

**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, červenec 2013*

.....

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce PhDr. Mgr. Petru Jurkovi za příjemné vedení práce, odborné připomínky, ochotu a veškerý čas, který mi během psaní této bakalářské práce věnoval. Zároveň bych chtěla vyjádřit své díky mým rodičům, kteří mi byli při psaní práce oporou.

## **OBSAH**

1. ÚVOD.....	7
2. VOLEBNÍ KAMPAŇ .....	9
2.1 Teorie volební kampaně .....	9
2.2 Vývoj volebních kampaní.....	11
2.2.1 Premoderní volební kampaň .....	11
2.2.2 Moderní volební kampaň.....	12
2.2.3 Postmoderní volební kampaň .....	13
3. VOLEBNÍ SYSTÉM V USA.....	14
3.1 Voliči .....	15
3.2 Nominační proces .....	15
3.3 Prezidentské volby.....	16
4. OSOBNOST BARACKA OBAMY .....	18
4.1 Barack Hussein Obama.....	18
4.2 Výborný rétor.....	19
5. VOLEBNÍ KAMPAŇ V PREZIDENTSKÝCH VOLBÁCH 2008 .....	20
5.1 Volební program.....	20
5.1.1 Domácí politika.....	21
5.1.2 Zahraniční politika .....	24
5.2 Průběh kampaně.....	27
5.2.1 Primární volby .....	27
5.2.2 Nominační sjezd .....	28
5.2.3 Televizní debaty.....	30
5.3 Podpora .....	32
5.4 Finance.....	33
6. VOLEBNÍ KAMPAŇ V PREZIDENTSKÝCH VOLBÁCH 2012 .....	33

6.1	Volební program.....	33
6.1.1	Domácí politika.....	34
6.1.2	Zahraniční politika.....	37
6.2	Průběh kampaně.....	40
6.2.1	Nominační sjezd .....	40
6.2.2	Televizní debaty.....	41
6.3	Podpora .....	42
6.4	Finance.....	44
7.	ZÁVĚR.....	46
8.	LITERATURA.....	50
9.	RESUMÉ.....	59

## 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 komparace 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.

Budu sledovat dvě volební kampaně jednoho muže, jejich podobnost i rozdíly, prvky postmoderní politické kampaně.



## 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, referenda<sup>1</sup>, informační kampaně<sup>2</sup> a image kampaně<sup>3</sup>.

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 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.

---

<sup>1</sup> Referendum: typ kampaně, ve které soutěží více aktérů o volební úspěch, kampaň má jedno téma (Bradová 2005: 19).

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

<sup>3</sup> 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 povědomí<sup>4</sup>, politické postoje a hodnoty<sup>5</sup> a politické chování<sup>6</sup> (Bradová 2005: 20-26).

---

<sup>4</sup> Politické povědomí: všeobecný přehled o dění ve společnosti, znalost kandidátů atd. (Bradová 2005: 24).

<sup>5</sup> Politické postoje a hodnoty: identifikace s politickou stranou, ztotožnění s určitými politickými názory atd. (Bradová 2005: 24).

<sup>6</sup> Politické chování: volební rozhodování a účast voliče ve volbách atd. (Bradová 2005: 24).

## 2.2 Vývoj volebních kampaní

Při zkoumání vývoje politických kampaní rozlišujeme 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 dříve<sup>7</sup>. 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 měla rozhodující vliv na veřejné mínění a rozhodování voličů, manipulovala jimi (Bradová 2005: 28).

---

<sup>7</sup> 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 členskou 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 kampaně<sup>8</sup> (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 2005: 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

---

<sup>8</sup> 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).

kampaně. Zároveň plně využívá předvolebních výzkumů veřejného mínění a analýz. Díky nim tvůrci kampaní vědí, co si volič přeje, nabízí mu to, 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 znovu (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 volby<sup>9</sup> (*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 proporcionalního 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 k hlavním záležitostem země. 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 pondělí<sup>10</sup>. Voliči odevzdávají své hlasy nepřímo, volí prostřednictvím kolegia volitelů. Počet volitelů v jednotlivých státech se liší a je odvozen od počtu obyvatel

---

<sup>9</sup> 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).

<sup>10</sup>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).



žijících v nich. Jejich celkový počet je 538<sup>11</sup>. Prezidentem se stane kandidát, který získá prostou většinu volitelů, tedy alespoň 270 z nich (Dvořáková 2002: 209-211).

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 zvlášť 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).

---

<sup>11</sup> 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).

Výsledek amerických voleb je závislý na hlasování v tzv. nerozhodnutých státech. Jedná se o státy, které nejsou základnou ani Demokratické strany, ani Republikánské strany. Volební kampaň je namířena právě do těchto států a jejím úkolem je získat zde co nejvíce příznivců.

#### **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 týkajících se 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 Bostonu v červenci roku 2004. Ve svém projevu se představil jako symbol naděje pro ostatní Američany. Představil sebe a svoji rodinu. Hovořil o své výchově ve dvou odlišných prostředích. Obama zmínil své zkušenosti z Chicaga a představil posluchačům svoji vizi o sjednocených Spojených státech amerických. Demokratická strana je schopna zaručit, aby každý Američan dostal příležitost získat dobré vzdělání a pracovní místo. Hovořil o kultivaci mladých obyvatel od násilí a beznaděje. Ve svém proslovu představil prezidentského kandidáta Johna Kerryho. Své posluchače se snažil přesvědčit, že právě Kerry bude vhodným prezidentem, a to díky svým bohatým zkušenostem v politické oblasti (The Washington Post 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., Johnem F. Kennedym nebo Ronaldem Reaganem (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. Jeho řeč je plynulá a přirozená. 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).

