

Univerzita Palackého v Olomouci

Právnická fakulta

Bc. David Odstrčil

Financování volebních kampaní politických stran ve volbách do Poslanecké
sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2017

Diplomová práce

Olomouc 2022

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma *Financování volebních kampaní politických stran ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2017* vypracoval samostatně a citoval jsem všechny použité zdroje. Dále prohlašuji, že vlastní text této práce včetně poznámek pod čarou má 226 591 znaků včetně mezer.

V Olomouci dne:.....

.....

Bc. David Odstrčil

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval doc. PhDr. Vlastimilu Fialovi, CSc. za jeho odborné rady a vedení mé diplomové práce. Zároveň chci poděkovat své přítelkyni a rodině za podporu během celého mého studia a zejména při psaní této diplomové práce.

Obsah

Seznam použitých zkratk	6
Úvod	7
1. Teorie financování a politické strany a hnutí	15
1.1. Základní definice a vývoj volebních kampaní v souvislosti s vývojem politických stran	16
1.2. Principy financování politických stran a hnutí	22
1.3. Cíle financování politických stran a hnutí	24
1.4. Financování volebních kampaní	25
1.5. Shrnutí	30
2. Podoby financování politických stran v České republice	32
2.1. Státní financování	33
2.1.1. Přímé státní financování	34
2.1.2. Nepřímé státní financování	39
2.2. Soukromé financování	40
2.2.1. Přímé soukromé financování	41
2.2.2. Nepřímé soukromé financování	45
2.3. Shrnutí	45
3. Financování volebních kampaní PS PČR v roce 2017	48
3.1. Výzkum financování volebních kampaní PS PČR v roce 2017	48
3.1.1. Charakteristika zkoumaného problému a cíl výzkumu	48
3.1.2. Stanovení kritérií výzkumu	48
3.1.3. Metodika výzkumu	49
3.2. Parlamentní strany voleb do PS PČR v roce 2017	53
3.2.1. Politický vývoj mezi lety 2013 a 2017	53
3.2.2. Výsledky voleb do PS PČR v roce 2017	58
3.2.3. Povolební situace voleb do PS PČR v roce 2017	61
3.2.4. Základní charakteristika volebních kampaní politických stran	62
3.3. Analýza financování volebních kampaní z hlediska efektivity	69
3.4. Shrnutí	75

4. Analýza a komparace financování volebních kampaní na základě zpráv o financování volebních kampaní	79
4.1. Analýza financování výdajových položek na volební kampaň dle codebooku	81
4.1.1. Výdaje na kontaktní kampaň	82
4.1.2. Výdaje na letáky, noviny a produkci	83
4.1.3. Výdaje na mediální prostor	84
4.1.4. Výdaje na strategii a poradenství	89
4.1.5. Ostatní výdaje	90
4.2. Vzájemná komparace politických stran při financování volebních kampaní	92
4.3. Zhodnocení výzkumu a shrnutí	96
Závěr.....	101
Seznam použitých zdrojů	106
Seznam tabulek.....	120
Seznam grafů.....	121
Abstrakt	122
Abstract	123

Seznam použitých zkratk

ANO 2011	Akce nespokojených občanů 2011
ČR	Česká republika
ČSSD	Česká strana sociálně demokratická
ČSÚ	Český statistický úřad
EP	Evropský parlament
EU	Evropská unie
FO	fyzická osoba
KDU-ČSL	Křesťanská a demokratická unie – Československá strana lidová
KSČM	Komunistická strana Čech a Moravy
ODS	Občanská demokratická strana
PČR	Parlament České republiky
Piráti	Česká pirátská strana
PO	právnícká osoba
PS	Poslanecká sněmovna
PS PČR	Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky
SPD	Svoboda a přímá demokracie
STAN	Starostové a nezávislí
Svobodní	Strana svobodných občanů
TOP 09	Tradice, Odpovědnost, Prosperita 2009
ÚDHPSH	Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí
Úsvit	Úsvit přímé demokracie
VFZ	výroční finanční zpráva
Zelení	Strana zelených

Úvod

V zemích založených na demokratickém zřízení, patří parlamentní volby mezi velmi mediálně sledované a důležité události, jelikož na nich participuje značná část obyvatelstva a svou volbou vyjadřuje vlastní názor a přesvědčení. Samotným volbám ale předchází důležité období, ve kterém se jednotlivé politické strany snaží voliče přesvědčit, aby právě její straně dali svůj hlas. Tato fáze před volbami je charakteristická volební kampaní jednotlivých politických stran, kterou každá ze stran financuje jiným způsobem a s jiným množstvím vynaložených finančních prostředků. Diplomová práce se zabývá financováním volebních kampaní politických stran ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2017. Historicky se na našem území volilo do dolní komory již osmkrát, přičemž poslední volby tohoto typu se uskutečnily v říjnu 2021. Úvodem je důležité vymežit, že tyto volby jsou upraveny zákonem č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky. V daném zákoně je vymezeno, že se jedná o volby, jež vyhláší prezident republiky nejpozději 90 dnů před jejich konáním.¹ U těchto voleb může volič využít až čtyři preferenční hlasy dle jeho libosti pro kandidáty v rámci jedné kandidátní listiny a volebními obvody jsou kraje.² Volí se celkem 200 poslanců, zpravidla každé čtyři roky, a to dle zásady poměrného zastoupení, přičemž volič disponuje všeobecným, rovným a přímým volebním právem.

Z důvodu historicky velkého množství politických subjektů, které se rozhodly kandidovat do Poslanecké sněmovny, se v této diplomové práci zaměřím pouze na subjekty, které překročily 5% volební práh, a tím získaly nárok na mandát. Konkrétně se jedná o devět politických subjektů: ANO 2011, ODS, Piráti, SPD, KSČM, ČSSD, KDU-ČSL, TOP 09, STAN. Zaměřím se tedy pouze na parlamentní subjekty.

K důvodům, proč jsem se rozhodl uvedenou problematikou zabývat, patří její aktuálnost, důležitost a nová legislativní úprava platná pro zkoumané volby. V této práci se zaměřím na analýzu výdajů na volební kampaně devíti politických subjektů, které se úspěšně dostaly do PS PČR v roce 2017. Tímto výzkumem se odliším od řady autorů zkoumajících politické finance, jelikož budu podrobně zkoumat účel vynaložených finančních prostředků dle definovaného

¹ Aktuální znění: § 1 odst. 2 odst. 3 Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

² Tamtéž, § 39.

codebooku. Při těchto volbách došlo v roce 2017³ k výrazným změnám sledujícím zprůhlednění financování politických stran a volebních kampaní. Poprvé v historii ČR byly např. omezeny výdaje na volební kampaň u jednotlivých kandidujících subjektů do PS PČR (na 90 milionů Kč⁴) nebo povinné zřízení transparentních účtů. Nově vznikl i Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí (dále jen ÚDHPSH), který na strany a hnutí bude dohlížet a kontrolovat, jestli plní své povinnosti. Kvůli těmto změnám budu v diplomové práci schopný rozdělit jednotlivé výdajové položky na volební kampaně u dílčích parlamentních stran kvalitněji a lépe, než by tomu bylo u voleb 2013. U předčasných voleb v roce 2013 nebylo financování volebních kampaní regulováno, nebyl zde ÚDHPSH, ale pouze Kontrolní výbor Poslanecké sněmovny. Dříve navíc výroční finanční zprávy (dále jen VFZ) byly dostupné pro veřejnost jen v Kanceláři Poslanecké sněmovny, a to výhradně v papírové podobě. Nyní se stačí přihlásit na internet, zadat webovou stránku ÚDHPSH a můžete najít od mnou zkoumaných voleb v roce 2017, včetně všech dalších následujících voleb, veškeré zprávy o financování kampaně a volební účetnictví stran. Peníze a politika k sobě nepopíratelně patří. Myslím si, že právě financování politických stran a jejich volebních kampaní není u veřejnosti příliš rozšířeným tématem, jelikož široké veřejnosti jsou známy spíše různé korupční kauzy politických stran.

Časově bude diplomová práce pokrývat pouze rok 2017, přesněji řečeno rozmezí od 2. května 2017 (tímto dnem začala oficiálně volební kampaň,⁵ jelikož došlo ve Sbírce zákonů k vyhlášení termínu konání voleb do Poslanecké sněmovny⁶ ze strany prezidenta) až po 20. a 21. říjen 2017 (v tyto dny se konaly volby do Poslanecké sněmovny a těmito dny končí volební kampaň). Již z názvu práce je zřejmé, že bude geograficky orientována výhradně na Českou republiku.

Tuto diplomovou práci lze považovat za komparativní případovou studii (dále jen komparativní studii), což je jedna ze základních metod kvalitativního výzkumu. Tato metoda se

³ V roce 2017, konkrétně 1. ledna 2017, vstoupila v účinnost velká novela, jedná se o zákon č. 322/2016 Sb., kterým se mění volební zákony a další související zákony a zákon č. 302/2016 Sb., kterým se mění zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony.

⁴ Aktuální znění: § 16c odst. 2 písm. a Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

⁵ Dle § 16 Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky upravuje konkrétní podobu volební kampaně včetně novely z roku 2017.

⁶ Dle § 16 odst. 3 Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, je za začátek volební kampaně považováno období od vyhlášení voleb do PČR a končící vyhlášením výsledků voleb do PČR.

vyznačuje tím, že „zkoumá dva nebo několik případů a provádí jejich srovnávací analýzu.“⁷ Komparativní studie se odlišuje od jednopřípadové studie tím, že „...srovnává pozorování existující alespoň ve dvou různých případech.“⁸ Právě případová studie by měla být pružná, co se týče získaného množství a typu dat. Z hlediska dat pro případovou studii se může jednat například o rozhovory, záznamy pozorování či dokumenty.⁹ V případě této práce bude pracováno s úředními dokumenty, konkrétně výročními zprávami o financování volebních kampaní. V diplomové práci bude využívána i metoda synchronní komparace, která se zaměřuje na analýzu zvolených prvků v jednom časovém úseku a bude použita pro analytickou část práce. Pro tuto práci se bude jednat o jeden konkrétní časový úsek (viz předchozí odstavec). Synchronní komparací budou porovnány údaje, jež vyplývají z výročních zpráv o financování volebních kampaní devíti parlamentních stran u voleb do PS PČR v roce 2017. Tímto postupem bude možné zjistit, jaké jsou rozdíly ve vynaložených finančních prostředcích ze strany jednotlivých politických subjektů.

