

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut mezinárodních studií

Bakalářská práce

2013

Veronika Paulíková

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut mezinárodních studií

Veronika Paulíková

Prezidentské volby 2012 a hispánští voliči

Bakalářská práce

Praha 2013

Autor: **Veronika Paulíková**

Vedoucí práce: **Mgr. Jana Sehnálková**

Datum obhajoby: 2013

Bibliografické záznamy

PAULÍKOVÁ, Veronika. *Presidentské volby 2012 a hispánští voliči*. Praha, 2012. 47 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut mezinárodních studií. Vedoucí práce Mgr. Jana Sehnálková.

Abstrakt

Předmětem bakalářské práce je způsob jakým se zaměřili kandidáti Barack Obama a Mitt Romney ve svých volebních kampaních na hispánské voliče v prezidentských volbách 2012. Cílem práce je analýza strategie kampaně Baracka Obamy a Mitta Romneyho vůči hispánským voličům. V rámci této analýzy budou zhodnoceny postoje, návrhy a plány prezidentských kandidátů k tématům, která byla pro hispánské voliče klíčová. Dále se bude práce zabývat reklamami ve španělštině a návštěvami států s hispánskou populací. Práce také analyzuje odraz kampaní na hlasování hispánských voličů ve volbách 2012. Na základě dostupných internetových článků, statistik, volebních průzkumů a sekundární literatury byla analyzována volební strategie kampaně Baracka Obamy a Mitta Romneyho vůči hispánským voličům. Hodnocení volebních kampaní je doplněno o analýzu toho, jak hispánští voliči ve volbách 2012 hlasovali.

Abstract

Issue of this bachelor thesis is the way how the presidential candidates Barack Obama and Mitt Romney have focused in their campaigns on hispanci voters in presidential elections 2012. The target of this work is to analyse a strategy of Obama's and Romney's campaign towards Hispanic voters. In this analysis will be reviewed candidates' attitudes, concepts and plans to themes, which were key for Hispanic voters. Next issue of this work will be advertisements in Spanish and visitations of states with Hispanic population. This work also analyses reflection of this campaigns and particular means on voting of Hispanic voters in 2012 elections. Based on accessible web articles, statistics, election polls, and secondary literature was analysed the strategy of Obama's

and Romney's election campaign towards the hispanic voters. Weighing up of this election campaigns was added by analysis of Hispanic voting in 2012 elections.

Klíčová slova

Hispánci, volby, voliči, klíčová témata, kampaň, volební výsledky

Keywords

Latinos, Hispanics, elections, voters, key issues, campaign, election results

Rozsah práce: 77 308 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem tuto práci zpracovávala samostatně a že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že tato práce nebyla použita k získání jiného akademického titulu.
3. Souhlasím s tím, že tato práce bude zpřístupněna veřejnosti pro výzkum a studium.

V Praze dne 15.5.2013

Veronika Paulíková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala Mgr. Janě Sehnákové za cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěla k vypracování této bakalářské práce. Dále děkuji své rodině, mým přátelům a mému příteli za to, že mě během celého studia podporovali.

Institut mezinárodních studií
Projekt bakalářské práce

Obsah

BIBLIOGRAGICKÉ ZÁZNAMY	5
PROHLÁŠENÍ	7
OBSAH	1
ÚVOD.....	3
1. KDO JSOU HISPÁNŠTÍ VOLIČI?	5
1.1. HISPANICS NEBO LATINOS?	5
1.2. CHARAKTERISTIKA HISPÁNCŮ.....	6
1.3. HISPÁNCI A JEJICH ROLE V POLITICE.....	10
2. VOLEBNÍ CHOVÁNÍ HISPÁNCŮ	13
3. KAMPAŇ BARACKA OBAMY A MITTA ROMNEYHO.....	19
3.1. KLÍČOVÁ TÉMATA.....	19
3.2. POSTOJ KANDIDÁTŮ KE KLÍČOVÝM TÉMATŮM	26
3.2.1. <i>Ekonomika</i>	26
3.2.2. <i>Imigrace</i>	28
3.2.3. <i>Zdravotní péče</i>	29
3.2.4. <i>Vzdělání</i>	31
3.3. REKLAMY VE ŠPANĚLŠTINĚ	32
3.4. NÁVŠTĚVY STÁTŮ S VELKOU HISPÁNSKOU POPULACÍ	35
4. VÝSLEDKY PREZIDENTSKÝCH VOLEB 2012.....	36
ZÁVĚR	40
SUMMARY	41
LITERATURA A SEZNAM ZDROJŮ	42

Mapa 1: Podíl Hispánců ve státech USA.....	7
Tabulka 1: Věková struktura Hispánců	8
Tabulka 2: Stupeň vzdělání Hispánců	9
Tabulka 3: Chudoba hispánské populace	9
Tabulka 4: Hispánští voliči v roce 2012 ve <i>swing states</i>	12
Graf 1: Preference hispánských voličů podle pohlaví.....	21
Graf 2: Preference hispánských voličů podle věku	22
Graf 3: Preference hispánských voličů podle země původu.....	23
Graf 4: Preference hispánských voličů podle příjmu	24
Graf 5: Preference hispánských voličů podle politické příslušnosti	25
Graf 6: Výsledky hlasování hispánských voličů podle pohlaví.....	36
Graf 7: Výsledky hlasování hispánských voličů podle věku.....	37
Graf 8: Výsledky hlasování hispánských voličů podle příjmu	38
Graf 9: Výsledky hlasování hispánských voličů ve <i>swing states</i>	39

Úvod

Práce se zabývá postojem prezidentských kandidátů Baracka Obamy a Mitta Romneyho k hispánským voličům, jejich snahou oslovit tuto skupinu voličů ve svých volebních kampaních a analýzou hlasování Hispánců ve volbách 2012. Zaměřuje se na témata, která byla pro Hispánce klíčová, a na to, jak se k nim oba kandidáti postavili. Dále se věnuje prostředkům, kterých Obama a Romney využili k oslovení hispánských voličů.

Jelikož je otázka prezidentských voleb 2012 a hispánských voličů poměrně aktuálním tématem, v České republice nebyla doposud dostatečně zpracována. Právě nedostatečné zmapování této problematiky se stalo důvodem zpracování tohoto tématu.

Cílem práce je analýza strategie Obamovi a Romneyho kampaně vůči hispánským voličům a odrazu kampaní na konečném hlasování Hispánců ve volbách 2012.

V 1. kapitole obecně charakterizují hispánskou menšinu, protože různé demografické faktory mohou ovlivňovat klíčová témata a hlasování hispánských voličů během voleb. Dále se v této kapitole zabývám rolí Hispánců v politice, tedy tím, od kdy a proč roste jejich politická síla, a ve kterých státech je nejvýznamnější.

Druhá kapitola stručně popisuje vývoj volebního chování hispánských voličů od roku 1960 do roku 2008. Na základě jednotlivých zjištění pak definuje faktory, které ovlivňují volební chování Hispánců během voleb.

Další kapitola se nejprve zabývá tématy, která byla ve volbách 2012 pro hispánské voliče klíčová, přičemž uvádí, jak důležitost témat ovlivňovaly jednotlivé demografické faktory. Následně pak popisuje postoj kandidátů k těmto tématům a jimi navrhané změny. Poté se zaměřuje na způsob, jakým si Barack Obama a Mitt Romney chtěli získat Hispánce na svou stranu. Kapitola se soustřeďuje na analýzu reklam ve španělštině a návštěvy států s vysokou hispánskou populací.

Ve čtvrté kapitole jsou uvedeny výsledky voleb doplněné o analýzu hlasování hispánských voličů.

Práce představuje komparaci volebních strategií Baracka Obamy a Mitta Romneyho vůči hispánským voličům v prezidentských volbách 2012. Komparace je doplněna o analýzu konečného hlasování hispánských voličů.

První kapitola čerpá teoretické poznatky o hispánské menšině ze statistiky *Pew Hispanic Center*¹ z roku 2010. Další informace týkající se role Hispánců v politice vychází ze zpráv o volebním chování vytvořených zmiňovanou organizací.

Ve druhé kapitole práce vychází z několika publikací, které se zabývají hispánskou menšinou žijící v USA a její rolí v politice. Jedná se například o následující knihy: Samuel Roll a Marc Irwin, *The Invisible Border: Latinos in America*² nebo Marcelo M. Suárez-Orozco a Mariela M. Páez, *Latinos: Remaking America*.³ Dále pracuje s článkem historika Johna P. Schmala, *A History of Presidential Elections and the Latino Vote*,⁴ ve kterém se autor zabývá volebním chováním Hispánců od roku 1960 a vlivem jejich hlasů na celkové výsledky voleb. Přínosné byly i zprávy týkající se voleb 2004 a 2008.

V další kapitole čerpám informace ohledně kampaní kandidátů zejména z internetových článků. Používám sekundární zdroje, protože oficiální stránky kampaní Baracka Obamy i Mitta Romneyho byly již z webových stránek staženy. Pracuji také s předvolebním průzkumem *Latino Decisions*,⁵ který se zaměřil na témata, která byla pro hispánské voliče klíčová. Velmi přínosné byly rovněž oficiální reklamní spoty představující postoje kandidátů ke klíčovým tématům a jejich návrhy na řešení daných problémů.

V poslední kapitole k analýze výsledků voleb 2012 využívám *exit poll*,⁶ který provedl *Pew Hispanic Center*.

¹ Pew Hispanic Center bylo založeno v roce 2001. Je to bezpartijní výzkumná organizace, která usiluje o zlepšení porozumění hispánské menšině a zachycení jejího rostoucího vlivu na národ.

² Samuel Roll a Marc Irwin, *The Invisible Border: Latinos in America* (Boston: Nicholas Brealey Publishing, 2008).

³ Marcelo M. Suárez-Orozco a Mariela M. Páez, *Latinos: Remaking America* (Los Angeles: University of California Press, 2002).

⁴ John P. Schmal, „A History of Presidential Elections and the Latino Vote,“ *Hispanic Vista*, navštíveno 20. 4. 2013, http://www.hispanicvista.com/hvc/Opinion/Guest_Columns/102504schmal.htm.

⁵ *Latino Decisions* je firma, která provádí analýzy veřejného mínění Hispánců a chování hispánských voličů. Závěry zveřejňuje na svých webových stránkách a publikuje v odborných časopisech a novinách.

⁶ *Exit poll* je druh ankety, kdy voliči právě vycházející z volební místnosti jsou dotazováni, koho volili.

1. Kdo jsou hispánští voliči?

1.1. *Hispanics* nebo *Latinos*?

Členové nejpočetnější menšiny žijící v USA bývají označováni jako *Hispanics* nebo *Latinos*. Přestože jsou obě označení používána jako synonyma, ve skutečnosti je v nich rozdíl a někteří členové by měli být řazeni pouze do jedné z těchto skupin.

Termín *Hispanics* v USA v 70. letech 20. století zavedl Americký statistický úřad (U.S. Census Bureau) pro označení obyvatel, jejichž rodným jazykem či jazykem jejich předků je španělština.⁷ Nejedná se tedy o název vycházející z kultury či země původu. Správně by sem měli být zahrnováni Španělé a ti, kteří pochází ze států Latinské Ameriky, kde se hovoří španělsky. Z toho vyplývá, že Portugalci nebo Brazilci by tímto termínem neměli být označováni.

V roce 1997 americká vláda udělala změnu a vedle označení *Hispanics* zavedla termín *Latinos*. K tomuto kroku došlo hlavně proto, že v různých částech země byli nazýváni jinak. Zatímco na západě bylo používáno označení *Latinos*, ve východní části USA zase *Hispanics*. Mezi *Latinos* jsou řazeni lidé pocházející z Latinské Ameriky nebo jejich potomci,⁸ tedy i portugalsky hovořící Brazilci. Tento pojem se vztahuje k zemi původu nikoli k jazyku.

Přes rozdílnost těchto termínů je Američané, jak již bylo řečeno, často zaměňují. Vedle vysvětlení těchto pojmů a toho, kdo má být či nebýt nazýván *Latino* či *Hispanic*, se objevuje otázka, jak samotní členové menšiny vnímají tato označení, zda chtějí být řazeni do jedné ze skupin nebo jestli se s těmito termíny ztotožňují.

Označení *Hispanics* rozděluje menšinu na dva tábory. Některým tento termín nevadí, vidí v něm snahu o sjednocení všech románských národů. Sociolog Edward Murguia z Texaské univerzity pak tvrdí, že *Hispanics* akceptující řazení do této skupiny, protože se stávají součástí Ameriky. Na druhou stranu u mnohých převládá k tomuto výrazu odpor, neboť preferují označení dle svého původu - chtějí být nazýváni Mexičany, Kubánci atd. Pro tyto členy menšiny je pojem *Hispanics* čistě americký, který se navíc pojí se španělským dobytím Ameriky a podmaněním si tamních národů.

⁷ „Hispanic,“ The American Heritage Dictionary of the English Language, navštíveno 18. 3. 2013, <http://www.ahdictionary.com/word/search.html?q=Hispanic>.

⁸ „Hispanic.“

Dále jim toto označení evokuje někoho, kdo se nachází na okraji společnosti, kdo je méně vzdělaný a neschopný najít si své místo v americké společnosti.⁹

Pojem *Latinos* se neseťkává s tak záporným hodnocením jako pojem *Hispanics*. Je chápán jako více obecný termín. Přesto se třetí generace přistěhovalců, která se již narodila v USA, a která z velké části již nehovoří španělsky, s tímto pojmem vůbec neidentifikuje.¹⁰

V České republice odpovídá jak označení *Hispanics* tak *Latinos* výraz „Hispánci.“ Tento termín se objevuje například v publikaci Josefa Opatrného *Amerika v proměnách staletí*.¹¹

1.2. Charakteristika Hispánců

Hispánci jsou vedle původních Indiánů nejstaršími obyvateli osidlující americký kontinent. Jejich přítomnost je datována od dob objevných plaveb, tedy od 16. století. Španělé a Portugalci pak kolonizovali hlavně Střední a Jižní Ameriku, odkud tamní obyvatelé začali přicházet do USA.

Z dokumentů sčítání lidu, které se v Americe koná dle zákona každých deset let, je známa velikost hispánské populace od roku 1940, s výjimkou sčítání v letech 1950 a 1960.¹² Do té doby byli zaznamenáváni pouze mexičtí imigranti. Od roku 1970, kdy opět existují záznamy o hispánské menšině, se jejich počet začal rychle zvyšovat. Jednalo se o následek Zákona o imigraci a státní příslušnosti (Immigration and Nationality Act) z roku 1965. Tento zákon zrušil od roku 1921 platný národnostní vzorec,¹³ který určoval imigrační kvóty pro konkrétní země, přičemž byli upřednostňováni obyvatelé severní a západní Evropy.¹⁴ Zákon o imigraci a státní příslušnosti nově stanovil horní hranici pro vydávání imigračních víz na 170 000 ročně.¹⁵

Vedle toho, že do USA přichází další Hispánci, mnoho z nich se narodí přímo v zemi. V některých státech byl při posledním sčítání lidu v roce 2010 zaznamenán

⁹ Edward Retta a Cynthia Brink, „Latino or Hispanic Panic: Which Term Should We Use?“ Cross Culture Communicatios, navštíveno 20. 4. 2013, <http://www.crossculturecommunications.com/latino-hispanic.pdf>.

¹⁰ Retta a Brink, „Latino or Hispanic Panic.“

¹¹ Josef Opatrný, *Amerika v proměnách staletí* (Praha: Libri. 1998).

¹² Důvod, proč ve sčítání lidu z roku 1950 a 1960 není uveden počet Hispánců, nebyl nikde vysvětlen.

