

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Volební kampaň Baracka Obamy v prezidentských
volbách 2008 a 2012**

Lenka Virányiová

Plzeň 2013

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Studijní program Mezinárodní teritoriální studia

Studijní obor Mezinárodní vztahy – britská a americká studia

Bakalářská práce

**Volební kampaň Baracka Obamy v prezidentských
volbách 2008 a 2012**

Lenka Virányiová

Vedoucí práce:

PhDr. Mgr. Petr Jurek

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2013

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2013

.....

OBSAH

1	ÚVOD.....	5
2	VOLEBNÍ KAMPAŇ	7
2.1	Teorie volební kampaně	7
2.2	Vývoj volebních kampaní	9
2.2.1	Premoderní volební kampaň	9
2.2.2	Moderní volební kampaň.....	10
2.2.3	Postmoderní volební kampaň.....	11
3	VOLEBNÍ SYSTÉM V USA	12
3.1	Voliči	13
3.2	Nominační proces.....	13
3.3	Prezidentské volby	14
4	OSOBNOST BARACKA OBAMY.....	15
4.1	Barack Hussein Obama	16
4.2	Výborný rétor	16
5	VOLEBNÍ KAMPAŇ V PREZIDENTSKÝCH VOLBÁCH 2008.....	18
5.1	Volební program.....	18
5.1.1	Domácí politika.....	18
5.1.2	Zahraniční politika	21
5.2	Podpora.....	24
6	VOLEBNÍ KAMPAŇ V PREZIDENTSKÝCH VOLBÁCH 2012.....	24
6.1	Volební program.....	24
6.1.1	Domácí politika.....	25
6.1.2	Zahraniční politika	28
6.2	Finance	31
6.3	Podpora.....	33
7	KOMPARACE VOLEBNÍCH KAMPANÍ V PREZIDENTSKÝCH VOLBÁCH 2008 A 2012.....	35
8	ZÁVĚR.....	42
9	LITERATURA	44
10	RESUMÉ	51

1 ÚVOD

Barack Obama složil 20. ledna 2013 prezidentský slib Spojeným státům americkým, a tím zahájil své druhé funkční období. Navázal tak na svoji úspěšnou kampaň z roku 2008, kdy se poprvé světu představil jako budoucí možný prezident. Volba amerického prezidenta je ve Spojených státech bezesporu nejsledovanějším volebním kláním. A nejen tam. Spojené státy americké jsou státem, jenž je velmocí mezinárodního systému a ovlivňuje celosvětové dění. Americký prezident je tváří americké společnosti. Je hlavou státu a současně předsedou vlády. Řídí státní aparát, jmenuje většinu šéfů agentur, ministerstev a jejich podřízených. Uvádí do funkce americké velvyslance a konzuly. Je vrchním velitelem ozbrojených sil. Prezident může vetovat jakýkoli zákon přijatý americkým Kongresem. Je to osobnost, jež má vliv na celosvětové události

Volební akt je základním prvkem demokratického státu. Je to příležitost, ve které obyvatelé země vyjadřují svůj názor. Voliči vyslovují svůj souhlas i nesouhlas. Podílejí se na formování politického života. Předmětem mé práce jsou volební kampaně, které jsou základem pro získání politické moci. Jsou prvním krokem, jenž je třeba udělat pro to, aby byl účastník voleb ve své kandidatuře úspěšný. Zabývám se volebními kampaněmi současného amerického prezidenta Baracka Obamy. Cílem této práce bude porovnání jeho volebních kampaní z roku 2008 a 2012. Budu hledat shody a rozdíly těchto kampaní. Fenomén Baracka Obamy jsem si zvolila hned z několika důvodů. Jak jsem již zmínila výše, je to osoba, která se z obyčejné politické funkce dostala do popředí světového dění. Když Barack Obama zveřejnil svou kandidaturu na prezidenta za Demokratickou stranu, jen málokdo věřil, že by ji mohl dovést do úspěšného konce. Obama si však stál za svým heslem „*Yes We Can*“ a své heslo potvrdil, když ho americký lid zvolil do svého čela.

V první kapitole mé práce se věnuji pojmu volební kampaně. Vysvětluji její význam a záměry. Volební kampaně jsou odrazovým můstkem pro získání moci. Neustále se vyvíjejí, modernizují se a profesionalizují se. Díky masmédiím můžeme sledovat volební kampaně z celého světa v pohodlí našeho domova. Vývoj volebních kampaní je v této kapitole nastíněn, stručně popisují její jednotlivá vývojová stadia. V této části práce jsem využila především publikaci české politoložky Evy Bradové.

Druhá kapitola práce se zabývá volebním systémem Spojených států amerických. Vysvětlení této problematiky je pro pochopení průběhu prezidentské volební kampaně klíčové. Cílem kapitoly je vysvětlit, jak americký volební systém funguje, zaměřuji se na prezidentské volby. Odpovím na otázky, co je nominační proces, kdo jsou delegáti či kolik hlasů je nutných pro získání funkce prezidenta světové velmoci. Informace jsem čerpala především z knih profesorky Vladimíry Dvořákové, která se politickými systémy aktivně zabývá.

V další kapitole bude představena osoba Baracka Obamy. Zaměřím se především na jeho politickou kariéru, která ho dovedla až do Bílého domu. Kromě politických postojů hraje důležitou roli osobnost prezidenta. Musí mít image. Být schopným řečníkem, jenž je svým projevem schopen zaujmout lid.

Barack Obama v loňském roce úspěšně obhájil svoji pozici prezidenta. Další část práce je proto věnována jednotlivým volebním kampaním Baracka Obamy. Budu se věnovat tématům, na kterých byly jednotlivé kampaně založeny, představím vlivné osobnosti Spojených států amerických, které Obamu v jeho kampani podpořili. Pro tuto část své práce čerpám informace především z internetových stránek českých i zahraničních zpravodajských deníků, oficiálních stránek Baracka Obamy a Demokratické strany.

Cílem této práce je najít stejné, ale i rozdílné faktory prezidentských kampaní Baracka Obamy z let 2008 a 2012.

2 VOLEBNÍ KAMPAŇ

2.1 Teorie volební kampaně

Podle Evy Bradové je volební kampaň jednou z forem politické kampaně. V souvislosti s politickou kampaní vymezuje celkem čtyři druhy kampaní – volební kampaně, referenda¹, informační kampaně² a image kampaně³.

Volební kampaň je nepostradatelnou součástí voleb. Hlavním cílem volební kampaně je volební úspěch, tedy zisk podílu na vládě. Soutěží mezi sebou několik aktérů. Každý z nich vede kampaň samostatně, zaměřuje se na různá specifická témata. Autoři David Denver a Gordon Hands vymezují čtyři hlavní úkoly volební kampaně ve vztahu k voličovi. Volební kampaň má informovat voliče o volbách. Další úlohou je přesvědčit voliče, aby podpořil konkrétní stranu. Volební kampaň má dále posílit stávající podporu strany a mobilizovat voliče, tedy zajistit účast voličů ve volbách (Bradová 2005: 18-21).

Podoba a forma volebních kampaní je podle americké politoložky Pippy Norris ovlivněna čtyřmi aspekty – kontextuálním prostředím, organizací kampaní, komunikačními kanály a účinky volebních kampaní. Kontextuálním prostředím rozumíme právní rámec fungování volebních kampaní a jejich zákonné regulace. Do tohoto prvku spadá i mediální rámec, jehož podoba je ovlivněna stupněm vývoje politického poradenství a struktury masmédií. Státy se orientují na různá masmédiá, ekonomicky slabší země mají k masmédiím přístup omezený. Na podobu volební kampaně mají vliv faktory politického systému, například druh volebního systému, druh voleb, stranický systém, elektorát atd.

¹ referendum: typ kampaně, ve které soutěží více aktérů o volební úspěch, kampaň má jedno téma (Bradová 2005: 19).

² informační kampaň: vztahuje se k jednomu tématu, cílem je informovat veřejnost o dané problematice nebo získat podporu pro určitá opatření (Bradová 2005: 19).

³ image kampaň: týká se jednoho aktéra, jejím cílem je posílit popularitu daného kandidáta, zahrnuje více témat (Bradová 2005: 19).

Organizace kampaní prošly významnou proměnou. Nyní jsou vysoce profesionalizované a jejich podobu utváří političtí odborníci a reklamní agentury, role volebního aktéra na podobě kampaně klesá. Významné jsou předvolební průzkumy veřejného mínění. Media mají nezávislé postavení. Kampaně jsou orientovány na konkrétní problematiku a na image kandidáta.

Výzkum komunikačních kanálů je zaměřen na obsah a způsoby sdělení jednotlivých druhů komunikace. Věnuje se například tomu, jakou měrou voliče o kampaních informují jednotlivá media nebo jaký mají informace charakter – pozitivní nebo negativní ráz.

Úlohou výzkumu účinků volebních kampaní je zjistit, jaké potencionální účinky mohou volební kampaně na rozhodování jednotlivců. Výzkum představuje tři typy účinků. Prvním z nich je model přímých účinků, podle něhož volební aktéři působí na veřejnost pomocí masmédií a jejich cílem je zmanipulovat veřejné mínění. Druhým typem je model minimálních účinků, který představil sociolog Paul Lazarsfeld. Podle něj volební kampaně a masmédiá mají na rozhodování voličů minimální vliv. Jeho teorie však byla od 80. let postupně nahrazena třetím typem účinků, modelem diversifikovaných zprostředkovaných účinků. Tento model se soustřeďuje na oblasti, které veřejné mínění ovlivňují. Jsou jimi politické povědomí⁴, politické postoje a hodnoty⁵ a politické chování⁶ (Bradová 2005: 20-26).

⁴ politické povědomí: všeobecný přehled o dění ve společnosti, znalost kandidátů atd. (Bradová 2005: 24).

⁵ politické postoje a hodnoty: identifikace s politickou stranou, ztotožnění s určitými politickými názory atd. (Bradová 2005: 24).

⁶ politické chování: volební rozhodování a účast voliče ve volbách atd. (Bradová 2005: 24).

2.2 Vývoj volebních kampaní

Podle americké politoložky Pippy Norris rozlišujeme při zkoumání vývoje politických kampaní tři vývojová stádia – premoderní volební kampaň, moderní volební kampaň a postmoderní volební kampaň. Volební kampaně se neustále vyvíjí a zdokonalují se. Modernizují se. Dochází k profesionalizaci volebních kampaní, roste význam mediálních expertů, odborníků na výzkum veřejného mínění, kteří analyzují průběh volební kampaně a kontrolují její efektivnost. Programem je kandidát, který musí být atraktivním pro voliče – charismatik, výborný řečník, musí mít image. Kampaně se prolínají a doplňují, jejich podobu také udává politický systém státu.

2.2.1 Premoderní volební kampaň

Tento typ volební kampaně byl využíván od konce 19. století do 50. let 20. století. Postupně docházelo k rozšiřování volebního práva. Do politického života mělo právo zasáhnout více voličů, než tomu bylo dříve⁷. Cílem kampaně bylo mobilizovat a aktivizovat vlastní voliče a stoupence.

Kampaň byla založena na přímé komunikaci mezi voličem a kandidátem. Prostředníkem mezi voličem a kandidátem byl především stranický tisk. Politické strany tisk přímo vlastnily nebo byl tisk nezávislý a sympatizoval s politickým programem určité strany. Byly využívány tištěné materiály, hlavně brožury, letáky a plakáty. Ve 20. letech 20. století byl dalším zdrojem informací rozhlas a film (Bradová 2005: 49-50). V meziválečném období se objevuje teorie masové propagandy, která negativně nahlíží na vliv médií na demokracii. Média měli rozhodující vliv na veřejné mínění a rozhodování voličů, manipulovala jimi (Bradová 2005: 28).

⁷ od poloviny 19. století do počátku 20. století byly součástí politického života elitní strany. Volební právo bylo velmi omezené a tyto strany zastupovaly především zájmy aristokratických elit nebo majetkově privilegovaných skupin. Volební soutěž byla minimální, kampaň zajišťovala jeden celonárodní zájem a byla financována především členy nebo vlivnými sponzory strany (Bradová 2005: 40).