## **5. VOLEBNÍ KAMPAŇ V PREZIDENTSKÝCH VOLBÁCH 2008**

### **5.1 Volební program**

Barack Obama ve svém volebním programu plně využil nespokojenosti amerických občanů se současnou situací v zemi. Ve své kampani často poukazoval na nepopulární administrativu prezidenta George Bushe. Obama se ve své kampani představil americkým občanům jako nositel změny. 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 Republikánské strany. 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 přípravků<sup>12</sup>. Třetím bodem Obamovy reformy je finanční podpora prevence a posílení veřejného zdraví. Podporované federální programy se zaměří například na nabídku zdravějších potravin v jídelnách a prodejnách 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

---

<sup>12</sup> 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).

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 Politics 2008a). Ve svém projevu na konferenci Národní asociace hispánských volených a jmenovaných úředníků<sup>13</sup> 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,

---

<sup>13</sup> 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).

sociální pojištění, vytvořit jim pracovní místa (Council on Foreign Relations 2008).

### **5.1.2 Zahraníční politika**

Nejdůležitějším bodem Obamovy volební kampaně v rámci zahraniční politiky byla americká intervence v Iráku<sup>14</sup>. 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 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.

---

<sup>14</sup> 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 nezískali mandát od OSN. Svůj vojenský zásah vysvětlovali několika argumenty – disponibilita zbraní hromadného ničení, spolupráce iráckého režimu s al-Kaidou. Tyto argumenty se však později ukázaly jako nepravdivé. Válka byla oficiálně ukončena v prosinci 2011.



V boji proti terorismu považuje Barack Obama Afghánistán za nejdůležitější bod. Sídli zde Talibán<sup>15</sup> 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-Káidy<sup>16</sup> 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 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

---

<sup>15</sup> 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).

<sup>16</sup> 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).

Severní Koreje a Íránu, aby zastavily svůj vývoj jaderných zbraní (Breber 2009). V první prezidentské debatě hovořil Obama o nezbytnosti jednání 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 aliance<sup>17</sup>, 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).

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.

---

<sup>17</sup> Severoatlantická aliance (NATO) je mezivládní vojensko-politická organizace sdružující státy Evropy a Severní Ameriky. Základajícím dokumentem je Severoatlantická smlouva, která byla podepsána roku 1949 ve Washingtonu. Sídlo organizace se nachází v Bruselu (Kroupa 2010: 61–62).

## 5.2 Průběh kampaně

### 5.2.1 Primární volby

Úkolem volební kampaně Baracka Obamy v první polovině roku 2008 bylo přesvědčit americké voliče, že právě on je vhodným prezidentským kandidátem na prezidenta za Demokratickou stranu. Probíhala vnitrostranická kampaň, která vymezovala Obamu od jeho stranických soupeřů. Pro získání stranické kandidatury na amerického prezidenta musel Barack Obama získat prostou většinu delegátů strany. Minimální počet pro stranickou nominaci byl 2 118 delegátů. Demokráté používají pro přidělení delegátu systém poměrného zastoupení. Kandidáti se ve svých kampaních orientují na státy, ve kterých mají šanci uspět (CNN Election Center 2008c).

Primární volby byly zahájeny 3. ledna v Iowě. Vítězem prvního stranického shromáždění se stal Barack Obama, který získal 38% hlasů. První prezidentské primární volby se konaly 8. ledna ve státě New Hampshire. Obama obsadil druhé místo, získal 37% voličských hlasů. Nominační klání v Iowě a New Hampshiru se těší velkému mediálnímu a sponzorskému zájmu. Jsou ukazatelem šancí na zvolení jednotlivých kandidátů. Barack Obama a Hilary Clintonová se ukázali jako dva hlavní soupeři Demokratické strany. Další volební shromáždění se konalo 19. ledna v Nevadě, kde Obama skončil za Clintonovou na druhém místě. Obdržel 45% hlasů. Svého druhého vítězství dosáhl Obama v Jižní Karolíně, podařilo se mu získat 55% voličských hlasů. Toto vítězství bylo očekáváno, protože v Jižní Karolíně žije početná afroamerická komunita (CNN Election Center 2008b).

Dne 5. února se konalo tzv. volební „super úterý“. Primární volby a volební shromáždění demokratů proběhly ve 22 amerických státech. Barack Obama dosáhl prvenství ve státech Alabama, Aljaška, Connecticut, Colorado, Delaware, Georgia, Idaho, Illinois, Kansas, Minnesota, Severní Dakota a Utah. Obamovi se podařilo zvítězit ve větším počtu států, Clintonová však dokázala zvítězit

v lidnatých státech a tím si zajistit prozatímní prvenství v nominačním procesu (Novinky.cz 2008a).