Další metodou je jedna z obecně teoretických metod, a to analýza, jež je charakterizovaná jako myšlenkové rozdělení zkoumaného prvku na dílčí složky, které budou dále zkoumány. V teoretické části poslouží tato metoda k nalezení relevantních zdrojů pro diplomovou práci, kdežto v analytické části bude využita klasifikační analýza, díky níž bude možno rozdělit zkoumaný prvek (tedy výroční zprávy) do jednotlivých skupin. V analytické části bude dále aplikována také shluková a korespondenční analýza. Spolu s analýzou bude použita i syntéza, jež umožní zkoumat vzájemné spojitosti mezi dílčími částmi jevu a tím odvozovat obecné úsudky, jinak řečeno – myšlenkové spojení získaných znalostí analytickými technikami v jeden celek. Dalšími metodami bude zobecnění, indukce a dedukce. Indukce začíná sběrem informací, v kterých badatel následně pátrá a vyvozuje obecné závěry (což je výstup indukce – vyhodnocení údajů). Na indukci navazuje dedukce, kterou se potvrdí nebo vyvrátí formulovaný závěr. Konkrétní metodický postup při realizaci výzkumu bude popsán na počátku analytické kapitoly.

Hlavním cílem diplomové práce je ***zjistit strukturu a efektivitu financování politických stran do svých volebních kampaní ve volbách do PS PČR v roce 2017 včetně toho, kolik finančních prostředků bylo utraceno na jeden hlas a mandát.*** Po zjištění hlavního cíle diplomové práce a zodpovězení níže položených výzkumných otázek, budu schopný říct a číselně vyjádřit,

⁷ DRULÁK, Petr. *Jak zkoumat politiku: kvalitativní metodologie v politologii a mezinárodních vztazích*. 1. vydání. Praha: Portál, 2008, s. 62.

⁸ Tamtéž, s. 62.

⁹ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 4. vydání. Praha: Portál, 2016, s. 113.

v jakém množství jednotlivé parlamentní strany financovaly dané okruhy svých aktivit ve volební kampani, což považují za hlavní přínos této diplomové práce. Dílčím cílem je *objasnit podobu financování politických stran v ČR*.

Výzkumné otázky, jež byly zvoleny pro tuto diplomovou práci, jsou následující:

VO1: *Jaké máme v současné době podoby financování politických stran v České republice?*

VO2: *Kolik finančních prostředků musely vynaložit jednotlivé parlamentní strany pro získání jednoho hlasu a mandátu?*

VO3: *Jsou politické strany s nízkým nebo středním rozpočtem na volební kampaň finančně efektivnější?*

VO4: *Jaký druh financování byl politickými stranami nejvíce/nejméně využíván? Do čeho politické strany nejvíce/nejméně investovaly?*

VO5: *Jsou tradiční prostředky reklamy (venkovní reklama a reklama v tisku) již minulostí? Vynakládaly politické strany více finančních prostředků na reklamu na internetu než na venkovní reklamu a reklamu v tisku?*

VO6: *Existuje nějaká podobnost/odlišnost v tom, jak politické strany financovaly své volební kampaně? Které politické strany měly nejpodobnější způsob financování?*

Efektivita financování bude v této diplomové práci zkoumaná z hlediska vlivu, jež měla volební kampaň na výsledek politických stran ve volbách. Za efektivně financovanou kampaň bude možné označit takovou, u které půjde vyčíslit nejvyšší zisk hlasů za vloženou korunu nebo alespoň u které bude zisk vyšší, než je průměr dalších politických stran. Hlavním ukazatelem efektivity bude tedy vzájemný vztah celkových výdajů a volebního zisku devíti parlamentních stran. Zároveň jsem si vědom, že není zcela přesné zobecňovat efektivitu financování pouze na vynaložené finanční prostředky s následným vlivem na volební zisky, protože je mnohem více faktorů, které ovlivňují volební výsledky. Může se jednat např. o politickou situaci v zemi, charakter volebního obvodu a také to, jak je nastavený volební systém. Svou roli hraje samozřejmě i dlouhodobé postavení politických stran v ČR nebo negativní kampaň. Takže jsem si vědom, že to není jen o penězích, ale vliv mají i další faktory (proměnné). Avšak pro účely této práce bude vycházeno z efektivity jako výsledného poměru mezi výdaji na volební kampaň a volebními zisky, neboli z nejnižších průměrných nákladů a nejvyšší efektivity z hlediska poměru celkových nákladů. Za

měřítka efektivity je stanoveno to, že čím méně výdajů vynaložila politická strana na zisk jednoho hlasu, tím efektivnější bude ve svém financování.

Diplomová práce je rozdělena do čtyř hlavních kapitol a každá hlavní kapitola bude mít dílčí podkapitoly. Teoretická část práce je zpracovaná v první a druhé kapitole, kdežto analytická část v třetí a čtvrté. V první, teoretické kapitole, bude vymezena teorie financování politických stran a hnutí. Jednotlivé podkapitoly se zaměří na základní definice a vývoj volebních kampaní v souvislosti s tím, jak se v čase vyvíjely politické strany. Dále na základní principy a cíle, které patří k financování politických stran a jejich volebních kampaní. Poslední podkapitola se bude zabývat samotným financováním volebních kampaní s poukázáním na to, jak se financování volebních kampaní proměnilo v důsledku zavedení novel z roku 2017 v platnost.

Druhá kapitola se orientuje na podoby financování politických stran v ČR. Podkapitoly se budou zabírat státním a soukromým financováním. V této kapitole bude financování rozděleno na přímé a nepřímé. V podkapitole orientované na přímé státní financování bude pozornost zaměřena zvláště na příspěvek na úhradu volebních nákladů a příspěvek na činnost. U nepřímého státního financování vymezím další možnosti, jak mohou být strany financovány ze státního rozpočtu. V podkapitole zaměřující se na soukromé financování určím, jakým jiným způsobem mohou strany získat prostředky pro svou činnost.

Analytická část práce zahrnuje třetí a čtvrtou kapitolu diplomové práce. Třetí kapitola je zaměřena na analýzu financování volebních kampaní a také jednotlivé parlamentní strany. První podkapitola se v úvodu orientuje na vymezení předmětu výzkumu, včetně stanovení kritérií a rozpracování metodiky výzkumu. Další podkapitola bude věnována parlamentním stranám. Konkrétně stručnému vývoji na politické scéně mezi lety 2013 a 2017, samotnému výsledku voleb v roce 2017 a povolební situaci. V rámci dané podkapitoly bude definována i základní charakteristika toho, jakým stylem strany vedly svou volební kampaň. Další část kapitoly se bude zabývat tím, jak strany financovaly své volební kampaně. To bude zahrnovat zjištění, kolik získaly finančních prostředků ze státního rozpočtu, jaké celkové náklady vynaložily na kampaň, kolik stál strany jeden hlas a jeden mandát.

Čtvrtá kapitola se bude zabývat vzájemnou komparací a analýzou financování volebních kampaní na základě zpráv o financování volebních kampaní. Kapitola bude rozdělena na dvě části. První se zaměří na analýzu financování výdajových položek na volební kampaň, čímž bude zjištěno, jaké položky strany financovaly z povoleného limitu volební kampaně jednotlivých

parlamentních subjektů voleb 2017. Druhá část se zaměří na vzájemnou komparaci politických stran při financování jejich volebních kampaní.

Teoretická část diplomové práce vychází zejména z odborných monografií, časopisů, internetových zdrojů a legislativy zaměřující se na tuto problematiku. Využita byla jak česká, tak i zahraniční odborná literatura, která se zabývá daným tématem. Politickým financím se v České republice věnuje mnoho autorů. Problematikou financování politických stran se nejvíce zabývají autoři jako např. Vít Šimral, Jan Outlý nebo Vojtěch Šimíček. Právě Šimíčková vědecká práce na toto téma pochází již z 90. let 20. století a byl to právě tento autor, který svou studií přispěl k osvětě v této problematice. V průběhu času vydával další nové články a publikace (1995; 1997; 1998; 2000; 2005; 2012; 2015). V těchto dílech se zaměřil zejména na téma financování politických stran v České republice náhledem právní problematiky, přičemž kritizoval zvláště nedostatečnou legislativu, co se týče vedení předvolebních kampaní a celkové kontroly financování. Z toho důvodu je pro teoretickou část využita Šimíčková publikace, která vyšla v roce 2015, jedná se o *Financování politického života*. Je to sborník příspěvků, které se zabývají pravidly financování politického života nejen v České republice. V diplomové práci jsou použity i další publikace od pana Šimíčka, kterým se věnoval v dřívější době. Na velice liberálně nastavený systém financování politických stran navázali svou kritikou i další autoři, např. Michael Perottino (2005), Ondřej Císař a Petr Tomáš (2007). Český systém financování se kritice nevyhnul ani od nevládních organizací, např. zahraniční Skupinou států proti korupci (GRECO), z českého prostředí organizací Transparency International či Ekologickým právním servisem, který se později změnil na společnost Frank Bold.

Od Víta Šimrala je použita kniha z roku 2016 *Financování českých politických stran*, ve které se zaměřuje na financování politických stran v ČR a Československu mezi lety 1990–2015, tudíž v knize není zakomponovaná legislativní novela o změně financování politických stran s účinností od roku 2017. Tato monografie je vyústěním stejnojmenné disertační práce (2015) od daného autora a mapuje komplexní vývoj politických financí v České republice. Mimo převážně právně orientovaných publikací na problematiku financování politických stran se na počátku 21. století začaly vyskytovat nové publikace, jež se zabývají i směrem společenskovedním. Právě Jan Outlý se svými publikacemi (2002; 2003) patří k těmto výzkumníkům. Od Jana Outlého je použita monografie z roku 2003 *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*, ve které autor popisuje finanční

zdroje určené pro fungování politických stran, což je pro tuto diplomovou práci stěžejní zdroj. Taktéž se věnuje vývoji ve financování politických stran a vnáší do problematiky politických financí vhodný teoretický přehled. Ve velké míře se soustředí na prostředí ČR, které srovnává se situací v jiných zemích. Mezi další autory zabývající se tímto tématem, jejichž publikace byly pro tuto diplomovou práci přínosné, patří: Klimešová (2012), Krnáčová (2006). Ze zahraničních autorů např. Nassmacher (2003), Van Biezen (2003, 2008), Casas-Zamora (2005), Koss (2011).