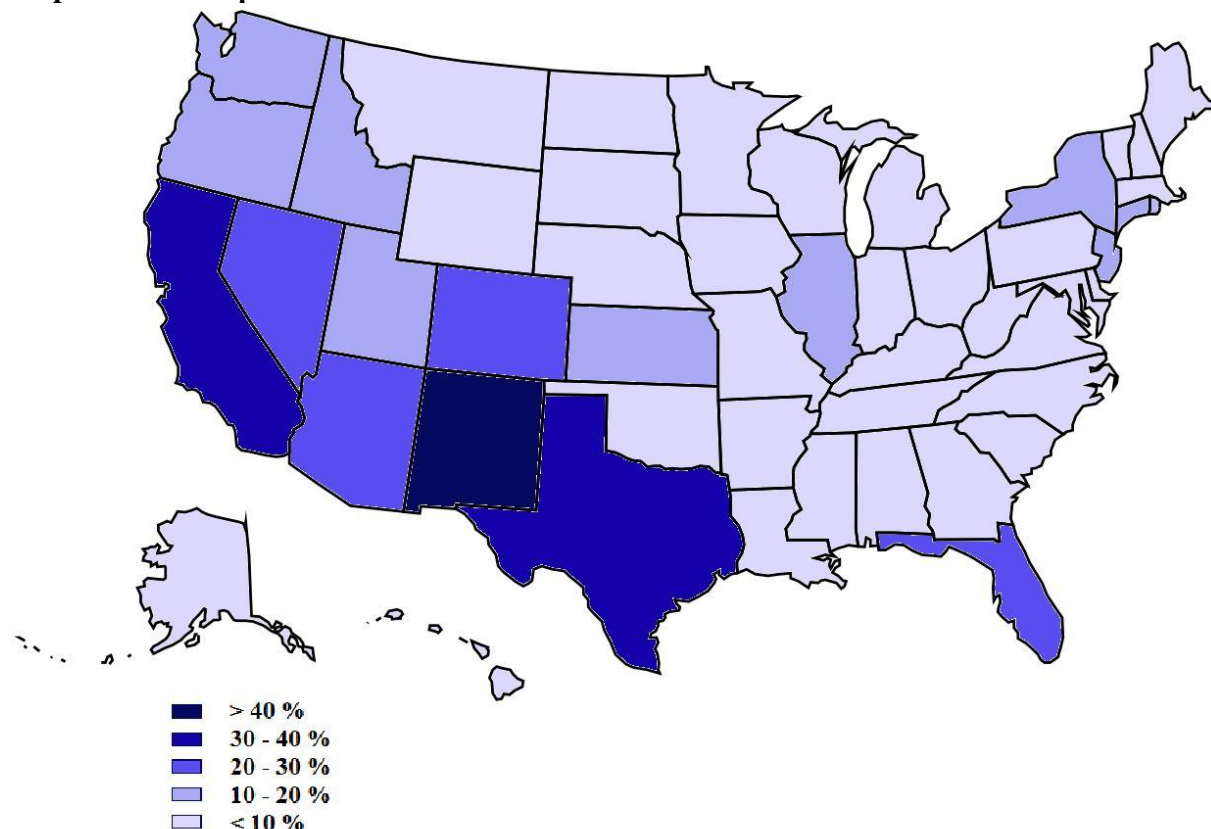
¹³ Národnostní vzorec vešel v platnost v rámci Zákona o omezení imigrace (Immigration Restriction Act) v roce 1921.

¹⁴ „Immigration Restriction Act,“ United States History, navštíveno 9. 5. 2013, <http://www.u-s-history.com/pages/h1368.html>.

¹⁵ „Public Law 89-236“ (zákon USA, 3. 10. 1965).

procentový přírůstek i přes 100%.¹⁶ V roce 2010 počet Hispánců činil 50,729,570 z 309,349,689 obyvatel,¹⁷ celkem tedy Hispánci tvoří 1/6 americké populace. Následující mapa USA zobrazuje procentuální podíl Hispánců na celkovém počtu obyvatel v jednotlivých státech:

Mapa 1: Podíl Hispánců ve státech USA¹⁸



Jak je vidět, Hispánci se soustřeďují hlavně v jihozápadních státech, převážně v těch sousedících s Mexikem. Souvisí to s tím, že 63 % hispánské populace má mexické kořeny. Klimatické podmínky v těchto státech jsou velmi podobné Mexiku, a tak změna pro imigranty není příliš velká. Dalších 9 % Hispánců přichází z Portorika, ze států Střední Ameriky průměrně 3-4 % a jen po 1 % pochází z různých zemí Jižní Ameriky a Španělska.¹⁹

Hispánci jsou velmi mladou menšinou. Níže uvedená tabulka ukazuje, že téměř polovinu celkové hispánské populace tvoří děti a mladí do 25 let, třetinu lidé ve věku

¹⁶ Jednalo se o následující státy: Alabama, Arkansas, Kentucky, Maryland, Severní Karolína a Tennessee.

¹⁷ Seth Motel, „Statistical Portrait of Hispanics in the United States, 2010,“ Pew Hispanic Center, navštíveno 10. 3. 2013, <http://www.pewhispanic.org/2012/02/21/statistical-portrait-of-hispanics-in-the-united-states-2010/>.

¹⁸ Zpracováno autorkou na základě údajů z Pew Hispanic Centre, navštíveno 10. 3. 2013, <http://www.pewhispanic.org/2012/02/21/statistical-portrait-of-hispanics-in-the-united-states-2010/>.

¹⁹ Motel, „Statistical Portrait of Hispanics in the United States, 2010.“

od 25 do 44 let. Staří, tedy ti v důchodovém věku, tvoří pouze 5 % menšiny. Počet mužů a žen je přitom v každé uvedené věkové kategorii velmi vyrovnaný. Důležité je, že zatímco dospělí Hispánci převážně do země imigrují, tak mladí a zvláště děti do 14 let se z 90 % rodí v USA.²⁰

Tabulka 1: Věková struktura Hispánců²¹

Věk	Muži	%	Ženy	%
Mladší než 25 let	12 097 962	23,8	11 295 718	22,3
25 až 44	8 137 455	16,0	7 654 993	15,1
45 až 64	4 301 035	8,6	4 432 200	8,8
65 let a starší	1 186 098	2,3	1 624 109	3,1
Celkem	25 722 550	50,7	25 007 020	49,3

Charakterizovat tuto menšinu jako jeden celek není možné, neboť se jedná o velmi rozdílnou skupinu lidí. Odlišnosti vycházejí ze země, z které pochází, jazyka, víry, vzdělání, ekonomické situace, sociálního postavení a z toho také často vyplývající politické orientace.²²

O prvním rozdílu, tedy o zemi původu, jsem se již zmínila. Členové hispánské menšiny se dále liší tím, jaký jazyk používají doma či ve škole nebo v zaměstnání. Přibližně 69 % všech Hispánců je bilingvní a hovoří jak anglicky tak španělsky. Dalších 22 % je monolingvní v angličtině a jen 9 % mluví pouze španělsky.²³ Důvodem, proč více Hispánců hovoří pouze anglicky, než španělsky je fakt, že část hispánské populace se narodila již v USA. Rodiče pak z ekonomických a sociálních důvodů chtějí, aby jejich děti mluvily hlavně anglicky. Mimo svou komunitu, ale čím dál častěji i v ní, proto nepoužívají svůj rodný jazyk.

Dalším dělicím faktorem hispánské menšiny je vyznání. Nejvíce Hispánců – až 70 % – se hlásí ke katolicismu, který je v Jižní a Střední Americe nejrozšířenějším náboženstvím. Zhruba 20 % pak tvoří protestanti a 3 % alternativní křesťané,²⁴ například mormoni. Jen malé procento je bez vyznání.²⁵

²⁰ Motel, „Statistical Portrait of Hispanics in the United States, 2010.“

²¹ Zpracováno autorkou na základě údajů z Pew Hispanic Centre, navštíveno 10. 3. 2013, <http://www.pewhispanic.org/2012/02/21/statistical-portrait-of-hispanics-in-the-united-states-2010/>.

²² Jorge J. E. Gracia a Pablo De Greiff, edit. *Hispanic/Latino in the United States: Ethnicity, Race and Rights* (New York: Routledge, 2000), 1.

²³ Motel, „Statistical Portrait of Hispanics in the United States, 2010.“

²⁴ Alternativní křesťané jsou skupiny lidí, kteří se odchýlili od původního Ježíšova křesťanství, ale nadále v Boha věří.

²⁵ Motel, „Statistical Portrait of Hispanics in the United States, 2010.“

Zásadnější jsou rozdíly ve vzdělání nebo zaměstnání a s tím spojené ekonomické situaci Hispánců. Stupeň vzdělání Hispánců nad 25 let je podrobně zaznamenán v další tabulce. Jak je vidět poměrně malé procento z nich (13,1 %) získalo minimálně bakalářský titul, zatímco až 22,4 % dokončilo pouze 1. stupeň základní školy a dalších 15,3 % 2. stupeň základní školy. Středoškolské vzdělání má 49,2 % Hispánců. Jejich úroveň vzdělání je tedy poměrně nízká.²⁶

Tabulka 2: Stupeň vzdělání Hispánců²⁷

Dosažené vzdělání	Počet	%
Základní: 1. stupeň	6 131 310	22,4
Základní: 2. stupeň	4 174 618	15,3
Středoškolské	13 441 369	49,2
Vysokoškolské	3 588 593	13,1
Celkem	27 335 890	100,0

Na stupni vzdělání závisí následně možnosti zaměstnání. Přibližně 1/3 zaměstnaných Hispánců pracuje v perspektivních odvětvích jako podnikání, věda, zdravotnictví nebo administrativa. Polovina vykonává manuální práce nebo se zabývá cateringem. Jen malé procento pracuje v zemědělství. Medián platu Hispánců, který činí přibližně 20,000 USD ročně, je však o ¼ nižší než medián platu Afroameričanů a o 2/3 než bělochů nebo Asiatů.²⁸ Jedná se tedy o velký rozdíl.

Životní situace velké části hispánské menšiny je složitá, neboť celkem ¼, jak ukazuje následující tabulka, žije na hranici chudoby. Uvedená procenta vyjadřují procento chudých z celkové hispánské populace v jednotlivých věkových skupinách. Nejvíce jsou chudobou zasaženi děti a mladí do 18 let.²⁹

Tabulka 3: Chudoba hispánské populace³⁰

Chudoba dle věku	Počet	%
Mladší než 18 let	5 518 326	32,4
18 až 64	6 267 930	20,9
65 a starší	512 940	18,7
Celkem	12 299 196	24,7

²⁶ Motel, „Statistical Portrait of Hispanics in the United States, 2010.“

²⁷ Zpracováno autorkou na základě údajů z Pew Hispanic Centre, navštíveno 10. 3. 2013, <http://www.pewhispanic.org/2012/02/21/statistical-portrait-of-hispanics-in-the-united-states-2010/>.

²⁸ Motel, „Statistical Portrait of Hispanics in the United States, 2010.“

²⁹ Motel, „Statistical Portrait of Hispanics in the United States, 2010.“

³⁰ Zpracováno autorkou na základě údajů z Pew Hispanic Centre, navštíveno 10. 3. 2013, <http://www.pewhispanic.org/2012/02/21/statistical-portrait-of-hispanics-in-the-united-states-2010/>.

Z obecné charakteristiky vyplývá, že Hispánci netvoří jednotnou skupinu voličů. Rozdíly ve vzdělání, zaměstnání, příjmech a na těchto faktorech závislé životní úrovni ovlivňují rozhodování hispánských voličů během voleb. Je zřejmé, že například bohatí Hispánci budou mít jiné potřeby než ti chudí, a tudíž mohou klást důraz na jiná volební témata. Dalším faktorem odrážejícím se ve volbách je původ a délka pobytu v USA. Jinak mohou volit Hispánci původem z Mexika a jinak z Kuby nebo ti, co se do země přistěhovali, a ti, co se v zemi již narodili. I u nich se mohou klíčová témata lišit.

Podrobněji se volebním chováním Hispánců a faktory ovlivňující jejich hlasování ve volbách budu zabývat v následující kapitole.

1.3. Hispánci a jejich role v politice

Důležitost hispánského voličstva ve volbách postupně stoupá, a proto byli prezidentští kandidáti donuceni zohlednit tuto menšinu ve svých volebních strategiích. Prvním prezidentským kandidátem, který natočil kampaň ve španělštině, byl Michael Dukakis v roce 1988.³¹ Úplně první kampaň, která však brala v potaz hispánské voliče, byla již v roce 1960 kampaň J. F. Kennedyho – jeho manželka Jacqueline Kennedy tehdy namluvila televizní reklamu ve španělštině.³² Španělsky také několikrát v televizních spotech hovořil v roce 1976 prezidentský kandidát Jimmy Carter.³³

Význam hispánských voličů stoupá v důsledku dvou faktorů, tedy rychlého růstu hispánské populace - *de facto* hispánských voličů, a jejich koncentrace v některých, pro volby často klíčových, státech.

Prvním z faktorů, proč roste volební význam hispánského voličstva, je v poslední době rychlý mezivolební přírůstek Hispánců, kteří můžou volit. Poprvé byla potenciální volební síla Hispánců zaznamenána v roce 1960, přestože hispánští voliči tvořili přibližně 1 % celkového elektorátu. Procento hispánských voličů se od té doby až do voleb 1976 zvyšovalo poměrně málo, z 1 % na 2,4 %. Během dalších voleb tvořili oprávnění hispánští voliči přibližně 4 % až 5 % všech voličů. Zároveň volební výsledky byly mnohdy o tolik rozdílné, že jen u voleb 1960 a 1976 se diskutovalo, zda vítězům mohli pomoci právě Hispánci. Zlom nastal v roce 2000, kdy vzrostlo procento

³¹ Mark Lopez – náměstek ředitele Pew Hispanic Center, e-mail autorce, 19. 4. 2013.

³² „Jacqueline Kennedy Campaign Spot in Spanish,“ Youtube, navštíveno 17. 4. 2013, http://www.youtube.com/watch?v=Xu1BuGbq_i4.

³³ Mark Lopez, e-mail autorce, 19. 4. 2013.

oprávněných hispánských voličů z 5,1 % v roce 1996 na 7 %.³⁴ Jednalo se o 13,2 milionů Hispánců. Ve volbách 2004 se jejich počet zvýšil na 16,1 milionů.³⁵ Tvořili tak 7,9 % všech voličů. O čtyři roky později k volbám mohlo již 19,5 milionů Hispánců, kteří představovali 9,1 % elektorátu. V roce 2012 počet voličů vzrostl až na 23,4 milionů, tedy na 10,5 %.³⁶

Během posledních čtyř prezidentských voleb je celonárodní nárůst hispánských voličů znatelný. V prezidentských volbách však je ale základní jednotkou stát,³⁷ a proto je důležitý růst hispánského elektorátu v jednotlivých státech. Dostávám se tak k druhému faktoru, který ovlivňuje význam volební síly Hispánců, a tím je koncentrace hispánské populace v tzv. *swing states*. *Swing states* jsou státy, ve kterých ani demokratický, ani republikánský prezidentský kandidát nemá předem zajištěnou většinou podporu voličů. Často se jedná pouze o malou voličskou skupinu, která se rozhoduje až na poslední chvíli, většinou na základě volebních programů a kampaní. Zároveň mají tyto státy vysoký počet hlasů volitelů. Prezidentští kandidáti *swing states* věnují velkou pozornost, protože volební výsledky v těchto státech mohou mít velký vliv na celkový výsledek voleb. Některé *swing states* se během jednotlivých prezidentských voleb v letech 2000 až 2012 změnily, jiné se mezi ně řadí pokaždé. Ve volbách v roce 2012 se jednalo o 9 následujících států: Florida, Colorado, Severní Karolína, Nevada, Virginie, Ohio, Wisconsin, Iowa a New Hampshire. Celkově v nich žije 17 % oprávněných hispánských voličů. Podrobněji je to zachyceno v následující tabulce:

³⁴ David Simcox, „The Hispanic Giant – Numbers, Yes – Power? Not Yet,“ *The Social Contract Press*, jaro 2001.

³⁵ Roberto Suro, Richard Fry a Jeffrey Passel, „Hispanics and the 2004 Election: Population, Electorate and Voters“ (report Pew Hispanic Center, 27. 6. 2005), 20.

³⁶ Mark Lopez, Seth Motel a Eileen Patten, „A Rekord 24 Million Latinos Are Eligible to Vote, But Turnout Rate Has Lagged That of Whites, Blacks“ (report Pew Hispanic Center, 1. 10. 2012), 5.

³⁷ Stát je základní jednotkou ve volbách prezidenta v USA, protože se jedná o nepřímé volby. Prezident je volen kolegiem volitelů, které je tvořeno zástupci z jednotlivých států, a tito zástupci jsou voleni občany v každém státě.

Tabulka 4: Hispánští voliči v roce 2012 ve swing states³⁸

Swing states	Počet (zaokrouhлено na tisíce)	%
Florida	2 089 000	15,9
Colorado	4 848 000	13,7
Nevada	268 000	15,1
Virginie	214 000	3,7
Severní Karolína	196 000	2,9
Ohio	166 000	1,9
Wisconsin	130 000	3,1
Iowa	52 000	2,3
New Hampshire	17 000	1,7

Pro mou práci bude důležitá Florida, Colorado a Nevada, neboť v těchto státech je procento hispánských voličů poměrně vysoké. Nutné je v případě těchto tří klíčových států, zejména v případě Floridy, uvést skladbu hispánské populace podle země původu, neboť jak jsem již uvedla výše, původ je jedním z faktorů ovlivňující volební preference Hispánců.