Rozvíjely se strany masové, které razily mobilizační kampaň. Protože se rozvíjelo volební právo, bylo třeba vymyslet jinou volební taktiku. Zaujmout nové voliče a získat jejich podporu. Strany měly velmi širokou členkou základnu a finance získávaly z členských příspěvků. Strany disponovaly vlastními komunikačními kanály (Bradová 2005: 41-42). Politické strany si kampaň připravovaly samy. Volební kampaň byla realizována místní stranickou organizací, která ji připravovala od vyhlášení voleb po samotný volební akt. Vybírala kandidáty, kteří fungovali především jako pěšáci, měli jen okrajový význam, hlavní důraz se kladl na politickou stranu a její program. Šlo o kampaň na lokální úrovni, byla soustředěna na místní komunitu. Voliči byli velmi loajální a s domovskou politickou stranou byli svázaní po celý život (Bradová 2005: 51-52). Se silnou stranickou loajalitou souvisí teoretická škola teorie posilování stranické podpory, která se objevila ve 40. letech 20. století. Volební kampaně se zaměřovaly na konkrétní sociální skupiny obyvatel, mobilizovaly stávající voliče a posilovaly stranickou podporu. Hlavním smyslem kampaní tedy nebyla změna, ale posílení stranické loajality voličů. Ti jsou pevně spjati s konkrétní stranou a jejich loajalita je dlouhodobá. Podle této školy byl vliv médií malý, protože lidé byli konkrétně politicky vyhranění, odmítali informace, které se neslučovaly s jejich politickým přesvědčením (Bradová 2005:28-30).

2.2.2 Moderní volební kampaň

V 50. letech 20. století se objevuje moderní kampaň. Pro moderní kampaň je hlavním fórem národní televize, dochází k personalizaci politiky. V 60. letech se ústředním aktérem volební kampaně stává kandidát, který zhmotňuje a propaguje svoji politickou stranu. Zájem médií je soustředěn na lídry strany, jejich vystupování a hodnoty reprezentují celou stranu. Směr volební kampaně udávají politici a externí profesionální političtí poradci, kteří nahradili dobrovolníky. Role místní stranické organizace v kampani je oslabena, kampaň je profesionalizována. Rozvíjí se volební poradenství, jsou zaváděny pravidelné

volební průzkumy. Placení odborníci znamenají zvýšení nákladů na volební kampaň (Bradová 2005: 49-54).

Moderní kampaň se od druhé poloviny 70. let 20. století soustředí na voliče, snaží se mu vyhovět. Politické strany ztrácejí svou ideologickou vyhraněnost a snaží se zajmout různorodé skupinové zájmy. Volební program politických stran je zaměřen na široké spektrum voličů, vyvíjí se tzv. catch-all strategie. Voliči už nejsou tak striktně děleni do skupin podle svého náboženského nebo sociálního původu. Nejsou tak silně vázáni k jedné politické straně, vzniká skupina nerozhodnutých voličů, které je nutno získat. Politické strany se soustřeďují na stálou komunikaci s voliči, vzniká fenomén permanentní kampaně⁸ (Kubáček 2012: 28). Objevuje se ekonomická teorie voleb. Člověk je chápán jako racionální bytost, která se rozhoduje podle vlastního zájmu a ve svůj prospěch. Politické strany se chovají jako podniky, jejich cílem je maximalizovat zisk. Voliči představují spotřebitele, chtějí maximalizovat užitek. Volby jsou vzájemným obchodem, který je výhodný pro obě strany. Volič straně udělí svůj hlas a strana mu zajistí určité výhody. Důležitou roli zde hrají média a hospodářská situace v zemi (Bradová: 31-33).

2.2.3 Postmoderní volební kampaň

Tato kampaň se prosazuje na přelomu 80. a 90. let 20. století. Kombinuje prvky premoderní a moderní volební kampaně. Postmoderní kampaň se navrácí k lokálnímu způsobu vedení kampaně, posiluje se role politiků jako koordinátorů kampaně. Zároveň plně využívá předvolebních výzkumů veřejného mínění a analýz. Díky nim tvůrci kampaní vědí, co si volič přeje, nabízí mu to,

⁸ permanentní kampaň: poprvé se objevuje ve Spojených státech amerických na konci 70. let 20. století. Sidney Blumenthal, americký novinář, který vytvořil pojem permanentní kampaně, vidí vládu jako nástroj, jehož úkolem je zajistit veřejnou popularitu vládnoucích reprezentantů. Kampaň nekončí, probíhá neustále, protože komunikace mezi kandidáty a voliči se pro volební úspěch stala nutností. Roste význam politických poradců a konzultantů, je kladen důraz na průzkumy veřejného mínění. Finanční náklady na kampaň jsou stále vyšší (Bradová, Šaradín 2007: 31-52).

co požaduje. Průzkumy veřejného mínění a sociologické průzkumy zajišťují stálou zpětnou vazbu ve vztahu kandidát a volič.

Kampaň se orientuje na zklamané a nerozhodné voliče, není masová, soustřeďuje se na jednotlivé skupiny obyvatel a jejich zájmy. U voličů mizí ideologická profilace, jsou nezávislejší ve stranickém volebním výběru. Pro úspěch ve volbách je nutná neustálá komunikace s voliči a prezentace v médiích, kampaň je permanentní.

Televize již není jediným zdrojem informací, využívá se všech dostupných digitálních médií a internetu, který je zároveň hlavním prostorem pro komunikaci. Informace jsou pro voliče snadno dostupné a dohádatelné (Bradová 2005: 54-56). Internetu se například využívá pro politické diskuze voličů, vyhledání informací o kandidátech, zasílání e-mailů. Objevuje se vliv sociálních sítí. Postmoderní kampaň je založena na osobnosti lídra, který reprezentuje celou stranu. Kandidát je programem.

Být politikem znamená vykonávat kvalifikovanou profesi. Politické strany jsou součástí státního aparátu a moc státu využívají k vlastním zájmům, stát financuje jejich činnost, kampaně. Všechny strany mají společný zájem, a to disponovat mocí. Pokud ve volbách nezvítězí, spolupracují s ostatními politickými stranami. Ztratí-li moc úplně, ohrozí svou existenci (Bradová 2005: 44-45).

3 VOLEBNÍ SYSTÉM V USA

Prezident Spojených států amerických je volen na čtyřleté funkční období a může být maximálně jednou znovu zvolen. Podle americké ústavy musí být prezident narozen na území Spojených států amerických, žít na tomto území minimálně 14 let a jeho věk musí být alespoň 35 let. Tyto pravidla musí splňovat i viceprezident. Funkce prezidenta je volena nepřímo, tedy kolegiem volitelů (electoral college) (Dvořáková 2008: 78-79).

3.1 Voliči

Volič, který chce ve volbách odevzdat svůj hlas, se musí před volebním aktem registrovat. Existují dva způsoby registrace voliče. První je systém trvalé registrace. Pokud volič od předchozích voleb nezměnil své jméno nebo adresu trvalého pobytu, registruje se jen jednou. Druhým způsobem je periodická organizace, při které dochází ke zrušení veškerých seznamů voličů a voliči se k volbám musí registrovat znova (Krejčí 2009: 22).

Podle americké ústavy disponuje volebním právem každý občan Spojených států amerických, který dosáhl věkové hranice 18 let. Ačkoli Spojené státy americké zavedly institut svobodných soutěživých voleb, volební účast voličů je v porovnání s ostatními státy nízká. Podle Vladimíry Dvořákové účast ve volbách ovlivňují především tyto faktory – roste počet lidí starších 75 let, kteří se ze zdravotních důvodů voleb neúčastní, dále se zvyšuje počet mladých voličů, kteří se o politické dění nezajímají nebo se procesu voleb zatím pravidelně neúčastní. Dalším faktorem je klesající vliv politických stran. Lidé nejsou ideologicky zaměřeni a necítí příslušnost k politické straně, tedy necítí povinnost účastnit se voleb. Podle některých voličů je jejich participace na tvorbě politického života ve státě minimální a volby nic nezmění. Na nízkou účast ve volbách má vliv i registrační systém voličů.

3.2 Nominační proces

Samotnému volebnímu aktu předchází první fáze prezidentských voleb. Tato fáze probíhá uvnitř jednotlivých politických stran. Jejím výsledkem je nominace kandidáta na funkci prezidenta a reprezentace politické strany. Voliči odevzdávají své hlasy, které jsou poté přepočítány na delegáty. Nominaci získá kandidát, kterému se během první poloviny volebního roku podaří získat prostou většinu (50%+1) delegátů strany. Celkový počet delegátů se u jednotlivých politických stran liší. Počet delegátů ve státech je rovněž rozdílný, je odvozen od počtu obyvatelstva žijícím ve státě. První fáze voleb má dvě podoby. Probíhají

buďto primární volby⁹ (*primary election*) nebo volební shromáždění (*casus*) (Dvořáková 2002: 202-203). Pravidla sčítání hlasů si každý stát upravuje sám. V některých je uplatňován systém prostě většiny, v jiných se hlasy počítají podle proporcionálního režimu.

V létě se konají nominační sjezdy politických stran. Zde jsou oficiálně oznámeny výsledky první fáze voleb a jsou představeni dva kandidáti, kteří budou soupeřit o post prezidenta Spojených států amerických. Ti zde představí jméno osoby, která bude kandidovat na funkci viceprezidenta. Kromě kandidátů zde politická strana představí i své politické postoje ke klíčovým otázkám státu. Tyto postoje jsou obvykle velmi všeobecné, jejich záměrem je oslovit co nejvíce obyvatel. Konventem končí nominační proces a je zahájeno volební klání o post prezidenta země (Kust 2012a).

3.3 Prezidentské volby

Druhá fáze volby prezidenta Spojených států amerických je časově přesně stanovena, a to na první úterý po prvním listopadovém pondělí¹⁰. Voliči odevzdávají své hlasy nepřímo, volí prostřednictvím kolegia volitelů. Počet volitelů v jednotlivých státech se liší a je odvozen od počtu obyvatel žijících v něm. Jejich celkový počet je 538¹¹. Pro volební vítězství je nutné získat nadpoloviční většinu volitelů, tedy minimálně 270 (Dvořáková 2002: 209-211).

⁹ Rozlišuje dvojí typ primárních voleb. Prvním z nich jsou uzavřené primárky (*closed primary*). Účastnit se jich mohou účastnit pouze voliči, kteří jsou registrováni jako členi určité politické strany. Druhým typem jsou otevřené primární volby (*open primary*), kterých se mohou účastnit všichni registrovaní voliči (Dvořáková 2002: 203-203).

¹⁰ Datum je stanoveno záměrně, aby se k volbám dostavil co největší počet voličů. Je to období po skončení sezónních prací, počasí je však pro cestování za volbami ještě příznivé. Bylo stanoveno úterý, aby se k volbám mohli dostat i voliči ze vzdálenějších oblastí a nepřišli tak o nedělní mši (Dvořáková 2002: 209).

¹¹ celkový počet volitelů je 538. Toto číslo znamená součet počtu členů Senátu (100), Sněmovny reprezentantů (435) a volitelů z Washingtonu D. C. (3) (Kust 2012).

Způsob volby se v jednotlivých státech liší. Většina států a Washington D. C. používá většinový systém, tedy systém vítěz bere vše (*first past the post system*). Ve státech Maine a Nebraska se uplatňuje volební systém smíšený a využívá se kombinace prvků systému většinového a proporčního. Podle Ústavy Spojených států amerických je funkce volitele neslučitelná s funkcí jedné z komor amerického Kongresu nebo federálního úřadu. Volitelem se dále nemůže stát osoba, která se podílela na boji nebo revoluci proti Spojeným státům americkým nebo pokud pomáhala nepřátelům státu. Způsob volby volitelů se v jednotlivých státech liší. Není centrálně určeno, do jaké míry volitelé mají povinnost respektovat přání voličů a jsou jim odpovědni. Morálně se předpokládá, že volitel bude volit podle vůle voličů. V některých státech byla povinnost volitele hlasovat pro kandidáta v souladu s přáním voliče zaštitěna legislativou.

Volitelé hlasují v hlavním městě státu, za který byli zvoleni. Volba se koná vždy v pondělí po druhé prosincové středě. Podle Ústavy Spojených států amerických volitelé hlasují zvláště pro prezidentského kandidáta a viceprezidentského kandidáta. Alespoň jeden z nich musí pocházet z jiného státu, než ve kterém volba probíhá. Když jsou hlasy odevzdány, je sepsán protokol o hlasování a vše je zasláno předsedovi Senátu, tedy viceprezidentovi. Hlasy se znovu sčítají na lednové schůzi obou komor. Tato schůze by se měla pokaždé konat 6. ledna následujícího roku po volbě prezidenta. Po sečtení hlasů je oficiálně vyhlášen vítěz voleb. Tento ceremoniál je zakončen inaugurací prezidenta 20. ledna (Kust: 2012a).