Volby pokračovaly 9. února ve státech Louisiana, Washington Nebraska a na Panenských ostrovech. Ve všech státech Barack Obama přesvědčivě zvítězil. Dalšího úspěchu dosáhl 10. února na volebním shromáždění v Maine, podařilo se mu obdržet 59% hlasů. Obama byl úspěšný v primárních volbách ve Virginii, Marylandu a ve federálním distriktu Columbia. V těchto oblastech mu podporu vyjádřili hlavně Afroameričané a ženy. V celkovém počtu získaných delegátů se Obama dostal do vedení (Novinky.cz 2008c). Obama se stal vítězem i 19. února, kdy se konaly otevřené primárky ve Wisconsinu a volební shromáždění na Havaji. Zde se mu podařilo získat 76% hlasů. 4. března proběhlo další kolo primárek, Obama byl úspěšný jen na stranickém zasedání v Texasu. Clintonová získala Ohio, Rhode Island a Vermont. Obama dále získal převahu na stranickém shromáždění ve Wyomingu (8. března) a v primárních volbách v Mississippi (11. března). Většinu delegátů se získal Obama během primárních voleb v Severní Karolíně (6. května), v Oregonu (20. května). Poslední primárky se konaly 3. června v Jižní Dakotě a Montaně. Clintonová v Jižní Dakotě zvítězila, potřebného počtu delegátů pro stranickou nominaci dosáhl Barack Obama. Demokratické primárky byly velmi těsné, Obama celkově získal 2 201 delegátů (1763 zavázaných delegátů, 483 superdelegátů) (CNN Election Center 2008b).

### **5.2.2 Nominační sjezd**

Celonárodní nominační sjezd je formálním zakončením primárních voleb. Konvent Demokratické strany probíhal od 25. do 28. srpna v coloradském Denveru. Na tomto sjezdu byl Barack Obama oficiálně zvolen jako prezidentský kandidát. Kandidaturu na amerického viceprezidenta přijal Joseph Biden.

Stranické konventy jsou dnes spíše slavnostním ceremoniálem, na němž jsou potvrzeny nominace kandidátů pro prezidentské volby. Nominační sjezd je celonárodně sledovaná událost, pozorně monitorována medií. Slouží jako

reklama. Političtí kandidáti se snaží udělat co nejvíce pozitivní dojem na budoucí voliče. Jako hosté stranických sjezdů vystupují uznávané osobnosti, které mají na veřejné mínění široký vliv. V Denveru Baracka Obamu podpořili svými projevy například tyto osobnosti – Michelle Obamová, bývalý massachusettský senátor Edward Kennedy, bývalý viceprezident Al Gore, Hillary Clintonová nebo Bill Clinton. Ve svých proslovech označili Obamu jako jediného možného budoucího amerického prezidenta a podpořili jeho politiku. Označili Obamu jako naději na lepší budoucnost pro Spojené státy americké, jako člověka, který rozumí běžným americkým občanům a dokáže se vcítit do jejich problémů. O Obamově osobnosti a životních zkušenostech promlouvala především Michelle Obamová a Joseph Biden. Hovořili o Obamově práci komunitního organizátora v Chicagu, jeho aktivní pomoci lidem z chudinských čtvrtí, jeho připravenosti pomoci americkému národu.

Dosavadní Obamova stranická soupeřka, Hillary Clintonová, ve svém projevu vyzvala své příznivce, aby ve volbách hlasovali pro Baracka Obamu. Během své řeči uvedla, že je nezbytné, aby Demokratická strana jednotně podpořila Obamu. Podle Clintonové je kandidátem, který je schopný obnovit státní ekonomiku a vyvést zemi z válečného stavu. Na projev Clintonové navázal Bill Clinton, jenž promluvil o připravenosti Obamy stát se americkým prezidentem.

Denverský konvent byl zakončen projevem Baracka Obamy. S pokorou poděkoval za důvěru, kterou do něj Demokratická strana vložila. Během svého vystoupení se snažil přítomné přesvědčit o tom, že právě on je vhodným potencionálním prezidentem, představil své postoje a zdůraznil, že právě on je změnou, která je pro Spojené státy americké důležitá. Republikánského prezidentského kandidáta Johna McCaina označil za pokračovatele Bushovy politiky (The New York Times 2008). Do této doby byla Obamova kampaň především vnitrostranická, po skončení denverského sjezdu se byla orientována na mezistranickou úroveň.

### 5.2.3 Televizní debaty

Živé televizní debaty jsou nedílnou součástí prezidentské volební kampaně. Během debat mají diváci příležitost vidět oba prezidentské kandidáty současně, porovnat je. Všímají si volebních programů, ale především kandidáta samotného. Sledují jeho vystupování, gesta, výrazy, schopnost pohotových reakcí. Úkolem kandidáta je dostat media a lid na svoji stranu, získat nerozhodnuté voliče. Po skončení debaty je zahájena diskuse veřejnosti o tom, který kandidát si v duelu vedl lépe. Jejím vítězem se stane kandidát, který v divácích zanechal lepší celkový dojem. Televizní debaty jsou prostředkem, jak promluvit k obyvatelům celé země. Během přímého přenosu kandidáti oslovují voliče, jejichž domovské státy během své kampaně nenavštíví. Televizní debaty jsou součástí prezidentských voleb od roku 1987, kdy byla založena nezisková organizace Komise pro prezidentské debaty. Jejím úkolem je organizace a financování televizních debat.