Přibližně 28 % Hispánců žijících na Floridě pochází z Kuby a tvoří tak nejpočetnější skupinu z celkové hispánské populace. Dále jsou ve velkém množství zastoupeni Hispánci s mexickými nebo portorikánskými kořeny, u obou se jedná zhruba o 1/5 všech floridských Hispánců. Na rozdíl od nejednotné Floridy jsou Colorado a Nevada mnohem více homogenní. Kolem 75 % Hispánců pochází z Mexika a jen malé procento z dalších států Jižní a Střední Ameriky, jako například z Portorika.³⁹

³⁸ Zpracováno autorkou na základě údajů Pew Hispanic Center, navštíveno 5. 4. 2013, <http://www.pewhispanic.org/2012/10/01/latinos-in-the-2012-election-colorado/>.

³⁹ Sharon R. Ennis, Merarys Ríos-Vargas a Nora C. Albert, „The Hispanic Population: 2010“ (report U. S. Census Bureau, 2011), 8.

2. Volební chování Hispánců

V této kapitole nastíním hlasování Hispánců od voleb v roce 1960, kdy byl poprvé zaznamenán vliv hispánského voličstva, do voleb 2008, abych poté mohla zhodnotit vývoj volebního chování Hispánců a jejich postoj k Demokratům a Republikánům. Na základě průběhu a výsledků jednotlivých voleb pak definuji faktory, které ovlivňují hispánské voliče během voleb.

Demokratický kandidát John F. Kennedy byl během volební kampaně v roce 1960 podporován kluby „Viva Kennedy,“ tedy kluby Hispánců s mexickými kořeny. Nakonec získal 85 % hispánských hlasů. Celkové výsledky voleb však byly velmi těsné a někteří političtí analytici věřili, že Kennedymu zajistili vítězství právě Hispánci.⁴⁰

Podobně vysoké bylo i procento hispánských voličů, kteří volili v dalších volbách demokratického kandidáta Lyndona Baines Johnsona. Jeho výhra v roce 1964 byla však o tolik výraznější, že výsledek nemohl být Hispánci nijak zásadně ovlivněn. V roce 1968 Humphrey prohrál s Richardem Nixonem, a ačkoliv byl výsledek těsný, Nixon získal 43,2 % hlasů a Humphrey 42,6 %, tak Hispánci nehráli v těchto volbách větší roli. Pro republikánského kandidáta hlasovalo 10 % hispánských voličů a pro demokratického 80 %.⁴¹ Humphrey by ale nevyhrál, ani kdyby získal všechny hispánské hlasy.

V prezidentských volbách v roce 1972 Hispánci netvořili významnou voličskou skupinu. Přesto jim republikánský kandidát Richard Nixon před volbami věnoval pozornost. Během volební kampaně jmenoval na vysoké vládní posty přibližně 50 Hispánců a vytvořil španělsky hovořící výbor pro své znovuzvolení a zajistil si tak 35 % hispánských hlasů. Nixon volby nakonec vyhrál, přičemž výsledný rozdíl byl tak vysoký, že hlasy hispánských voličů nemohly být rozhodující.⁴²

O čtyři roky později hlasovalo 82 % Hispánců pro demokratického kandidáta Jimmyho Cartera a pomohli mu tak vyhrát celé volby. Hispánští voliči tehdy tvořili pouze 2,4 % z celkového elektorátu, ale konečný rozdíl mezi obdrženy hlasy

⁴⁰ Samuel Roll a Marc Irwin, *The Invisible Border: Latinos in America* (Boston: Nicholas Brealey Publishing, 2008), 114.

⁴¹ John P. Schmal, „A History of Presidential Elections and the Latino Vote,“ *Hispanic Vista*, navštíveno 20. 4. 2013, www.hispanicvista.com/hvc/Opinion/Guest_Columns/102504schmal.htm.

⁴² Schmal, „A History of Presidential Elections and the Latino Vote.“

republikánského a demokratického prezidentského kandidáta byl velmi malý, že i nízké procento hlasujících Hispánců mohlo výsledky ovlivnit.⁴³

S volbami 1980 přišla změna. Ačkoliv celkově přes 60 % hispánských voličů hlasovalo pro Demokrata Jimmyho Cartera, tak podstatně vzrostlo procento Hispánců, kteří volili republikánského kandidáta Ronalda Reagana. Reagan tehdy získal 35 % jejich hlasů. Objevil se rovněž nový trend v hlasování na Floridě. Reagan v tomto státě získal 80 % hlasů tamějších hispánských voličů. Důvodem bylo, že většina Hispánců žijících na Floridě pocházela z Kuby a politika Republikánů vůči Kubě byla pro tamější kubánské imigranty přijatelnější než politika Demokratů.⁴⁴ Podpora floridských Hispánců Republikánům se během dalších voleb ještě zvyšovala. Ve volbách 1984 a 1988 demokratičtí kandidáti Walter F. Mondale a Michael Dukakis získali vždy v celé Americe přes 60 % hispánských hlasů, na Floridě však pouze necelých 20 %.⁴⁵ Volba Hispánců však nemohla výsledky nijak zvlášť ovlivnit, protože republikánští kandidáti zvítězili vždy o vyšší procento, než jaké tvořili hispánští voliči v celkovém počtu voličů.

V roce 1992 hlasovalo jak pro Demokrata Billa Clintona, tak pro Republikána George H. W. Bushe méně hispánských voličů, protože až 21 % z nich volilo nezávislého kandidáta Rosse Perota. Nakonec však jejich hlasy nijak celkové výsledky voleb neovlivnily, protože Clinton zvítězil jednoznačně, až o 5 %, nad Georgem H. W. Bushem, zatímco podíl Hispánců na celkovém počtu voličů byl pouze 4 %.⁴⁶

Bill Clinton svůj post v dalších volbách obhájil. Získal přes 70 % hispánských hlasů. Důležité však je, že na Floridě pro něj hlasovalo až 35 % Hispánců, což bylo o 15 % více než v předešlých volbách. Hlasy hispánských voličů pomohly k celkovému vítězství v tomto státě. Demokratický kandidát na Floridě zvítězil naposledy v roce 1976. Rozhodující byla i 90 % podpora Hispánců v Arizoně, která v tomto státě zajistila demokratickému kandidátovi vítězství poprvé od roku 1948.⁴⁷ Změnu v chování hispánských voličů pravděpodobně zapříčinil Zákon o osobní odpovědnosti a pracovní příležitosti (Welfare Reform Act), který poškodil všechny přistěhovalce bez amerického občanství, tedy i Hispánce.⁴⁸ Zákon prosadil republikánský Kongres. Hispánci

⁴³ Schmal, „A History of Presidential Elections and the Latino Vote.“

⁴⁴ Marcelo M. Suárez-Orozco a Mariela M. Páez, *Latinos: Remaking America* (Los Angeles: University of California Press, 2002), 403.

⁴⁵ Schmal, „A History of Presidential Elections and the Latino Vote.“

⁴⁶ Schmal, „A History of Presidential Elections and the Latino Vote.“

⁴⁷ Schmal, „A History of Presidential Elections and the Latino Vote.“

⁴⁸ „An Act To Provide for Reconciliation Pursuant to Section 201(a)(1) of the Concurrent Resolution

to považovali za nepřátelský krok ze strany Republikánů, a proto v nadcházejících volbách klesla jejich podpora republikánskému kandidátovi Bobovi Doleovi.⁴⁹

Ve volbách 2000 získal vítězný republikánský kandidát George W. Bush 35 % hispánských hlasů. Klíčovým státem byla opět Florida. Bush ji po neúspěchu svého předchůdce Boba Dolea získal zpět. Republikáni vyhráli na Floridě zejména díky 50 % podpoře hispánských voličů, zatímco pro Demokrata Alberta Gora hlasovalo pouhých 13 %.⁵⁰ K obratu došlo zřejmě v důsledku aféry s kubánským chlapcem Eliánem Gonzálezem, jehož matka zemřela při útěku z Kuby. Příbuzní žijící v USA se snažili, aby zůstal u nich, ale Clintonova vláda ho nakonec poslala zpět na Kubu k jeho otci,⁵¹ čímž pobouřila Hispánce pocházející z Kuby.

Ve volbách v roce 2004 se jak demokratický kandidát John Kerry, tak Republikánský kandidát George W. Bush zaměřili na hispánské voliče více než kandidáti předchozích voleb. Oba dva již připravili volební kampaně i ve španělštině.⁵²

George W. Bush získal přibližně 44 % hispánských hlasů. Pro žádného republikánskému kandidáta před ním ani po něm nehlasovalo tak vysoké procento hispánských voličů. Johna Kerryho naopak volilo historicky nejnižší procento Hispánců, zhruba 53 %.⁵³ K přesunu hispánských voličů došlo v důsledku změny důležitosti volebních témat. Mezi klíčová témata patřily morální hodnoty, tedy postoj k potratům a manželství homosexuálů, národní bezpečnost a ekonomika, přičemž velký vliv na rozhodování Hispánců měla zejména první dvě témata. Do pozadí se dostaly tradiční témata jako vzdělání nebo zdravotní péče.⁵⁴ Postoj kandidátů k jednotlivým pro Hispánce klíčovými tématům ovlivnil následné hlasování. Zatímco George W. Bush byl proti potratům i registrovanému partnerství homosexuálů, John Kerry hájil právo svobodné volby žen a s tím za jistých okolností i potraty. Zároveň byl zastáncem homosexuálních párů, které podle něj mají mít stejná práva jako páry tvořené mužem a ženou. V otázce národní bezpečnosti působil na hispánské voliče republikánský kandidát Bush jako více schopný, jako někdo, kdo se postará o ochranu země a bezpečí

on the Budget for Fiscal Year 1997“ (federální zákon USA, 22. 8. 1996).

⁴⁹ Schmal, „A History of Presidential Elections and the Latino Vote.“

⁵⁰ John A. García, *Latino Politics in America: Community, Culture and Interests* (Lanham: Rowman & Littlefield Publishing Group, 2011), 114.

⁵¹ Andrew Stephen, „The Cuban missile,“ *The Sunday Times*, 6. 6. 2004.

⁵² Roll a Irwin, *The Invisible Border*, 114.

⁵³ David L. Leal, Matt A. Barreto, Jongho Lee a Rodolfo O. de la Garza, „The Latino Vote in the 2004 Election,“ *PS: Political Science & Politics*, leden 2005, 41.

⁵⁴ Marisa A. Abrajano, R. Michael Alvarez a Jonathan Nagler, „The Hispanic Vote in the 2004 Presidential Election: Insecurity and Moral Concerns,“ *The Journal of Politics*, duben 2008, 370-371.

obyvatel.⁵⁵ Sympatie hispánských voličů si získal i svým charismatem a zároveň tím, že trochu ovládal španělštinu, protože vyrůstal v Texasu.⁵⁶

George W. Bush, v důsledku zastávání se tradičních rodinných hodnot, získal nadpoloviční většinu hispánských protestantů a alternativních křesťanů. Dále ho podpořili Hispánci žijící ve městech a ženy. Johna Kerryho volili naopak hispánští voliči z venkova, hispánští katolíci a politicky nezávislí Hispánci.⁵⁷

Důležitými státy z hlediska přítomnosti Hispánců byly následující státy: Florida, Nové Mexiko, Nevada a Colorado. Pouze však *swing states* Florida a Nové Mexiko hrály v těchto volbách větší roli. Na Floridě Bushe podpořilo necelých 60 % hispánských voličů. Ačkoliv získal v tomto státě většinu, tak v porovnání s předchozími republikánskými kandidáty podpora Hispánců klesla. V Novém Mexiku získal přibližně 40 % a celkově zde i na Floridě vyhrál.⁵⁸

V následujících volbách v roce 2008 došlo opět k obratu ve prospěch Demokrata Baracka Obamy. Ten získal celkem 67 % hispánských hlasů, což bylo o dost více než jeho předchůdce Kerry. Podpora republikánského kandidáta Johna McCaina mezi Hispánci naopak klesla na 31 %.⁵⁹

Hispánští voliči hráli klíčovou roli v Novém Mexiku. Zisk 57 % jejich hlasů zajistil v tomto státě Obamovi vítězství. Spolu s černošskými voliči pak Hispánci pomohli demokratickému kandidátovi zvítězit i v Nevadě, kde získal 55 % hlasů Hispánců, a v Indianě, kde ho podpořilo 49 % hispánských voličů. Ve všech těchto třech státech v roce 2004 vyhrál George W. Bush.⁶⁰

Barack Obama si získal řadu hispánských voličů v důsledku navrhovaných změn v ekonomice, která byla téměř pro 2/3 Hispánců nejdůležitějším volebním tématem. Obama se zaměřil zejména na střední třídu. Chtěl provést změny v daňové soustavě a vytvořit nové pracovní pozice,⁶¹ což v době finanční krize byly atraktivní kroky pro mnoho špatně situovaných Hispánců.

⁵⁵ Abrajano, Alvarez a Nagler, „The Hispanic Vote in the 2004 Presidential Election,“ *The Journal of Politics*, duben 2008, 340.

⁵⁶ Jason Margolis, „The Perils of Campaigning in Spanish,“ *The World*, navštíveno 11. 5. 2013, <http://www.theworld.org/2012/09/the-perils-of-campaigning-in-spanish/>.

⁵⁷ Suro, Fry a Passel, „Hispanics and the 2004 Election,“ 13-14.

⁵⁸ Leal, Barreto, Lee a de la Garza, „The Hispanic Vote in the 2004 Election,“ 48.

⁵⁹ Antonio Gonzalez a Steven Ochoa, „The Latino Vote in 2008: Trends and Characteristics“ (report Institutu William C. Velasquez, 2008), 1.

⁶⁰ Gonzalez a Ochoa, „The Latino Vote in 2008,“ 7.

⁶¹ „Candidates' economic plans compared,“ *BBC News*, navštíveno 22. 4. 2013, http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/us_elections_2008/7669013.stm.

Ve volbách mezi lety 1960-2008 hlasovala tradičně nadpoloviční většina hispánských voličů pro demokratické kandidáty. Výjimkou byla Florida, kde hlasovali většinově pro Republikány. Tento postoj Hispánců k Demokratům a Republikánům je spojen s politikou těchto dvou stran. Hispánci většinou sympatizují s Demokratickou stranou, což je prvním faktorem ovlivňujícím hlasování Hispánců. Demokraté jsou obecně více nakloněni menšinám, ať už etnickým či náboženským, tedy i Hispáncům. Staví se více za jejich práva a snaží se, aby jejich životní podmínky byly srovnatelné s podmínkami majoritní bělošské populace.⁶²

Druhým faktorem jsou volební témata. Pro hispánské voliče jsou důležitými tématy otázky imigrace, ekonomiky, pracovních příležitostí a sociálních podmínek, vzdělání, zdravotní péče, národní bezpečnosti a v neposlední řadě i morálních hodnot. Důraz na jednotlivá témata závisí na sociálně-ekonomických podmínkách Hispánců, na jejich vyznání a původu.⁶³ Během voleb záleží na tom, jak se k jednotlivým bodům postaví prezidentští kandidáti. Například George W. Bush získal vysoké procento hispánských hlasů v důsledku prosazování tradičních rodinných hodnot a podle Hispánců lepší schopnosti zajistit národní bezpečnost. Barack Obama přitáhl hispánské voliče ekonomickými plány a opatřeními. Zmiňovaná volební témata byla v daných prezidentských volbách pro Hispánce klíčová.

Dalším, tedy třetím, faktorem, který je *de facto* částečně propojen s druhým, je osobnost prezidentského kandidáta. Charismatickým republikánským kandidátem byl Ronald Reagan, který v roce 1980 a 1984 získal přibližně 35 % hispánských hlasů. Podpora Hispánců republikánským kandidátům poté postupně klesala až do doby, kdy se o post prezidenta ucházela další výrazná osobnost – George W. Bush. Už v roce 2000 pro něj hlasovalo 35 % Hispánců a ve volbách 2004 dokonce rekordních 44 %. Potom podobně jako v 80. a 90. letech nastal pokles hispánské podpory Republikánům. Demokratickými kandidáty, kteří zapůsobili svou osobností, byli John F. Kennedy, Bill Clinton⁶⁴ a Barack Obama. U Obamy hraje roli i jeho původ, protože jakožto člen jedné z amerických menšin je bližší dalším menšinovým skupinám.