4 OSOBNOST BARACKA OBAMY

V postmoderní volební kampani hraje osobnost politického kandidáta klíčovou roli. V následující části práce bude krátce představena osobnost Baracka Obamy. Ve své kampani často odkazuje na svoji minulost, zkušenosti. Jeho úspěch je založen na přesvědčivých projevech, je považován za mistra řečnického umění.

4.1 Barack Hussein Obama

Barack Hussein Obama se narodil 4. srpna 1961 v havajském Honolulu, kde strávil většinu svého dětství. Jeho matka, Ann Dunhamová, pochází z Kansasu a otec, Barack Obama starší, je původem z Keni. Během svého dospívání se Obama snažil vyrovnat s příslušností ke dvěma různým rasám. V roce 1983 získal titul *Bachelor of Arts* na Kolumbijské univerzitě, věnoval se studiu politologie a mezinárodních vztahů. Od roku 1985 působil v Chicagu jako komunitní organizátor pro sdružení místních církví. Působil v chudinské afroamerické čtvrti South Side a jeho hlavním posláním bylo zapojit místní obyvatele do úsilí, jehož cílem byl politický a hospodářský rozvoj. Obama vystudoval právo na Harvardské univerzitě, kde v roce 1991 absolvoval s vyznamenáním. Jako právník se věnoval občanskoprávním záležitostem a působil i na Chicagské univerzitě, kde působil jako vyučující ústavního práva.

Svoji politickou kariéru zahájil v roce 1996 kandidaturou do senátu státu Illinois. V roce 2000 neúspěšně kandidoval do Sněmovny reprezentantů Spojených států amerických. Další kampaň vedl ve volbách do amerického Senátu v roce 2004. Během tohoto volebního boje vystoupil na nominačním sjezdu Demokratické strany jako hlavní řečník. Jeho projev sklídl velký úspěch a Obama byl na podzim téhož roku zvolen senátorem za stát Illinois, podařilo se mu získat 70% hlasů voličů (U.S. Department of State 2009). V této době usiloval o zlepšení péče pro válečné veterány, zvýšení využití obnovitelných paliv a byl kritikem války v Iráku. Věnoval se především záležitostem státu Illinois, zasadil se například o snížení daní, rozšíření zdravotní péče (The White House 2013a).

4.2 Výborný rétor

Jedním ze znaků postmoderní volební kampaně je osobnost kandidáta. Barack Obama vstoupil do povědomí lidí po svém zásadním projevu, který pronesl na předvolebním sjezdu Demokratické strany v červenci roku 2004. Svým prohlášením uchvátil americké občany, jeho popularita rázem stoupla. Podle mnohých pozorovatelů je Obama považován za jednoho

z nejpřesvědčivějších řečníků naší doby, srovnávají jej s Martinem Lutherem Kingem Jr.¹², Johnem F. Kennedym¹³ nebo Ronaldem Reaganem¹⁴ (Leanne 2011: 27-33). Ve svých projevech často zmiňuje svoji rodinu, svůj původ, odkazuje na minulost a známé osobnosti. Hovoří o americkém národu jako o jednom nerozdělitelném celku. Strhující projev je doplněn Obamovou řečí těla. Po vstupu na podium z něj vyzařuje jistota a autorita. Barack Obama má rozhodnou chůzi, komunikaci s publikem navazuje prostřednictvím přímého očního kontaktu. Ve svých projevech efektivně používá hlas a intonaci. Zvyšuje hlasitost svého projevu, aby podpořil nadšení publika, které si získává na svoji stranu. Umí zdůraznit důležitá slova, vložit do nich energii. Pokud s něčím nesouhlasí, nechá svůj hlas klesnout. Aby získal pozornost posluchačů a upozornil je na důležité myšlenky, používá během proslovu dramatické pauzy. Svými gesty diváky vtáhne do projevu, zkrátí jimi fyzickou vzdálenost, která mezi ním a posluchači existuje. Jeho gesta doplňují modulace hlasu a tónu, oživují projev. Obamova gestikulace navozuje zdání, že nestojí na podiu a nemluví k širokému publiku, ale že vede rozhovor osobní. Během svého projevu Obama dbá na demonstraci svých dobrých mravů a základních hodnot (Leanne 2011: 35-50).

¹² Martin Luther King Jr. byl baptistickým kazatelem, obhájcem lidských práv, kritikem války ve Vietnamu. Bojoval za rasovou rovnost a ukončení diskriminace ve Spojených státech amerických. V roce 1964 mu byla udělena Nobelova cena za mír (BBC History 2013).

¹³ John F. Kennedy (Demokratická strana) byl americkým prezidentem v letech 1961 až 1963. Byl prvním katolíkem v prezidentské funkci. Usiloval o zrušení rasové segregace a rovnosti všech obyvatel. Za velký neúspěch jeho administrativy je považován neúspěšný pokus o svržení Fidela Castra, tzv. invaze v Zátocě sviní. Kennedy byl zavražděn během návštěvy Dallasu v roce 1963 (The White House 2013b).

¹⁴ Ronald Reagan (Republikánská strana) zastával funkci amerického prezidenta v letech 1981 až 1989. Během jeho úřadu došlo k hospodářskému růstu země, omezení inflace, snížení nezaměstnanosti, byla posílena národní obrana. Vedl silně protikomunistickou zahraniční politiku (The White House 2013c).

5 VOLEBNÍ KAMPAŇ V PREZIDENTSKÝCH VOLBÁCH 2008

5.1 Volební program

Barack Obama ve svém volebním programu plně využil nespokojenosti amerických občanů s jeho předchůdcem prezidentem Georgem W. Bushem a na jeho nepopulární administrativu ve své kampani často odkazoval. Ve své kampani se představil jako nositel změny a uspěl. Nejdůležitější otázkou domácí politiky byla ekonomická krize, která vypukla naplno dva měsíce před volbou prezidenta. Obama dále představil návrh zdravotní reformy, byla diskutována problematika imigrace a rodinná politika. Mezi hlavní témata zahraniční politiky patřila bezesporu americká vojenská intervence v Iráku, boj proti terorismu, rozvoj spolupráce s evropskými státy.

5.1.1 Domácí politika

Barack Obama ve své kampani připomněl neúspěchy prezidenta Bushe. Současnou ekonomickou situaci Spojených států amerických připisuje jeho osmileté politice a administrativě. Dále varuje, že politika Johna McCaina, republikánského prezidentského kandidáta, se od té Bushovy neliší. Obama chce změnu. Přichází s návrhem, který má americkou ekonomiku obnovit. Barack Obama během druhé televizní debaty slíbil, že z amerického rozpočtu odstraní programy, které nefungují, a že zkvalitní a zlevní programy fungující. Zdůraznil, že Spojené státy americké zažívají největší ekonomickou krizi od Velké hospodářské krize. Krokem z ekonomické deprese je efektivní fungování záchranného plánu, částky 700 miliard dolarů na podporu a posílení bankovního systému. Občané, investoři, musí mít záruku navrácení svých investic. Současně nesmí dojít k tomu, aby z těchto investic čerpali generální ředitelé amerických bank ve formě zlatých padáků (The New York Times 2008b). Obama podporuje snížení daní pro střední třídu a malé a střední podniky, které ve Spojených státech produkují nejvíce pracovních míst. V televizních debatách Obama například zmiňuje fakt, že lidé nemají finance na splácení hypoték svých domů a o své bydlení hromadně přicházejí. Tomuto problému chce Obama zabránit

především zavedením projektů na výstavbu silnic a mostů. Pracovní příležitosti zaručují lidem příjem, díky kterému nepřijdou o své domovy (The New York Times 2008c).

Důležitým bodem sociální politiky byla zdravotní reforma. Obama ve své kampani upozorňuje na nedostatky, se kterými se zdravotní systém potýká. Za závažný problém považuje absenci jakéhokoli zdravotního pojištění u 47 milionů obyvatel státu, dále kritizuje stále rostoucí náklady na zdravotní péči. Připravil plán skládající se ze třech základních bodů, jehož cílem má být zlepšení amerického zdravotního systému. Prvním bodem Obamova plánu je lepší dostupnost zdravotního pojištění. Reforma má zajistit zdravotní pojištění všem obyvatelům Spojených států amerických. Pojišťovny již nebudou moci odmítat klienty, u kterých bude předem známé jakékoli onemocnění. Druhým bodem reformy je kontrola nákladů a zvýšení kvality zdravotní péče. Podle odborníků Obamův plán sníží každé rodině náklady na zdravotní péči o 2 500 dolarů ročně a výdaje podniků budou sníženy o 140 miliard dolarů za rok. Je třeba investovat peníze do efektivních programů zdravotnictví. Obama podporuje komplexní výzkum zabývající se účinností léků, přístrojů nebo postupů při určování lékařských diagnóz a léčebných postupů. Výzkum má pomoci lékařům využívat efektivní metody během své práce. Rozvoji amerického zdravotnictví má být elektronická podoba zdravotního systému. Elektronické lékařské záznamy mají umožnit koordinovanou léčbu pacientů a snížit lékařská pochybení. Obama upozorňuje na stále rostoucí cenu léků vydávaných na předpis. Chce umožnit dovoz identických léků ze zahraničí a prodej generických přípravků¹⁵. Třetím bodem Obamovy reformy je finanční podpora prevence a posílení veřejného zdraví. Podporované federální programy

¹⁵ Generické přípravky jsou léky obsahující stejnou aktivní složku jako původní farmaceutické produkty. Mají stejné účinky na lidský organismus jako léky originální, musí splňovat stejné standardy (např. výroba, kontrola, kvalita). Generické přípravky mohou mít odlišné neaktivní složky (např. tvar, velikost, barva, obsah cukru nebo škrobu) a jsou levnější než originální farmaceutické léky (Zentiva 2011).

se zaměří například na nabídku zdravějších potravin v jídelnách a prodejních automatech, očkování proti chřipce, boj proti kouření. Rozvoj veřejného zdraví je pro Obamu důležitý, do škol chce ze státního rozpočtu uvolnit více finančních prostředků a to na rozvoj tělovýchovných předmětů a studentské programy výchovy pro zdraví (Obama 2008: 33–34).

V otázce energetiky je podle Baracka Obamy nezbytné, aby si Spojené státy americké vybudovaly energetickou nezávislost na státech Středního Východu a zvýšily domácí produkci energetiky. Obama ve své první prezidentské debatě hovoří o investicích do alternativních zdrojů energie, o využití energie solární a větrné. Dále vyslovil podporu investic do automobilového průmyslu, který bude vyvíjet automobily s nízkou spotřebou paliva (The New York Times 2008a).

Ve volební kampani se objevuje otázka rodinné politiky. Barack Obama usiluje o větší toleranci homosexuálů v americké společnosti. Jedním z jeho předvolebních slibů je zrušení zákona „*Don't Ask, Don't Tell*“ (DADT). Jedná se o americkou vojenskou politiku, která byla zavedena v roce 1993 administrativou prezidenta Clintona. Tento zákon umožňuje homosexuálům a bisexuálům vstup do americké armády pod podmínkou, že svoji sexuální orientaci veřejně nepřiznají. Do roku 1993 nebyl vstup do armády homosexuálům a bisexuálům umožněn vůbec (Zpravodajství České televize 2010).

Dalším bodem Obamovy kampaně je školství. Spojené státy americké mají investovat do vzdělání a techniky. Schopnosti a vzdělanost mladých Američanů musí být konkurence schopná vzdělanosti studentů jiných států, například Číny. Podle Obamy je třeba zpřístupnit studium na vysoké škole pro každého mladého Američana (The New York Times 2008a).

V otázce imigrace Obama podporuje legislativní reformy, které mají zvýšit financování a vylepšit systém zabezpečení hranic. Hlasoval pro výstavbu plotu

podél americko-mexické hranice, který má být dlouhý až 700 mil (CNN Election Centre 2008). Ve svém projevu na konferenci Národní asociace hispánských volených a jmenovaných úředníků¹⁶ Obama vyjádřil podporu integrace Latinoameričanů. Hovořil o nutné reformě, jejíž úlohou je z nelegálních hispánských přistěhovalců udělat americké občany. Zdůraznil špatnost amerických zaměstnavatelů, kteří využívají imigrantů jakožto levné pracovní síly. Latinoameričané přispívají do amerického rozpočtu a podle Obamy je nutné začlenit je do americké společnosti, poskytnout jim vzdělání, sociální pojištění, vytvořit jim pracovní místa (Council on Foreign Relations 2008).

