50 %, kar je ravno nasprotno trendu na področju celotne države, kjer se je delež neodvisnih svetnikov povečal.
Sicer pa je na lokalnih volitvah 2006 v občini Pesnica ponovno zmagala Slovenska ljudska stranka (SLS), ki je delež svetnikov glede na leto 2002 še povečala za enega , torej jih ima pet. Na drugo mesto se je uvrstila Slovenska demokratska stranka (SDS), ki je najbolj povečala delež svetnikov, in sicer od enega v letu 2002 na tri v letu 2006. Na tretjem mestu je Liberalna demokracija Slovenije (LDS), ki pa je v primerjavi z volitvami 2002 en sedež izgubila, saj je osvojila na volitvah 2006 dva svetniška sedeža.
Slovenska nacionalna stranka (SNS) je glede na volitve 2002 rezultat nekoliko popravila, vendar še vedno ostaja pri enem svetniškem sedežu v Občinskem svetu občine Pesnica. Podobna ugotovitev velja za DeSUS. Slabši rezultat kot na volitvah 2002 pa so zabeležili pri Socialnih demokratih (SD), kateri so za las še ujeli sedež v občinskem svetu. Posebnost občine Pesnica je tudi velik neuspeh sicer parlamentarne stranke Nova Slovenija (NSi), kateri ni uspel preboj v občinski svet.
Je pa na lokalnih volitvah 2006 v občini Pesnica prvič kandidirala stranka Zeleni Slovenije (ZS) ter s solidnim rezultatom tudi uspela osvojiti en sedež v občinskem svetu.

Med nestrankarskimi listami, ki so v občini Pesnica kandidirale na Lokalnih volitvah 2006, je trem uspel preboj v občinski svet, njihov delež pa se je - v primerjavi z volitvami leta 2002 - prepolovil. Lista za Jakob je osvojila en mandat (2002 dva), Mladi občine Pesnica en mandat (2002 dva). Prvič pa je leta 2006 kandidirala lista Pernica je naša ter osvojila en mandat.

Če gledamo uspeh posameznih strank po posameznih krajevnih skupnostih (KS), lahko ugotovimo, da ima v KS Pernica izrazito podporo SLS, ostale stranke imajo tam dokaj šibko podporo. Poleg SLS ima na področju KS Pernica visoko podporo še lista Pernica je naša, kar pa je popolnoma razumljivo, saj gre za listo, katere kandidati prihajajo izključno iz te KS.
V KS Jakobski Dol je podobno z Listo za Jakob, ki je tu zabeležila najvišjo podporo. Tradicionalno visoko podporo beleži še SLS na drugem mestu. Največji napredek je uspel SDS, ki je močno povečala podporo glede na volitve 2002. Ostale stranke so zabeležile dokaj nizko podporo.

V KS Jarenina ima izrazito podporo SDS, zelo dober rezultat pa beleži SNS, ki je na tretjem mestu, na drugem mestu je SLS. Največ je v KS Jarenina - v primerjavi z volitvami 2002 - izgubila LDS.

Na področju KS Pesnica pri Mariboru beležita najvišjo podporo stranki Zeleni Slovenije (ZS) ter SDS. Na tretjem mestu je LDS, ki pa je kljub temu najbolj nazadovala, saj so na volitvah 2002 v KS Pesnica pri Mariboru močno zmagali. Nižji rezultat kot leta 2002 je zabeležila lista Mladi občine Pesnica, ki ima sicer ravno na področju te KS tradicionalno visoko podporo.

(Vir: Občinska volilna komisija - uradni rezultati)

6.3. Volilna udeležba

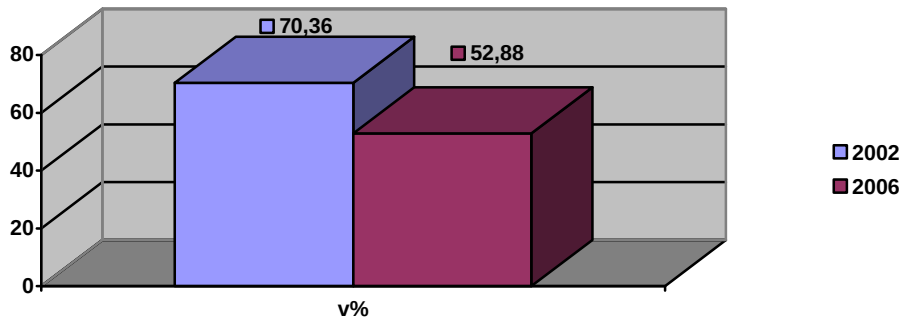
V občini Pesnica je bilo za lokalne volitve 2006 v volilni imenik vpisanih 6269 volilnih upravičencev. Po imeniku jih je glasovalo 3315, s potrdili ni glasoval nihče. Torej se je volitev udeležilo 52,88 % volilnih upravičencev.