Za faktor ovlivňující volby mohou být považovány i kroky či změny, které provedla vláda, nebo neočekávané události, které měly bezprostřední dopad na život Hispánců. Jednalo se o Zákon o osobní odpovědnosti a pracovní příležitosti,

⁶² „Democrats,“ Democratic National Committee, navštíveno 22. 4. 2013, <http://www.democrats.org/>.

⁶³ Viz kapitola 1, 10.

⁶⁴ Roll a Irwin, *The Invisible Border*, 117-118.

po jehož schválení Republikáni na Floridě ztratili řadu hispánských příznivců a nakonec i tento stát ve volbách 1996, či případ s kubánským chlapcem Elíanem Gonzálezem z roku 1999, kdy podporu floridských Hispánců následně ztratili Demokráté. Prezidentští kandidáti a jejich strany měli brát v potaz, že jejich kroky, které by byly pro Hispánce nežádoucí, mohou ovlivnit podporu hispánských voličů jejich kandidátovi.

Hispánští voliči jsou během volebních kampaní výše uvedenými faktory do velké míry ovlivnitelní. Navíc s jejich přibývajícím volebním sílou a v souvislosti s faktem, že v některých volbách byli Hispánci klíčovou skupinou v několika *swing states* a jejich hlasy nakonec ovlivnily konečné výsledky v těchto státech, narůstá potřeba oslovit hispánské voliče v předvolebních kampaních.

3. Kampaň Baracka Obamy a Mitta Romneyho

V mnoha člancích týkajících se voleb 2012 se můžeme dočíst, že Hispánci mohli být klíčovou volební skupinou a jejich hlasy rozhodující.⁶⁵ Hodnotili však sami kandidáti důležitost hispánského voličstva stejně? Abych mohla odpovědět na tuto otázku, musím nejprve nalézt odpovědi na následující otázky: Jaký postoj zaujali kandidáti vůči tématům, která Hispánci považovali za důležitá, a jak se tyto postoje odrazily v kampaních? Jakými prostředky se je kandidáti snažili oslovit nebo kolik peněz investovali do kampaní zaměřených na hispánské voliče?

V následujících podkapitolách identifikuji témata, která byla pro Hispánce klíčová, a detailně rozeberu, jakým způsobem se k těmto tématům postavili prezidentští kandidáti v návrzích či plánech, které představili ve svých kampaních. Poté se zaměřím na prostředky, kterými se Barack Obama a Mitt Romney snažili získat podporu hispánských voličů, tedy na reklamy ve španělštině a návštěvy států s hispánskou populací.

3.1. Klíčová témata

Ve volbách v roce 2012 Hispánci mezi nejdůležitější volební témata řadili ekonomiku, imigraci, vzdělání a zdravotní péči.⁶⁶ Těmito tématy se nejprve budu zabývat v širším kontextu diskusí v rámci hispánské komunity, přičemž ukážu, jak je důraz na jednotlivé otázky ovlivňován pohlavím, věkem, původem, příjmem a politickou příslušností. Poté se krátce zmíním, jak klíčová témata hodnotili Hispánci v důležitých *swing states* – v Coloradu, Nevadě a na Floridě. Následně se zaměřím na postoje prezidentských kandidátů, Demokrata Baracka Obamy a Republikána Mitta Romneyho, ke zmiňovaným tématům a na jejich politické sliby v případě, že volby vyhrají.

Podle průzkumu veřejného mínění institucí *Latino Decisions*,⁶⁷ který proběhl těsně před samotnými volbami v listopadu 2012, byla pro nadpoloviční většinu dotazovaných Hispánců nejdůležitějším tématem ekonomika, zejména řešení

⁶⁵ Například v článku Michaela Scherera, „Predicting the Latino Vote in 2012,“ *Time*, 11. 4. 2013, navštíveno 4. 5. 2013, <http://swampland.time.com/2012/04/11/predicting-the-latino-vote-in-2012/>.

⁶⁶ „Economy and Immigration Are Top Issues to Latino Voters in 2012,“ *Latino Decisions*, navštíveno 2. 4. 2012, <http://www.latinodecisions.com/blog/2012/11/06/economy-and-immigration-are-top-issues-to-latino-voters-in-2012/>.

⁶⁷ Dotazovaní mohli uvést více než jednu odpověď.

nezaměstnanosti a s tím spojené vytváření nových pracovních pozic. Ekonomika se dostala do popředí, protože míra nezaměstnanosti Hispánců se v roce 2011 pohybovala kolem 11,5 %, přičemž nejvyšší byla u žen (až 42 %). Nejvíce nezaměstnaných žilo v jihovýchodních státech USA, na Floridě, v Illinois, New Jersey a New Yorku.⁶⁸ Medián platu činil pouze 20,000 USD a byl nižší než medián platu bělošské populace či dalších menšin.⁶⁹ Ekonomická situace Hispánců byla tedy poměrně komplikovaná.

Druhým klíčovým tématem byla podle přibližně 35 % dotázaných Hispánců imigrace, respektive reforma imigrační politiky.⁷⁰ Průzkum *Pew Hispanic Center* ukázal, že v roce 2011 žilo v USA zhruba 11,1 milionů ilegálních hispánských imigrantů. Jejich životní situace není lehká, protože většinou žijí na hranici chudoby, jsou málo vzdělaní a nemají zdravotní pojištění. Největším problémem jsou však děti těchto nelegálních přistěhovalců, které do země byly přivedeny jako nezletilé. Přibližně 4,5 milionů hispánských dětí vyrůstá v rodině alespoň s jedním rodičem, který se dostal do země ilegálně.⁷¹ Děti těchto přistěhovalců se potýkají s podobnými problémy jako jejich rodiče s výjimkou vzdělání. Mají možnost navštěvovat základní, střední i vyšší školu. Stresující situace doma a nedostatek potřebných financí na studium mají však za následek, že děti ilegálních imigrantů dosahují horších školních výsledků a často nedokončí ani střední školu.⁷²

Dalších 20 % dotazovaný Hispánců uvedlo jako klíčové téma zdravotní péči.⁷³ Ta je pro hispánskou menšinu důležitá, protože Hispánci se potýkají s celou řadou zdravotních problémů. Například podle amerického ministerstva zdravotnictví trpí cukrovkou v porovnání s bělochy o 50 % víc Hispánců mexického původu. Pravděpodobnost, že u hispánských žen nastane infarkt je o 20 % vyšší a až 3 krát více hispánských mužů než bělochů má AIDS.⁷⁴

⁶⁸ „The Latino Labor Force at a Glance“ (report U.S. Department of Labor, 5. 4. 2012), 2 a 12.

⁶⁹ Viz kapitola 1, 9.

⁷⁰ „Economy and Immigration Are Top Issues to Latino Voters in 2012.“

⁷¹ „A Nation of Immigrants: A Portrait of the 40 Million, Including 11 Million Unauthorized“ (report Pew Hispani Center, 29. 1. 2013), 3.

⁷² B. A. Birch, „Illegal Immigrants' Children Fare Worse at School,“ *Education News*, navštíveno 9. 5. 2013, <http://www.educationnews.org/education-policy-and-politics/illegal-immigrants%E2%80%99-children-fare-worse-at-school/>.

⁷³ „ImpreMedia/Latino Decisions 2012 Latino Election Eve Poll,“ *Latino Vote 2013*, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-national-most-important_issues.

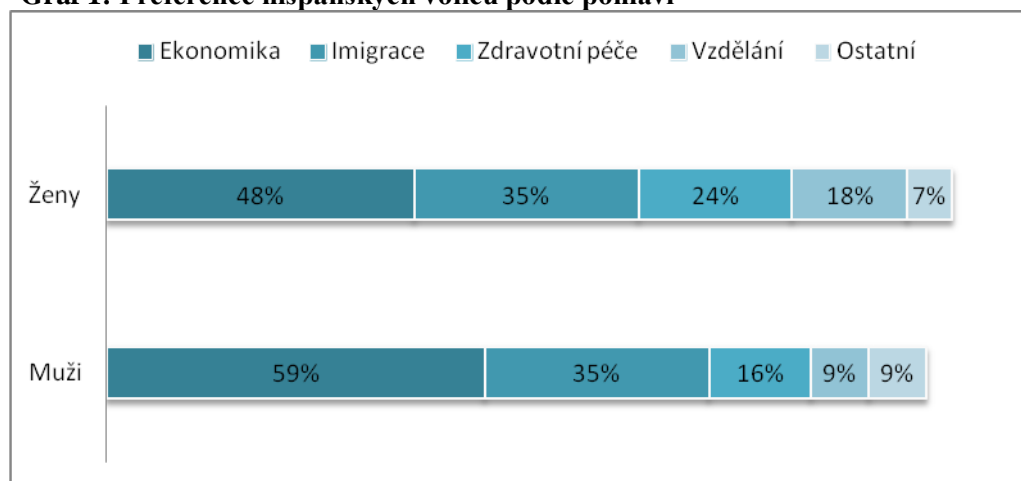
⁷⁴ Teresa Puente, „Why Latinos support Obama's health care plan,“ *Chicago now*, navštíveno 10. 5. 2013, <http://www.chicagonow.com/chicanisima-latino-politics-news-and-culture/2012/10/why-latinos-support-obamas-health-care-plan/>.

Zhruba 14 % respondentů označilo jako klíčové téma vzdělání.⁷⁵ Velkým problémem ve školství, který se týká hispánské komunity, je nedostatek učitelů ve školách. Zatímco ve státech, kde žije menší procento hispánské populace, připadá na 1 učitele přibližně 16 dětí, tak ve státech s vysokým počtem Hispánců se jedná o 21 až 27 dětí na 1 učitele. Výsledkem je, že vyučující se nemohou jednotlivým žákům více věnovat, snižuje se míra úspěšného dokončení střední školy a šance na složení přijímacích zkoušek na vysokou školu. Hispánské děti rovněž často navštěvují školy, kde kvalifikace učitelů není tak vysoká jako v případě škol, kam chodí děti z nehispanšských rodin.⁷⁶

Mezi méně důležitá témata patřila například zahraniční politika, potraty nebo manželství homosexuálních párů.⁷⁷

Hodnocení důležitosti jednotlivých témat se lišila podle výše zmíněných demografických faktorů. Velký rozdíl byl zaznamenán v závislosti na pohlaví. Ačkoliv ženy i muži označili za nejdůležitější ekonomiku, tak u mužů bylo procento výrazně vyšší, neboť ji uvedlo až 59 % hispánských mužů oproti 48 % žen. Ty naopak kladly větší důraz na vzdělání (18 %) a zdravotní péči (20 %),⁷⁸ což je přesněji vidět v následujícím grafu.

Graf 1: Preference hispánských voličů podle pohlaví⁷⁹



⁷⁵ „ImpreMedia/Latino Decisions 2012 Latino Election Eve Poll.“

⁷⁶ Raisa Camargo, „Obama on Education – Shift focus on Latinos,“ VOXXI, navštíveno 10. 5. 2013, <http://www.voxxi.com/education-focus-obama-shift-latino/>.

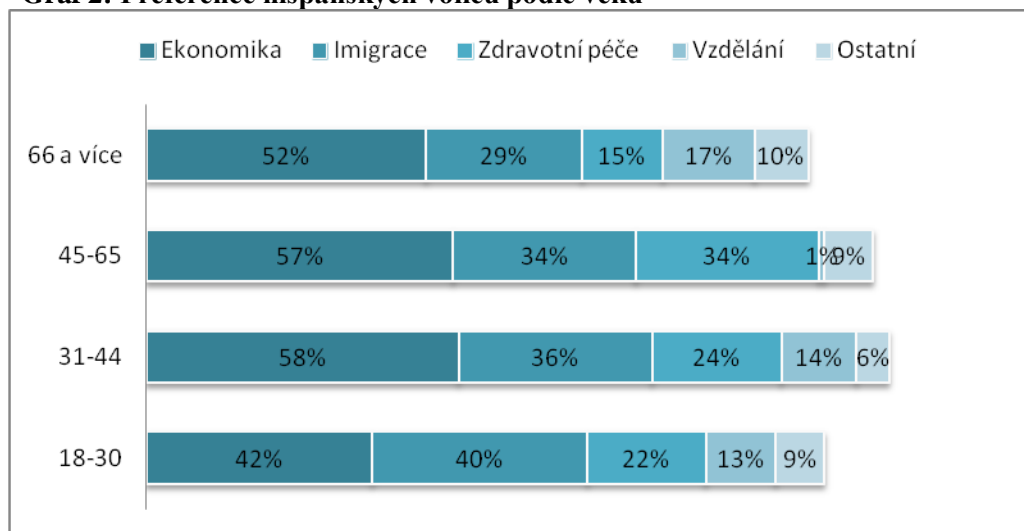
⁷⁷ „Economy and Immigration Are Top Issues to Latino Voters in 2012.“

⁷⁸ „ImpreMedia/Latino Decisions 2012 Latino Election Eve Poll,“ Latino Vote 2012, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-national-most_important_issues.

⁷⁹ Zpracováno autorkou na základě údajů z Latino Decisions, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-national-most_important_issues.

Výsledky podle věku, jak vyplývá z dalšího grafu, jsou zajímavé v několika bodech. Prvním je, že dotazovaní ve věkové skupině od 18 do 30 let hodnotili ekonomiku stejně jako imigraci, přestože v dnešní době mají problém s nalezením práce hlavně mladí lidé. Za druhé překvapivě nízké procento lidí ve věku od 45 do 65 let označilo za důležité vzdělání – pouhé 1 %.⁸⁰ Důvodem by mohl být fakt, že lidé v tomto věku již školu nenavštěvují, pokud si tedy nedodělávají maturitu nebo vysokoškolský titul, ale to nebývá běžné. Na druhou stranu, s největší pravděpodobností budou mít tito Hispánci děti, které chodí do školy, a proto by měli klást důraz i na vzdělání. Například dotazovaní ve skupině nad 66 let označili vzdělání za důležité v 17 % případů, ačkoliv ani pro ně není otázka studia aktuální. Jediným vysvětlením je, že na své mladší potomky myslí, neboť jim vzdělání může zajistit lepší budoucnost. Dále je zajímavé, že za nejméně důležité ze čtyř klíčových témat uvedli lidé ve věku nad 66 let zdravotní péči. Označilo ji jen 15 % dotazovaných z dané věkové skupiny, a to přestože s vyšším věkem roste potřeba zdravotní péče. To si dobře uvědomují dospělí mezi 45 a 65 lety života, kteří naopak oproti zbývajícím skupinám uvedli zdravotní péči až ve 36 % případů.

Graf 2: Preference hispánských voličů podle věku⁸¹

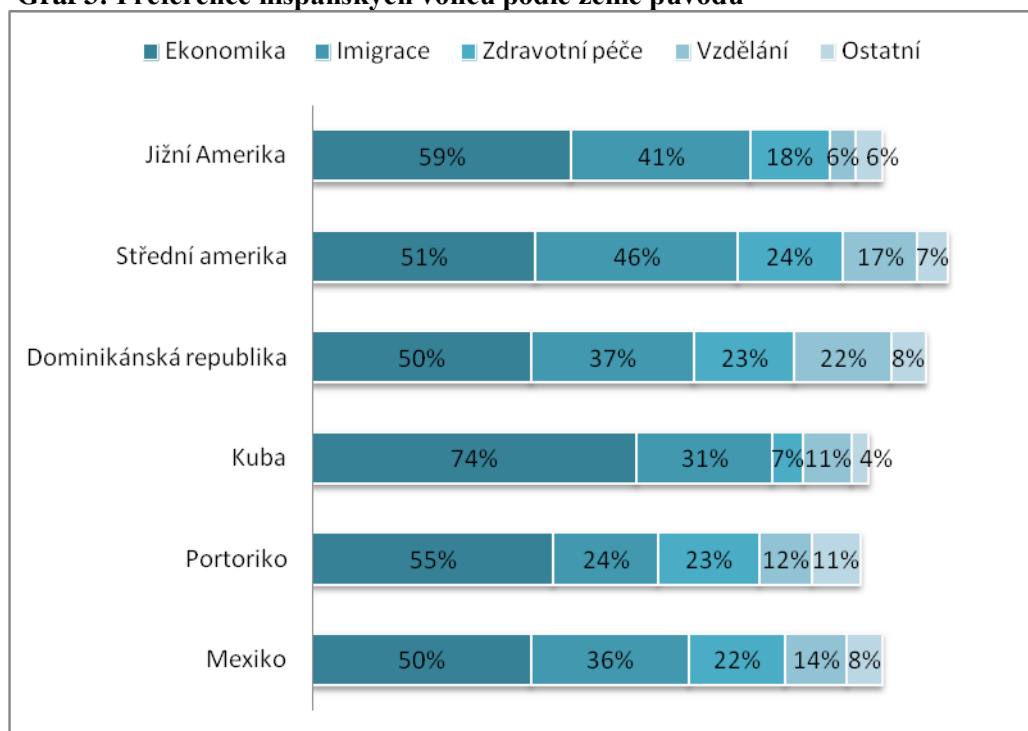


⁸⁰ „ImpreMedia/Latino Decisions 2012 Latino Election Eve Poll.“

⁸¹ Zpracováno autorkou na základě údajů z Latino Decisions, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-national-most_important_issues.