5.1.2 Zahraniční politika

Nejdůležitějším bodem Obamovy volební kampaně v rámci zahraniční politiky byla americká intervence v Iráku¹⁷. Vůči válce v Iráku zaujímá Barack Obama velice kritický postoj. Kritizuje ji, tvrdí, že byla špatným rozhodnutím a pochybením. Požaduje, aby došlo ke stažení amerických bojových oddílů z Iráku. K tomuto kroku má dojít do šestnácti měsíců od jeho prezidentské inaugurace. Irácké bezpečnostní sbory mají být nadále školeny (Breber 2009). Obama ve svém volebním programu podporuje zahájení regionální a mezinárodní diplomacie Spojených států amerických, která je jedinou cestou pro ukotvení míru v tomto regionu. Usiluje o vznik programů na pomoc iráckým uprchlíkům a vnitřně vysídleným osobám. Obama podpoří iráckou vládu, jež má

¹⁶ National Association of Latino Elected and Appointed Officials (NALEO) je nezisková organizace, která podporuje integraci hispánských obyvatel v americké politické společnosti, jejich profesní růst, prosazování zájmů hispánských obyvatel (NALEO 2013).

¹⁷ Spojené státy americké do války v Iráku přivedl během své administrativy prezident George Bush. Americká vojska intervenovala do Iráku v břenu roku 2003, cílem bylo svrhnout diktátorský režim Saddáma Husajna. Po svržení režimu a smrti Husajna zůstaly americké jednotky na iráckém území dále přítomny, jejich úlohou bylo stabilizovat zemi, čelit povstaleckým výbojům a atentátům. Američané do Iráku intervenovali, přestože nezískaly mandát od OSN. Svůj vojenský zásah vysvětlovaly několika argumenty – dostupnost zbraní hromadného ničení, spolupráce iráckého režimu s al-Kaidou. Tyto argumenty se však později ukázaly jako nepravdivé. Válka byla oficiálně ukončena v prosinci 2011.

příjmy z ropy a přebytky z rozpočtu použít na obnovu a rozvoj státu (Democratic National Convention Committee: 2008). Ve druhé prezidentské debatě Obama hovoří o vojenských i finančních nákladech, které intervence v Iráku přináší. Podle něj je třeba věnovat se problematice v Afghánistánu nebo genocidě v Dárfúru. Spojené státy americké mají morální povinnost zasáhnout v případě humanitárních krizí. V případě zvolení americkým prezidentem, Barack Obama podpoří zřízení bezletové zóny nad Súdánem.

V boji proti terorismu považuje Barack Obama Afghánistán za nejdůležitější bod. Sídlí zde Talibán¹⁸ a islámští povstalci, jejichž útoky v posledních letech vzrostly. Obama navrhuje přesun vojenských sil z Iráku do Afghánistánu a posílení účasti vojenských sil NATO. Podle informačních zdrojů se podél hranice Aghánistánu a Pákistánu nacházejí úkryty hlavních představitelů Al-Káidy¹⁹ a Talibánu (Breber 2009). Obama chce v součinnosti s pákistánskou armádou tyto osoby najít a dopadnout je. Jestliže Pákistán nebude ochotný do takového boje jít, nebo na něj nebude mít prostředky, je nezbytné, aby jednaly Spojené státy americké (The New York Times 2008b).

Důležitým tématem zahraniční politiky je problematika jaderného programu Íránu. Obama požaduje jeho zastavení, zcela neakceptuje držení jaderných zbraní Íránem. Byl by tím ohrožen Izrael a existovalo by zde nebezpečí, že se nukleárních zbraní zmocní teroristé. Obama v druhé prezidentské debatě uvedl, že je třeba změnit přístup Spojených států amerických k Íránu. Je třeba s ním vést přímé rozhovory, ukončit Bushovu politiku izolace (The New York Times 2008b). Při spolupráci Spojených států amerických

¹⁸ Talibán je radikální islámské hnutí, které působí v Afghánistánu a v hraničních oblastech Pákistánu. Od poloviny 90. let 20. století do roku 2001 byl Talibán v Afghánistánu u moci, poté byl svržen Spojenými státy americkými (Švamberk 2013).

¹⁹ Al-Kaida je islámská teroristická organizace, jejímž hlavním cílem nastolení muslimských států na Arabském poloostrově, a šíření islámu. Hlavním nepřítelem jsou Spojené státy americké a jejich působení v arabském světě a dále jejich ekonomické, kulturní i náboženské hodnoty. (Kroupa 2010: 3).

a Íránu v jaderné otázce a otázce terorismu je Obama ochotný nabídnout Íránu určité ekonomické výhody. Pokud ke spolupráci nedojde, přikročí Obama k tvrdším sankcím, nevyloučil vojenský zásah (Breber 2009).

Barack Obama vyzval Evropu ke kooperaci v boji proti terorismu, proti rozšiřování jaderných zbraní a dalším nebezpečím. Obama chce zlepšit rusko-americké vztahy. Tyto dvě velmoci podle něj musí snížit své zásoby nukleárních zbraní. Tento krok by byl dobrým příkladem při přesvědčování Severní Koreje a Íránu, aby zastavily svůj vývoj jaderných zbraní (Breber 2009). V první prezidentské debatě hovořil Obama o nezbytnosti jednávání s Ruskem. Vyjádřil podporu nově vzniklým evropským demokratickým státům, které byly do 90. let 20. století ruskými satelity. Spojené státy americké mají bránit porušování mezinárodního práva ze strany Ruska a dohlížet na jeho respektování suverenity a územní celistvosti těchto států. Jestliže tyto státy splní podmínky pro vstup do Severoatlantické aliance²⁰, mají být do ní přijaty (Gruzie, Ukrajina) (The New York Times 2008a). Evropa je pro Spojené státy americké nepostradatelným partnerem, spolupráce s ní má být podle Obamy ještě intenzivnější. Usiluje o posílení a rozšíření strategického partnerství s Tureckem a o sjednocení Kypru (Democratic National Convention Committee 2008).

Do prezidentské kampaně byla zahrnuta i otázka Číny. Obama se vyjádřil, že bude vyvíjet tlak, aby Čína zvýšila hodnotu své měny vůči dolaru. Čína manipuluje hodnotu své měny, aby co nejvíce zvýšila přebytek z obchodu se Spojenými státy americkými. Podle Obamy se Čína nemá spoléhat pouze na vývoz zboží (Breber 2009).

²⁰ Severoatlantická aliance (NATO) je mezivládní vojensko-politická organizace sdružující státy Evropy a Severní Ameriky. Základem je Severoatlantická smlouva, která byla podepsána roku 1949 ve Washingtonu. Sídlo organizace se nachází v Bruselu (Kroupa 2010: 61–62).

Podle Obamy je nutné posílit bezpečnost americko-mexické hranice. Příliv imigrantů a mezinárodních gangů musí být omezen. Dále si klade za cíl boj proti narkomafiím, které do Spojených států z Mexika pronikají.

5.2 Podpora

V prezidentských volbách 2008 Baracku Obamovi vyjádřil podporu například zpěvák Bruce Springsteen a Billy Joel. Na Obamovu podporu byl uspořádán jejich společný koncert, jehož nejlevnější vstupné činí 500 dolarů. Na Obamovu stranu se postavila dále moderátorka americké talk show Oprah Winfrey, herci Robert de Niro, Tom Hanks nebo Halle Berry (Polochová: 2008).

Do předvolební kampaně se zapojil i americký zpěvák Will.i.am, který napsal pro Baracka Obamu písničku Yes, We Can. Píseň parafrázuje Obamův volební slogan. Byl natočen i videoklip skládající se ze vstupů demokratického kandidáta a celebrit, které mu vyjadřují svoji podporu. Aby svůj hlas odevzdali Baracku Obamovi, vyzval své fanoušky i rapper Sean Combs (Novinky.cz 2008).

Podporu Obamovi vyjádřila na sjezdu Demokratické strany v Denveru i jeho manželka Michelle. Během svého projevu vyvracela povýšenecké chování Baracka Obamy, které mu připisují republikáni (Dražanová 2008).

6 VOLEBNÍ KAMPAŇ V PREZIDENTSKÝCH VOLBÁCH 2012

6.1 Volební program

Klíčovým tématem prezidentských voleb 2012 byla především domácí politika. Nejdůležitějším bodem volební kampaně byla ekonomická situace a nezaměstnanost. Dále se v kampani objevily otázky energetiky a rodinné politiky. Mezi nejdiskutovanější témata zahraniční politiky patřila otázka vývoje jaderného programu v Íránu, izraelsko-palestinská otázka, syrský konflikt, boj proti terorismu a prohloubení spolupráce s evropskými státy.

6.1.1 Domácí politika

Ústředním tématem domácí politiky prezidentské volební kampaně 2012 byla ekonomická situace a nezaměstnanost. Spojené státy americké v roce 2008 zasáhla ekonomická krize, která byla největší od 30. let 20. století. Barack Obama během svého působení v úřadu prezidenta zavedl řadu opatření²¹, díky kterým dochází k oživení americké ekonomiky. Demokratická strana ve své volební kampani podporuje další rozvoj těchto programů. Obama má být do prezidentské funkce znovu zvolen, aby mohl v programech na obnovu americké ekonomiky pokračovat. Současným problémem americké společnosti stále zůstává vysoká nezaměstnanost. V září roku 2012 nezaměstnanost poprvé od vypuknutí ekonomické krize klesla pod hranici 8%. Dostala se na 7,8% (Lopochová 2012).

V otázce daňových úlev²², které zavedl George W. Bush, chce Obama částečně pokračovat. Obama se ve své kampani vyjádřil, že chce zavést daňové úlevy pouze pro obyvatele, jejichž roční příjem je nižší než 200 000 dolarů (250 000 dolarů u manželských párů) (CNN Politics 2012a). Svůj postoj v otázce daňových úlev Obama opakoval i během televizních debat. Platba nižších daní se podle něj týká devadesáti osmi procent obyvatel Spojených států amerických.

²¹ například v roce 2009 byl vydán tzv. American Recovery and Reinvestment Act of 2009. Prostřednictvím zákona došlo ke snížení daní 95% pracujících Američanů. Dále byli podpořeni jednotlivci a státní vlády, které mohly zachovat pracovní pozice hasičů, policistů a učitelů. Zákon zajišťuje finanční podporu pro nezaměstnané lidi, kteří o svou práci přišli ne vlastní vinou a aktivně hledají pracovní pozici novou. Finanční pomoc se dále týká zdravotního pojištění a potravinové pomoci. Podle zákona jsou dále státní finance investovány do budování systému mezistátní dálnice, stavby vojenských základen, přístavů, mostů a tunelů. Jsou podporovány projekty pro zlepšování životního prostředí (The White House 2013d).

²² George W. Bush zavedl roku 2001 zákon, který reformoval daňový systém, tzv. *Economic Growth and Tax Relief Reconciliation Act of 2001* (EGGTRA). Druhou Bushovou reformou byl tzv. *Jobs and Growth Tax Relief Reconciliation Act of 2003* (JGTRRA). Cílem těchto zákonů byl hospodářský růst země a obnova ekonomiky. Bushovy daňové reformy byly v roce 2010 rozšířeny s platností do roku 2012 (Amadeo 2011).

Aby došlo k obnově a nastartování americké ekonomiky, navrhl Obama zvýšení daňových sazeb pro zbylá dvě procenta obyvatel státu (The New York Times 2012).

Jedním z hlavních témat volební kampaně roku 2008 byla v oblasti sociální politiky zdravotní reforma. Americký nejvyšší soud v červnu 2012 potvrdil platnost zdravotní reformy²³, která se tak stala dosud největším úspěchem domácí politiky současného amerického prezidenta. Zdravotní reforma je dnes ve Spojených státech vnímána spíše negativně. Ve své volební kampani proto Obama zopakoval hlavní přínosy této reformy, kterými podle něj jsou levnější a přístupnější zdravotní péče. Zdravotní reforma bude platit od roku 2014. Bude fungovat na základě individuálního mandátu, což znamená, že si každý obyvatel státu bude muset zřídit zdravotní pojištění. Pokud někdo pojištěn nebude, hrozí mu pokuta. Zákon zajišťuje finanční pomoc ekonomicky slabším obyvatelům. Reforma dále například zakazuje zdravotním pojišťovnám odmítat nové klienty, u kterých jsou předem známy zdravotní komplikace (Zpravodajství České televize 2012d).