Na podzim roku 2008 se prezidentští kandidáti Barack Obama a John McCain utkali celkem ve třech televizních debatách. První z nich proběhla na Mississippské univerzitě v Oxfordu 26. září. Debatu moderoval Jim Lehrer. Hlavními tématy byla národní bezpečnost a zahraniční politika, hovořilo se však i o aktuální ekonomické krizi. Debata trvala 90 minut. Každý z kandidátů měl dvě minuty na zodpovězení otázky, kterou položil moderátor, dále následovala pětiminutová diskuse obou kandidátů. Přímý přenos první prezidentské debaty sledovalo podle agentury Nielsen Media Research 52,4 milionu diváků (The Commission on Presidential Debates 2012a). John McCain má s problematikou hlavních témat debaty větší zkušenosti. Přesto mu byl Obama rovnocenným soupeřem. Po skončení debaty provedla společnost CBS průzkum veřejného mínění s nerozhodnutými voliči, kteří sledovali debatu. Celkem 39% dotázaných označilo za vítěze debaty Baracka Obamu, 24% Johna McCaina a podle 37% dopadla debata nerozhodně. Demokratický kandidát dokázal po první televizní debatě vylepšit své postavení u 46% dotázaných. Většina účastníků průzkumu uvedla, že byli překvapeni Obamovou znalostí v otázkách

zahraniční politiky a národní bezpečnosti, dále ho označili za lepšího řečníka a debatéra. Působil soustředěně, bez povýšenosti byl schopný oponovat McCainově kritice (CBS News: 2009).

Druhá televizní debata se konala 7. října na Belmontské univerzitě v Nashvillu. Debatu moderoval Tom Brokaw. Debata probíhala formou interakce s publikem, které bylo sestaveno z osmdesáti nerozhodnutých voličů. Kromě otázek z publika odpovídali kandidáti na vybrané dotazy, které do studia přišly prostřednictvím internetové sítě. Dotazy se nejčastěji týkaly finanční krize a domácí politiky. Kandidáti měli pro svou odpověď stanovený dvouminutový limit, poté následovala minutová diskuse s protikandidátem. Celkově debata trvala 90 minut, probírala se různá témata. Podle agentury Nielsen Media Research sledovalo přímý přenos debaty 63,2 milionu lidí (The Commission on Presidential Debates 2012a). Během debaty Obama označil špatnou finanční situaci Spojených států amerických jako výsledek dosavadní osmileté republikánské vlády, senátora McCaina označil za pokračovatele Bushovy politiky. Barack Obama představil svůj plán pro obnovení ekonomické stability v zemi, který má pomoci střední vrstvě obyvatel. Jako hlavní priority své administrativy představil investice do energetiky, zdravotnictví a školství. Během duelu působil Obama uvolněným dojmem. Svým výstupem dokázal voličům, že rozumí nejdůležitějším výzvám, kterým by jako nový prezident Spojených států amerických čelil. Podle průzkumu veřejného mínění, který proběhl po skončení debaty, se vítězem duelu stal Barack Obama. Průzkum proběhl telefonicky, dotázáno bylo 675 respondentů. Obamu favorizovalo 54% dotázaných, pro 65% oslovených respondentů působil během duelu příjemnějším dojmem než jeho soupeř. Dotázání diváci debaty rovněž uvedli, že Obama byl během debaty méně útočný, než senátor McCain. Za inteligentnějšího považovalo Obamu 57%, McCaina 25%. Z průzkumu vyplynulo, že si Obama na svoji stranu naklonil další nerozhodnuté voliče. Preference Johna McCaina zůstaly stejné (Steinhauser 2008a).

Poslední televizní debata proběhla 15. října na Hofstraově univerzitě ve městě Hempstead. Debatu moderoval Bob Schieffer. Hlavními tématy byla domácí politika a ekonomická situace. Diskuse trvala celkem 90 minut, kandidáti měli na svoji odpověď dvouminutový limit, poté následovala pětiminutová diskuse s protikandidátem. Debata byla ukončena dvouminutovou řečí každého kandidáta. Poslední prezidentskou debatu sledovalo podle průzkumu agentury agentury Nielsen Media Research 56,5 milionu diváků (The Commission on Presidential Debates 2012a). Podle průzkumu veřejného mínění se vítězem třetí debaty stal Barack Obama. Za vítěze ho označilo 58% dotázaných, 31% preferovalo Johna McCaina. S daňovou otázkou by si podle 56% respondentů vedl lépe Obama, podle 41% dotázaných má lepší postoj k daním republikánský kandidát. Senátor McCain byl podle 80% oslovených během debaty více útočný vůči protikandidátovi, 54% dotázaných diváků ho označilo za typického politika. Průzkumu veřejného mínění byli zapojeni pouze voliči, kteří sledovali poslední prezidentskou debatu. Celkem bylo osloveno 620 respondentů (Steinhauser 2008b).

### **5.3 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 činilo 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 2008c).



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).

#### **5.4 Finance**

Barack Obama se v červnu 2008 rozhodl, že pro financování své kampaně nevyužije státní příspěvek a bude ji financovat ze sponzorských příspěvků. Svým rozhodnutím se vzdal částky přesahující 84 milionů dolarů. Systém veřejného financování kampaně byl založen v roce 1972, Obama je prvním prezidentským kandidátem od této doby, který veřejné financování odmítl (Gazdík 2008). Obamova kampaň byla závislá na sponzorských příspěvcích jednotlivců. Tyto příspěvky činily 88% veškerých příspěvků, které se mu podařilo v kampani zajistit. Ve volební kampani 2008 se celkově podařilo Obamovi získat přibližně 750 milionů dolarů. Nejvíce peněz se mu podařilo získat ve městech California, New York, Illinois, Massachusetts a Texas (Center for Responsive Politics 2008). Financování Obamovy kampaně bylo založeno na příspěvcích od sponzorů, které činily částku 200 dolarů a méně. Celkem tyto drobné příspěvky činily přes 335 milionů dolarů (Federal Election Commission: 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 ekonomické krize, která byla největší od 30. let 20. století. Barack Obama během svého působení v úřadu prezidenta zavedl řadu opatření<sup>18</sup>, 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 úlev<sup>19</sup>, 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. Aby došlo k obnově a nastartování americké ekonomiky, navrhl Obama zvýšení

---

<sup>18</sup> 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 2013b).