Zároveň je přínosem i kniha od Otto Eibla, Miloše Gregora a kolektivu, která byla vydána v roce 2019. Jedná se o publikaci *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. Tato kniha je věnována vývoji politických stran a situaci na naší politické scéně v letech 2013–2017, jejich volebním programům, výsledkům těchto voleb a volebním kampaním politických stran. Podobná kniha byla publikována i pro volby v roce 2013 od Vlastimila Havlíka a kolektivu. Další kvalitní monografií, se kterou bylo pracováno při zpracovávání diplomové práce, byla monografie Petra Vymětala, který v roce 2020 vydal knihu s názvem *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. Kniha se zaměřuje na financování politických stran a volebních kampaní v ČR a pokrývá údaje a analýzu stranických financí od 90. let až po novely zákonů v roce 2016. Tudíž už v této knize nebyl prostor pro zkoumání voleb z roku 2017. P. Vymětal si však zaslouží za tuto publikaci obrovské uznání, jelikož podobná analýza takového rozsahu nebyla dosud nikým jiným zpracována. Před uveřejněním této knihy ještě publikoval s Davidem Ondráčkou v Politologické revui článek, v kterém tito autoři analyzovali volební kampaň u voleb v roce 2013.

Publikace od Evy Bradové, která v roce 2005 vydala knihu *Od lokálních mítinků k politickému marketingu: teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní*, byla také velmi přínosná pro teoretickou část práce, jelikož je autorka odbornice na politický marketing a volební kampaně. V knize se mimo jiné zaobírala vývojem volebních kampaní v čase v souvislosti s evolucí politických stran. V této souvislosti byla taktéž použita publikace z roku 2000 od zahraniční autorky Pippy Norris, která vydala knihu *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, jež přišla s rozdělením volebních kampaní na premoderní, moderní a postmoderní, z čehož dále čerpala například již zmíněná E. Bradová. Další z použitých zdrojů, které se zabývaly stranickým systémem, byly například publikace od: Katze a Maira (1995), Klímy (1998), Sartoriho (2005), Strmisky (2003), Hopkina a Paolucci (1999).

Zatímco teoretická část práce vychází zejména z odborných publikací a legislativy, tak analytická část diplomové práce je tvořena na základě získaných a zpracovaných údajů z výročních zpráv o financování volebních kampaní. Údaje vychází z oficiálních online dostupných výročních zpráv zveřejněných na webu ÚDHPSH. V analytické části byly pro charakteristiku volebních kampaní a nástin politického vývoje mezi 2013 a 2017, včetně výsledků voleb a povolební situace, využity zejména internetové články.

Věřím, že zpracovaná diplomová práce bude pro čtenáře zajímavá a poučná a že přinese zajímavé výsledky na základě provedené analýzy financování výdajových položek při volebních kampaních před volbami v roce 2017. Veškeré použité zdroje je možno nalézt na konci v seznamu literatury.

1. Teorie financování a politické strany a hnutí

Financování volebních kampaní politických stran a hnutí má mnoho východisek, jež je nutné vnímat jako vzájemně propojené. Základním východiskem je politický systém země. Za smysluplné lze považovat zkoumání modelů financování pouze u států s demokratickou formou vlády, která je založena na zastupitelném způsobu vládnutí. Jen u této formy vlády zajišťuje legislativa předpoklad svobodného soupeření stran.¹⁰ Z toho plyne, že strany hrají v zastupitelské demokracii stěžejní roli, protože realizují princip demokracie reprezentací názorové struktury obyvatelstva a svou činností v parlamentech skutečně vykonávají svou politickou moc.¹¹ I přes skutečnost, že politické strany jsou základem zastupitelské demokracie, bývají často kritizovány ze strany veřejnosti, médií apod. Nejvíce bývá kritizováno právě financování politických stran.¹²

Vztah mezi modelem financování stran a hnutí a politickým systémem je charakterizován svou oboustranností, protože to, jak jsou strany a hnutí financovány, stanovuje právě povaha politického systému a naopak. Například některé země Latinské Ameriky se v oblasti legislativní formy financování vydaly cestou vytvoření stranického pluralismu, aby mohly vzniknout nové strany. V západoevropských zemích byla situace odlišná. Tam měl model financování dopomoci k získání ztracené dynamiky, protože z důvodu velkých majetkových rozdílů mezi stranami došlo k zakonzervování systému ve prospěch velkých vládních a parlamentních stran či k vzájemnému propojení sféry podnikatelské s politickou (kvůli závislosti na velkých darech od podniků).¹³

Model financování politických stran a hnutí je propojen s volebním systémem dané země. Tím je myšleno, že pokud má země poměrný volební systém, v němž kandidují politické strany, tak tyto státy tíhnou spíše k financování z veřejných zdrojů. Kdežto ve státech s většinovým volebním systémem převažuje financování z vlastních (soukromých) zdrojů. Samozřejmě nezávisí pouze na volebním systému, ale důležitý je i systém práva a politická kultura daných zemí pro nastavení modelů financování.¹⁴

¹⁰ OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 44.

¹¹ Tamtéž, s. 54–55.

¹² ŠIMÍČEK, Vojtěch. Poznámky k financování politických stran. *Politologický časopis*, 1995, roč. 95, č. 1, s. 15.

¹³ OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 100–101.

¹⁴ OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 46.

Cílem této kapitoly je vymezit základní definice politické strany a hnutí, ve stručnosti popsat vývoj volebních kampaní s ohledem k historii politických stran a dále se zabývat principy a záměry financování politických stran. Poslední část této kapitoly bude zaměřena na financování volebních kampaní, kdy cílem bude vytknout to nejdůležitější, co bylo zavedeno legislativou právě před volbami do PS PČR v roce 2017.

1.1. Základní definice a vývoj volebních kampaní v souvislosti s vývojem politických stran

Pro východiska této práce je důležité charakterizovat termín politické strany a hnutí, jelikož oba tyto subjekty hospodaří s finančními prostředky. Samotný pojem **politická strana** pochází z latinského *pars*, jež označuje část, díl, kus nebo oddíl v rámci celku.¹⁵ Tato skutečnost reflektuje, že strana nereprezentuje společnost jako celek, nýbrž pouze její část. Moderní strany tak již od počátku svého vzniku berou v potaz různorodost zájmů, postojů a hodnot ve společnosti. K rozvinutí této role politických stran došlo s rozšiřováním volebního práva a prosazením svobody slova.¹⁶ Definicí politické strany je mnoho, avšak za nejvíc vypovídající považují „minimální“ definici Giovanniho Sartoriho, podle kterého je politická strana „*politická skupina, jež se účastní voleb, jež je schopna jejich prostřednictvím prosadit své kandidáty do veřejných úřadů.*“¹⁷ Tato definice totiž zahrnuje pouze nutné minimální požadavky pro to, aby daný subjekt mohl být považován za politickou stranu a dané kritérium voleb umožňuje odlišení politické strany například od zájmové skupiny.¹⁸

Co se týče definice **politického hnutí**, tak většinou předchází zrodu politické strany. Zároveň se vyznačuje protestním charakterem vůči daným pořádkům v určité zemi, menší mírou organizovanosti a snahou demonstrovat širší společenský rozměr. Rovněž může být jeden z motivů pro zvolení hnutí do svého názvu snaha o distancování od pojmu strana, které je ve společnosti negativně vnímáno. Společným rysem je tedy protest proti „starým“ pořádkům a etablovaným stranám. Jako historický příklad je možné uvést například Občanské hnutí¹⁹ nebo hnutí ANO. Pokud daný subjekt splňuje výše zmíněnou Sartoriho definici, tak pro účely této práce jej považují

¹⁵ KLÍMA, Michal. *Volby a politické strany v moderních demokraciích*. 1. vydání. Praha: Radix, 1998, s. 14.

¹⁶ VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, s. 17.

¹⁷ SARTORI, Giovanni. *Parties and party systems: A framework for analysis*. ECPR press, 2005, s. 56.

¹⁸ VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, s. 18.

¹⁹ KOPEČEK, Lubomír. Politické strany a politické systémy ve srovnávací a teoretické perspektivě. In: STRMISKA, Maxmilián (ed.). *Politické strany moderní Evropy: analýza stranicko-politických systémů*. Praha: Portál, 2003, s. 12.

za politickou stranu. Danou minimální definici splňuje všech devět kandidujících stran, jež se dostaly do PS PČR v roce 2017 a navíc z hlediska naší legislativy (zejména Zákona č. 424/1991 Sb.) je politické hnutí a strana považované za totéž a platí pro ně stejná pravidla.

Co se týče volebních kampaní, tak ty jsou ve speciálním postavení, jelikož jejich přítomnost v procesu voleb je pro voliče důležitá z hlediska rozhodování a tím pádem má velký vliv i na výsledky voleb. V rámci volební kampaně jsou voliči informováni o možnostech výběru mezi různými kandidujícími subjekty a pobízeni k účasti ve volbách. Volební kampaně jsou tedy nedílnou součástí voleb, s čímž se pojí i velký důraz, který je na ně ze strany politických stran kladen.²⁰ Definice **volební kampaně** byla v ČR oficiálně uzákoněna před volbami v roce 2017 (více viz podkapitola Financování volebních kampaní 1.4.), avšak již před tímto uzákoněním rozmysleli různí autoři nad definicí volební kampaně, například Šimíček a Molek definovali volební kampaň jako „*snahu aktérů politického boje, podílejících se na volbách, o získání co největší přízně voličů pro své kandidáty a volební programy. Jejimi základními funkcemi jsou proto informovanost, identifikace a mobilizace.*“²¹ Podle zahraničních autorů (Denvera a Handse) má volební kampaň čtyři hlavní cíle: 1) informování voličů, např. o kandidátech, programu, kdy se konají volby atd.; 2) přesvědčení voličů, např. skrze reklamu v médiích, roznášení letáků a různé mítinky strany atd.; 3) posílení stávající podpory, čímž se myslí upevnění podpory ze strany stoupenců; 4) mobilizace voličů neboli zajištění jejich účasti ve volbách.²² Na základě výše uvedeného bych volební kampaň definoval jako snahu kandidujících subjektů o získání co největší volební přízně ve volebním klání, přičemž přízeň si kandidující subjekty chtějí zajistit informováním, přesvědčováním a následnou mobilizací voličů. Samozřejmě by se definicí volební kampaně dalo najít mnohem více, ale pro účely této práce postačuje mít na paměti hlavní princip volební kampaně, jak ho vidí Denver a Hands spolu s autory Molkem a Šimíčkem nebo novou legislativní definicí (viz níže kapitola 1.4.).