Velké rozdíly jsou vidět i v grafu 3 s rozdělením podle země původu. Ekonomika byla důležitá až pro 74 % Hispánců pocházejících z Kuby, zatímco zdravotní péči uvedlo jen malé procento z nich. Portorikánci označili oproti zbývajícím hispánským voličům imigraci za důležitou jen ve 24 % případů. Důvodem však je politický statut této země. Portoriko je přidruženým státem USA a všichni jeho obyvatelé mají rovněž americké občanství. Naopak Hispánci původem z Jižní nebo Střední Ameriky kladli na imigraci větší důraz. Přes 40 % dotazovaných ji uvedlo jako klíčové téma. Rozdílné pohledy měli hispánští voliči na otázku vzdělání. Zatímco Kubánci, Portorikánci a Mexičané ji hodnotili podobně, jako byl průměr v rámci celé hispánské komunity, tak Hispánci ze Střední Ameriky ji označili za důležitou v 17 % případů a Dominikánci dokonce ve 22 % případů. Naopak pouze 6 % hispánských voličů z Jižní Ameriky hodnotilo vzdělání jako klíčové téma.⁸²

Graf 3: Preference hispánských voličů podle země původu⁸³



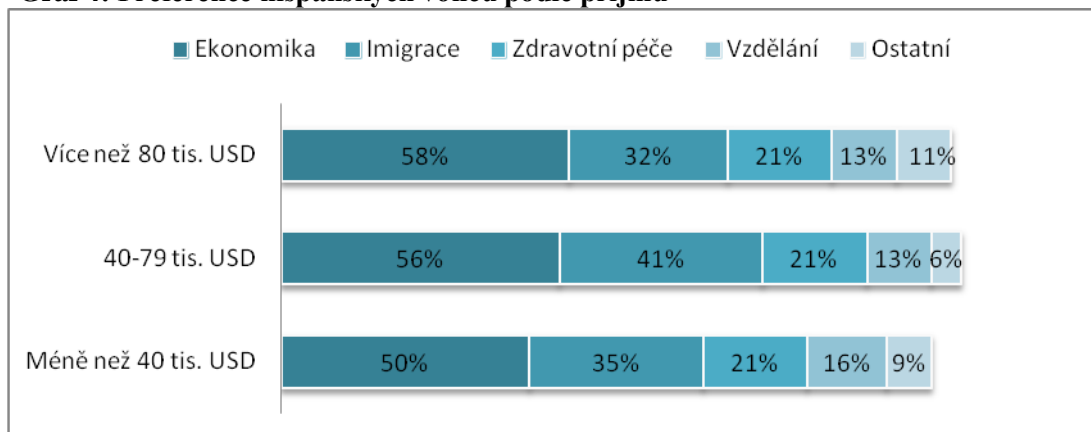
Z grafu 4 vyplývá, že finanční situace měla vliv na hodnocení důležitosti ekonomiky a imigrace. Zajímavé je, že ačkoliv by se dalo čekat, že Hispánci s nižšími příjmy budou klást větší důraz na ekonomiku, tedy na pracovní příležitosti, tak

⁸² „ImpreMedia/Latino Decisions 2012 Latino Election Eve Poll.“

⁸³ Zpracováno autorkou na základě údajů z Latino Decisions, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-national-most_important_issues.

za klíčovou ji označovali častěji hispánští voliči s příjmy nad 80,000 USD ročně. Ekonomiku uvedlo 58 % dotazových z této skupiny a 50 % dotazovaných s ročními příjmy nižšími než 40,000 USD. Rozdíl je patrný v hodnocení imigrace. Častěji než zbývající dvě skupiny ji uváděli Hispánci s příjmy mezi 40,000 až 79,000 USD. Vzdělání a zdravotní péči hodnotily všechny tři skupiny procentuálně velmi podobně.⁸⁴

Graf 4: Preference hispánských voličů podle příjmu⁸⁵

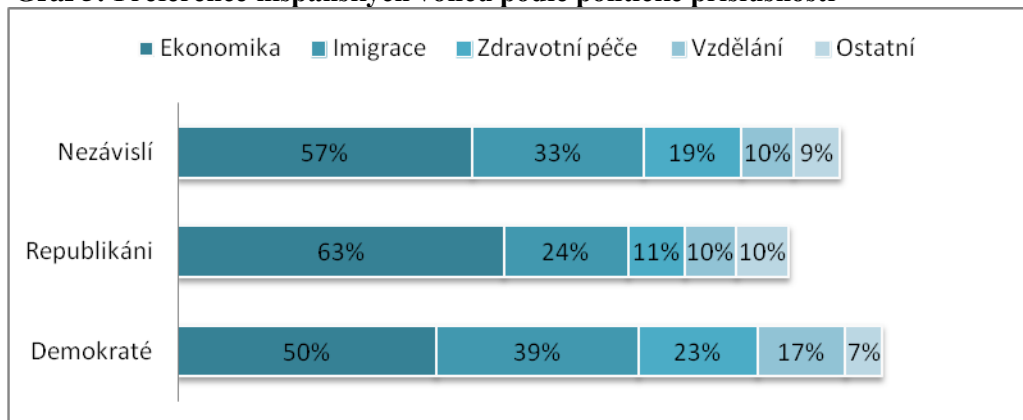


Rozdíly se objevily v hodnocení důležitosti dílčích témat i v případě dělení podle politické příslušnosti. Hispánci hlásící se k Republikánské straně ze 2/3 označili za nejdůležitější ekonomiku, naopak otázka imigrace byla klíčová pouze pro 24 % respondentů. Zdravotní péči a vzdělání neoznačilo rovněž mnoho Hispánců sympatizujících s Republikány. Demokraticky orientovaní hispánští voliči naopak imigraci a zdravotní péči uváděli častěji.⁸⁶

⁸⁴ „ImpreMedia/Latino Decisions 2012 Latino Election Eve Poll.“

⁸⁵ Zpracováno autorkou na základě údajů z Latino Decisions, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-national-most_important_issues.

⁸⁶ Zpracováno autorkou na základě údajů z Latino Decisions, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-national-most_important_issues.

Graf 5: Preference hispánských voličů podle politické příslušnosti⁸⁷

V následující části této podkapitoly se zaměřím na tři důležité *swing states*, Colorado, Nevadu a Floridu, a na to, jak jednotlivá témata hodnotili hispánští voliči v těchto státech.

V Coloradu byla mezi hispánskými voliči jako nejdůležitější témata uváděna ekonomika, poté imigrace, zdravotní péče a až nakonec vzdělání. Muži hispánského původu kladli důraz spíše na ekonomiku a imigraci, zatímco až 20 % žen na vzdělání a 20 % na zdravotní péči. Rozdíl s průměrem v rámci celé hispánské komunity byl zaznamenán mezi narozenými v USA a těmi, kteří do země imigrovali. Pro 52 % čerstvých imigrantů byla totiž ekonomika klíčovým tématem, zatímco jako důležitou ji označilo jen 27 % Hispánců narozených v USA. Ještě větší rozdíl se vytvořil mezi anglicky hovořícími Hispánci, z nichž 27 % uvedlo jako nejdůležitější téma imigraci, a španělsky hovořícími Hispánci, pro které byla naopak imigrace nejzásadnějším tématem vůbec. Celkově ji za klíčovou označilo 54 % hispánských voličů mluvících španělsky.⁸⁸ Tito voliči jsou více svázáni se zemí, ze které pochází, protože dodnes v ní žijí jejich příbuzní.

Hispánští voliči žijící v Nevadě také označili ekonomiku jako klíčové téma. Byla důležitější pro muže nenarozené v USA a španělsky hovořící Hispánce. Dalších 40 % hispánských voličů uvedlo imigraci jako důležité téma - jedná se o vyšší procento než v celonárodním průměru, přičemž ji jako prioritu uváděli častěji ženy a španělsky hovořící Hispánci.⁸⁹ Imigrace je v Nevadě ze tří *swing states* nejdůležitější

⁸⁷ Zpracováno autorkou na základě údajů z Latino Decisions, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-national-most_important_issues.

⁸⁸ Zpracováno autorkou na základě údajů z Latino Decisions, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-co-most_important_issues.

⁸⁹ Zpracováno autorkou na základě údajů z Latino Decisions, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-nv-most_important_issues.

pravděpodobně proto, že podíl hispánské populace na celkovém počtu obyvatel je nejvyšší – až 26,6 % stejně jako meziroční přírůstek Hispánců v tomto státě.⁹⁰ Jen málo hispánských voličů v Nevadě naopak označilo jako důležitou zdravotní péči, pouze 8 %.⁹¹ Důvodem je zřejmě Zdravotní reforma pro Hispánce v Nevadě (Health Reform for Nevada's Latinos) z roku 2010. V rámci této reformy bylo zlevněno lékařské ošetření a léky pro Hispánce, preventivní prohlídky mají dokonce zdarma, pojišťovny se staly více dostupné a byly zavedeny daňové úlevy malým podnikům poskytující zdravotní pojištění.⁹²

Na Floridě označilo ekonomiku za prioritu až 57 % dotázaných Hispánců, imigraci 35 %, vzdělání 13 % a zdravotní péči také 13 % dotazovaných. Výkyvy podle jednotlivých demografických faktorů byly nejvíce patrné v případě původu, kdy až 70 % Hispánců pocházejících z Kuby uvedlo ekonomiku, zatímco stejné téma označilo pouze 49 % Hispánců z Dominikánské republiky. Pro 37 % z nich byla naopak důležitá zdravotní péče. Na imigraci kladli důraz hispánští voliči ze Střední a Jižní Ameriky a z Mexika (kolem 45 %), zatímco Kubánci a Portorikánci ji označili za důležitou v necelých 30 %.⁹³

3.2. Postoj kandidátů ke klíčovým tématům

Oba prezidentští kandidáti měli rozdílné názory na imigraci a zdravotní péči, v otázce ekonomiky a vzdělání sledovali stejný cíl, avšak v případě svého vítězství by volili jiné prostředky a cesty, kterými by se snažili zlepšit či vyřešit situaci jednotlivých problémů. Postoji a plány kandidátů ohledně čtyř nejdůležitějších témat se budou postupně zabývat v následujících podkapitolách.

3.2.1. Ekonomika

Pro Hispánce byla v rámci tohoto tématu nejdůležitější otázka tvorby nových pracovních pozic. Barack Obama ve své kampani naznačil, že v ekonomické oblasti bude jeho prioritou rovněž tvorba pracovních míst, tedy boj s vysokou nezaměstnaností. Představil hned několik plánů, jak vytvořit přibližně 5 milionů nových pracovních pozic

⁹⁰ Motel, „Statistical Portrait of Hispanics in the United States, 2010“.

⁹¹ Zpracováno autorkou na základě údajů z Latino Decisions, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-nv-most_important_issues.

⁹² „Health Reform for Nevada's Latinos“ (zákon státu Nevada, 2010).

⁹³ Zpracováno autorkou na základě údajů z Latino Decisions, navštíveno 2. 4. 2013, http://www.latinovote2012.com/app/#all-fl-most_important_issues.

- mezi nimi např. projekty veřejných prací, posílení výzkumu nových zdrojů zemního plynu a boje proti kybernetickým hrozbám nebo zvýšení počtu učitelů v jednotlivých státech.⁹⁴ Jednalo se sice o místa pro všechny nezaměstnané Američany, ve kterých ale měli Hispánci jakožto američtí obyvatelé najít své uplatnění.

Hlavním bodem kampaně Mitta Romneyho týkající se ekonomiky a hispánské menšiny byla rovněž tvorba nových pracovních pozic a to přesto, že se v rámci celostátní kampaně soustředil především na vládní škrty. Nová místa by vytvořil skrze podporu malým podnikům, protože podle Romneyho jsou právě malé firmy hnacím motorem USA a ty, které vlastní Hispánci se řadí mezi nejrychleji rostoucí segment trhu.⁹⁵

Během své kampaně Romney poukazoval rovněž na to, že ačkoliv Obama v roce 2008 sliboval zlepšení ekonomické situace, tak míra nezaměstnanosti Hispánců byla vyšší než celonárodní průměr.⁹⁶

Pro Hispánce zajímavým bodem kampaní dvou kandidátů byly také navrhované změny ohledně daní. Obama chtěl prosadit snížení nebo úlevu daní ve prospěch zaměstnanců s nižším příjmem a naopak zvýšit daně bohatým. Nižší daně se měly týkat především rodin s příjmem pod 25,000 USD ročně, úlevy zase firem zaměstnávajících dlouhodobě nezaměstnané. Republikánský kandidát navrhoval snížení daně pro právnické osoby z 35 % na 25 %, pro zaměstnance s příjmem od 35,350 USD do 85,650 USD ročně z 25 % na 20 % a pro nejméně výdělečné (do 8,700 USD ročně) z 10 % na 8 %, což znamená, že by nebyly žádné úlevy pro většinu Hispánců s příjmem kolem 20,000 USD. Romney dále podpořil zrušení daně z nemovitostí a Alternativní minimální daně (Alternative Minimum Tax).⁹⁷

Obamovi plány mohli být pro Hispánce přitažlivé. Sliboval jim práci a zároveň snížením daní, by ulehčil těm, kteří se nachází v těžké finanční situaci, což by nakonec vedlo ke zlepšení jejich životní úrovně.

⁹⁴ Kimberly Amadeo, „Compare Obama vs Romney Facts on the Economy,“ Us Economy, navštíveno 8. 5. 2012, <http://useconomy.about.com/od/2012-Campaign/p/Obama-vs-Romney.htm>.

⁹⁵ Holly Bailey, „Romney Tells Hispanics He'll Fix the Economy and Immigration,“ Yahoo News, navštíveno 9. 5. 2012, <http://news.yahoo.com/blogs/ticket/romney-hispanics-ll-fix-economy-immigration-200821307--election.html>.

⁹⁶ Bailey, „Romney tells Hispanics he'll fix the economy and immigration.“

⁹⁷ Alternativní minimální daňová sazba je oddělený paralelní systém zdaňování se speciálními pravidly. „Economy – Taxes,“ CNN Politics, navštíveno 3. 4. 2013, <http://edition.cnn.com/election/2012/campaign-issues.html#economy-taxes>.

Romney rovněž představil přitažlivý plán na tvorbu nových pracovních pozic, který by zároveň pomohl v rozvoji podnikání Hispánců. Jeho návrhy změn v daňové soustavě by se ale nijak nedotkly velké části hispánské populace.

3.2.2. Imigrace

Imigrační politika, ačkoliv ji hispánští voliči označili jako druhé klíčové téma, se nakonec během volebních kampaní stala snad nejvíce ožehavým tématem. Pro Hispánce byla důležitá zejména otázka její reformy.

Prezident Obama v červnu 2012, tedy poměrně krátce před volbami, zastavil deportaci mladých lidí do věku 30 let, kteří se do USA dostali jako děti ilegálně se svými rodiči a splňovali zákonem dané podmínky. Podmínkami, které byly shrnuty v memorandu o ukončení deportací (Exercising Prosecutorial Discretion with Respect to Individuals Who Came to the United States as Children), byly čistý trestní rejstřík, příchod do země před 16 rokem života, pobyt v USA nepřetržitě minimálně posledních 5 let a ukončené středoškolské vzdělání nebo služba v americké armádě.⁹⁸ Své počínání prezident Obama podložil tvrzením, že těmto mladým lidem by měla být dána naděje na lepší život a Amerika by naopak měla podle Obamy využít jejich potenciálu a talentu. Tímto krokem zabránil deportaci přibližně 800 000 mladých imigrantů, přičemž většinou se jednalo o hispánské imigranty.⁹⁹ Po vyhlášení tohoto memoranda Obama vyzval Kongres, aby opět projednal návrh zákona Vývoj, pomoc a vzdělání pro nezletilé cizince (tzv. DREAM Act - Development, Relief, and Education for Alien Minors).¹⁰⁰

Romney a s ním všichni Republikáni Obamovo rozhodnutí ohledně ukončení deportací mladých lidí neschvalovali. Romney v něm za prvé viděl taktický krok před volbami, neboť Obama byl v poslední době kritizován za příliš vysoký počet deportovaných Hispánců (v roce 2011 až 400 000 ilegálních imigrantů).¹⁰¹ Za druhé, ho

⁹⁸ Janet Napolitano, „Exercising Prosecutorial Discretion with Respect to Individuals Who Came to the United States as Children“ (memorandum Ministerstva vnitra, 15. 6. 2012).