<sup>19</sup> 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).

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 reformy<sup>20</sup>, 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).

Demokratická strana podporuje rovné příležitosti a postavení před zákonem pro všechny obyvatele státu bez ohledu na jejich etnický původ, pohlaví,

---

<sup>20</sup> 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).

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 přerušování. Podle něj v otázce umělého přerušování 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 hodlá 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 stipendia<sup>21</sup>. Během Zprávy o stavu Unie<sup>22</sup>, 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 Zahranichní 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 růst země. Dále je podle demokratů nezbytné se zaměřit na problematiku

---

<sup>21</sup> „*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).

<sup>22</sup> „*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).

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 spolupráci<sup>23</sup> 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 Ládín, vůdce islámské teroristické organizace al-Káidy (Polochová 2012). Ve volební kampani 2012 Obama varuje, že vůdce al-Káidy byl dopaden, avšak teroristická 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

---

<sup>23</sup> 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).

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 Asada. Spojené státy americké podporují syrskou opozici a usilují o odstoupení prezidenta země. 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 narkomafiím 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 Průběh kampaně**

### **6.2.1 Nominační sjezd**

Nominační sjezd Demokratické strany se konal od 4. září do 6. září ve městě Charlotte. Barack Obama zde byl oficiálně představen jako kandidát na prezidenta za Demokratickou stranu, jako kandidátem na viceprezidenta byl jmenován Joseph Biden. Na demokratickém konventu první večer přednesla svůj proslov Michelle Obamová. Jejím úkolem bylo ukázat Obamovu lidskou tvář, ztotožnit ho s běžným americkým voličem. Hovořila o Obamově politice, o zdravotní reformě, o podpoře práv žen, o politice pro běžné americké občany (Zpravodajství iDnes 2012). Na konventu vystoupil Bill Clinton. Ve svém energickém projevu vyslovil důvěru Baracku Obamovi a vyzval diváky, aby v nastávajících volbách volili právě jeho. Během své řeči hovořil o dosavadních úspěších Obamy a uvedl, že si prezident zaslouží další volební období, aby v realizaci svých vizí mohl pokračovat. Podle Clintona je základem pro úspěšnou politiku schopnost a zájem spolupracovat. Barack Obama podle něj tyto podmínky splňuje (Hospodářské noviny 2012a). Poslední den demokratického konventu pronesl svoji řeč i prezident Obama. Uvedl, že si je



vědom, v jaké situaci se Spojené státy nacházejí a že společně se svou administrativou bude pokračovat v politikách, které situaci v zemi zlepší. Ve své řeči vyzval americké voliče, aby mu v listopadových volbách odevzdali svůj hlas. Volba pro Mitta Romneyho by podle něj byla krokem zpět (Klekner 2012).

### **6.2.2 Televizní debaty**

První prezidentská debata se konala 3. října na Denverské univerzitě. Jejím moderátorem byl Jim Lehrer. Hlavním tématem duelu byla domácí politika. Debata trvala celkem 90 minut, byla rozdělena do šesti částí. Otázky kandidátům kladl moderátor. Každý z kandidátů měl na zodpovězení otázky dvouminutový limit, následně proběhla diskuse. Podle agentury Nielsen Media Research vidělo první televizní duel 67,2 milionu diváků (The Commission on Presidential Debates 2012b). Před prvním televizním duelem považovala veřejnost Obamu za jeho favorita. Oproti svému soupeři však působil unaveně, mdle, nejistě. Jeho reakce nebyly pohotové. Nepodařilo se mu navázat oční kontakt s posluchači. První televizní duel vyhrál přesvědčivě Mitt Romney. Podle průzkumu stanice CNN ho za vítěze debaty označilo 67% dotázaných, prezident Obama přesvědčil 25% respondentů. Podle 61% dotázaných si Obama vedl hůře, než čekali. Barack Obama si podle účastníků ankety vedl hůře v otázkách ekonomiky, zdravotní péče, daní a schodku rozpočtu federální vlády. Silnější postavou se pro 37% dotázaných jeví Obama, pro 58% dotázaných je silnějším lídrem Romney. Bylo osloveno celkem 430 amerických voličů, kteří sledovali televizní debatu. Z respondentů sympatizuje 33% s Republikánskou stranou, 37% se považuje za demokratické příznivce a zbytek voličů je po televizním duelu stále nerozhodný (CNN Political Unit 2012a).

Druhý předvolební duel proběhl 16. října na Hofstraově univerzitě ve městě Hempstead. Moderátorkou byla Candy Crowleyová. Během debaty odpovídali kandidáti na dotazy, které jim kladlo publikum. Diváci byli vybráni Gallupovým institutem, jednalo se o dosud nerozhodnuté voliče. Kandidáti měli své odpovědi

časový limit dvě minuty. Poté následovala krátká diskuse. Debata trvala 90 minut a podle agentury Nielsen Media Research ji sledovalo 65,6 milionu lidí. (The Commission on Presidential Debates 2012b). Oproti prvnímu televiznímu duelu působil nyní Obama důrazně, nenechal soupeřovi žádný volný prostor. Průzkum CNN uvádí, že si ve druhém prezidentském duelu podle 46% dotázaných vedl lépe Obama. Mitta Romneyho za vítěze debaty označilo 39% oslovených voličů. Podle 73% respondentů si vedl Obama nad jejich očekávání. Průzkumu se zúčastnilo 457 registrovaných voličů, kteří viděli televizní debatu. Průzkum proběhl telefonickou formou (CNN Political Unit 2012b).