Volební kampaně prošly za svou historii dlouhým vývojem v závislosti na tom, jak se vyvíjela společnost a politické strany. Kupříkladu Pippa Norris rozdělila volební kampaně

²⁰ BRADOVÁ, Eva. *Od lokálních mítinků k politickému marketingu: teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2005, s. 9.

²¹ MOLEK, Pavel, ŠIMÍČEK, Vojtěch. *Soudní přezkum voleb*. 1. vydání. Praha: Linde, 2006, s. 154.

²² DENVER, David, HANDS, Gordon. The Fall and Rise of Constituency Campaigning. In: BARTLE, John, GRIFFITHS, Dylan (eds.). *Political Communications Transformed*. London: Palgrave Macmillan, 2001, s. 71–72.

z hlediska vývoje společnosti do tří fází, a to na premoderní, moderní a postmoderní kampaně.²³ V další části této kapitoly dojde k vymezení vývojových typů volebních kampaní v souvislosti s vývojem politických stran.

Zpočátku existovaly **elitní strany** (kádrové strany), a to od poloviny 19. století do počátku 20. století. Tyto strany zastupovaly privilegované elity a vznikly v parlamentu. Jejich hlavním cílem bylo zajištění zastoupení svých zástupců v parlamentu. Je potřeba si uvědomit, že v té době ještě nebylo všeobecné volební právo, takže volební soutěž byla velice omezená,²⁴ neexistovaly ani mimoparlamentní strany a slabá konkurence panovala i mezi parlamentními stranami.²⁵ Volební soutěž byla tedy minimální a vést volební kampaň v této době znamenalo bezvýznamné úsilí.²⁶ Tudíž v období elitních stran byla vedena pouze minimální volební kampaň.

Po rozšíření volebního práva a nástupu industrializace došlo ke změně volebních strategií. Od počátku 20. století až do 60. let se začaly vyvíjet **strany masové**, jež se opíraly o masovou podporu svých členů. Začal růst počet angažujících se osob v politice, avšak již i ze střední či nižší vrstvy. Tyto strany se opíraly o množství svých podporovatelů, kteří přispívali pomocí malých členských příspěvků. Základnu těchto stran tvořili obyčejní straníci a strana se utvářela mimo parlament. V rámci volebních kampaní tyto strany spoléhaly na mobilizační formu kampaně.²⁷ Strany pořádaly vlastní tiskové konference pro komunikaci se svými voliči, kterými se snažily upevnit svou podporu. Orientace a volební kampaň byla zaměřena na různé skupiny obyvatel a jejich potřeby. Co se týče financování, tak jak již bylo naznačeno, obracely se na své členy s žádostí o poskytnutí členského příspěvku na činnost strany. Loajalita a stranická disciplína byla důležitá, jelikož široká členská základna znamenala možnost mobilizace velkého množství obyvatel.²⁸ S nástupem masových stran se objevila i **premoderní kampaň**, jež spočívala zejména v přímé komunikaci mezi voliči a kandidáty na lokální úrovni v podobě např. přímého oslovování

²³ NORRIS, Pippa. *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000, s. 136–138.

²⁴ KATZ, Richard, MAIR, Peter. Changing Models of Party Organization and Party Democracy. The Emergence of the Cartel Party. *Party Politics*, 1995, roč. 1, č. 1, s. 9.

²⁵ KROUWEL, André. Party Models. In: KATZ, Richard, CROTTY, William (eds.). *Handbook of Party Politics*. London: Sage, 2006, s. 253–254.

²⁶ BRADOVÁ, Eva. *Od lokálních mítinků k politickému marketingu: teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2005, s. 40.

²⁷ KATZ, Richard, MAIR, Peter. Changing Models of Party Organization and Party Democracy. The Emergence of the Cartel Party. *Party Politics*, 1995, roč. 1, č. 1, s. 10–11.

²⁸ BRADOVÁ, Eva. *Od lokálních mítinků k politickému marketingu: teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2005, s. 41–42.

voličů. Mimo to měly důležitou úlohu místní organizace, které připravovaly volební kampaně (vylepovaly plakáty, rozdávaly brožury...) Do 20. let bylo jediné médium pro propagaci ve volební kampani noviny neboli tisk obecně, avšak poté se rozvinul rozhlas a film. V dnešní době již nejsou tradiční formy vedení kampaní, jako v premoderním období, tak atraktivní a spíše působí jako doplněk ve volebních kampaních.²⁹ V období masových stran byla tedy vedena mobilizační kampaň.

V 60. letech došlo k rozvoji masmédií, což s sebou neslo výzvu pro dosavadní masové strany s pevnou stranickou disciplínou a stabilní podporou voličů. Stranická loajalita začala opadat, stejně jako členství ve straně, z toho důvodu musely strany opět přijít s novou strategií pro méně ukotvené voliče. Strany musely začít hledat voliče na základě programové shody a bez ohledu na dřívější ideologii.³⁰ V 60. letech došlo tedy ke vzniku konceptu **catch-all party**, jejímž hlavním cílem bylo získání voličů ze všech sfér a strany nově musely upustit od minulé ideologické vyhraněnosti. Z těchto důvodů bylo nutné vést mnohem ofenzivnější kampaň, která musela být mnohem soutěživější. Na úkor členské základny převzalo stranické vedení dominantní úlohu a peníze začala strana získávat z více zdrojů, jelikož členské příspěvky nestačily na nákladné kampaně. Pro tento typ strany již neplatí možnost opřít se o vlastní tisk a strany jsou tak nutné vzájemně soutěžit o přístup k médiím. Strany se musely snažit vyvinout účinnou taktiku, aby se jim podařilo získat nevyhraněného voliče, který již není těsně spojen s určitou stranou.³¹ Byla vedena mnohem intenzivnější komunikace s voliči, větší úlohu měl politický marketing a personalizace voleb.³² Počátkem 50. let došlo k přechodu na **moderní kampaň**, což souviselo s rozvojem televizního vysílání, které výrazně ovlivnilo kampaně. Kampaně rázem byly více profesionalizované a zaměřené kolem lídrů stran, kterým radí profesionální experti, navíc se kampaně přesunuly do národních televizních stanic, což s sebou přineslo i nevýhodu v odcizení voličů v důsledku úbytku lokálních kampaní. Mimo zmíněné byly zavedeny i volební průzkumy.³³ V tomto období, kdy byla dominantní moderní kampaň, dochází k úpadku tradičně vedené

²⁹ Tamtéž, s. 50–51.

³⁰ KATZ, Richard, MAIR, Peter. Changing Models of Party Organization and Party Democracy. The Emergence of the Cartel Party. *Party Politics*, 1995, roč. 1, č. 1, s. 13.

³¹ BRADOVÁ, Eva. *Od lokálních mítinků k politickému marketingu: teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2005, s. 40–41.

³² KROUWEL, André. Party Models. In: KATZ, Richard, CROTTY, William (eds.). *Handbook of Party Politics*. London: Sage, 2006, s. 257.

³³ BRADOVÁ, Eva. *Od lokálních mítinků k politickému marketingu: teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2005, s. 52–53.

kampaně.³⁴ S catch-all party se pojí tedy ofenzivní kampaň a zároveň i ztráta stabilní podpory pro strany, protože ideologie již nehraje takovou roli jako u masových stran.

Vývoj stran a kampaní pokračoval i nadále. V 70. letech vznikla **strana kartelu**, pro kterou je cílem dlouhodobé přežití a fungování, čímž došlo i k výrazné změně vztahu vůči státu.³⁵ Strana kartelu se čím dál víc zbavuje svých vazeb na voliče a využívá státní moc k vlastním zájmům, jelikož strany, které jsou u moci, zároveň navrhuje a schvaluje zákony, které jim zajistí vyšší příspěvky od státu. Tím tvoří podmínky pro existenci současných stran, ale i bariéry pro nové strany. Ve volební kampani je snaha získat co největší pozitivní mediální pozornost, na čemž se podílí PR agentury a mediální experti, kteří zde mají ještě větší roli než dříve. Kampaně jsou i zde velice profesionalizované a jsou velmi nákladné, avšak většinu zdrojů získávají strany od státu. Strany kartelu jsou ochotny mezi sebou omezit či minimalizovat soutěž, protože si jsou vědomy, že se svými konkurenty mají stejný cíl, a to přežít.³⁶³⁷ Se stranou kartelu jsou tedy propojeny profesionálně vedené kampaně a omezení volební soutěže v důsledku uzavření kartelu stran.

Období postmoderních kampaní sahá na počátek 90. let až do současnosti. Pro **postmoderní kampaň** jsou charakteristické zejména internet a média všeho druhu. Voliči mají více možností, kde získávat informace, jelikož televize již nemá monopol na vysílání zpráv, existují internetová zpravodajství a další. Postmoderní kampaň vzájemně kombinuje elementy z moderní i premoderní kampaně, což znamená, že jsou v ní uplatňovány z jedné strany profesionální poradci, průzkumy veřejného mínění, různé marketingové metody apod., z druhé strany zde hrají důležitou roli politici jako koordinátoři kampaní na lokální úrovni. Díky digitálním technologiím je umožněno vést efektivní komunikaci volebních kampaní, tedy aktivní (premoderní) lokální kampaň a pasivní národní televizní kampaň. Mimo již zmíněné se nově objevuje i permanentní kampaň, což znamená neustálé působení na voliče, kdy v konečném důsledku volební průzkumy ukazují rychlou zpětnou vazbu na počínání dané strany. Voliči jsou v tomto období méně závislí na svém výběru, jakou stranu zvolí, a charakteristická je i menší politická angažovanost.³⁸

³⁴ NORRIS, Pippa. *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000, s. 139–140.

³⁵ VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, s. 23.