V oblasti životního prostředí a energetiky zaujímá Obama stejné postoje jako před čtyřmi lety. Ve volební kampani vyjádřil důležitost ochrany životního prostředí. Spojené státy americké se mají stát světovým lídrem v rámci využívání energie z obnovitelných zdrojů, Obama proto podporuje vznik větrných, vodních a solárních elektráren. V lednu roku 2012 Obamova administrativa odmítla výstavbu ropovodu *Keystone XL*, který měl přivádět ropu ze západní Kanady do Texasu (Zpravodajství České televize 2012a).

²³ Barack Obama usiloval o prosazení zdravotní reformy od svého nástupu do prezidentské funkce. Proti zdravotní reformě tvrdě vystupovali především opoziční republikáni, kteří zákon prohlásili za protiústavní, a reforma byla poslána na přezkoumání k Nejvyššímu soudu. Devítičlenný nejvyšší soud podpořil Obamův zákon nejtěsnějším rozdílem 5:4 (Zpravodajství České televize 2012d).

Demokratická strana podporuje rovné příležitosti a postavení před zákonem pro všechny obyvatele státu bez ohledu na jejich etnický původ, pohlaví, náboženské vyznání nebo sexuální orientaci. Barack Obama je prvním americkým prezidentem, který otevřeně podpořil sňatky homosexuálních párů. Podle něj by o povolení takovýchto sňatků měly rozhodovat jednotlivé americké státy samy (Lopochová: 2012). Homosexuální sňatky jsou ve Spojených státech amerických stále více tolerovány. Obama v roce 2011 zrušil zákon „*Don't Ask, Don't Tell*“ (DADT), který zakazoval homosexuálům a bisexuálům sloužit v americké armádě, přiznají-li veřejně svoji sexuální orientaci. Tímto krokem tak splnil jeden ze svých předvolebních slibů z volební kampaně 2008 (CNN Politics 2012b).

Barack Obama dále usiluje o prosazení tzv. *Paycheck Fairness Act*. Cílem tohoto zákona je zajistit stejné finanční ohodnocení pro muže a ženy, které se má odrážet od jejich pracovních schopností a nemá být odvozováno od pohlaví zaměstnanců. Zákon vyžaduje, aby zaměstnavatelé prokázali, že veškeré mzdové rozdíly mezi muži a ženami nejsou spojeny s jejich pohlavím. Dalším úkolem tohoto zákona je chránit ženy před diskriminací, která vzniká na základě jejich těhotenství nebo plánovaného těhotenství. Obama dále podporuje právo žen na rozhodování o jejich těhotenství, včetně jeho bezpečného a legálního přerušení. Podle něj v otázce umělého přerušení těhotenství není místo pro vládní rozhodování, je to záležitost čistě osobní. Demokraté podporují rozvoj zdravotní péče a vzdělávání, které má počet nechtěných otěhotnění snížit (Democratic National Committee 2012).

Do volebních kampaní obou prezidentských kandidátů byla začleněna otázka školství a vzdělávání. Obama hodná pokračovat v programech, které podporoval v kampani předešlé. Své záměry vyjádřil například při druhé prezidentské debatě. Jeho cílem je zlepšit americké školství, mladí obyvatelé státu mají být konkurence schopni svým vrstevníkům z cizích zemí. Vzdělanost mladých

Američanů je základem pro další ekonomický rozvoj země. Šanci získat kvalitní vzdělání mají mít všichni američtí studenti (The New York Times 2012). Problematikou je finanční náročnost studia. Obama hodlá podporovat federální programy na podporu studentů prostřednictvím stipendií a půjček. Během svého prvního funkčního období Obama zavedl přímé federální půjčky studentům bez prostřednictví bank. Tímto krokem Obama ušetřil zhruba 60 miliard dolarů, které byly částečně investovány do Pellova stipendia²⁴. Během Zprávy o stavu Unie²⁵, kterou Obama přednesl v lednu roku 2012, se kriticky vyjádřil k nárůstu školného na vysokých školách. Ty se podle amerického prezidenta mají chovat ke svým studentům zodpovědně. Prezident je připraven zmenšit federální podporu vysokých škol, pokud růst školného nezastaví (Koucký 2012).

V oblasti imigrační politiky chce Barack Obama navázat na svůj volební program z roku 2008 a uvést jej v praxi. Obama připouští, že nepřijetí imigrační reformy bylo jedním z největších selhání jeho administrativy. Imigrační reforma je ve volební kampani důležitá pro získání hlasů voličů hispánského původu, kteří tvoří téměř deset procent všech amerických voličů (Krumpholcová 2012).

6.1.2 Zahraniční politika

Ve svém volebním programu Demokratická strana uvádí jako jeden z prioritních cílů zahraniční politiky stabilizaci situace na Blízkém Východě a stažení amerických bojových jednotek z tohoto prostoru. Američané se mají soustředit na budování vlastní národní identity, zajistit stabilitu a hospodářský

²⁴ „*Pell Grant*“ je federální studentský grant určený především studentům z rodin s nižšími příjmy. Ve školním roce 2011/2012 výše stipendia činila až 5 550 dolarů. Výše stipendia je závislá na několika faktorech, například na statusu studenta (denní/dálkové studium), délce studia nebo nákladech na školní docházku. Studenti smí pobírat toto stipendium pouze na jedné škole (U.S. Department of Education 2012).

²⁵ „*State of the Union Address*“ je prezidentským projevem, který prezident Spojených států amerických každoročně přednáší před americkým Kongresem. Ve svém projevu prezident zmíní své politické záměry, kterým se chce během následujícího roku věnovat. Zpráva o stavu Unie je zanesena ve druhém oddílu třetího článku americké Ústavy (Peters 2013).

růst země. Dále je podle demokratů nezbytné se zaměřit na problematiku zastavení šíření jaderných a biologických zbraní, kybernetických útoků, změny klimatu a mezinárodní trestné činnosti.

Již ve volební kampani z roku 2008 Obama usiloval o stažení amerických bojových jednotek z iráckého a afghánského území. Během svého prezidentského úřadu vytvořil agendu, jejímž úkolem bylo ukončení americké bojové mise v Iráku a pomoc při obnově infrastruktury státu. Americká vláda se dohodla s Bagdádem na stažení veškerých amerických jednotek z Iráku do konce roku 2011. Do budoucna se Obama zavázal ke dlouhodobé spolupráci²⁶ s demokratickým Irákem v oblasti diplomacie, hospodářství a bezpečnosti (Democratic National Committee 2012). Americká vojenská mise v Afghánistánu stále probíhá. Barack Obama usiluje o její ukončení a předání kontroly země do rukou Afghánců. Americké bojové jednotky by měly zemi opustit do konce roku 2014.

Díky ukončení válek v Iráku a Afghánistánu se může americká administrativa efektivněji věnovat boji proti terorismu. Největším úspěchem Baracka Obamy v této otázce bylo schválení operace, při které byl zabit Usáma bin Ládín²⁷, vůdce islámské teroristické organizace al-Káidy (Polochová 2012). Ve volební kampani 2012 Obama varuje, že vůdce al-Káidy byl dopaden, avšak teroristická

²⁶ na začátku května 2012 se Barack Obama vydal na zahraniční cestu do Afghánistánu. Jejím cílem bylo podepsání dohody o strategickém partnerství mezi Spojenými státy americkými a Afghánistánem. Smlouva, kterou Obama podepsal spolu s afghánským prezidentem Hamídem Karzáím, zavazuje Američany chránit afghánské území deset let po odchodu amerických jednotek ze země (Zpravodajství České televize 2012c).

²⁷ jeden ze zakladatelů organizace al-Káida. Pocházel ze saúskoarabské miliardářské rodiny. Své finanční zdroje využíval pro podporu arabských mudžáhidů, výcvikových táborů, teroristických aktivit. Bin Ládín byl v 90. letech za protiústavní činnost vypovězen ze Saúdské Arábie a zbaven občanství. Saúdská Arábie a Spojené státy americké pro něj byly největšími nepřáteli. Sponzoroval dosavadní největší teroristický útok na Spojené státy americké, který byl spáchán v září 2001. Došlo ke zničení amerického Světového obchodního centra, zasažení budovy Pentagonu a letecké havárii v Pensylvánii. V květnu roku 2011 byl Usáma bin Ládín dopaden a následně při přestřelce zabit speciálním vojenským komandem (Reiner 2013a).

organizace funguje dále a má své odnože v dalších státech arabského světa. Obama klade důraz na spolupráci s Afghánistánem, Pákistánem a Jemenem a podporuje jejich společné úsilí odstranit al-Káidu (Democratic National Committee 2012).

V otázce jaderných zbraní usiluje Obamova administrativa o snížení jaderného arzenálu a odstranění jaderného programu ze států jako je Severní Korea nebo Írán. Barack Obama ve třetí prezidentské debatě vyjádřil svůj postoj k problematice íránského vývoje jaderné zbraně. Jeho názor je stejný jako před čtyřmi lety. Požaduje, aby Íránci ukončili svůj jaderný program a dodržovali rezoluce Organizace spojených národů. Obama se chce vyvarovat vojenských zásahů a usiluje o diplomatické řešení sporů. Diplomatická cesta je podle Obamy jediné účinné a dlouhotrvající řešení (The New York Times 2012b).

Američané sdílí společné hodnoty s Izraelem, v jeho oblasti mají rovněž strategické zájmy. Izrael je největším americkým spojencem regionu. Bezpečný a silný Izrael je jedním z bodů volební kampaně Demokratické strany. Obama podporuje větší finanční pomoc Izraeli, která má přispět k jeho větší bezpečnosti. Prezident dále usiluje o dosažení míru mezi Izraelci a Palestinci. Vznik dvou oddělených států by podle Obamy přispěl k regionální stabilitě. Jeruzalém má zůstat hlavním městem Izraele a má být otevřen všem lidem bez ohledu na jejich náboženské vyznání (Democratic National Committee 2012).

Během prezidentské volební kampaně 2012 byla diskutována situace v Sýrii, kde probíhají protesty proti režimu prezidenta Bašára Asada²⁸. Spojené státy americké podporují syrskou opozici a usilují o odstoupení prezidenta země.

²⁸ Bašár Asad je syrský prezident, který je u moci od roku 2000. Zpočátku byl zastáncem liberální a reformní politiky, nechal například propustit stovky politických vězňů, umožnil vydávání nezávislých novin, povolil zavedení internetu v zemi. Během své vlády se jeho politika otočila k tuhé diktatuře. Proti jeho režimu vypukly v zemi protesty, které v březnu 2011 vyústily v občanskou válku (Lang 2013).

Barack Obama upřednostňuje politiku diplomacie a zavádění sankcí vůči režimu před vojenskou intervencí do státu. Zásah amerických vojsk připustil Obama v případě, že by syrská vláda použila v boji proti opozici chemické a biologické zbraně (Zpravodajství České televize: 2012b).

Pro úspěšný boj proti terorismu, šíření jaderných a biologických zbraní, kybernetickým útokům a mezinárodní trestné činnosti je podle Demokratické strany nutná globální spolupráce. Základem globální bezpečnosti je prohlubování spolupráce Spojených států amerických s Evropou a Asií. Ve své volební platformě demokraté věří například ve spolupráci s Ruskem na protiraketové obraně. V oblasti Asie a Pacifiku jsou Spojené státy americké připraveny bránit své spojence, mezi které patří Austrálie, Filipíny, Indie, Japonsko, Jižní Korea, Nový Zéland a Thajsko. Jako další úkol si demokraté kladou vybudovat lepší kooperativní vztahy s Čínou. Požadují však, aby Čína dodržovala mezinárodní ekonomická pravidla a lidská práva.

Podle Baracka Obamy je nutné směřovat americkou zahraniční politiku také na Střední Ameriku. Chce prohloubit spolupráci mezi státy a dosáhnout tak úspěchu v boji proti narkomafím a zločineckým gangům. Obama chce zlepšit bezpečnost americko-mexické hranice a posílit bezpečnost lidí žijících v tomto regionu. Toho má být dosaženo prostřednictvím lepšího policejního vybavení, školení a technologií (Democratic National Committee 2012).