V primerjavi s prejšnjimi lokalnimi volitvami v občini Pesnica lahko ugotovimo mnogo manjšo volilno udeležbo. Leta 2002 je namreč glasovalo 70,36 % volilnih upravičencev.

Če primerjamo volilno udeležbo po posameznih KS, ugotovimo, da je bila najvišja udeležba v KS Pernica, in sicer dobrih 58 %, ter v KS Jarenina, dobrih 55 %. Najnižja volilna udeležba pa je bila v KS Jakobski dol, in sicer slabih 45 %. V KS Pesnica pri Mariboru je bila volilna udeležba dobrih 53 %.

Eden od vzrokov za slabo volilno udeležbo v KS Jakobski Dol bi lahko bilo dejstvo, da iz te KS ni bilo kandidata za župana.

(Vir: Občinska volilna komisija- uradni rezultati)



Graf 12: volilna udeležba 2002 - 2006

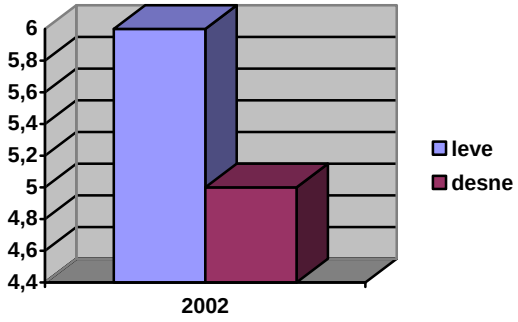
6.4. Odkloni levo - desno

Ko govorimo o levih in desnih strankah, imamo v Sloveniji v mislih delitev, ki na leve postavlja tranzicijske stranke (SD, LDS, DeSUS), na desno pa postavlja pomladne stranke (SDS, SLS, NSi). V tej tradicionalni slovenski delitvi na levo oz. desno se na levi politični pol uvrščata tudi SNS in ZS.

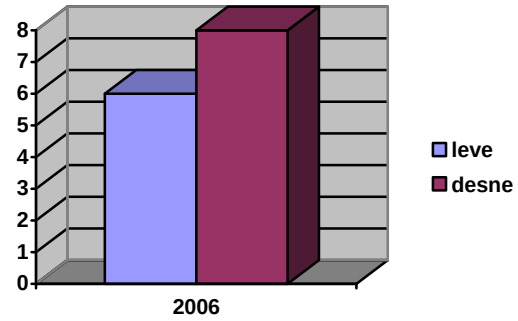
Če primerjamo lokalne volitve 2002 in 2006 v občini Pesnica, opazimo strankarski premik na desno.

Na lokalnih volitvah 2002 so leve stranke imele šest mandatov v občinskem svetu občine Pesnica, desne stranke pa so jih dobile pet.

Na lokalnih volitvah 2006 so t.i. leve stranke ostale na šestih mandatih v občinskem svetu občine Pesnica, medtem ko so pa t.i. desne stranke svoj delež povečale na osem mandatov.



Graf 13: Število sedežev (levo-desno) v občinskem svetu



Graf 14: Število sedežev (levo-desno) v občinskem svetu

6.5. Nestrankarske liste

Na področju celotne države se je v primerjavi z lokalnimi volitvami 2002 delež izvoljenih t.i. neodvisnih svetnikov rahlo povečal, in sicer iz 17,1 % leta 2002, na 17,5 % leta 2006 (Vir: Statistični urad republike Slovenije, 2007).

Na področju občine Pesnica tega trenda ni bilo. Ravno nasprotno, delež izvoljenih svetnikov se je v primerjavi z lokalnimi volitvami 2002 prepolovil.

Leta 2002 je bilo v občinski svet občine Pesnica izvoljenih šest t.i. neodvisnih svetnikov, medtem ko so bili leta 2006 izvoljeni le trije.

Leta 2002 je za vstop v občinski svet kandidiralo šest neodvisnih list, leta 2006 pa štiri.

Manjše število list je gotovo eden od vzrokov za slabši rezultat nestrankarskih kandidatov, res pa je, da so tiste neodvisne liste, ki so kandidirale leta 2002, na lokalnih volitvah 2006 zabeležile mnogo manjšo podporo volivcev.

Iz tega lahko sklepamo, da volivci v občini Pesnica bolj zaupajo kandidatom strank kot pa t.i. neodvisnim kandidatom.

7. ZAKLJUČEK

O lokalni samoupravi začnemo prvič govoriti že v povezavi s srednjeveškimi mesti. Z osamosvojitvijo smo v Sloveniji uvedli model lokalne samouprave, ki prebivalcem daje možnost odločanja o lokalnem okolju, to je tistem področju, ki vsakega od nas najbolj neposredno prizadene.

Če so občani še leta 1994 bili nezaupljivi do lokalne samouprave, temu danes nikakor ni več tako. Vzrok, da je temu tako, je seveda tudi v vedno boljšem poznavanju bistva lokalne samouprave, ter v želji po odločanju. Nenazadnje, ljudje so uvideli, da si svoje osnovno bivalno okolje, ter vplive nanj lahko sami najbolje uredijo, saj tudi sami najbolje poznajo problematiko.