Závěrečná televizní debata se konala v kampusu univerzity Lynn ve městě Boca Raton dne 22. října. Prezidentský duel moderoval Bob Schieffer. Tématem třetí debaty byla zahraniční politika. Kandidáti odpovídali na otázky ve dvouminutových intervalech. Dotazy kladl moderátor. Následovala diskuse. Celkové trvání duelu bylo 90 minut. Podle údajů organizace Nielsen Media Research činila sledovanost závěrečného duelu 59,2 milionu diváků (The Commission on Presidential Debates 2012b). Mitt Romney v této debatě působil velice opatrně, často souhlasil s názory svého protivníka. Dle průzkumu veřejného mínění, který provedla televizní stanice CNN, stal se přesvědčivým vítězem prvního duelu Romney. V dalších debatách zvítězil Obama, ale jeho vítězství nebylo nijak drtivé.

### **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. Známé 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 Clintona. 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 2012b).

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 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 2012c).

## 6.4 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 výborů<sup>24</sup> (*Political Action Committee, PAC*) z rukou jednotlivců i organizací. Aby politické akční výbory mohly být funkčními organizacemi, musí být zaregistrovány u Federální volební komise<sup>25</sup>. Politické

---

<sup>24</sup> Politické 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. Zřízení 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).

<sup>25</sup> Federální volební komise (FEC) je institucí, která se zabývá především financováním politických kampaní. Vydává revizní zprávy, poradní stanoviska, navrhuje nebo přijímá

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 v penzi, dále právníci, lidé zaměstnaní ve školském a zdravotnickém sektoru a zaměstnanci obchodních služeb (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 v domě herce George Clooneyho. Vstupenka na tuto událost stála 40 tisíc dolarů. Zúčastnit večeře se mohli i lidé, kteří na Obamovu kampaň přispěli částkou

---

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).

alespoň tři dolarů. Z těchto lidí byly losem vybrány dvě ženy. Ze slavnostní večere putoval na kampaň výtěžek 15 milionů dolarů (6 milionů dolarů bylo získáno prodejem vstupenek, zbytek byl získán z online soutěže) (Walker: 2012).

## 7. 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. Barack Obama vstoupil do povědomí amerického národa po svém projevu na konventu Demokratické strany v Bostonu v červenci roku 2004. Svoji řečí se projevil jako symbol naděje, přišel s vizí jednotných Spojených států amerických. Na podzim téhož roku se stal senátorem za stát Illinois.

V roce 2008 Barack Obama zahájil volební kampaň, jejímž cílem bylo stát se americkým prezidentem. Obama nejprve musel přesvědčit demokraty, že právě on je vhodným stranickým kandidátem pro tuto politickou funkci. Od ledna do června 2008 probíhaly tzv. primární volby. Během své kampaně odkazoval na svoji dosavadní politickou zkušenost a úspěchy, kterých se mu podařilo dosáhnout. Byly spjaty především s jeho kariérou senátora, zasloužil se například o snížení daní a rozšíření zdravotní péče ve státě Illinois. Oficiálně byl jmenován kandidátem na prezidentský post na konventu Demokratické strany, který se konal v Denveru v srpnu 2008. Zde mu podporu vyjádřila i Hillary Clintonová, která mu v primárních volbách byla největší soupeřkou. Ve svém projevu vyzvala své příznivce, aby odevzdali hlas právě Baracku Obamovi. Nominační sjezd je celonárodně sledovanou událostí. Jsou na něj zváni sponzoři, probíhá zde řada slavnostních recepcí. Konventy jsou pozorně sledovány medií, kandidáti tak mají příležitost oslovit všechny voliče. Snaží se zapůsobit především na voliče, jejichž státy během kampaně osobně nenavštíví. Podobně je tomu během

televizních debat. Během kampaně proběhnou celkem tři televizní debaty. Pravidla televizních duelů jsou striktně stanovena. Obamovým soupeřem byl na podzim roku 2008 republikán John McCain. Podle průzkumů veřejného mínění si Obama během televizních debat vylepšil své preference u amerických voličů. Veřejnost ho označila za vítěze všech třech televizních debat. K vítězství mu pomohlo jeho výborné řečnické umění, schopnost navázání vztahu s publikem a perfektní orientace a znalost diskutovaných témat. Na podzim se Obamova kampaň začala soustředit na středové a nerozhodnuté voliče. Jejím úkolem bylo rovněž přesvědčit i některé zastánce Republikánské strany. Hlavním tématem volebního programu kampaně se stala finanční krize, která propukla na podzim téhož roku. Obama ve své kampani často odkazoval na administrativu Georgie Bushe a představil se americkému národu jako nositel změny. Během své kampaně prezentoval záchranný plán na obnovení americké ekonomiky, vyjádřil podporu pro snížení daní pro střední třídu a malé a střední podniky. Důležitým bodem Obamovy kampaně byla zdravotní reforma a rozvoj amerického zdravotnictví. V rámci zahraniční politiky byla nejdiskutovanější otázkou situace v Iráku. Bushovu vojenskou intervenci Obama odsoudil. Ve své kampani se zavázal ke stažení amerických bojových oddílů z Iráku a podpoře zahájení regionální a mezinárodní diplomacie Spojených států amerických. Dalším bodem volebního programu zahraniční politiky bylo například prohloubení spolupráce mezi Spojenými státy americkými a evropskými státy v boji proti terorismu, proti rozšiřování jaderných zbraní a dalším nebezpečím. Volební kampaň Baracka Obamy se stala unikátní i z hlediska jejího financování. Obama jako první prezidentský kandidát od založení systému veřejného financování odmítl státní podporu své kampaně. Rozhodl se čerpat peníze, které se mu podařilo získat od svých příznivců.