³⁶ KATZ, Richard, MAIR, Peter. Changing Models of Party Organization and Party Democracy. The Emergence of the Cartel Party. *Party Politics*, 1995, roč. 1, č. 1, s. 20–25.

³⁷ BRADOVÁ, Eva. *Od lokálních mítinků k politickému marketingu: teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2005, s. 44–45.

³⁸ Tamtéž, s. 54–56.

V souhrnu zcela zásadní roli zastává v tomto období internet a veškeré možnosti, jak se ho dá použít pro vedení kampaně, kupříkladu již zmíněné průzkumy veřejného mínění, webové stránky politických stran, e-maily apod.³⁹

Posledním typem strany, který je pro přehlednost vhodné vymezit, je **strana jako firma**. Takovýto typ strany je typický svou jednoduchou vnitřní organizační strukturou v čele s majitelem této strany.⁴⁰ Zakladatel strany není původně politikem, ale podnikatelem a řídí stranu jako podnik, má téměř ve všem hlavní slovo, zatímco další členové strany jsou pouhými zaměstnanci podřízenými majiteli strany. Taková strana si díky svému majiteli, může dovolit nákladné kampaně na propagaci svého majitele. Základem jsou jednoduchá hesla a program, který není příliš ideologicky vyhraněn, jelikož názory takovýchto stran se v čase velmi rychle obměňují. Program strany se pozměňuje na základě předvolebních průzkumů. Taková strana se ve své kampani spoléhá na profesionální služby externích PR specialistů.⁴¹ Jako příklad takové strany by se v současnosti dalo uvést hnutí ANO 2011, které vlastní Andrej Babiš.

Tabulka 1: Převažující zdroje financování dle typu strany

Typ strany	Převažující způsob financování
Kádrové strany	jen soukromé dary
Masové strany	členské příspěvky a částečně soukromé dary
Catch-all strany	soukromé dary a postupně rostoucí státní příspěvky
Kartelové strany	státní příspěvky a částečně soukromé dary
Strana jako firma	významné soukromé dary od omezeného počtu darujících

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě údajů z Vymětal (2020).⁴²

V tabulce č. 1 lze spatřit, jak se liší způsob financování podle typu strany, čímž je vlastně vymezeno, zda způsob financování závisí na typu politické strany a jak je patrné z tabulky, tak pro různé typy stran využívají rozdílné způsoby financování.

³⁹ NORRIS, Pippa. *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000, s. 138.

⁴⁰ HOPKIN, Jonathan, PAOLUCCI, Caterina. The business firm model of party organisation: Cases from Spain and Italy. *European Journal of Political Research*, 1999, roč. 35, č. 3, s. 315.

⁴¹ Tamtéž, s. 332–334.

⁴² VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, s. 50.

1.2. Principy financování politických stran a hnutí

Základ pro politický systém v ČR a financování politických stran tvoří článek 5 Ústavy, v kterém je vymezeno, že: „*politický systém je založen na svobodném a dobrovolném vzniku a volné soutěži politických stran respektujících základní demokratické principy a odmítajících násilí jako prostředek k prosazování svých zájmů.*“⁴³ Z tohoto ustanovení je zřejmé, že je potřeba prostor či místo, kde politické strany budou tuto volnou soutěž vykonávat. Další základní právní vymezení lze nalézt v Listině základních práv a svobod, konkrétně v článku 20 v odstavcích 2 a 4, kde je jasně vyjádřeno, že občané mohou zakládat politické strany a zároveň se v nich sdružovat a zároveň jsou tyto strany odděleny od státu.⁴⁴ Z těchto ustanovení je možné odvodit dvojí smysl politických stran: „*jedná se o speciální formu výkonu subjektivně veřejného sdružovacího práva občanů a zároveň jsou politické strany samostatnými nositelkami subjektivně veřejných práv.*“⁴⁵ Úloze politických stran odpovídá i jejich specifický právní status. Z jedné strany jsou privilegovány (např. při přiznání nároku na příspěvky ze státního rozpočtu), ale z druhé strany musí zároveň splnit nějaké přísnější požadavky (např. zveřejňovat zprávy o svém hospodaření).⁴⁶

Vytvoření vhodného prostředí pro politickou soutěž, jak předpokládá Ústava, bude snazší, pokud se vymeží základní principy uplatňované při financování politických stran. Z hlediska počtu principů se odborná literatura úplně neshodne a v něčem se liší, avšak na čtyřech základních panuje shoda. Jedná se o principy **rovnosti, svobody, veřejnosti a kontroly**.⁴⁷ Outlý k těmto základním doplnil i princip **vynutitelnosti**.⁴⁸ Dle Konrada Hesseho mají politické strany naplňovat první tři zmíněné principy – tedy princip rovnosti, svobody a veřejnosti. Jeho teorie vychází z toho, že politické strany jsou v určitém vztahu 1) ke státu – kdy by měl být stěžejní princip svobody; 2) k ostatním stranám – kdy má být hlavní princip rovnosti; 3) ke společnosti – kdy by měl být stěžejní

⁴³ Aktuální znění: čl. 5 Ústavního zákona č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

⁴⁴ Aktuální znění: čl. 20 odst. 2, 4 Usnesení č. 2/1993 Sb., Usnesení předsednictva České národní rady o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD jako součástí ústavního pořádku České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

⁴⁵ ŠIMÍČEK, Vojtěch. Ústavní limity financování politického života v České republice a vábení sirén snadných řešení. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politického života*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Mezinárodní politologický ústav, 2015, s. 21.

⁴⁶ ANTOŠ, Marek. Lék pro české politické strany? Peníze! In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politického života*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Mezinárodní politologický ústav, 2015, s. 119.

⁴⁷ LEBEDOVÁ, Eva. *Voliči, strany a negativní kampaň: politická komunikace v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2013, s. 202.

⁴⁸ OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 101.

princip veřejnosti neboli transparentnosti.⁴⁹ Nyní ve stručnosti představím význam daných pěti principů.

Je třeba poznamenat, že princip rovnosti a princip svobody jsou ve vzájemné konkurenci. **Princip rovnosti** znamená, že politické strany mají mít stejný přístup k finančním zdrojům, aby tím měly jednotlivé politické strany srovnatelné podmínky pro své fungování a taky politickou soutěž. Novotný dodává, že rovnost se týká situace před volebním kláním, kdy je nutné zajistit rovnocennost (stejná výchozí pozice) pro každý kandidující subjekt.⁵⁰ **Princip svobody** naopak vyjadřuje, že by se mělo politické strany nechat, aby si finanční prostředky opatřily vlastní činností neboli svépomocí, takže možnost získat navíc finanční prostředky mimo těch od státu. V praxi jsou tyto dva principy uplatňovány současně, protože není žádoucí, aby jeden z těchto principů získal absolutní převahu nad tím druhým. Při kategorickém uplatnění jednoho či druhého principu by nastala extrémní situace. Za striktního uplatnění principu rovnosti by nemohla politická strana získat finanční zdroje samofinancováním, čímž by se omezila soutěživost stran. Zatímco pokud by se trvalo pouze na principu svobody, tak to by zvýhodňovalo již zakotvené strany reprezentující majetkově silnější a znevýhodněny by byly neparlamentní strany reprezentující majetkově slabší. Z čehož vyplývá, že pouze vzájemnou kombinací principu svobody a principu rovnosti lze zaručit svobodnou soutěž politických stran.⁵¹ V ČR máme smíšený model financování (viz druhá kapitola), což vidím jako znamení a snahu k rovnováze mezi výše zmíněnými dvěma principy (svobody a rovnosti).

Principy veřejnosti, kontroly a vynutitelnosti jsou ve vzájemném vztahu. **Princip veřejnosti** (transparentnosti) spočívá v tom, aby bylo financování co nejvíc transparentní ve vztahu ke státu a občanům. Tento princip zahrnuje možnost nahlédnutí těmto subjektům do výročních finančních zpráv politických stran. **Princip kontroly** je založen na kontrole údajů předkládaných stranami, tedy kontrole správnosti a úplnosti jejich výročních finančních zpráv. Jako poslední je **princip vynutitelnosti**, který má sloužit k možnosti sankcionovat ty strany, které se dopustí

⁴⁹ ŠIMÍČEK, Vojtěch. Politické strany v ústavním pořádku České republiky. In: KYSELA, Jan (ed.). *Deset let Ústavy České republiky: východiska, stav, perspektivy: sborník příspěvků*. Praha: Eurolex Bohemia, 2003, s. 244.

⁵⁰ NOVOTNÝ, Bořivoj. Financování volební kampaně. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Volební kampaň v České republice*. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 79.

⁵¹ OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 47.

přestupků nebo nedodržují pravidla pro financování politických stran a volebních kampaní.⁵² Na základě novel, které vstoupily v platnost před volbami do PS PČR v roce 2017 (viz kapitola 1.4.), vnímám snahu zákonodárců o nastavení větší transparentnosti ve financování, tedy zdůraznění principu veřejnosti, protože nově je nutné např. zveřejňovat výroční finanční zprávy online. Zvláště došlo k posunutí i v principu kontroly a vynutitelnosti, kdy kontrolu má nově na starost ÚDHPSH a v jeho kompetenci je i udělení pokut za nedodržení pravidel financování.

1.3. Cíle financování politických stran a hnutí

Uplatněním výše zmíněných principů (rovnosti, veřejnosti, svobody, kontroly, vynutitelnosti) by mělo dopomoci naplnit hlavní cíle financování politických stran, jež jsou od politických stran a také od státu v zastupitelské demokracii očekávané.⁵³ Různí autoři a odborníci vytváří různé kategorizace cílů, avšak v mnohém se liší jen pojmenováním a často se překrývají. Mezi základní cíle při financování politických stran, které mají vést ke zkvalitnění demokracie, tedy patří zejména.⁵⁴⁵⁵

- schopnost svobodného vstupu i pro dosud nevýznamné politické strany do volební soutěže a možnost soupeření ve volbách s již etablovanými stranami,
- materiální zabezpečení funkce politických stran takovým způsobem, aby byly schopny reprezentovat zájmy obyvatel svou parlamentní činností,
- zmobilizování voličů politickými stranami skrze své volební kampaně,
- vytvoření vzájemných úzkých vazeb mezi členy a vedením strany,
- dát možnost přívržencům strany podpořit jejich názory hmotnými nástroji,
- zabránit nežádoucímu vlivu na strany z hlediska eventuální závislosti na určitém druhu příjmů,
- zabránění střetu zájmů a korupci,
- zmenšit celkovou nákladnost reprezentativní demokracie.