⁹⁹ Ed Pilkington, „Obama Signs Order to Stop Deportation of Young Undocumented Immigrants,“ *The Guardian*, navštíveno 15. 5. 2012, <http://www.guardian.co.uk/world/2012/jun/15/obama-stop-deportation-undocumented-immigrants>.

¹⁰⁰ Tzv. DREAM Act je legislativní návrh, který umožňuje za určitých podmínek ilegálním přistěhovalcům získat platné občanství.

¹⁰¹ Mark Lopez, Ana Gonzalez-Barrera a Seth Motel, „As Deportations Rise to Record Levels, Most Latinos Oppose Obama’s Policy,“ *Pew Hispanic Center*, navštíveno 10. 5. 2012, <http://www.pewhispanic.org/2011/12/28/as-deportations-rise-to-record-levels-most-latinos-oppose-obamas-policy/>.

považoval za krátkodobé opatření, které bude těžko proveditelné, protože mladí Hispánci by mohli falešně tvrdit, kdy do země přišli, a vláda nebude mít prostředky, jak pravdivost jejich tvrzení ověřit.

Republikánský kandidát navrhoval jiné, podle něj dlouhodobější řešení problémů spojených s imigrací. Sliboval provést komplexní reformu imigrační politiky. Prvními kroky mělo být posílení bezpečnosti na národních hranicích. Plot na americko-mexické hranici v té době pokrýval 649 mil hranice z celkové délky 1 900 mil. Romney plánoval jeho rozšíření po celé délce a zdvojení pro těžší přechod ilegálních hispánských imigrantů, čímž by snížil počet těch, kteří se do USA dostávají touto cestou.¹⁰² Dále prosazoval pokračování v deportacích ilegálních imigrantů. Zůstat v USA chtěl umožnit těm Hispáncům, kteří sloužili v americké armádě nebo dosáhli vyššího stupně vzdělání. Tvrdil, že Amerika byla a je národem imigrantů a kontrolovaná imigrace je nezbytná pro hospodářský růst a zachování rozmanitého kulturního dědictví.¹⁰³ Svými slovy o důležitosti imigrantů chtěl však pouze zmírnit dopady drsných plánů ohledně imigrace.

Obamou vyhlášené memorandum pomohlo stovkám tisíc mladých hispánských imigrantů, kteří by jinak byli deportováni z USA. Demokratický kandidát si tímto krokem mohl získat mnoho hispánských voličů, jejichž blízcí byli ohroženi deportací.

Republikánský kandidát naopak představil tvrdá opatření, kterými by zabránil, aby do země ilegálně imigrovali Hispánci v tak vysoké míře a navíc byl zastáncem pokračování v deportacích ilegálních imigrantů. Romney na rozdíl od Obamy více řešil předcházení celému problému s nelegálním přistěhovalectvím, ale jeho postoj k deportacím, pobouřil velkou část hispánské menšiny, v důsledku čeho mohl ztratit hispánské voliče.

3.2.3. Zdravotní péče

V roce 2010 byla schválena Obamova reforma zdravotnictví (Patient Protection and Affordable Care Act), která spočívá ve zvýšení míry zdravotního pojištění pro Američany a snížení celkových nákladů na zdravotní péči. Pro splnění těchto kroků poskytuje různé dotace a daňové úlevy zaměstnavatelům a jednotlivcům. Rovněž

¹⁰² Amy Bingham, „On immigration, Obama and Romney Agree On Virtually Nothing,“ ABC News, navštíveno 10. 5. 2012, <http://abcnews.go.com/Politics/OTUS/immigration-obama-romney-agree-virtually/story?id=17273505>.

¹⁰³ Bailey, „Romney tells Hispanics he'll fix the economy and immigration.“

vyžaduje, aby pojišťovny nabízely svým klientům stejné ceny a pokryly všechny žadatele. Zároveň pacienti mají jednat o svém zdraví s lékaři, nikoli přes pojišťovny, které nemohou objektivně danou situaci posoudit.¹⁰⁴ V rámci této reformy zdravotnictví více jak 500 000 Hispánců získalo již řadu výhod. Jednalo se například o bezplatné testy obezity, poradenství v oblasti zdravé výživy nebo relaxační pobyty.¹⁰⁵ Pokud by Obama po druhé vyhrál, sliboval, že do roku 2014 by zajistil cenově dostupné zdravotní pojištění pro dalších 9 milionů Hispánců, bezplatné preventivní prohlídky a levné léky na předpis.¹⁰⁶

Romney, jakožto odpůrce Obamovy reformy zdravotnictví, by se v případě svého vítězství snažil o úplné nebo alespoň podstatné zrušení zmiňované reformy. Podle něj je finančně nákladná a neefektivní. V důsledku toho by 9 milionů Hispánců ztratilo šanci získat levné zdravotní pojištění. Další škrtů chtěl provést ve zdravotním programu Medicare,¹⁰⁷ následkem čeho by se zhoršila péče mnoha Hispánců s tělesným či duševním postižením v pečovatelských zařízeních.¹⁰⁸ Romneyho plány ohledně zdravotní péče spočívaly v omezení moci federální vlády ve prospěch vlád jednotlivých států. Chtěl přidělovat určitý pevně daný finanční obnos právě vládám nebo soukromým pojišťovnám, které by s nimi naložily lépe, protože znají situaci zdravotnictví ve svém státě.¹⁰⁹ Tento krok by však Hispáncům nezaručil, že se pro ně zlepší zdravotní péče.

Obama sliboval rozšíření zdravotní péče na několik milionů Hispánců. Jelikož pravděpodobnost, že Hispánci prodělají některé nemoci, je vyšší než u bělochů a zároveň fakt, že mnoho Hispánců žije na hranici chudoby a nemá dostatečné prostředky na dobrou zdravotní péči, představoval tento slib pro Hispánce velmi přitažlivý bod Obamovi kampaně.

¹⁰⁴ „Public Law 111-148 Patient Protection and Affordable Care Act“ (federální zákon USA, 23. 3. 2010).

¹⁰⁵ Laura Pereyra a Madeline Meth, „7 Ways the Affordable Care Act Helps Latinos,“ Center for American Progress, navštíveno 14. 5. 2013, <http://www.americanprogress.org/issues/healthcare/news/2012/03/27/11231/7-ways-the-affordable-care-act-helps-latinos/>.

¹⁰⁶ „An America Built to Last: President Obama's Agenda and the Hispanic Community,“ (agenda Baracka Obamy, srpen 2012), 45.

¹⁰⁷ Medicare je národní program sociálního pojištění, který zajišťuje Američanům nad 65 let a postiženým přístup ke zdravotnímu pojištění.

¹⁰⁸ „Romney Is On the Wrong Side of Every Issue Important to Latino Voters,“ Kentucky Democratic Party, navštíveno 10. 5. 2013, <http://kydemocrat.com/talking-point/romney-wrong-side-every-issue-important-latinos-he-would-have-reverse-all-his>.

¹⁰⁹ Abby Goodnough a Robert Pear, „This Election, a Stark Choice in Health Care,“ The New York Times, 10. 10. 2012, navštíveno 3. 4. 2013, http://www.nytimes.com/2012/10/11/health/policy/this-election-two-profoundly-different-visions-for-health-care.html?_r=0.

Romneyho návrhy v oblasti zdravotnictví by Hispáncům spíše uškodily a připravily je o možnost lepší zdravotní péče. Tímto postojem hispánské voliče mohl tedy spíše odradit od toho, aby pro něj hlasovali.

3.2.4. Vzdělání

Obama sliboval, že pokud bude zvolen, vytvoří pracovní podmínky pro 100 000 nových učitelů pro školy s nižší úrovní a kvalifikací vyučujících. Dále navrhoval modernizaci tříd a školního vybavení státních škol. Věřil, že pokud se hispánským dětem dostane kvalifikovaného vzdělání, uplatní se v budoucnu lépe na pracovním trhu a přispějí k rozvoji a zvýšení úrovně americké ekonomiky.¹¹⁰

Republikán Mitt Romney shrnul své plány v oblasti školství ve vzdělávacím plánu „Šance pro každé dítě“ (A Chance for Every Child). Některé body této reformy se týkaly i hispánských dětí. Za prvé by si rodiče mohli vybírat, na jaké škole se bude jejich dítě vzdělávat, nezáleželo by přitom na původu či majetku rodiny.¹¹¹ Někteří Hispánci se k tomuto kroku stavěli s jakýmsi odstupem. Prezident HACU (Hispanic Association of Colleges & Universities) Antonio Flores se nechal slyšet, že nechápe, jak by Romney a jeho tým uvedli tento návrh do praxe, aby fungoval. Lepší školy podle něj nebudou chtít přijímat velké množství dětí z rodin s nižšími příjmy, což by byl právě problém, protože většina hispánských dětí pochází z chudých rodin.¹¹² Druhým krokem týkajícím se Hispánců by bylo zefektivnění výuky a zvýšení úrovně učitelů, aby děti měly možnost získat potřebné znalosti a ukončit aspoň středoškolské studium.¹¹³

Demokratický kandidát sliboval zvýšení množství učitelů, což by pomohlo vyřešit problém velkého počtu dětí na 1 učitele ve školách, které hispánské děti navštěvují. Zároveň by se díky kvalifikovanějším vyučujícím zvýšila jejich možnost pokračovat v dalším studiu, a proto plány Obamy v oblasti vzdělání mohly být přitažlivými pro řadu hispánských voličů.

Z plánů Romneyho byla nejzajímavějším bodem možnost svobodné volby školy. Hispánci určitě chtěli, aby jejich děti navštěvovaly lepší školy, ale problémem by mohlo být začlenění se velkého počtu hispánských dětí z nižších vrstev mezi bohatší

¹¹⁰ „Obama Position on Education,“ 2012 Presidential Candidates, navštíveno 3. 4. 2013, <http://2012.presidential-candidates.org/Obama/Education-issue.php>.

¹¹¹ Jeb Bush, „A Chance for Every Child: Mitt Romney’s Plan for Restoring the Promise of American Education“ (program vzdělání pro kampaň Mitta Romneyho, 23. 5. 2012).

¹¹² „Obama on education – Shift focus on Latinos.“

¹¹³ Bush, „A Chance for Every Child: Mitt Romney’s Plan for Restoring the Promise of American

vrstevníky z bělošských rodin. Tento návrh mohl tedy jak hispánské voliče přilákat, tak odradit.

Finance potřebné pro uskutečnění svých plánů chtěl Obama získat prostřednictvím snížení výdajů na armádu, škrtů dotací do zemědělství a zdravotnických výhod a zrušením nebo omezením vládních programů, které nefungují.¹¹⁴ Romney plánoval získat potřebné finance prostřednictvím vládních škrtů. Zrušil by finančně nákladnou Obamovu reformu zdravotnictví, snížil platy státním zaměstnancům a omezil státní příspěvky různým institucím.¹¹⁵

3.3. Reklamy ve španělštině

Prezidentští kandidáti si během předvolebních kampaní snažili získat hispánské voliče prostřednictvím reklam ve španělštině a to i přesto, že většina Hispánců hovoří anglicky a jen 9 % je monolingvní ve španělštině.¹¹⁶ Předtím však, než začali připravovat své kampaň pro Hispánce, nechali udělat detailní průzkum hispánské menšiny. V důsledku průzkumu prezidentští kandidáti znali potřeby a priority Hispánců žijících v jednotlivých oblastech a tak mohli danou skupinu oslovit konkrétním návrhem.

Povolební průzkumy ohledně kampaní se zaměřily na deset států s nejvyšším počtem hispánské populace, tedy na Arizonu, Colorado, Floridu, Illinois, Kalifornii, Nevadu, New York, Nové Mexiko, Texas a Virginii. Celkové výdaje na reklamy ve španělštině tvořily od 1. ledna 2012 do 6. listopadu 2012 přibližně 22,8 milionů USD, což představovalo pouze 6,2 % všech výdajů na kampaně Baracka Obamy a Mitta Romneyho ve zmiňovaných deseti státech.¹¹⁷

Většina finančních prostředků směřovala na reklamy na Floridě, v Nevadě a Coloradu, tedy do klíčových států. Z celkových výdajů pak zhruba 21,1 milionů investovali prezidentští kandidáti do spotů pouze v pěti městech. Jednalo se o Denver, Las Vegas, Miami, Orlando a Tampu, tedy o města, kde byli hispánští voliči nejvíce nerozhodní.¹¹⁸

Education.“

¹¹⁴ Amadeo, „Compare Obama vs Romney Facts on the Economy.“

¹¹⁵ Amadeo, „Compare Obama vs Romney Facts on the Economy.“

¹¹⁶ Viz kapitola 1, 8.

¹¹⁷ Tim Doyle, „Despite Pivotal Role of Hispanic Voters, Campaigns Nationwide Fail to Invest in Spanish- language Advertising“ (report United States Hispanic Chamber of Commerce, 16. 11. 2012), 1.

¹¹⁸ Doyle, „Despite Pivotal Role of Hispanic Voters, Campaigns Nationwide Fail to Invest in Spanish-

Více do kampaně ve španělštině investoval Barack Obama – asi 12,4 milionů USD. Republikán Mitt Romney investoval o čtvrtinu méně, tedy přibližně 9,7 milionů USD.¹¹⁹ Investice Obamy do výše uvedených států a měst byly vždy vyšší s výjimkou Miami, kde více reklamy ve španělštině financoval Romney.¹²⁰

Rozdíl ve financích se rovněž odrazil v celkovém počtu reklam. Obamův tým jich připravil celkem 15 000, zatímco Romneyho pouze 8 500.¹²¹ Reklamy ve španělštině se objevovaly v televizi, na internetu v podobě videí, v rádiu, tisku, i na pouličních billboardech v podobě nápisů. Ačkoliv tedy republikánský kandidát investoval o čtvrtinu méně, počet reklam byl nižší téměř o polovinu.

Ve videích účinkovali samotní prezidentští kandidáti, přestože ani jeden z nich neumí španělsky.

Tématem reklam byly většinou klíčové otázky – tedy ekonomika, imigrace, zdravotní péče a vzdělání. Kandidáti v nich kladli důraz na své návrhy a plány, přičemž se zaměřili na jeden určitý bod své kampaně. Například v Obamově videu týkající se imigrace se hovořilo o potenciálu dětí a mladých Hispánců, kteří se do země dostali ilegálně s rodiči. Cílem bylo ukázat, proč není správné tyto mladé lidi deportovat zpět do země jejich původu a zároveň Hispánce seznámit s možnostmi, které jim Amerika nabízí například v oblasti vzdělání.¹²² Romneyho video vztahující se k ekonomice zase představovalo, jak využít potenciál malých hispánských podniků a získat tak mnoho nových pracovních pozic pro nezaměstnané Hispánce.¹²³

Objevily se také reklamy, ve kterých kandidáti navzájem kritizovali svá stanoviska. Obama kritizoval Romneyho nejčastěji za jeho negativní přístup k návrhu zákona DREAM a za celkový postoj vůči nelegálním přistěhovalcům. Romney napadal Obamu kvůli zastavení deportací a prosazování návrhu zákona DREAM, kvůli ekonomickým opatřením, přičemž poukazyval na to, že nezaměstnanost Hispánců po nástupu Obamy do funkce vzrostla a kvůli finančně nákladné reformě zdravotnictví.¹²⁴

language Advertising," 2.

¹¹⁹ „Doyle, „Despite Pivotal Role of Hispanic Voters, Campaigns Nationwide Fail to Invest in Spanish-language Advertising," 1.

¹²⁰ Doyle, „Despite Pivotal Role of Hispanic Voters, Campaigns Nationwide Fail to Invest in Spanish-language Advertising," 2.