Do prezidentské volební kampaně 2012 nastoupil Barack Obama z pozice prezidenta. V této kampani Demokratická strana nepořádala primární volby a Obama byl oficiálně jmenován jako prezidentský kandidát na demokratickém

sjezdu ve městě Charlotte. Úkolem Baracka Obamy bylo porazit republikánského kandidáta Mitta Romneyho a obhájit svoji prezidentskou funkci. Jeho úlohou bylo udržet si dosavadní voliče a dále se orientovat na voliče středové, nerozhodnuté a popřípadě získat některé voliče Republikánské strany. Na podzim se konaly tři televizní debaty, ve kterých měl Obama diváky přesvědčit, že bude lepším prezidentem než jeho republikánský konkurent Romney. Do prvního televizního duelu vstoupil Obama jako favorit. Jeho vystoupení však působilo unaveným dojmem, nepodařilo se mu navázat oční kontakt s přítomnými diváky. Podle veřejnosti se stal vítězem první debaty Romney. Barack Obama svou chybu napravil během druhého a třetího televizního duelu. Jeho výkon byl energický, aktivní. Podařilo se mu zaujmout posluchače. Obama během svých projevů již nemohl odkazovat na nepopulární vládu George Bushe. V průběhu kampaně musel voličům zdůvodňovat nesplnění některých předvolebních slibů, výt schopen uznat své nedostatky a ukázat, jak je odstranit. Musel být schopný čelit kritice a odpovědět na otázky od politiků republikánských, ale i demokratických, i od běžných občanů. Na každou otázku musel mít připravenou uspokojivou odpověď a vysvětlení. Musel znát řešení v krátkodobém i dlouhodobém horizontu. Nereagovat na tyto skutečnosti by bylo politickou sebevraždou. Hlavními body domácí politiky byl stav americké ekonomiky, která se postupně, ačkoli pomalu, zlepšuje. Obama poukázal na zdravotní reformu a tvorbu nových pracovních míst. Kladně byla hodnocena jeho aktivita v rámci sociální politiky a ochrany životního prostředí. Během své kampaně Obama často odkazoval na ukončení války v Iráku a operaci, při které byl dopaden a zabit vůdce al-Káidy Usáma bin Ládín. Prezidentská volební kampaň z roku 2012 se stala nejdražším volebním kláním v historii země. Americký nejvyšší soud umožnil téměř neomezené hromadění financí do tzv. politických akčních výborů. Díky finančním prostředkům byla Obamova kampaň všudypřítomná.



V obou prezidentských kampaních Baracka Obamy můžeme vidět prvky postmoderní politické kampaně. Po povědomí amerických občanů se Obama poprvé dostal v roce 2004 poté, co přednesl svoji řeč na sjezdu Demokratické strany. Představil se jako výborný řečník, stal se tváří demokratů. Postmoderní kampaň je založena na silné osobnosti lídra politické strany a tím Barack Obama bez pochyby je. Pro politickou kampaň je důležitá Obamova osobnost, vystupování. Jeho hodnoty reprezentují celou stranu. Ve svých projevech Obama často odkazuje na svoji minulost, na rodinné hodnoty. Navazuje s publikem oční kontakt. Tímto u svých diváků vzbuzuje důvěru a sympatie. Politická kampaň ztrácí svoji ideologickou vyhraněnost a snaží se zaujmout různorodé skupiny obyvatel, v Obamově případě mohu uvést například imigrační reformu. Kampaň probíhá permanentně, je důležitá neustálá komunikace s voliči a prezentace v médiích. V amerických prezidentských volbách jsou důležitým kláním prezidentské televizní debaty. Dalším zdrojem informací se stal internet.

## 8. 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).

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).

CBS NEWS: 2009. *CBS Poll: Obama Boosted Most By Debate* ([http://www.cbsnews.com/stories/2008/09/27/opinion/polls/main4482119.shtml?source=search\\_story](http://www.cbsnews.com/stories/2008/09/27/opinion/polls/main4482119.shtml?source=search_story), 27.6.2013).

CENTER FOR RESPONSIVE POLITICS: 2008. *2008 Election – Barack Obama* (<http://www.opensecrets.org/pres08/summary.php?cycle=2008&cid=N00009638>, 25.7.2013).

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

CNN POLITICAL UNIT: 2012a. *CNN Poll: Most watchers say Romney debate Winter* (<http://politicalticker.blogs.cnn.com/2012/10/03/cnn-poll-romney-wins-debate-by-big-margin/>, 30.6.2013).

CNN POLITICAL UNIT: 2012b. *CNN Poll: Split decision on debate* (<http://politicalticker.blogs.cnn.com/2012/10/16/breaking-cnn-poll-obama-edges-romney-in-debate/>, 30.6.2013).

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

CNN POLITICS: 2008b. *Election Center – Results for Barack Obama* (<http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/primaries/results/candidates/#1918>, 5.7.2013).

CNN POLITICS: 2008c. *Election Center – Results for Democratic Party* (<http://edition.cnn.com/ELECTION/2008/primaries/results/scorecard/#D>, 26.7.2013).

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](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](http://zpravy.idnes.cz/sjezd-americky-ch-demokratu-obamova-zlidstvovala-manzela-p2a-/zahranicni.aspx?c=A080826_061110_zahranicni_ad), 17.3.2013).