⁵² OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 101–102.

⁵³ ŠIMÍČEK, Vojtěch. Poznámky k financování politických stran. *Politologický časopis*, 1995, roč. 95, č. 1, s. 19.

⁵⁴ OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 48.

⁵⁵ OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 102.

1.4. Financování volebních kampaní

Základem pro zjištění transparentnosti a odpovědnosti v oblasti politických financí je požadavek, aby kandidující subjekty do voleb sdělovaly informace o tom, jak získávají a utrácejí peníze. Tím, že budou voliči více informovaní, se může usnadnit jejich rozhodování. Stejně důležité jako sdělování informací od kandidujících subjektů, je důležitý i dohled nad politickými financemi a vedení záznamů o výdajích na volební kampaně.⁵⁶

Před volbami do PS PČR v roce 2017 došlo k úpravě zákonů, které se zabývají financováním politických stran a hnutí a volebních kampaní. Těmi zákony jsou zejména Zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a politických hnutích a Zákon č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky (a další volební zákony, ty ovšem pro východiska této práce nebudou důležité). Tyto zákony byly upraveny Zákonem č. 322/2016 Sb., a Zákonem č. 302/2016 Sb., obě tyto novely nabyly účinnost 1. ledna 2017. Úpravy, jež zavedly tyto novely, vítám, protože došlo k zprůhlednění financování a zvýšení transparentnosti ve financování politických stran a hnutí a zároveň i ve financování volebních kampaní. V této podkapitole se pokusím vymezit a vystihnout nejdůležitější změny, které byly zavedeny a byly stěžejní právě pro provedení analýzy v analytické části diplomové práce.

Konečně bylo zavedeno legislativní vymezení **začátku a konce** volební kampaně, konkrétně volební kampaň začíná dnem vyhlášení voleb do PČR a končí dnem, kdy jsou vyhlášeny celkové výsledky těchto voleb.⁵⁷ Dlouhou dobu chyběla i **oficiální definice volební kampaně**. Ta se vstupem novel ve svou účinnost již existuje. „*Volební kampaní se rozumí jakákoliv propagace kandidující politické strany, politického hnutí nebo koalice, jejich kandidáta anebo nezávislého kandidáta nebo volební agitace ve prospěch kandidující politické strany, politického hnutí nebo koalice, jejich kandidáta nebo nezávislého kandidáta, zejména veřejné oznámení určené na jejich podporu anebo sloužící v jejich prospěch, včetně jakékoliv doprovodné akce, za které se poskytne nebo obvykle poskytuje úplata. Za volební kampaň se považuje i sdělení v neprospěch jiné kandidující politické strany, politického hnutí, koalice, jejich kandidáta nebo nezávislého kandidáta.*“⁵⁸ Pokud bych měl tuto definici stručně vyjádřit, tak se jedná o jakoukoliv propagaci

⁵⁶ OECD. *Financing democracy-funding of political parties and election campaigns and the risk of policy capture*. Paris: OECD, 2016, s. 66.

⁵⁷ VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, s. 221.

⁵⁸ Aktuální znění: § 16 Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

kandidujícího subjektu, jež může být vedena ve prospěch, ale i v neprospěch kandidujících politických stran a hnutí.

Propagující materiály šířené komunikačními médii nebo vyobrazené na velkoplošných zařízeních, musí být zároveň nově povinně označeny informacemi o tom, kdo je jejich **zadavatel a zpracovatel**. To platí zároveň pro materiály propagující kandidující subjekt, ale i pro materiály negativně vyobrazující politickou konkurenci.⁵⁹ Nově je tedy konzumentovi volební kampaně jasné, kdo si kampaň objednal a kdo ji následně vykonal.⁶⁰ Tohle osobně považuji za dobrý krok kupředu a snahu vyvarování se anonymním kampaním, které tu probíhaly v minulosti.

Nově byl zřízen i **institut registrované třetí osoby**,⁶¹ kterou může být fyzická nebo právnická osoba, která sama nekandiduje. Pokud se tato osoba má v plánu zúčastnit volební kampaně bez vědomí kandidujícího subjektu a vést v jeho prospěch nebo neprospěch kampaň, je povinna se před vstoupením do volební kampaně registrovat u nově vzniklého ÚDHPSH.⁶² Výdaje vynaložené na volební kampaň z jejich strany nesmí přesáhnout pro volby do PS PČR částku 1 800 000 Kč včetně DPH. Do této částky se počítají všechny částky, které osoba uhradila nebo má uhradit, včetně částek, jež za ni uhradila jiná osoba. Povinnost zveřejnění přehledu výdajů má do deseti dnů od skončení volební kampaně.⁶³ Smyslem je zabránění propagace kandidujícího subjektu jiným subjektem s nezávislou existencí, jako jsou agentury apod.⁶⁴ Tento institut je velice těsně spjat s výše zmíněným nutným označováním politické reklamy jejím zadavatelem a zpracovatelem. Dříve tomu tak nebylo, to mohl do volebního klání vstoupit prakticky kdokoliv, kdo měl zájem a dostatek peněz. Tato zkušenost vedla k tomu, že se občané setkávali s velkým množstvím anonymních reklam a kampaní, jež měly za jediný cíl pomoci nebo poškodit konkrétní

⁵⁹ Tamtéž.

⁶⁰ JAROLÍM, Jiri. *Změny v právní úpravě financování politických stran a hnutí před volbami do PS 2017* [online]. iurium.cz, 9. srpna 2017 [cit. 8. října 2021]. Dostupné na: <https://www.iurium.cz/2017/08/09/zmeny-pravni-uprave-financovani-politickyh-stran-hnuti-pred-volbami-ps-2017/>.

⁶¹ VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, s. 223.

⁶² Aktuální znění: § 16 Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

⁶³ Tamtéž, § 16e.

⁶⁴ TRANSPARENTNIVOLBY. *Povinnosti politických stran aneb co nový zákon požaduje* [online]. transparentnivolby.cz, 20. srpna 2017 [cit. 20. října 2021]. Dostupné na: <https://www.transparentnivolby.cz/snemovna2017/povinnosti-politickyh-stran-aneb-co-novy-zakon-pozaduje/>.

kandidující subjekty, a to bez možnosti zjištění, kdo byl skutečný zadavatel.⁶⁵ Z toho plyne, že volební kampaň nemusí vést výhradně kandidující subjekt.

Kandidující subjekty také nově musejí nejpozději do pěti dnů od začátku volební kampaně založit transparentní účet, jinak řečeno **účet volební**. Z tohoto účtu jsou poté financovány všechny aktivity, které jsou vedeny v rámci volební kampaně, protože peníze na tomto účtu mohou být použity výhradně na financování volební kampaně.⁶⁶ Na tento transparentní volební účet musí mít každý bezplatný přístup, aby si mohl prohlédnout přehled platebních transakcí, jež se na něm nachází.⁶⁷ Tento krok vnímám jednoznačně pozitivně, jako snahu zprůhlednit financování volebních kampaní i pro zbytek lidí, kteří se tak mohou v případě zájmu kdykoliv v reálném čase podívat. **Financování volební kampaně** zahrnuje tedy všechny výdaje na volební kampaň a k uhrazení daných výdajů je možno použít výhradně peníze uložené na daném transparentním účtu.

Volební kampaň je financovaná ze zřízeného transparentního účtu a s tímto účtem nově souvisejí i **výdaje na volební kampaň**,⁶⁸ které jsou již nyní definovány a limitovány. Výdaji se rozumí veškerý součet finančních prostředků či jiných plnění, které je možné ocenit v penězích, které kandidující subjekt vynaloží na úhradu nákladů volební kampaně. Limit pro volby do PS PČR byl stanoven na 90 000 000 Kč včetně DPH.⁶⁹ Důležité je zmínit, že do tohoto finančního limitu se započítávají i aktivity fyzických a právnických osob, které vedou volební kampaň ku prospěchu kandidujícího subjektu s jeho vědomím. Pokud tyto osoby poskytnuly své služby s výraznou slevou nebo dokonce zadarmo, než je na daném místě obvyklé, započítá se do výdajů cena obvyklá. Nejpozději tři dny před volbami musí dojít k zveřejnění všech subjektů, jež vedly kampaň s vědomím kandidujících politických stran.⁷⁰ Co se týče ceny obvyklé, tak pro vysvětlení to

⁶⁵ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 99–100.

⁶⁶ Aktuální znění: § 16a Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

⁶⁷ KUK, Michal. *Financování politických stran: jaká pro něj platí pravidla a jak ho kontrolovat* [online]. frankbold.org, 18. července 2018 [cit. 8. října 2021]. Dostupné na: <https://frankbold.org/poradna/korupce-a-transparentnost/korupce-a-jednani-uredniku/hospodareni-s-verejnymi-prostredky/rada/financovani-politicky-str#ft4>.

⁶⁸ VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, s. 221.

⁶⁹ Aktuální znění: § 16c Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

⁷⁰ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 70.

znamená, že reálně politický subjekt zaplatí tu nižší sjednanou cenu, ale do finančního limitu na kampaň se započítá celá cena obvyklá. Stanovení limitů na kampaň je třeba vnímat jako obranu vůči nesouměřitelnosti finančních sil v průběhu kampaně, nikoliv o snahu tyto síly srovnat.⁷¹ Vnímám to tak, že stanovení limitů slouží k vymezení jednotných pravidel pro všechny kandidující subjekty, ale bohatší subjekty, které se uchází o volební přízeň, budou mít stále výhodu oproti ostatním v tom, že jejich kampaň bude kvalitativně na vyšší úrovni.