Zato ne preseneča vedno večje število kandidatov na lokalnih volitvah, kakor tudi ne preseneča vedno večje število občin.

Čas je pokazal, da so občine, ki so se odcepile od večjih občin, predvsem mestnih, beležile mnogo hitrejši razvoj, predvsem na področju komunalne infrastrukture ter na področju družbenih dejavnosti.

V diplomski nalogi smo analizirali rezultate lokalnih volitev 2006 v občini Pesnica. Rezultati lokalnih volitev so seveda specifični. So sicer prisotni določeni trendi, vendar nikakor ne toliko kot denimo pri volitvah v Državni zbor. Dejansko se rezultati razlikujejo od občine do občine. Pri lokalnih volitvah je najpomembnejši dejavnik zagotovo kandidat, vpliv politične stranke je sekundaren. Ravno nasprotno je pri državnozborskih volitvah.

Vpliv kandidata je še posebej izrazit v manjših in srednje velikih primestnih in podeželjskih občinah, nekoliko manj pa v mestnih občinah.

V diplomski nalogi smo postavili osnovno trditev, da je samo kvaliteten, profesionalen nastop, poznavanje volilnega telesa, pravilen izbor načina nagovarjanja volivcev, ter kandidat, ki je znan volivcem, ter mu volivci zaupajo, osnovni pogoj za uspeh kandidata.

Prav tako smo izhajali iz trditve, da je neposredni stik z volivcem, najučinkovitejši način nagovarjanja volivcev v občini Pesnica. Občina Pesnica je namreč slabo medijsko pokrita, zato je ta način nagovora volivcev dejansko najbolj učinkovit, kar smo v nalogi tudi podrobno obdelali in dokazali. Ob tem seveda nikakor ne smemo prezreti dejstva, da je takšen način

nagovora volivcev tudi sorazmerno poceni, kar pa ob majhni količini razpoložljivih sredstev nikakor ni zanemarljiv podatek.

Analiza rezultatov lokalnih volitev 2006 v občini Pesnica je pokazala premik volilnega telesa v »desno« ter padec podpore tako imenovanim neodvisnim listam, ki pa so na področju celotne države napredovale.
V primerjavi z lokalnimi volitvami 2002 pa je zaznati velik padec volilne udeležbe.

Volivci so še en mandat zaupali županu, ki je občino vodil že prejšnja mandata. Še posebej izrazito podporo so mu izkazali domačini, kar ni bilo prisotno pri ostalih dveh kandidatih.

Če spremljamo podporo med strankami, vidimo, da so tudi tukaj prisotni teritorialni vplivi, saj se podpora po posameznih krajevnih skupnostih bistveno razlikuje.

Lahko trdim, da smo z analizo dobili koristne informacije in predvsem relevantne odgovore.
Analiza bo gotovo lahko dobro služila za uspešno pripravo kandidature na prihodnjih volitvah, ter za kvaliteten nastop na njih, tako strankam in kandidatom, ki so že kandidirali na volitvah, ter še posebej tistim , ki se bodo prvič odločili sodelovati na volitvah. Prav to pa je bil eden od osnovnih namenov te diplomske naloge.

8. UPORABLJENA LITERATURA IN VIRI

1. Ferfila, Bogomil in Kos, Marta : Politično komuniciranje, FDV, Ljubljana, 2002

2. Franc Grad : Volitve in volilni sistemi, FDV, Ljubljana, 1996

3. Lange, Yasha in Palmer, Andrew ur.: Mediji in volitve, FDV, Ljubljana, 1996

4. Mihaljčič, Zlatko: Poslovno komuniciranje, Academia, Višja strokovna špla za komercialiste Maribor, Maribor, 2004

5. Rademacher , Eric W., Alfred J. Tuchfarber : Preelection Polling and Political Campaigns. Thousand Oaks: Sage Publications.1999

6. Šinkovec, Matjaž in Novak, Božidar : Kako zmagati na volitvah. Praktični priročnik za izvedbo uspešne volilne kampanje, ČKZ, Ljubljana, 1990

7. Vreg France : Politični marketing in demokracija, FDV, Ljubljana, 2004

8. foto arhiv RTV Slovenija, www.rtvslo.si

9. občinska volilna komisija občine Pesnica

10. statistični urad Republike Slovenije, Zavod Republike Slovenije za zaposlovanje

11. statistični urad Republike Slovenije : Lokalne volitve 1994 – 2006

12. zakon o lokalni samoupravi (UL št. 100, 10.11.2005)

13. zakon o lokalnih volitvah (UL št. 22, 28.02.2006)

14. zakon o volilni kampanji (UL št. 62, 07.10.2002)

15. zakon o evidenci volilne pravice (UL št. 52, 14.06.2002)