6.2 Finance

Financování volební kampaně pro rok 2012 se od minulých prezidentských kampaní lišilo. Zásadní změnu přineslo rozhodnutí Nejvyššího soudu z roku 2010. Podle tohoto soudního rozhodnutí je finanční podpora kandidáta formou svobody projevu občanů státu. Nejvyšší soud tak chce naplnit funkčnost prvního dodatku americké ústavy, který právě o svobodě projevu hovoří. V praxi toto rozhodnutí přináší téměř neomezené hromadění financí

do tzv. politických akčních výborů²⁹ (*Political Action Committee, PAC*) z rukou jednotlivců i organizací. Aby politické akční výbory mohly být funkčními organizacemi, musí být zaregistrovány u Federální volební komise³⁰. Politické výbory podporují politické kandidáty nepřímo (Kust 2012b). Rozhodnutí o volném toku financí do PACů přispělo k tomu, že se volební kampaň prezidentských voleb 2012 stala nejdražší politickou kampaní v historii Spojených států amerických. V dubnu roku 2011 Barack Obama oznámil, že se bude ucházet o znovuzvolení do funkce prezidenta země. V této době zahájila organizace Obama for America finanční sbírku pro kampaň amerického prezidenta.

Nejvíce peněz získal Barack Obama ve státech Kalifornie, New York, Illinois a Massachusetts. Co se týče pracovního odvětví, přispívali Obamovi nejvíce lidé

²⁹ Politická akční výbory (*Political Action Committee, PAC*) mají ve Spojených státech amerických dlouhou historii. První PAC byl zformován v roce 1944 k podpoře F.D.Roosevelta. Neustále jich přibývá, v současnosti můžeme rozlišit pět druhů PACů. Prvním z nich jsou Oddělené odloučené fondy (*Seperate Segredated Funds, SSF*) jsou přidruženy k zakládající organizaci, kterou mohou být odbory, zaměstnavatelské svazy a jiná sdružení. Smí vybírat finance pouze od omezeného počtu přispěvovatelů. Nepropojené politické akční výbory (*Non-connected PACs, NPAC*) nejsou propojeny s žádným zakládajícím subjektem, počet přispěvovatelů je neomezen. Jsou to odbory, jejichž financování je možné jen z dobrovolných příspěvků zvenčí. Třetí skupinou jsou tzv. Vedoucí politické akční výbory (*Leadership PACs, LPAC*). Jsou podskupinou NPACů, která byla založena konkrétním kandidátem za účelem finanční podpory jeho stranických kolegů či politické strany samotné. Zřizování LPACů existuje především pro větší zisk finančních prostředků pro politické strany, jejich přímé finanční dotace jsou totiž omezeny. Dalším poddruhem PACů jsou Zahraniční politické akční výbory (*Foreign-connected PAC, FPAC*). Jejich funkcí je shromažďování mezinárodních finančních příspěvků. Dochází k zakládání neamerických společností, které mají na území USA dceřiné společnosti. Poslední skupinou jsou tzv. *Super PACy (Super PACs, SPAC)*. Finanční příspěvky nejsou omezeny počtem ani výškou částky. Jména přispěvovatelů jsou zveřejňována měsíčně nebo čtvrtletně, příspěvky získané prostřednictvím neziskových organizací mohou zůstat anonymní (Kust 2012b).

³⁰ Federální volební komise (FEC) je institucí, která se zabývá především financováním politických kampaní. Vydává revizní zprávy, poradní stanoviska, navrhuje nebo přijímá předpisy týkající se financování, vyměřuje pokuty za porušování právních předpisů. Informuje veřejnost o výši částky a původů finančních příspěvků, které političtí kandidáti ve své kampani získali (Gorin: 2011).

v penzi, dále právníci, lidí zaměstnání ve školském a zdravotnickém sektoru a zaměstnanci obchodních služeb (The Center for Responsive Politics: 2013).

Padesát pět procent veškerých darů činily částky pod 200 dolarů. Třináct procent zaslaných částek převyšovalo sumu 2 500 dolarů, což je limit na dar od jedné osoby (České noviny 2012).

Podle zdroje deníku The Washington Post během politické kampaně Obama shromáždil částku přesahující jednu miliardu amerických dolarů. Nejvíce peněz ze získané částky putovalo na reklamní činnost, dále byly finance investovány například do fundraisingu, poštovních služeb, administrativy, cestování, dotazování nebo poradenství (The Washington Post 2012).

Finanční zdroje na volební kampaň lze získat i díky podpoře hollywoodských herců. Obamův volební štáb pomocí šéfa filmového studia DreamWorks Jeffereyho Katzenberga zorganizoval slavnostní večeři, která probíhala u herce George Clooneyho. Vstupenka na tuto událost stála 40 tisíc dolarů. Zúčastnit večeře se mohli i lidé, kteří na Obamovu kampaň přispěli částkou alespoň tři dolarů. Z těchto lidí byly losem vybrány dvě ženy. Ze slavnostní večeře putoval na kampaň výtěžek 15 milionů dolarů (6 milionů dolarů bylo získáno prodejem vstupenek, zbytek byl získán z online soutěže) (Walker: 2012).

6.3 Podpora

Nedílnou součástí prezidentské volební kampaně 2012 byla podpora kandidátů ze strany slavných amerických osobností. Během kampaně proběhla řada společenských událostí, na kterých američtí vlivní lidé vystoupili a veřejně tak kandidáty podpořili, promlouvali k potencionálním voličům, setkávali se se samotnými kandidáty. Znamé a vlivné osobnosti americké společnosti mají silný vliv na veřejné mínění a mohou oslovit především nerozhodnuté voliče.

Velkým přínosem v Obamově kampani byla podpora ze strany bývalého prezidenta Billa Clintona³¹. Clinton, představitel hospodářského rozmachu 90. let, doprovázel Baracka Obamu na předvolebních shromážděních. Klíčový projev podporující Obamu pronesl na nominačním sjezdu Demokratické strany, který se konal v září ve městě Charlotte v Severní Karolíně. Bill Clinton oficiálně jmenoval Obamu jako demokratického kandidáta na prezidenta. Ve svém projevu hovořil o Obamovi jako o muži, který je schopný zaručit opětovnou prosperitu země. Zmínil jeho úspěchy, mezi něž zařadil zastavení propadu ekonomiky, rozvoj v oblasti sociální a politiky a zdravotnictví, vytvoření nových pracovních míst v soukromém sektoru. Zdůraznil, že jich mohlo být vytvořeno více, kdyby nebyl republikány v Kongresu zablokován prezidentův návrh na vytvoření nových pracovních příležitostí (Mladá fronta E15 2012).

Podporu Obamovi vyjádřil Michael Bloomberg, starosta města New York a dřívější republikán. Sympatizuje s Obamou především v otázce životního prostředí. Bloomberg podporuje Obamovy kroky v boji proti změně klimatu, snaže k omezení spotřeby fosilních paliv. Jako další pozitivum vidí Obamovu rodinnou politiku, především problematiku potratů a práv párů stejného pohlaví. V prezidentských volbách 2008 Bloomberg nepodpořil ani jednoho z kandidátů (Hospodářské noviny 2012a).

Barack Obama má své příznivce i mimo prostředí Spojených států amerických. V rámci Evropy je považován za středopravicového až pravicového politika a svůj hlas by mu podle agentury YouGov odevzdala většina voličů Velké Británie, Německa, Dánska, Švédska, Finska Norska a Francie (YouGov 2012). V Rusku by Obamu znovu volilo 42% obyvatel. Podle

³¹ William J. Clinton zastával úřad amerického prezidenta v letech 1993 až 2001. Jeho administrativa je považována velice úspěšnou, dosáhl například nejnižší míry nezaměstnanosti v moderních dějinách, nejnižší inflace za posledních třicet let, poklesu kriminality, rozpočtového přebytku. V mezinárodní politice podporoval rozšíření Severoatlantické aliance, globální boj proti obchodu s drogami, otevřený mezinárodní obchod (The White House 2013e).

průzkumů Obamova popularita klesá v Číně, kde by jej za prezidenta zvolilo 38% dotázaných voličů, v roce 2010 to bylo o dvanáct procent více. V oblasti Jižní Ameriky je Obama populární v Brazílii. Získal by zde podporu až 93% voličů. V Kolumbii by mu hlas odevzdalo 84% lidí. K žádnému kandidátovi se nepřiklání Chile, neboť je zde angažovanost Spojených států amerických velice malá a ať už zvítězí jakýkoli kandidát, politiku Chile to neovlivní. V Mexiku by prezidentem Obamu zvolilo 36% voličů (Hospodářské noviny 2012b).

7 KOMPARACE VOLEBNÍCH KAMPANÍ V PREZIDENTSKÝCH VOLBÁCH 2008 A 2012

V této kapitole budou shrnuty společné i rozdílné faktory volebních kampaní Baracka Obamy 2008 a 2012.

Cíl – náplní první kampaň bylo stát se prezidentem Spojených států amerických. Ve volební kampani 2012 Barack Obama usiloval o obhajobu své pozice prezidenta.

Výchozí pozice – Obama v první prezidentské kampani nasadil pomyslnou laťku hodně vysoko. Byl až moc dobrý a přesvědčivý. Nastavil něco, co se velice těžce nejen zopakuje, natož překonává. V kampani 2012 musí vhodnou argumentací překonávat rozladěnost a zklamání mnohých svých voličů i nevoličů, řadových občanů i profesionálních politiků.

Časová náročnost – volební kampaň 2008 je časově náročnější, Barack Obama musí nejdříve vyhrát primárky. Jako neznámý senátor prochází finančně i časově náročnými primárkami. Ve druhé kampani primárky nejsou, Barack Obama má pouze prezidentskou kampaň. Má více finančních prostředků na swingové státy.

Osobnost soupeře – kampaň 2008 je náročnější, Barack Obama musí nejdříve porazit silnou soupeřku Hilary Clintonovou z vlastního stranického tábora. Poté

se jeho protivníkem stává republikánský kandidát John McCain. Primárky byly dlouhé a vyčerpávající.

Politické zaměření – Barack Obama musí nejdříve v primárkách přesvědčit a získat demokraty, poté přejít více ke středu a získat nerozhodnuté, a snad i některé republikánské voliče. Ve volební kampani 2012 má demokratické příznivce téměř jisté, stačí si je udržet. Zaměřuje se na středové voliče, nerozhodnuté a snad i váhající republikánské voliče.

Obamův původ – v první volební kampani se objevují pochybnosti o Obamově původu. Je velice neobvyklé, že Afroameričan kandiduje na pozici prezidenta. Určitá nedůvěra kolem těchto otázek zde přetrvává. Ve druhé kampani se toto téma neřeší.

Obsah projevů – během první kampaně Barack Obama často hovoří o sobě, o svém dětství a rodině, o těžké práci komunitního pracovníka, o svých snech a představách. Může zatím bez obav sledovat, prezentovat a šířit své iluze, představy a sny. Jeho projev je více emotivní, posluchače vtahuje do příběhu. Během druhé kampaně je již osobnost Obamy známá a prezident se musí ve svých projevech zaměřit na palčivá témata jako je ekonomická situace státu a vysoká nezaměstnanost. Obama má více zkušeností, jeho projevy jsou propracovanější a vyzrálejší.

Ústřední téma – klíčovými body první kampaně jsou jednota, soudržnost, národní cítění, likvidace rasových předsudků, sociální politika, zdravotnictví. Hlavní roli prezidentské kampaně 2012 hraje hospodářství státu a nezaměstnanost.

Spolupracovníci – Obama si musí sehnat vlastní tým. Je novou tváří vrcholné politiky, je potřeba vše vytvořit a personálně obsadit. Během kampaně 2012 již existuje síť spolupracovníků a volební štáb z roku 2008. Stačí je pouze aktivovat a případně doplnit. americký prezident sází na osvědčenou jistotu. Do svého volebního štábu vybral spolupracovníky, kteří mu zajistili

úspěch v prezidentské volební kampani 2008. Svůj boj za znovuzvolení pak jako první americký prezident v historii nechá řídit z bašty svých příznivců v Chicagu a ne z hlavního města Spojených států amerických. V obou kampaních jako svého viceprezidenta představuje Josepha Bidena.

Přesvědčivost a důvěryhodnost – ve své první volební kampani byl Obama až příliš přesvědčivý a důvěryhodný. Vyvolal velká očekávání, mnohé se nesplnilo. Během prezidentské funkce byla důvěryhodnost Baracka Obamy byla otřesena. Nesplnil některé své sliby. Spojené státy americké se potýkají se složitou hospodářskou situací. Za své čtyřleté prezidentské období Obama zdvojnásobil státní dluh.