Kandidující subjekt navíc musí do 90 dnů od vyhlášení výsledků celkových výsledků voleb zveřejnit na svých internetových stránkách **zprávu o financování volební kampaně**,⁷² a navíc musí zaslat ÚDHPSH účetnictví týkající se financování volební kampaně spolu s výše zmíněnou zprávou o financování volební kampaně. Tato zpráva musí obsahovat a) přehled bezúplatných plnění poskytnutých kandidujícímu subjektu na volební kampaň s uvedením obvyklé ceny; b) přehled výdajů na volební kampaň s uvedením účelu, na který byly využity; c) přehled peněžitých dluhů, k jejichž splnění se kandidující subjekt v souvislosti s financováním volební kampaně zavázal. K tomuto účelu slouží formulář, který je možno nalézt ve vyhlášce⁷³ stanovené ÚDHPSH.⁷⁴ Především tato nově zavedená povinnost byla hlavním motivem pro analýzu financování volebních kampaní v této diplomové práci, přesněji řečeno analýzu výdajů na volební kampaně. Takže tuto zavedenou změnu velmi vítám, protože umožňuje blíže nahlédnout do financování stran a vidět, jak byly rozloženy prostředky na volební kampaň. Myslím si, že tato možnost přibližuje občany blíže k politickým stranám.

Vznikl i nezávislý orgán, kterým je **Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí**,⁷⁵ jenž dohlíží a kontroluje to, jak strany a hnutí hospodaří.⁷⁶ Tento orgán mimo jiné vykonává dohled nad financováním volebních kampaní kandidujících subjektů,

⁷¹ JAROLÍM, Jiří. *Změny v právní úpravě financování politických stran a hnutí před volbami do PS 2017* [online]. iurium.cz, 9. srpna 2017 [cit. 8. října 2021]. Dostupné na: <https://www.iurium.cz/2017/08/09/zmeny-pravni-uprave-financovani-politickyh-stran-hnuti-pred-volbami-ps-2017/>.

⁷² TRANSPARENTNIVOLBY. *Povinnosti politických stran aneb co nový zákon požaduje* [online]. transparentnivolby.cz, 21. srpna 2017 [cit. 8. října 2021]. Dostupné na: <https://www.transparentnivolby.cz/snemovna2017/povinnosti-politickyh-stran-aneb-co-novy-zakon-pozaduje/>.

⁷³ Vyhláška č. 113/2017 Sb., Vyhláška o vzoru formuláře pro zveřejnění zprávy o financování volební kampaně.

⁷⁴ Aktuální znění: § 16d Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

⁷⁵ DÍTĚTOVÁ, Adéla. *Financování politiky v ČR: blížíme se mezinárodním standardům? Scientia et societas*, 2019, roč. 15, č. 4, s. 57.

⁷⁶ Aktuální znění: § 19 Zákona č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

zveřejňuje na svých internetových stránkách adresu internetových stránek kandidujících subjektů, přijímá od politických subjektů výroční finanční zprávy, provádí registraci třetích osob, které se hodlají zapojit do volební kampaně, projednává přestupky a ukládá sankce.⁷⁷ Výroční finanční zprávy musí být předloženy každoročně do 1. dubna.⁷⁸ Za přestupek se považuje například to, že kandidující subjekt nezřídí volební účet nebo výdaje na kampaň překročí stanovené limity. Za přestupky může tento nezávislý orgán uložit pokuty v rozmezí od 10 000 Kč do 500 000 Kč. Pokud by nastal již zmíněný přestupek s překročením finančního limitu, tak je možné uložit pokutu do výše jeden a půl násobku částky, o co byl daný limit překročen.⁷⁹

Také byla zavedena povinnost vést **separátní účty**⁸⁰ pro: a) příspěvky ze státního rozpočtu (o těchto příspěvcích se bude možné dozvědět v další kapitole – státní financování), příjmy z darů a jiných bezúplatných plnění (soukromé financování); b) plnění, které plyne z pracovněprávního vztahu ke straně a hnutí a politickému institutu; c) financování volebních kampaní; d) ostatní příjmy a výdaje.⁸¹ Účty, na kterém jsou vedeny státní příspěvky a další dary a financování volebních kampaní, musejí být trvale transparentní.⁸² Tento transparentní účet se liší od výše zmíněného volebního účtu, jelikož tento transparentní účet je nutné mít zřízený trvale a jsou na něm vyobrazeny příjmy z bodu a), které mohou strany používat bez omezení. Kdežto volební účet musí být zřízen pouze po dobu volební kampaně a peníze z něj nelze použít k jiným účelům.⁸³

Byl zaveden i **limit na dary**, kdy v rámci jednoho roku nesmí strany a hnutí přijmout dar od jedné fyzické nebo právnické osoby, který by převyšoval částku 3 000 000 Kč. Do tohoto limitu se započítává i bezúplatné plnění. V případě překročení částky by musel být dar vrácen dárci nebo převeden do státního rozpočtu. Pokud je dárcem či poskytovatelem bezúplatného plnění zároveň

⁷⁷ Aktuální znění: § 16f Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

⁷⁸ OECD. *Financing democracy-funding of political parties and election campaigns and the risk of policy capture*. Paris: OECD, 2016, s. 70.

⁷⁹ Aktuální znění: § 16g Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

⁸⁰ VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, s. 216–217.

⁸¹ Aktuální znění: § 17a Zákona č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

⁸² PŠENIČKA, Stanislav. *Zákon o sdružování v politických stranách a v politických hnutích: s komentářem a judikaturou*. 1. vydání. Praha: Leges, 2017, s. 58.

⁸³ KUK, Michal. *Financování politických stran: jaká pro něj platí pravidla a jak ho kontrolovat* [online]. frankbold.org, 18. července 2018 [cit. 8. října 2021]. Dostupné na: <https://frankbold.org/poradna/korupce-a-transparentnost/korupce-a-jednani-uredniku/hospodareni-s-verejnymi-prostredky/rada/financovani-politickyh-str#ft4>.

i členem strany nebo hnutí, tak se považuje za dar či jiné bezúplatné plnění i členský příspěvek, který převyšuje 50 000 Kč.⁸⁴ Strany jsou navíc tři dny před volbami povinny publikovat seznam dárců.⁸⁵ Došlo i k novému vymezení, od koho mohou strany a hnutí přijmout **úvěr či zápůjčku**. Jedná se o banky, platební instituce a instituce elektronických peněz.⁸⁶ Od nikoho jiného nemohou přijmout úvěr. V období před rokem 2017, tedy než byla v platnosti daná novela zákonů, půjčil Andrej Babiš hnutí ANO bezúročnou půjčku ve výši 153 milionů Kč⁸⁷. Tato jeho aktivita by za současného legislativního nastavení nebyla možná.

Novinkou se stal i tzv. **politický institut**,⁸⁸ kdy strany a hnutí můžou takový institut založit nebo být jeho členem. Jedná se o právnickou osobu, která má hlavní předmět činnosti založený na výzkumné, publikační, vzdělávací nebo kulturní činnosti v oblasti např. rozvoje demokracie, občanské společnosti, právního státu apod.⁸⁹ Stát na jejich činnost přispívá, ale daný příspěvek není možné použít na financování volební kampaně. Z toho důvodu se tímto institutem nebudu dále zabírat. V další kapitole bude zmíněn jako jeden z příspěvků v rámci přímého státního financování.

1.5. Shrnutí

Úvodem této kapitoly jsem vymezil charakteristiku politické strany a politického hnutí, kdy pro účely této práce jsou považované oba subjekty za totožné, jelikož parlamentní strany voleb v roce 2017 splňují Sartoriho minimální definici. Dále jsem rozebral definici volební kampaně od daných autorů a pokusil se o vlastní formulaci. V další části práce došlo k analyzování vývoje, jakým politické strany historicky prošly, s čímž se pojilo i postupné vyvíjení volebních kampaní. V období elitních stran se vedla pouze minimální volební kampaň. U masových stran došlo ke vzniku premoderní kampaně a byla vedena mobilizační kampaň. S příchodem catch-all party se pojí vznik moderní kampaně a ofenzivní kampaně. U stran kartelu byly kampaně ještě více

⁸⁴ Aktuální znění: § 18 Zákona č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

⁸⁵ Aktuální znění: § 16c odst. 4 Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

⁸⁶ Aktuální znění: § 17 Zákona č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

⁸⁷ ČTK. *Babiš půjčil hnutí ANO 153 milionů, to skončilo loni ve ztrátě* [online]. novinky.cz, 31. března 2017 [cit. 8. října 2021]. Dostupné na: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/babis-pujcil-hnuti-ano-153-milionu-to-skoncilo-loni-ve-ztrate-40029349>.

⁸⁸ VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, s. 220.

⁸⁹ Aktuální znění: § 17 Zákona č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

profesionalizované. V současnosti se nacházíme v období postmoderní kampaně, kdy hlavní roli hraje internet a vznikl i další typ strany, a to strana jako firma. Zjistil jsem, že jednotlivé vývojové typy stran jsou financovány rozdílnými způsoby a prostředky.

V další části jsem se zabýval principy a cíli financování. Zejména jsem analyzoval hlavní principy, na kterých se většina odborníků shodla, a to princip rovnosti, svobody, veřejnosti, kontroly a vynutitelnosti. Vyšlo najevo, že princip svobody a rovnosti jsou ve vzájemné konkurenci a nejideálnější je vzájemná kombinace obou principů, jelikož projevem principu svobody je soukromé financování a projevem principu rovnosti je státní financování. K principům veřejnosti, kontroly a vynutitelnosti jsem konstatoval, že vnímám snahu zákonodárců tyto principy více zdůraznit a pokusit se o větší transparentnost ve financování, a to hlavně díky nově zavedeným změnám před volbami v roce 2017. Právě důsledné uplatňování daných principů by mělo dopomoci k plnění hlavních cílů při financování politických stran a volebních kampaní.

Je zřejmé, že v porovnání s volebními kampaněmi, které probíhaly v minulosti, byla kampaň před volbami do PS PČR v roce 2017 ovlivněna novou legislativní úpravou. Nejvýraznější novinky, které měly vliv na vedení kampaní a napomohly zvýšit transparentnost, byly: nově zavedené povinnosti označovat zadavatele a zpracovatele, povinnost financovat volební kampaň skrze volební účet, zřízení nezávislého dozorového orgánu pro kontrolu kandidujících subjektů, zavedení horního stropu finančních limitů na kampaň, zavedení institutu registrované třetí osoby, vymezení období volební kampaně nebo také povinnost zveřejnit do 90 dnů od voleb zprávu o financování volební kampaně. Dle mého názoru bylo hlavním motivem nových změn snaha získat větší důvěru od voličů v čestně vedenou kampaň a politické financování jako celek. Největší pozitiva vidím v: 1) zavedení nezávislého kontrolního úřadu, který je zaměřen na kontrolu financování politických stran a hnutí, s čímž se nově pojí i možnost vzniku sankcí za porušení pravidel (dříve bylo totiž hospodaření stran a hnutí kontrolováno pouze Kontrolním výborem Poslanecké sněmovny); 2) zavedení povinnosti zveřejňovat výroční zprávy o financování volební kampaně online (dříve byly jen v papírové podobě); 3) zavedení povinnosti zřizovat transparentní účet (v kterém je možné nalézt příjmy a výdaje stran); 4) zavedení povinnosti označovat propagační materiály (čímž se omezuje možnost vést anonymní kampaň); 5) zavedení transparentních volebních účtů a zvláštních finančních zpráv o financování volební kampaně; 6) časovém vymezení volební kampaně.