¹²¹ Doyle, „Despite Pivotal Role of Hispanic Voters, Campaigns Nationwide Fail to Invest in Spanish-language Advertising," 2.

¹²² Zpracováno autorkou na základě Obamy videa pro Floridu na Youtube, navštíveno 3. 4. 2012, <http://www.youtube.com/watch?v=8KAb84--B2A&list=PLCCA0E27F485929BE&index=9>.

¹²³ Zpracováno autorkou na základě Romneyho videa o ekonomických změnách na Youtube, navštíveno 3. 4. 2012, http://www.youtube.com/watch?v=X20Ef_Vx03M&list=PLCCA0E27F485929BE&index=5.

¹²⁴ Zpracováno autorkou na základě videí ve španělštině z kampaně 2012 na Youtube, navštíveno 3. 4.

V mnoha reklamách vystupovali také Hispánci různého věku a pohlaví, kteří mluvili o tom, proč volit daného kandidáta. Opět často poukazovali na to, co přínosného pro hispánskou menšinu udělali Obama nebo Romney nebo naopak upozorňovali na chyby druhého kandidáta. V jednom videu například hispánská žena hovořila o změnách, které byly provedeny ve vzdělání během prvního volebního období Obamy. Mluvila hlavně o větší možnosti pro hispánské děti a mládež studovat na školách a univerzitách.¹²⁵ Hispánci do těchto videí byli vybíráni podle toho, jakou skupinu měli oslovit. V Obamových spotech byli Hispánci stylizováni jako obyčejní lidé, jejichž životní situace nebyla lehká. S takovým člověkem se ztotožní nejvíce Hispánců, neboť velké procento z nich má například finanční problémy nebo malé možnosti získat vzdělání. Obamu ve videích prezentovali jako někoho, kdo jim pomohl dostat se ze špatné situace a žít normální život jako bílí Američané. Většina těchto reklam hrála hodně na city. Ve videích, která prosazovala volbu Romneyho, byli Hispánci naopak stylizováni jako lidé z vyšších společenských kruhů. Celkově jeho reklamní spoty byly více politické, zaměřené na jednotlivá témata a kritiku Obamy.¹²⁶

Na konci reklamních spotů se zobrazil nebo zazněl slogan daného kandidáta. Obamův slogan „Jsme jednotní“ (Estamos unidos) byl vždy uváděn ve španělštině, Romneyho „Věř v Ameriku“ (Believe in America) byl psán v angličtině a španělsky pouze čten.¹²⁷

Vedle reklam financovaných kandidáty se objevilo několik reklamních spotů vytvořených známými osobnostmi hispánského původu. Například Eva Longoria, Mark Anthony či Christina Satalegui podporovali svého favorita Baracka Obamu. Některé organizace ve svých spotech na kandidáty spíše útočily. Třeba organizace SEIU¹²⁸ vytvořila sérii reklam, kde odsuzují Romneyho názory na témata, která jsou pro Hispánce důležitá.¹²⁹

Poměrně důležitým faktem je, že Mitt Romney neměl na oficiálních webových stránkách volební kampaně přístupnou verzi ve španělštině. Proč se tak rozhodl je však

2012, <http://www.youtube.com/playlist?list=PLCCA0E27F485929BE>.

¹²⁵ Zpracováno autorkou na základě Obamy videa pro Colorado na Youtube, navštíveno 3. 4. 2013, <http://www.youtube.com/watch?v=k-jGfHUpSM&list=PLCCA0E27F485929BE&index=8>

¹²⁶ Zpracováno autorkou na základě videí ve španělštině z kampaně 2012 na Youtube, navštíven 3. 4. 2013, <http://www.youtube.com/playlist?list=PLCCA0E27F485929BE>.

¹²⁷ Zpracováno autorkou na základě videí ve španělštině z kampaně 2012 na Youtube, navštíven 3. 4. 2013, <http://www.youtube.com/playlist?list=PLCCA0E27F485929BE>.

¹²⁸ SEIU (Service Employees International Union) je odborovou organizací, která se zaměřuje na sjednocení pracovníků ve třech sektorech s cílem zlepšit jejich životy a služby, které poskytují.

¹²⁹ Zpracováno autorkou na základě videí ve španělštině z kampaně 2012 na Youtube, navštíven 3. 4. 2013, <http://www.youtube.com/playlist?list=PLCCA0E27F485929BE>.

pouze diskutabilní. Objevily se názory, že jeho stanovisko vůči imigraci by mu i tak hlasy hispánských voličů nezískalo nebo, že nechtěl ještě zvětšovat rozdíl mezi skupinami voličů.¹³⁰

3.4. Návštěvy států s velkou hispánskou populací

Dalším prostředkem k oslovení hispánských voličů byly návštěvy států, kde Hispánci tvořili vysoké procent z celkového elektorátu. Jejich cesty směřovaly do tří *swing states*, tedy do Nevady, Colorada a na Floridu.

Všechny uvedené státy za účelem vystoupení před hispánskou menšinou častěji navštívil demokratický kandidát. Celkem se jednalo o 6 návštěv, přičemž 3 krát se vydal za hispánskou komunitou na Floridu. Počet cest do těchto států byl v případě Mitta Romneyho nižší. Republikán navštívil Hispánce v těchto tří *swing states* jen 4 krát.¹³¹

Větší Obamova snaha oslovit hispánské voliče se projevila i u návštěv států, které byly pro volby klíčové. Zároveň poměr návštěv hispánské komunity k počtu cest do jednotlivých států byl u demokratického kandidáta vyšší než u Republikána Romneyho. Obama se do Nevady, Colorada a na Floridu vydal celkem 50 krát, Romney až 60 krát.¹³² Z toho vyplývá, že celkový podíl návštěv Hispánců u Obamy činil 12 % ze všech návštěv ve třech uvedených státech a u Romneyho pouze necelých 7 %.

Prezidentští kandidáti při svých vystoupeních hovořili vždy anglicky, protože, jak již bylo uvedeno, ani jeden z nich neovládá španělštinu. Přesto se Demokrat Barack Obama občas snažil říci nějakou větu ve španělštině nebo alespoň přivítat hispánské obcenstvo typickým pozdravem. Někteří Hispánci jeho snahy hodnotili kladně, že se snaží více s danou skupinou sblížit, jiní v tom viděli klišé.¹³³

¹³⁰ Meteor Blades, „Mitt Romney’s Campaign Site Has No Spanish Vision This Year. A Wise Decision, Maybe?“, *Daily Kos*, navštíveno 4. 4. 2013, <http://www.dailykos.com/story/2012/04/05/1080917/-Mitt-Romney-s-campaign-site-has-no-Spanish-version-this-year-A-wise-decision-maybe>.

¹³¹ Mark Lopez, email autorce, 7. 5. 2013.

¹³² „Presidential Campaign Stops: Who’s Going Where“, *The Washington Post*, navštíveno 9. 5. 2013, <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/politics/2012-presidential-campaign-visits/>.

¹³³ Emily Deruy, „Spanish-language Political Ad Money Just a Drop in the Bucket“, navštíveno 3. 5. 2013, http://abcnews.go.com/ABC_Univision/Politics/obama-camp-spent-spanish-languageads/story?id=17741497#.UYUoD8pN-jl.

4. Výsledky prezidentských voleb 2012

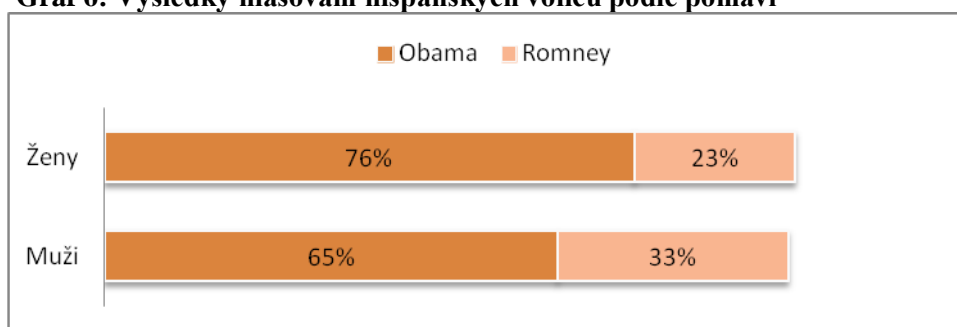
V této kapitole se zaměřím na to, jak hlasovali hispánští voliči ve volbách 2012. Výsledky uvedu podle několika demografických faktorů, které mohly mít vliv na rozhodování Hispánců. Poté zkusím analyzovat, proč více hispánských voličů hlasovalo pro vítězného kandidáta.

Volby v roce 2012 vyhrál Demokrat Barack Obama a obhájil tak svůj prezidentský post. Celkem získal 51 % hlasů, zatímco Republikán Mitt Romney 47 % hlasů.

Hispánští voliči hlasovali s vysokou převahou pro Obamu, který celkem získal 71 % jejich hlasů, což představovalo nejvyšší hispánskou podporu demokratickému kandidátovi od voleb 1996. Romneyho volil naopak od roku 1996 nejmenší počet Hispánců, pouze 27 %.¹³⁴

Obamu volilo, jak je vidět v dalším grafu, více hispánských žen, ale tento výsledek není překvapující, protože Obama nabízel lepší plány ohledně vzdělání a zdravotní péče, na což kladly ženy větší důraz než muži. Ti naopak dali Romneymu 33 % svých hlasů. Pro téměř 2/3 z nich byla klíčovou otázkou ekonomika a plán republikánského kandidáta na podporu malých hispánských podniků zřejmě získal jejich sympatie.

Graf 6: Výsledky hlasování hispánských voličů podle pohlaví¹³⁵



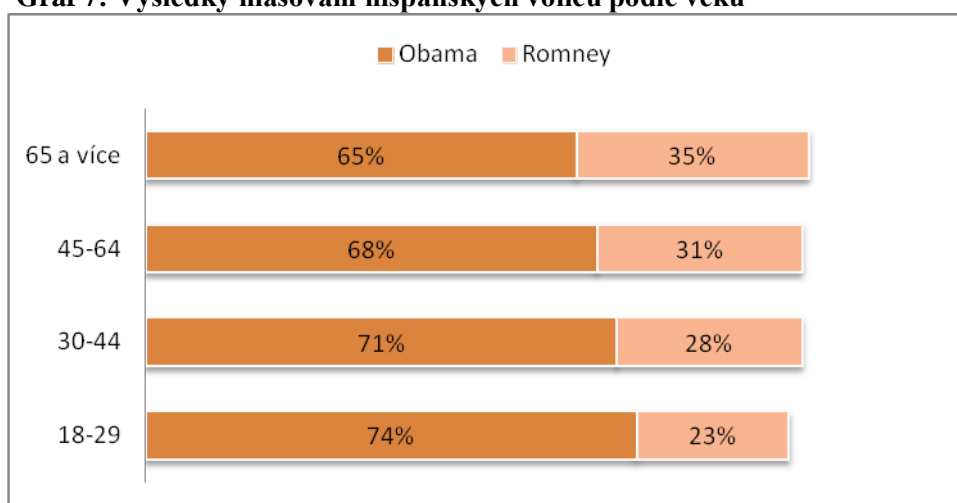
Výsledky voleb Hispánců ve čtyřech věkových kategoriích jsou zajímavé tím, že s přibývajícím věkem klesala podpora hispánských voličů Obamovi, zatímco

¹³⁴ Mark Lopez a Paul Taylor, „Latino Voters in 2012 Election“ (report Pew Hispanic Center, 7. 11. 2012), 4.

¹³⁵ Zpracováno autorkou na základě údajů z reportu Pew Hispanic Center „Latino Voters in 2012 Election“ (7. 11. 2012).

podpora Romneymu stoupala. Pro mladé byla v předvolebních průzkumech ve 40 % nejdůležitější imigrace. Obama nejenže nabízel přijatelnější a mírnější návrhy na změnu imigrační politiky než Romney, ale zároveň zastavil deportaci mladých Hispánců, což jistě posílilo jeho pozici mezi mladými Hispánci - podpořilo jej 74 % hispánských voličů ve věku od 18 do 29 let. Pro další věkovou kategorii byla nejzásadnější ekonomika, ale i imigrace a otázka zdravotní péče. Obama navrhl řadu kroků, kterými chtěl po svém znovuzvolení zlepšit situaci Hispánců. Patrně díky těmto návrhům získal vysoké procento hlasů hispánských voličů ve věku od 30 do 44 let. Hispánci od 45 a 65 let v předvolebních průzkumech určili za velmi důležitou zdravotní péči. Demokratický kandidát sliboval cenově dostupné pojištění pro dalších 9 milionů Hispánců, proto získal takto vysokou podporu. Zajímavé, že nejstarší věková skupina dala až 35 % hlasů Romneymu. Pro ně byla důležitá ekonomika a školství, zatímco na zdravotní péči kladli důraz méně. Plán republikánského kandidáta „Šance pro každé dítě“ jim připadal jako lepší řešení málo efektivního vzdělávacího systému, než jaké nabízel Obama.

Graf 7: Výsledky hlasování hispánských voličů podle věku¹³⁶

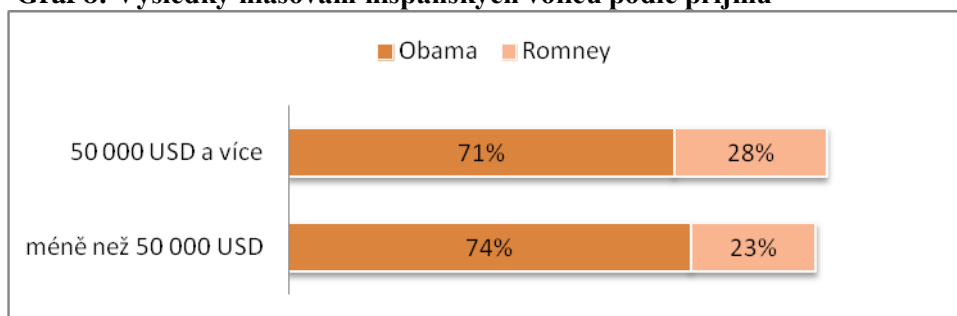


Rozdíl v procentech hlasů, které obdržel Obama od méně a více výdělečně činných byl malý. Podporu získal v důsledku svých plánů, které byli pro Hispánce většinou finančně výhodné, například cenově dostupné zdravotní pojištění a levné léky, modernější a efektivnější výuka pro děti, za kterou ale nebudou muset platit, nebo nové

¹³⁶ Zpracováno autorkou na základě údajů z reportu Pew Hispanic Center „Latino Voters in 2012 Election“ (7. 11. 2012).

pracovní příležitosti. Romneyho více podporovali bohatší hispánští voliči, protože doufali v nižší daně.

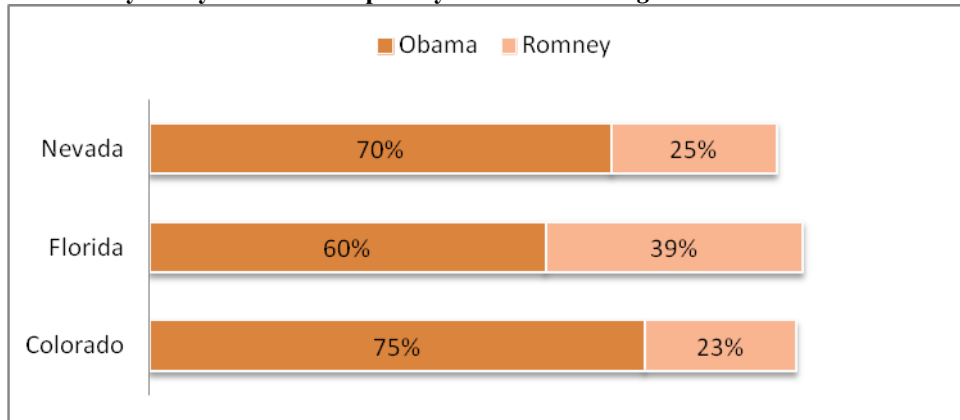
Graf 8: Výsledky hlasování hispánských voličů podle příjmu¹³⁷



Další graf ukazuje, jak hispánští voliči hlasovali ve *swing states*, kde tvořili vysoké procento z celkového počtu voličů. Největší převahu nad Romneym získal Obama v Coloradu, nejmenší na Floridě. V Coloradu oslovil hispánské voliče ekonomickými plány, imigračními opatřeními a plánovaným rozšířením cenově dostupného zdravotního pojištění. Na Floridě získal většinovou podporu Hispánců nejen v důsledku navrhovaných opatření, ale také v důsledku toho, že roste počet Hispánců pocházejících z Portorika, kteří většinou volí Demokraty. Zároveň pro něj v tomto státě hlasovalo až 40 % hispánských voličů pocházejících z Kuby, kteří v minulosti obvykle volili Republikány. V Nevadě si Obama zajistil vítězství svými kroky, které podnikl v rámci imigrační politiky, protože ta byla klíčovým tématem až pro 40 % hispánských voličů žijících v Nevadě.