Tvář změny – během prezidentské kampaně 2008 se Obama prezentuje se jako tvář změny. Lidé chtěli změnu, Obama ji nabídl svojí vizí i původem. Ve druhé kampani se již jako tvář změny prezentovat nemůže. Obama již není tak svěží a není novou tvář změny. Již je v plné realitě, má odpovědnost za předešlé neúspěchy, nesplněné cíle a sliby.

Nálada a emoce v kampani – během volebního klání z roku 2008 panuje nadšení, víra, optimismus, elán, naděje, změna, fantazie a euforie. Toto vše strhávalo lidi kolem Baracka Obamy a nejen je. Byl tím, co v něm lidé chtěli vidět. V jeho projevech slyšeli, co chtěli slyšet. Kampaně byla mimořádně disciplinovaná a chytrá. Ve své druhé kampani si Obama uvědomuje, že byl až moc dobrý. Ví také, že nyní musí být ještě lepší. Ne vždy se mu to daří, je unaven vysokou politikou. Tvrdou lekcí mu udělili republikáni, kteří mají v Dolní komoře Kongresu převahu. Jeho kampaně má méně nadšení, je o realitě a o potřebě dodělat to, co začal. Potřeboval šanci dodělat to, co nedokončil. O to žádal ve své kampani americký národ. Po čtyřech letech v Bílém domě Barack Obama jeví známky únavy a má daleko ke kandidátovi struhujícího davu, kterým byl v minulém volebním klání.

Televizní debaty – Obama je v kampani 2008 přesvědčivý ve všech televizních debatách, podle veřejného mínění vyhrává všechny tři debaty. Ve volebním klání roku 2012 není přesvědčivý v první debatě prezidentských kandidátů. Další dvě vyhraje.

Rétorika – Obama si dává během kampaně 2008 velký pozor, jak se vyjadřuje a co říká na adresu svého protivníka. Kampaně z roku 2012 obsahuje i negativní kritiku republikánského protivníka Mitta Romneyho.

Zkušenosti – v první prezidentské kampani disponuje Obama pouze zkušenostmi na nižší politické funkce. Během své kampaně nemusí prakticky nic zdůvodňovat a obhajovat. V roce 2012 má již zkušenosti z předešlé prezidentské kampaně, jeho tým ví, jak pracovat, aby kampaně byla co nejúčinnější. Jsou poučeni z předešlých chyb. Má databázi voličů Demokratické strany, Republikánské strany, nevoličů. Ví, kam se zaměřit. Musí často zdůvodňovat nesplnění některých slibů, vysokou nezaměstnanost, vysokou zadluženost země.

Dosavadní úspěchy – během kampaně 2008 zmiňuje se to, co dokázal ve své politické minulosti senátora. Heslem druhé kampaně je „Dokázali jsme to“. Obama často připomíná prosazení zdravotní reformy, ukončení války v Iráku, zabití Usámy bin Ládina, podporu krachujícím automobilkám

Kritika prezidenta – součástí kampaně je kritika prezidenta George W. Bushe. V kampani 2012 si uvědomuje své nedostatky, nesmí je skrývat a zatajovat. Na druhé straně musí ukázat, jak je odstranit.

Kampaně v praxi – obě kampaně probíhaly v praxi téměř stejně. Na shromážděních se příznivci ihned u vchodu zmocní profesionálové z volebního týmu, aby jim automaticky připnuli na bundu samolepku Baracka Obamy. Další větší dostanou příznivci s sebou k použití na nárazník auta. Domů si mohou odnést i transparent „Obama“, který je určený k umístění na zahrádce před domem. Transparentů si příznivci mohou odnést i náruč, pokud vypadají,

že mají chuť a odvahu je rozdávat sousedům. Pro pocit, že tyto reklamní dárky příznivci, a snad i budoucí voliči Baracka Obamy, nedostávají zadarmo, jsou na shromážděních přítomni i další členi volebního týmu. Jejich úkolem je získat kontaktní údaje na účastníky shromáždění, ať už v podobě telefonního čísla nebo e-mailu. Kdo své údaje volebnímu týmu poskytne, bude v příštích dnech kontaktován s žádostí o finanční příspěvek na kampaň, popřípadě bude vyzván k veřejné podpoře Baracka Obamy mezi svými známými.

Podpora – po vítězství v primárkách má v roce 2008 plnou podporu Billa Clintona i Hilary Clintonové. Během kampaně 2012 se Bill Clinton velkou měrou podílí na jeho kampani a podle slov odborníků má velkou zásluhu na jeho vítězství.

Účast ve volbách – svoji volební kampaní přitáhl k volbám 58,2% voličů, což je největší účast od roku 1968, kdy jich bylo 60,8%. V roce 2012 přes dobře připravenou kampaň Obamova popularita poklesla a k volbám přišlo méně voličů – 57%.

Menšiny ve Spojených státech amerických – v obou kampaních Barack Obama věnuje velkou pozornost lidem afroamerického a hispánského původu. Jeho strategie se vyplatila.

Kampaň v zahraničí – Obama se v roce 2008 vydává na zahraniční cestu do Evropy. Jeho mítink v Berlíně čítal 250 000 účastníků. Cílem bylo ukázat voličům, že svět Obamu chce. Ve druhé prezidentské kampani žádná podobná akce neproběhla.

Sociální sítě – Obama má k dispozici mimořádně rozsáhlou síť sympatizantů. Jeho kampaně stály na bezprecedentním zapojení příznivců prostřednictvím sociálních sítí. V obou volebních kampaních prezidentských voleb sehrál internet velice důležitou roli při oslovování voličů

Finance – na svou první prezidentskou kampaň Obama vybere 750 milionů dolarů, jeho soupeř John McCain 368 milionů dolarů. Tento rozdíl se projeví na velikosti volební kampaně. Ve druhé kampani Barack Obama získal zhruba jednu miliardu dolarů. Protivník Mitt Romney 950 milionů dolarů. Kandidáti za sebou mají na rozdíl od minulosti silné politické akční „supervýbory“, které díky soudním rozhodnutím z roku 2010 prakticky neomezeně peněz. Mohou tak kampaň jednotlivých kandidátů udržovat při životě, byť musejí fungovat nezávisle na nich.

Politici odpůrci (mimo protikandidátů) – v první kampani nemá prakticky žádné vážnější politické odpůrce. Během Obamovy prezidentské administrativy vzniká silná a bohatá Tea Party zaměřená na jeho kritiku a jeho znemožnění, posléze jeho odstranění a odchod z Bílého domu. Bylo co kritizovat a na co poukazovat. Ptala se nejen Tea Party, ale i velká část republikánských politiků, ptali se i demokratičtí politici i běžná lidé. Na každou otázku musel mít Obama připravenou uspokojivou odpověď a vysvětlení. Musel znát řešení v krátkodobém i dlouhodobém horizontu. Nereagovat na tyto skutečnosti by bylo politickou sebevraždou.

Americká ekonomika – hospodářská krize se začíná plně projevovat na konci první volební kampaně, Obama z ní viněn není. Krize jde na vrub republikánovi Georgy Bushovi ml. a to Obamovi hraje do karet. Krize přichází tiše, postupně, nikdo neví, v jakém rozsahu bude a jak bude dlouhá. V roce 2012 ekonomická krize stále trvá. Barack Obama je viněn z toho, že jako prezident málo dělá pro její překonání. Jako prezident je u zdroje ekonomických informací, zná ekonomickou situaci, má přehled. To mu umožňuje podávat v kampani fundované a kvalifikované odpovědi. Obama vedl kampaň za situace, kdy jen 25% obyvatel si myslí, že se má lépe než před čtyřmi lety.

Postoj k válkám – během první kampaně říká válkám důrazné NE. V roce 2012 je situace odlišná v zahraniční politice přitvrzuje. V době kampaně nařizuje bombardování Libye.

Negativní postoj médií – nedílnou součástí kampaní byla Obamova reakce na postoje a informace médií. Nic nesmělo zůstat bez jejich následných komentářů a vysvětlení. V první volební kampani mu média vytýkají nezkušenost. Ve druhé prezidentské kampani je mu připisována odpovědnost za stav ekonomiky (hlavně Fox News, The Wall Street Journal). Na tyto tlaky Obama v kampani reaguje.

Nominační sjezdy – svým průběhem jsou si velice podobné. V obou případech (Denver – Colorado 2008, Charlotte – Severní Karolína 2012) jde především o získání financí a publicitu. Kolem místa, kde se konventy odehrávají, dočasně vyrůstají budovy pro média a servis. Jsou pozváni sponzoři, pro které je připravena nekonečná řada slavnostních recepcí a dalších akcí. Sponzoři dále poskytují finanční dary. Podle Billa Schmeidera, politického analytika CNN, by se současná agenda konventů, hlavně projevy a nominace, dala odbýt za víkend. Přesto akce trvá čtyři dny. Čím delší čas, tím více peněz političtí kandidáti získají.

Michelle Obama – v obou kampaních sehrává velice důležitou roli. Velice účinná a přesvědčivá byla její podpora. Přibližuje Obamu Američanům jako „obyčejného muže“, který vyznává tradiční americké hodnoty.

8 ZÁVĚR

Cílem mé práce byla komparace volebních kampaní Baracka Obamy v prezidentských volbách 2008 a 2012. Má práce je komparací dvou volebních kampaní jednoho kandidáta. Obě kampaně si jsou velice podobné. Barack Obama během obou kampaní hájí stejné zájmy a hodnoty. Rozdílem je účel kampaní. V roce 2008 bylo cílem kampaně získat moc prezidenta států. Na začátku roku 2008 byl Obama téměř neznámým senátorem za stát Illinois, musel si vybudovat vlastní volební tým. Samotné volbě prezidenta předcházely primární volby, ve kterých musel zvítězit nad stranickými kolegy. Během kampaně kladl důraz na chyby republikánského prezidenta George W. Bushe, kritizoval jeho politiku. Bushova nepopularita Obamovi k vítězství ve volbách 2008 velice pomohla. Stanovil předvolební sliby, které

jako prezident naplnit. Mezi jeho hlavní cíle bylo obnovit americkou ekonomiku, ukončit vojenské mise v Iráku a Afghánistánu, prosadit volební reformu. Do prezidentské kampaně 2012 nastoupil Barack Obama s cílem obhájit svoji prezidentskou funkci. Zkušený volební tým měl z kampaně předešlé, stačilo jej aktivovat. Už nemohl kritizovat předchozího prezidenta, vycházel především ze své politiky a úspěchů. Kladem zahraniční politiky se stalo dopadení Usámy bin Ládina a ukončení americké mise v Iráku. Klíčovým tématem domácí politiky byl stav americké ekonomiky, který se postupně, ačkoli pomalu, zlepšuje. Obama poukázal na zdravotní reformu a tvorbu nových pracovních pozic. Kladně byla hodnocena jeho sociální politika a ochrana životního prostředí. Důležitou součástí obou volebních kampaní Baracka Obamy byla i jeho řečnická schopnost. Přesvědčivé projevy se staly jeho základními kameny pro další úspěch. Ve svých veřejných projevech dokáže zaujmout své posluchače, v obou kampaních ukázal, že je mistrným rétoem. Má srozumitelnou argumentaci a dobré přesvědčovací schopnosti.

Nedílnou součástí volebních kampaní je jejich financování. Prezidentská kampaň z roku 2012 se stala nejdražším volebním kláním v historii Spojených států amerických. Americký Nejvyšší soud umožnil téměř neomezené hromadění financí do tzv. politických akčních výborů. Velký tok peněz během kampaně umožnil její všudypřítomnost. Obamovi pomohla i masivní podpora ze strany významných amerických osobností.

Barack Obama dvakrát kandidoval na post amerického prezidenta. Obě jeho politické kampaně byly úspěšné.

9 LITERATURA

BRADOVÁ, E.: 2005. *Od lokálních mítinků k politickému marketingu*. Masarykova univerzita, Mezinárodní politologický ústav: Brno.

BRADOVÁ, E., ŠARADÍN, P.: 2007. *Permanentní kampaň a proces vládnutí: politika v éře konzultantů*. In: Šaradín, P. (ed.): *Politické kampaně, volby a volební marketing*, s. 31-52. Periplum: Olomouc.

DVOŘÁKOVÁ, V.: 2002. *Spojené státy americké – společnost a politika*. Libri: Praha.

DVOŘÁKOVÁ, V.: 2008. *Spojené státy americké: od agrární společnosti ke společnosti postmoderní*. In: Dvořáková, V. a kol.: *Komparace politických systémů I*, str. 58-94. Oeconomica: Praha.

KUBÁČEK, J.: 2012. *Slovník politického marketingu*. Grada Publishing: Praha.