FEDERAL ELECTION CENTER: 2008. *2008 Presidential Campaign Finance – Barack Obama* (<http://www.fec.gov/disclosure/pnational.do>, 25.7.2013).

GAZDÍK, R.: 2008. Obama odmítl státní peníze na kampaň. Přepíše dějiny? *Aktuálně.cz* (<http://aktualne.centrum.cz/zahranici/amerika/clanek.phtml?id=608749>, 26.7.2013).

GORIN, S.: 2011. *Federal Election Commission Regulates Presidential Campaign* ([http://iipdigital.usembassy.gov/st/english/article/2007/11/20071105163347ndybl\\_ehs8.393496e-02.html#axzz1hB5WMUgk](http://iipdigital.usembassy.gov/st/english/article/2007/11/20071105163347ndybl_ehs8.393496e-02.html#axzz1hB5WMUgk), 15.3.2013).

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY: 2012a. *Bill Clinton vášnivě hájil Obamu. Republikánů se zmocnili extremisté, plní nenávisti, řekl* (<http://zpravy.ihned.cz/c1-57354660-bill-clinton-vasnive-hajil-obamu-republikanu-se-zmocnili-extremiste-plni-nenavisti-rekl>, 26.7.2013).

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY: 2012b. *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: 2012c. *Jak by v amerických volbách volil svět? Romney by neměl šanci* (<http://zpravy.ihned.cz/c1-58242550-jak-by-v-americkyh-volbach-volil-svet-romney-by-nemel-sanci>, 17.3.2013).

KLEKNER, R.: 2012. Obama si řekl o další čtyři roky v Bílém domě. *Aktuálně.cz* (<http://aktualne.centrum.cz/zahranici/amerika/clanek.phtml?id=756694>, 26.7.2013)

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)

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

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

NOVINKY.CZ: 2008a. *Historickému superúterý dominovali McCain s Clintonovou* (<http://www.novinky.cz/zahranicni/amerika/132493-historickemu-superutery-dominovali-mccain-s-clintonovou.html>, 5.7.2013).

NOVINKY.CZ: 2008b. *Obama vyhrál ve třech státech a předstihl Clintonovou* (<http://www.novinky.cz/zahranicni/amerika/133070-obama-vyhral-ve-trech-statech-a-predstihl-clintonovou.html>, 5.7.2013).

NOVINKY.CZ: 2008c. *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](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](http://zpravy.idnes.cz/volba-prezidenta-usa-a-program-obou-kandidatu-fah-/zahranicni.aspx?c=A121012_153111_zahranicni_ipl), 28.3.2013).

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

STEINHAUSER, P.: 2008a. Obama picks up sekond debate win, poll says. *CNN Politics* (<http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/10/08/debate.poll/index.html>, 27.6.2013).

STEINHAUSER, P.: 2008b. Poll: Debate watchers say Obama wins. *CNN Politics* (<http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/10/15/debate.poll/index.html>, 28.6.2013).

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

THE COMMISSION ON PRESIDENTIAL DEBATES: 2012a. *2008 Debates* (<http://www.debates.org/index.php?page=2008-debates>, 27.6.2013).

THE COMMISSION ON PRESIDENTIAL DEBATES: 2012b. *2012 Debates* (<http://www.debates.org/index.php?page=2012-debates>, 30.6.2013).

THE NEW YORK TIMES: 2008. *Speeches at the Democratic Convent* (<http://elections.nytimes.com/2008/president/conventions/videos/dems.html>, 25.6.2013).

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: 2004. *Transcript: Illinois Senate Candidate Barack Obama* (<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A19751-2004Jul27.html>, 26.7.2013).

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

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](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).

YOUNG: 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](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).

ZPRAVODAJSTVÍ iDNES.CZ: 2012. *I Obama jezdil v prorezlém autě a lidem rozumí, agitovala jeho žena* ([http://zpravy.idnes.cz/projev-obamove-na-sjezdu-0xi-/zahranicni.aspx?c=A120905\\_081254\\_zahranicni\\_ts](http://zpravy.idnes.cz/projev-obamove-na-sjezdu-0xi-/zahranicni.aspx?c=A120905_081254_zahranicni_ts), 24.7.2013).

## 9. RESUMÉ

The aim of this work “Barack Obama’s 2008 and 2012 Presidential Election Campaign“ is to compare two campaigns of Barack Obama. My work is a comparison of two election campaigns of one candidate. The American presidential election is the most followed electoral tournament in the United States of America. The president leads nation, he is head of American executive. Election campaigns are base to gain the political power.

The first part focuses to development of electoral campaigns and to the American system of presidential elections. The second part of the work is dedicated to Barack Obama. First of all his political career and experience is introduced. The next part of my work is dedicated to the 2008 and 2012 election campaigns. I focused on his political platform, campaign funding and support.

As I compared Obama’s presidential election campaigns, I found out elements of the present electoral campaigns in both on them. They are based on the strong character of Barack Obama. Candidate is the program, he represents whole political party. The party identity is not so important and ideological specialization disappears. Voters are more independent in their choice. Obama’s 2008 and 2012 political platform is very similar. In 2008 he focused on American economy, the Iraq War and health care reform. He criticised his predecessor George Bush. In 2012 Obama reminded his achievements and his interest in American economy recovery. In both Barack Obama’s campaigns we can see the importance of campaigns funding. High amount of contributions means professional electoral team, ubiquitous campaign and perhaps electoral success.