Vysoká podpora hispánských voličů nakonec Obamovi pomohla k celkovému vítězství v těchto tří státech.

¹³⁷ Zpracováno autorkou na základě údajů z reportu Pew Hispanic Center „Latino Voters in 2012 Election“ (7. 11. 2012).

Graf 9: Výsledky hlasování hispánských voličů ve swing states¹³⁸

¹³⁸ Zpracováno autorkou na základě údajů z reportu Pew Hispanic Center „Latino Voters in 2012 Election“ (7. 11. 2012).

Závěr

Volební síla Hispánců postupně stoupá, a proto prezidentští kandidáti zahrnují hispánské voliče do své volební strategie. Tato skupina voličů hrála poměrně klíčovou roli i ve volbách v roce 2012. Hispánští voliči totiž představovali 10 % z celkového volebního lektorátu, v některých klíčových *swing states* až 15,7 %. Přesto jsem nakonec došla k závěru, že v rámci celkových kampaní obou kandidátů nebyla hispánským voličům věnovaná dostatečná pozornost. Do reklam ve španělštině Barack Obama a Mitt Romney dohromady investovali pouze 6,2 % z celkové částky, kterou za kampaně utratili. Stejně tak nepodnikli mnoho návštěv hispánských komunit v důležitých *swing states*.

Po zmapování jednotlivých preferencí hispánských voličů a postojů kandidátů k důležitým tématům jsem zjistila, že veškeré otázky a problémy, které se týkaly Hispánců, lépe rozpracoval a celkově se jimi více zabýval Barack Obama. Většina jeho návrhů a plánů k daným tématům by po jeho znovuzvolení mohla Hispáncům více pomoci. Pro hispánské voliče byly přitažlivé prezentované plány ohledně rozšíření cenově dostupné zdravotní péče, vytváření nových pracovních příležitostí, dostupnosti kvalitního vzdělání a hlavně řešení imigrační politiky. Obama tím Hispáncům nabízel šanci na začlenění se do americké společnosti, na lepší a příjemnější život daný podle zásad rovnosti, spravedlnosti, vzájemného respektu a udržování určitých hodnot. Připravil větší počet reklam ve španělštině, jejichž tématický rozsah v rámci jednotlivých otázek byl širší než u Romneyho a zároveň připravil samostatné spoty i pro klíčové *swing states*. V reklamních spotech působil příjemněji a snažil se ukázat, že má opravdovou starost o osudy hispánských jedinců. Vícekrát dokonce navštívil hispánskou komunitu v důležitých *swing states*.

Jeho celkový přístup k hispánské menšině a jím představené plány mu zajistily 71 % hispánských hlasů. Ve třech *swing states* dokonce Hispánci Obamovi pomohli k celkovému vítězství.

Mitta Romneyho mezi Hispánci poškodil jeho postoj k některým klíčovým otázkám, zejména ke zdravotní péči a imigraci. Důležitou roli sehrála právě imigrační politika, ačkoliv ji Hispánci původně neoznačili za nejvíce klíčovou. Otázky spojené s imigrací se nepřímo týkají téměř všech Hispánců, kteří těžko budou souhlasit s politikou deportací jejich příbuzných či známých. Pro Romneyho tak nakonec hlasovalo pouze 27 % hispánských voličů.

Summary

The electoral power of the Hispanics in the USA is gradually increasing; therefore, presidential candidates are trying to reach out to Hispanic voters during election campaigns. This group of voters played a rather crucial role in the elections of 2012. As part of the campaign, however, the candidates eventually did not pay enough attention to the Hispanics minority. Investments in commercials in Spanish constituted only a minor percentage of the amount spent on the whole campaigns. Likewise, the number of visits to states with large Hispanic communities was comparatively low contrasted with all visits to these states.

Ultimately, the candidate that was more invested in issues related to the Hispanics was Barack Obama. Most of his proposals on key issues could help the Hispanics following his re-election. Plans for creation of new job opportunities, expansion of affordable health care, availability of education, and immigration policy solutions were all interesting for Hispanic voters. Obama set up more advertisement in Spanish and visited the Hispanic community in important swing states more often. In the commercials he acted likeably and tried to show that he worries about the Hispanics' lives. His overall approach to the Hispanic minority and the plans he introduced to them eventually provided Obama with 71% of the Hispanics' votes.

Mitt Romney's loss of Hispanic voices was caused by his attitudes on several key issues, in particular health care and immigration. It eventually played an important role, even though the Hispanics did not mention the attitudes as a key issue, as issues related to immigration are indirectly related to almost all Hispanics, who cannot be expected to agree with the policy of deportation of their relatives or friends. In the end, only 27 % of Hispanic voters cast their votes for Romney.

Literatura a seznam zdrojů

Knihy:

John A. García, *Latino Politics in America: Community, Culture and Interest*. (Lanham: Rowman & Littlefield Publishing Group, 2011), 282.

Jorge J. E. Gracia a Pablo De Greiff, edit., *Hispanic/Latino in the United States: Ethnicity, Race and Rights* (New York: Routledge, 2000), 288.

Josef Opatrný, *Amerika v proměnách staletí* (Praha: Libri, 1998), 841.

Samuel Roll a Marc Irwin, *The Invisible Border: Latinos in America* (Boston: Nicholas Brealey Publishing, 2008), 176.

Marcelo M. Suárez-Orozco a Mariela M. Páez, *Latinos: Remaking America* (Los Angeles: University of California Press, 2002), 502.

Reporty:

Roberto Suro, Richard Fry a Jeffrey Passel, „Hispanics and the 2004 Election: Population, Electorate and Voters“ (report Pew Hispanic Center, 27. 6. 2005).

Mark Lopez, Seth Motel a Eileen Patten, „A Rekord 24 Million Latinos Are Eligible to Vote, But Turnout Rate Has Lagged That of Whites, Blacks“ (report Pew Hispanic Center, 1. 10. 2012).

Sharon R. Ennis, Merarys Ríos-Vargas a Nora C. Albert, „The Hispanic Population: 2010“ (report U. S. Census Bureau, 2011).

Antonio Gonzalez a Steven Ochoa, „The Latino Vote in 2008: Trends and Characteristics“ (report Institutu William C. Velasquez, 2008).

„The Latino Labor Force at a Glance“ (report U.S. Department of Labor, 5. 4. 2012).

„A Nation of Immigrants: A Portrait of the 40 Million, Including 11 Million Unauthorized“ (report Pew Hispani Center, 29. 1. 2013).

Tim Doyle, „Despite Pivotal Role of Hispanic Voters, Campaigns Nationwide Fail to Invest in Spanish- language Advertising“ (report United States Hispanic Chamber of Commerce, 16. 11. 2012).

Mark Lopez a Paul Taylor, „Latino Voters in 2012 Election“ (report Pew Hispanic Center, 7. 11. 2012).

Zákony a opatření kandidátů:

„Public Law 89-236.“ Federální zákon USA, 3. 10. 1965.

„An Act to Provide for Reconciliation Pursuant to Section 201(a)(1) of the Concurrent Resolution on the Budget for Fiscal Year 1997.“ Federální zákon USA, 22. 8. 1996.

„An America Built to Last: President Obama’s Agenda and the Hispanic Community.“ Agenda Baracka Obamy, srpen 2012.

Jeb Bush, „A Chance for Every Child: Mitt Romney’s Plan for Restoring the Promise of American Education.“ Program vzdělání pro kampaň Mitta Romneyho, 23. 5. 2012.

„Health Reform for Nevada’s Latinos.“ Zákon státu Nevada, 2010.

Janet Napolitano, „Exercising Prosecutorial Discretion with Respect to Individuals Who Came to the United States as Children.“ Memorandum, 15. 6. 2012.

„Public Law 111-148 Patient Protection and Affordable Care Act.“ Federální zákon USA, 23. 3. 2010.

Články:

David Simcox, „The Hispanic Giant – Numbers, Yes – Power? Not Yet,“ *The Social Contract Press*, Spring 2011.

Andrew Stephen, „The Cuban missile,“ *The Sunday Times*, 6. 6. 2004.

Marisa A. Abrajano, R. Michael Alvarez a Jonathan Nagler, „The Hispanic Vote in the 2004 Presidential Election: Insecurity and Moral Concerns,“ *The Journal of Politics*, 7. 12. 2007.

David L. Leal, Matt A. Barreto, Jongho Lee a Rodolfo O. de la Garza, „The Latino Vote in the 2004 Election,“ *PS: Political Science & Politics*, leden 2005.

Průzkumy, exit poll:

Seth Motel, „Statistical Portrait of Hispanics in the United States, 2010,“ Pew Hispanic Center, <http://www.pewhispanic.org/2012/02/21/statistical-portrait-of-hispanics-in-the-united-states-2010/> (staženo, 10. 3. 2013).

„ImpreMedia/Latino Decisions 2012 Latino Election Eve Poll,“ Latino Vote 2012, http://www.latinovote2012.com/app/#all-national-most_important_issues (staženo, 2. 4. 2013).

Web, e-články:

Edward Retta a Cynthia Brink, „Latino or Hispanic Panic: Which Term Should We Use?“ Cross Culture Communicatios,
<http://www.crossculturecommunications.com/latino-hispanic.pdf> (staženo, 10. 4. 2013).

John P. Schmal, „A History of Presidential Elections and the Latino Vote,“ Hispanic Vista, www.hispanicvista.com/hvc/Opinion/Guest_Columns/102504schmal.htm
 (staženo, 20. 4. 2013).

B. A. Birch, „Illegal Immigrants’ Children Fare Worse at School,“ Education News,
<http://www.educationnews.org/education-policy-and-politics/illegal-immigrants%E2%80%99-children-fare-worse-at-school/> (staženo, 9. 5. 2013).

Teresa Puente, „Why Latinos Support Obama’s Health Care Plan,“ Chicago now,
<http://www.chicagonow.com/chicanisima-latino-politics-news-and-ulture/2012/10/why-latinosupport-obamas-health-care-plan/> (staženo, 10. 5. 2013).

Raisa Camargo, „Obama on Education – Shift Focus on Latinos,“ VOXXI,
<http://www.voxxi.com/education-focus-obama-shift-latino/> (staženo, 10. 5. 2013).

Kimberly Amadeo „Compare Obama vs Romney Facts on the Economy,“ Us Economy, <http://useconomy.about.com/od/2012-Campaign/p/Obama-vs-Romney.htm>
 (staženo, 8. 5. 2013).

Holly Bailey „Romney Tells Hispanics He’ll Fix the Economy and Immigration,“ Yahoo News, <http://news.yahoo.com/blogs/ticket/romney-hispanics-ll-fix-economy-immigration-200821307—election.html> (staženo, 9. 5. 2013).

Mark Lopez, Ana Gonzalez-Barrera a Seth Motel „As Deportations Rise to Record Levels, Most Latinos Oppose Obama’s Policy,“ Pew Hispanic Center,
<http://www.pewhispanic.org/2011/12/28/as-deportations-rise-to-record-levels-most-latinos-oppose-obamas-policy/> (staženo, 10. 5. 2013).

Amy Bingham, „On Immigration, Obama and Romney Agree On Virtually Nothing,“ ABC News, <http://abcnews.go.com/Politics/OTUS/immigration-obama-romney-agree-virtually/story?id=17273505> (staženo, 10. 5. 2013).

Jason Margolis, „The Perils of Campaigning in Spanish,“ The World, <http://www.theworld.org/2012/09/the-perils-of-campaigning-in-spanish/> (staženo, 11. 5. 2013).

Abby Goodnough a Robert Pear, „This Election, a Stark Choice in Health Care,“ The New York Times, http://www.nytimes.com/2012/10/11/health/policy/this-electiontwo-profoundly-different-visions-for-health-care.html?_r=0 (staženo, 3. 4. 2013).

Ed Pikington, „Obama Signs Order to Stop Deportation of Young Undocumented Immigrants,“ The Guardian, <http://www.guardian.co.uk/world/2012/jun/15/obama-stop-deportation-undocumented-immigrants> (staženo, 15. 5. 2013).

Laura Pereyra a Madeline Meth, „7 Ways the Affordable Care Act Helps Latinos,“ Center for American Progress, <http://www.americanprogress.org/issues/healthcare/news/2012/03/27/11231/7-ways-the-affordable-care-act-helps-latinos/> (staženo, 14. 5. 2013).

Emily Deruy, „Spanish-language Political Ad Money Just a Drop in the Bucket,“ ABC News Univision, http://abcnews.go.com/ABC_Univision/Politics/obama-camp-spent-spanish-languageads/story?id=17741497#.UYUoD8pN-jl (staženo, 3. 4. 2013).

Seth Motel a Eileen Patten, „Latinos in the 2012 Election: Colorado,“ <http://www.pewhispanic.org/2012/10/01/latinos-in-the-2012-election-colorado/> (staženo, 5. 4. 2013).

„Economy – Taxes,“ CNN Politics, <http://edition.cnn.com/election/2012/campaign-issues.html#economy-taxes> (staženo, 3. 4. 2013).

„Romney Is On the Wrong Side of Every Issue Important to Latino Voters,“ Kentucky Democratic Party, <http://kydemocrat.com/talking-point/romney-wrong-side-every-issue->

important-latino-voters-he-would-have-reverse-all-his (staženo, 10. 5. 2013).

„Obama Position on Education,“ 2012 Presidential Candidates
<http://2012.presidential-candidates.org/Obama/Education-issue.php> (staženo, 3. 4. 2013).

„Presidential Campaign Stops: Who’s Going Where,“ The Washington Post,
<http://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/politics/2012-presidential-campaign-visits/> (staženo, 9. 5. 2013).

„Jacqueline Kennedy Campaign Spot in Spanish,“ Youtube,
http://www.youtube.com/watch?v=Xu1BuGbq_i4 (staženo, 17. 4. 2013).

„Hispanic,“ The American Heritage Dictionary of the English Language,
<http://www.ahdictionary.com/word/search.html?q=Hispanic> (staženo, 18. 3. 2013).

„Immigration Restriction Act,“ United States History, <http://www.u-s-history.com/pages/h1368.html>. (staženo, 9. 5. 2013).

„Candidates’ Economic Plans Compared,“ BBC News,
http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/us_elections_2008/7669013.stm (staženo, 22. 4. 2013).

„Democrats,“ Democratic National Committee, <http://www.democrats.org/> (staženo, 22. 4. 2013).

„Predicting the Latino Vote in 2012,“ Time,
<http://swampland.time.com/2012/04/11/predicting-the-latino-vote-in-2012/> (staženo, 4. 5. 2013).

„Economy and Immigration Are Top Issues to Latino voters in 2012,“ Latino Decisions, <http://www.latinodecisions.com/blog/2012/11/06/economy-and-immigration-are-top-issues-to-latino-voters-in-2012/> (stažen, 2. 4. 2013).

„2012 Presidential Campaign Ads,“ Youtube,
<http://www.youtube.com/playlist?list=PLCCA0E27F485929BE> (staženo, 3. 4. 2013).

Meteor Blades, „Mitt Romney’s Campaign Site Has No Spanish Vision This Year. A Wise Decision, Maybe?,“ Daily Kos,
<http://www.dailykos.com/story/2012/04/05/1080917/-Mitt-Romney-s-campaign-site-has-no-Spanish-version-this-year-A-wise-decision-maybe> (staženo, 4. 4. 2013).

„Romney Spanish Language Ad on His Day on Agenda,“ Youtube,
http://www.youtube.com/watch?v=X20Ef_Vx03M&list=PLCCA0E27F485929BE&index=5 (staženo, 3. 4. 2013).

„Obama Spanish Language Campaign Ad – Florida,“ Youtube,
<http://www.youtube.com/watch?v=8KAb84--B2A&list=PLCCA0E27F485929BE&index=9> (staženo, 3. 4. 2013).

„Obama Spanish Language Campaign Ad – Colorado,“ Youtube,
<http://www.youtube.com/watch?v=k-jGfHUpSM&list=PLCCA0E27F485929BE&index=8> (staženo, 3. 4. 2013).

E-mailová korespondence:

E-mail. Mark Lopez. 19. 4. 2012.

E-mail. Mark Lopez. 7. 5. 2012.