KREJČÍ, M.: 2009. *Jak se „dělá“ prezident Spojených států amerických: průvodce americkým volebním systémem od zřízení funkce prezidenta po souboj Barack Obama versus John McCain*. Mladá fronta a.s.: Praha.

KROUPA, J.: 2010. *Slovník soudobé politiky a mezinárodních vztahů*. Wolters: Praha.

LEANNE, S.: 2011. *Rétorika pro lídry – řekněte to jako Obama*. Computer Press: Brno.

Elektronické zdroje:

AMADEO, K.: 2011. *President George Bush Tax Cuts. US Economy – About.com* (<http://useconomy.about.com/od/usfederaltaxesandtax/tp/President-George-Bush-Income-Tax-Cuts.htm>, 28.3.2013).

BBC History. *Historic Figures – Martin Luther King* (http://www.bbc.co.uk/history/historic_figures/king_martin_luther.shtml, 18.3.2013).

BREBER, J.: 2009. Barack Obama a reálný svět zahraniční politiky. *Revue politika*. 1/2009 (<http://www.revuepolitika.cz/clanky/19/barack-obama-a-realny-svet-zahranicni-politiky>, 20.3.2013).

CNN POLITICS: 2008. *Election Center - Immigration Issue* (<http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/issues/issues.immigration.html>, 23.3.2013).

CNN POLITICS: 2012a. *America's Choice 2012. Election Center: Economy – Taxes* (<http://edition.cnn.com/election/2012/campaign-issues.html#economy-taxes>, 26.3.2013).

CNN POLITICS: 2012b. *America's Choice 2012. Election Center: Same-sex Marriage* (<http://edition.cnn.com/election/2012/campaign-issues.html#samesexmarriage>, 26.3.2013).

COUNCIL ON FOREIGN RELATIONS: 2008. *Obama's Speech at NALEO on Immigration* (<http://www.cfr.org/immigration/obamas-speech-naleo-immigration/p16689>, 23.3.2013).

ČESKÉ NOVINY: 2012. *Obama jako vůbec první kandidát na prezidenta USA vybral miliardu* (<http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/obama-jako-vubec-prvni-kandidat-na-prezidenta-usa-vybral-miliardu/857689>, 28.3.2013).

DEMOCRATIC NATIONAL CONVENTION COMMITTEE: 2008. *2008 Democratic Party Platform – Renewing America’s Promise* (http://www.presidency.ucsb.edu/papers_pdf/78283.pdf, 20.3.2013).

DEMOCRATIC NATIONAL COMMITTEE: 2012. *2012 Democratic National Platform – Moving America Forward* (<http://assets.dstatic.org/dnc-platform/2012-National-Platform.pdf>, 25.3.2013).

DRAŽANOVÁ, A.: 2008. Sjezd amerických demokratů: Obamová „zlidšťovala“ manžela. *Zpravodajství iDNES.cz* (http://zpravy.idnes.cz/sjezd-americky-ch-demokratu-obamova-zlidstvovala-manzela-p2a-/zahranicni.aspx?c=A080826_061110_zahranicni_ad, 17.3.2013).

GORIN, S.: 2011. *Federal Election Commission Regulates Presidential Campaign* (<http://iipdigital.usembassy.gov/st/english/article/2007/11/20071105163347ndybl ehs8.393496e-02.html#axzz1hB5WMUgk>, 15.3.2013).

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY. *Bývalý republikán Bloomberg podpořil Obamu. Oceňuje jeho boj proti klimatickým změnám* (<http://zpravy.ihned.cz/c1-58258150-byvaly-republikan-bloomberg-podporil-obamu-ocenuje-jeho-boj-proti-klimatickym-zmenam>, 17.3.2013).

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY. *Jak by v amerických volbách volil svět? Romney by neměl šanci* (<http://zpravy.ihned.cz/c1-58242550-jak-by-v-americky-ch-volbach-volil-svet-romney-by-nemel-sanci>, 17.3.2013).

KOUCKÝ, J.: 2012. Obama versus Romney: Jak výsledek duelu dopadne na americkou vzdělanost? *Česká pozice* (<http://www.ceskapozice.cz/zahranici/svetove-udalosti/obama-versus-romney-jak-vysledek-duelu-dopadne-na-americkou-vzdelanost>, 24.3.2013).

KRUMPHOLCOVÁ, V.: 2012. Obama přiznal selhání v imigrační politice. *Mladá fronta E15* (<http://zpravy.e15.cz/zahranicni/politika/obama-priznal-selhani-v-imigracni-politice-916898>, 22.3.2013).

KUST, J.: 2012a. Jak se volí POTUS? Manuál k volbě amerického prezidenta s příklady. *Revue politika*. 11/2012 (<http://www.revuepolitika.cz/clanky/1749/jak-se-voli-potus>, 20.2.2013).

KUST, J.: 2012b. Kandidátské saky PACy. *Revue politika* 7-8/2012 (<http://www.revuepolitika.cz/clanky/1712/>, 15.3.2013)

LANG, V.: 2013. Bašár Asad. *Novinky.cz* (<http://tema.novinky.cz/basar-asad>, 27.3.2013).

MLADÁ FRONTA E15: 2012. *Hvězdou nominační ceremonie byl Clinton* (<http://zpravy.e15.cz/zahranicni/politika/hvezdou-nominacni-ceremonie-demokratu-by-clinton-911717>, 12.3.2013).

NALEO. *About NALEO and NALEO Educational Fund* (<http://www.naleo.org/aboutnaleo.html>, 23.3.2013).

NOVINKY.CZ: 2008. *Rappeři se zapojili do voleb, podpořili Obamu* (<http://www.novinky.cz/kultura/153565-rapperi-se-zapojili-do-voleb-podporili-obamu.html>, 20.3.2013).

OBAMA, B.: 2008. Promising All Americans Good Value and Good Health. *Contingencies*, s.33–35 (<http://www.contingencies.org/septoct08/obama.pdf>, 19.3.2013).

PETERS, G.: 2013. State of the Union Addresses and Massages. *The American Presidency Project* (<http://www.presidency.ucsb.edu/sou.php>, 24.3.2013).

POLOCHOVÁ, I.: 2008. Rockové hvězdy podpoří společným koncertem kampaň Baracka Obamy. *Zpravodajství iDNES.cz*

(http://zpravy.idnes.cz/rockove-hvezdy-podpori-spolecnym-koncertem-kampan-baracka-obamy-phe-/zahranicni.aspx?c=A081001_113902_zahranicni_ipl, 26.3.2013).

POLOCHOVÁ, I.: 2012. Žhavá témata americké volby. Jak chtějí naložit Obama a Romney s USA? *Zpravodajství iDNES.cz* (http://zpravy.idnes.cz/volba-prezidenta-usa-a-program-obou-kandidatu-fah-/zahranicni.aspx?c=A121012_153111_zahranicni_ipl, 28.3.2013).

REINER, T.: 2013a. Usáma bin Ládín. *Novinky.cz* (<http://tema.novinky.cz/usama-bin-ladin>, 15.4.2013).

REINER, T.: 2013b. Válka v Iráku. *Novinky.cz* (<http://tema.novinky.cz/valka-v-iraku>, 15.4.2013).

ŠVAMBERK, A.: 2013. Talibán. *Novinky.cz* (<http://tema.novinky.cz/taliban>, 20.4.2013)

THE CENTER FOR RESPONSIVE POLITICS: 2013. *2012 Election – Barack Obama* (<http://www.opensecrets.org/pres12/candidate.php?id=N00009638>, 12.4.2013).

THE NEW YORK TIMES: 2008a. *The First Presidential Debate* (<http://elections.nytimes.com/2008/president/debates/transcripts/first-presidential-debate.html>, 20.3.2013).

THE NEW YORK TIMES: 2008b. *The Second Presidential Debate* (<http://elections.nytimes.com/2008/president/debates/transcripts/second-presidential-debate.html>, 20.3.2013).

THE NEW YORK TIMES: 2008c. *The Third Presidential Debate* (<http://elections.nytimes.com/2008/president/debates/transcripts/second-presidential-debate.html>, 23.3.2013).

THE NEW YORK TIMES: 2012a. *Full Transcript of the Second Presidential Debate* (<http://www.nytimes.com/2012/10/16/us/politics/transcript-of-the-second-presidential-debate-in-hempstead-ny.html?pagewanted=all>, 26.3.2013).

THE NEW YORK TIMES: 2012b. *Transcript of the Third Presidential Debate* (<http://www.nytimes.com/2012/10/22/us/politics/transcript-of-the-third-presidential-debate-in-boca-raton-fla.html?pagewanted=all>, 28.3.2013).

THE WASHINGTON POST: 2012. *2012 Presidential Campaign Finance Explorer* (<http://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/politics/campaign-finance/>, 16.3.2013).

THE WHITE HOUSE: 2013a. *Barack Obama* (<http://www.whitehouse.gov/about/presidents/barackobama>, 20.3.2013).

THE WHITE HOUSE: 2013b. *John F. Kennedy* (<http://www.whitehouse.gov/about/presidents/johnfkennedy>, 18.3.2013).

THE WHITE HOUSE: 2013c. *Ronald Reagan* (<http://www.whitehouse.gov/about/presidents/ronaldreagan>, 18.3.2013).

THE WHITE HOUSE: 2013d. *The Recovery Act* (<http://www.whitehouse.gov/economy/jobs/recovery-act>, 26.3.2013).

THE WHITE HOUSE: 2013e. *William J. Clinton* (<http://www.whitehouse.gov/about/presidents/williamjclinton>, 12.3.2013).

U.S. DEPARTMENT OF STATE: 2009. *Barack Obama – 44th President of the United States* (http://photos.state.gov/libraries/korea/49271/dwoa_122709/obamaen.pdf, 20.3.2013).

U.S. DEPARTMENT OF EDUCATION: 2012. *Federal Pell Grant Program* (<http://www2.ed.gov/programs/fpg/index.html>, 24.3.2013).

WALKER, H.: 2012. *President Obama's Dinner With George Clooney* (<http://politicker.com/2012/05/president-obamas-dinner-with-george-clooney>, 15.4.2013).

YOUNGOV: 2012. *If Europeans could vote in the US election Obama would win by over 90%* (http://cdn.yougov.com/cumulus_uploads/document/b718r6cplo/Romney%20EuroTrack%20release.pdf, 17.3.2013).

ZENTIVA: 2011. *Generika – otázky a odpovědi* (<http://www.zentiva.cz/our-products/drugs/pages/faqs.aspx>, 23.3.2013).

ZPRAVODAJSTVÍ ČESKÉ TELEVIZE: 2010. *Pravidlo „Neptej se a mlč“ končí. Gayové můžou do armády* (<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/104792-pravidlo-neptej-se-a-mlc-konci-gayove-muzou-do-armady>, 22.3.2013).

ZPRAVODAJSTVÍ ČESKÉ TELEVIZE: 2012a. *Americké volby – program kandidátů* (<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/americke-volby/program-kandidatu/>, 23.3.2013).

ZPRAVODAJSTVÍ ČESKÉ TELEVIZE: 2012b. *Mise OSN v Sýrii skončila, Obama hrozí intervencí* (<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/192633-mise-osn-v-syrii-skoncila-obama-hrozi-intervenci/>, 27.3.2013).

ZPRAVODAJSTVÍ ČESKÉ TELEVIZE: 2012c. *Obama podepsal v Afghánistánu smlouvu o strategickém partnerství* (<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/174348-obama-podepsal-v-afghanistanu-smlouvu-o-strategickem-partnerstvi/>, 28.3.2013).

ZPRAVODAJSTVÍ ČESKÉ TELEVIZE: 2012d. *Obama se zdravotní reformou u soudu vyhrál* (<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/184094-obama-se-zdravotni-reformou-u-soudu-obstal/>, 23.3.2013).

10 RESUMÉ

The aim of this work “Barack Obama’s 2008 and 2012 Presidential Election Campaign“ is to compare two campaigns of Barack Obama. His successful triumph presidential election has become milestone in American history, when the African American president has been elected for the first time. Important role had common unpopularity of previous president George W. Bush.

The first part of this work is dedicated to development of the electoral campaigns and to the American system of presidential elections. The second part is about Barack Obama, the most famous character of contemporary American politics. My work is based especially on his character, I have compared his election programmes, funding and personalities support. In the last part of this work Obama’s 2008 and 2012 presidential campaign are compared. The conclusion summarises similar and different factors of Barack Obama’s presidential campaign.