2. Podoby financování politických stran v České republice

Nastavení a úprava financování politických stran v ČR výraznou měrou ovlivňuje možnosti kandidujících politických stran na účasti ve volebním klání a s tím spojené vedení volební kampaně. Proto bude prioritou této kapitoly vytvořit aktuální teoretický základ o podobách financování politických stran v ČR. Politické strany a hnutí jsou v ČR financovány kombinovaně neboli smíšeně, což znamená, že je zde možnost financování a) ze státního rozpočtu – státní financování nebo b) ze soukromých prostředků – soukromé financování. Principy a cíle ve financování politických stran jsou realizovány dvojím způsobem. V následující kapitole budou brány v potaz i změny, jež se udály výše zmíněnými novelami.

Klasifikaci zdrojů příjmů politických stran je možné vymežit dvěma způsoby, přičemž kritériem bude zdroj financí nebo míra intenzity spojení s volbami. Dle zdroje financí se dělí financování na státní a soukromé. Podle spojitosti s volbami se zdroje dělí na přímé a nepřímé.⁹⁰ V následujících podkapitolách budou charakterizovány jednotlivé způsoby, kterými strany získávají finanční prostředky. V přehledné tabulce č. 2 je možné spatřit, co bude v následující kapitole reflektováno.

Tabulka 2: Podoby financování politických stran v České republice

Druh financování	STÁTNÍ FINANCOVÁNÍ	SOUKROMÉ FINANCOVÁNÍ
PŘÍMÉ	Příspěvek na úhradu volebních nákladů	Členské příspěvky
	Stálý příspěvek	Dary
	Příspěvek na mandát	Příjmy z pronájmu majetku
	Příspěvek na podporu činnosti politického institutu	Úroky z vkladů
		Úvěry
		Příjmy z pořádání akcí
NEPŘÍMÉ	Vysílací čas ve sdělovacích prostředcích	Nefinanční služby ze soukromého sektoru
	Daňové zvýhodnění členských příspěvků	
	Výhody z výkonu mandátu	

Zdroj dat: vlastní zpracování.

⁹⁰ NOVOTNÝ, Bořivoj. Financování volební kampaně. In ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Volební kampaň v České republice*. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 75.

2.1. Státní financování

Celkově mají v sobě politické finance hodně odlišných aspektů.⁹¹ Pod státní financování spadá přesun finančních prostředků na základě zákonem určených podmínek. Můžou to být finanční prostředky, které směřují speciálně pro účely voleb, a v tom případě se myslí financování přímé. Pokud by se jednalo o nefinanční podporu politických stran, jako je například zajištění prostoru ve sdělovacích prostředcích před volebním kláním nebo výhody plynoucí z výkonu mandátu, tak v těchto případech by se již jednalo o financování nepřímé.

Moderní politické strany byly soukromým financováním doprovázeny již od samotného vzniku.⁹² K zavedení státního financování politických stran, tedy příspěvků pro politické strany z veřejných rozpočtů, se začala většina zemí přiklánět až po druhé světové válce. Bylo to kvůli špatným zkušenostem z první poloviny dvacátého století v důsledku tehdejších diktatur. Politické reprezentace začaly chápat, že svobodná stranická soutěž politických stran je nezbytným předpokladem funkčního demokratického uspořádání, a z toho důvodu začaly být prvky financování politických stran státy začleňovány do textů ústav. Volná politická soutěž se poté stala jedním ze základních ústavních principů a státy tento systém začaly ochraňovat skrze peněžní intervence.⁹³

Státní financování se ovšem netěší příliš velké oblibě u široké veřejnosti, což je způsobeno zejména různými korupčními skandály. Nassmacher nepopulárnost tohoto druhu financování odvozuje z průzkumů veřejného mínění.⁹⁴ Státní financování vychází z příspěvků z veřejných rozpočtů, do kterých přispívá každý občan v podobě placení daní. Z toho důvodu mají občané a široká veřejnost právo na informace od politických stran, jak s těmito prostředky hospodaří a jak jsou celkově politické strany financovány.⁹⁵

⁹¹ ŠIMRAL, Vít. Proměny českého stranického systému ve světle účetních knih politických stran. *Sociologický časopis*, 2016, roč. 52, č. 5, s. 681.

⁹² VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, s. 34.

⁹³ OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 104.

⁹⁴ NASSMACHER, Kar-Heinz. Introduction: Political Parties, Funding and Democracy. In: AUSTIN, Reginald, TJERNSTRÖM, Maja (eds.). *Funding of Political Parties and Election Campaigns*. Stockholm: IDEA, 2003, s. 8.

⁹⁵ KLIMEŠOVÁ, Magdaléna a kol. *Financování politických stran v České republice a potřebné změny regulace*. 1. vydání. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2012, s. 9.

2.1.1. Přímé státní financování

Přímé státní financování garantuje výše zmíněný princip rovnosti a stát tím dává najevo svou vůli přijímat politické strany jako nepostradatelnou součást politického systému. Uskutečňuje se skrze přesně vymezené finanční prostředky pro politické strany.⁹⁶ V moderních politických dějinách je možné nalézt mnoho různých forem státní podpory pro politické strany, avšak do druhé světové války se v převážné většině jednalo o zneužívání státního monopolu vládnoucí stranou k získání výhody nad ostatními. O regulérní financování v té době nešlo. Z evropských zemí jako první země, která zavedla přímé státní financování, bylo Německo,⁹⁷ které tak učinilo v roce 1959.⁹⁸ Poté bylo následováno dalšími státy, např. Rakouskem v roce 1963, Francií v 1965, Švédskem v 1966, Itálií v 1974 či Španělskem v 1977.⁹⁹ Z Latinské Ameriky byla první zemí Uruguay v roce 1928.¹⁰⁰

Karel Nassmacher stanovil tři podobné, ale časově přesahující se fáze přímého státního financování. První fází byla fáze experimentování (1954-1974), kdy některé státy zkoušely funkčnost tohoto financování. Následně další státy, kupříkladu zmíněná Itálie následovala Německo, a tím vznikla druhá fáze rozšíření (1967-1982). Poslední fází bylo přizpůsobení (od 1989). Outlý doplnil ještě fázi podmiňování, a to v důsledku selhání financování stran v některých zemích v 90. letech. V této fázi je poskytnutí státního příspěvku uděleno výměnou za dodržení kontrolních pravidel.¹⁰¹

Koncept tohoto financování v zemích, jako je např. Německo a další, je založen na stanovisku, že je zájmem státu podporovat finančně strany, které reprezentují významnou část elektorátu. Do doby, než byl zaveden tento způsob financování, tak existovalo pouze soukromé financování z vlastních zdrojů, a to zejména z darů od podnikatelských subjektů. To byl jeden z důvodů, proč se zavedlo státní financování. Vzniklo pod vidinou toho, že se sníží potřeba stran

⁹⁶ OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 102.

⁹⁷ OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 51–52.

⁹⁸ VAN BIEZEN, Ingrid. *Financing political parties and election campaigns: guidelines*. Council of Europe, 2003, s. 33.

⁹⁹ KRNÁČOVÁ, Adéla. Financování politických stran v ČR. In: ONDRÁČKA, David, KRNÁČOVÁ, Adéla, et al. (eds.). *Transparentní procesy v politickém rozhodování. Sborník textů k problému korupce politických představitelů*. Praha: Transparency International, 2006, s. 82.

¹⁰⁰ FERNANDO LONDONO, Juan, ZOVATTO, Daniel. Latin Amerika. In: FALGUERA, Elin, JONES, Samuel, OHMAN, Magnus (eds.). *Funding of Political Parties and Election Campaigns*. Sweden: IDEA, 2014, s. 140.

¹⁰¹ OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 105.

získávat peníze z darů od podnikatelských subjektů, kteří na oplátku mohou požadovat prosazení jim vyhovující legislativy a tím vzniká prostor pro korupci. Pro strany je přímé státní financování atraktivní i tím, že obstarává pravidelný příjem do stranické pokladny. Nicméně Outlý poukazuje i na negativa. Ta jsou spojená s tím, že rovnost šancí politických stran ve volební soutěži je relativní, protože pravidla pro jeho poskytování tvoří parlamentní strany, které nemají příliš důvod a podporu potenciálním neparlamentním soupeřům pomoci.¹⁰² Já jsem opačného názoru, myslím si, že strany mají rovné příležitosti, jelikož pravidla platí pro všechny stejně.

Avšak předpoklad, že zavedením přímého státního financování nebudou strany hledat jiné finanční zdroje, byl mylný. Kvůli provázanosti stran se státem navíc postupně ztrácejí motivaci chovat se jako spolek, který je založen na dobrovolné činnosti svých členů. Strany se navíc čím dál více odcizují veřejnosti, jelikož klesá počet členů.¹⁰³ Nevýhodou tedy může být odcizování veřejnosti a větší závislost na státu. Naproti tomu je výhody možné shledat v posílení nezávislosti politiků, v ochraně politické rovnosti při volební soutěži a v poskytnutí dostatečných zdrojů pro činnost politických stran.¹⁰⁴ Dle van Biezen lze další výhodu přímého státního financování spatřit ve snížení vlivu soukromých firem na politické strany, konkrétně na činění rozhodnutí daných politických stran.¹⁰⁵

Zákonem není v ČR politickým stranám povoleno vyvíjet vlastní podnikatelskou činnost, proto se stát částečně snaží nahradit jejich ekonomické potřeby svými státními příspěvků. V ČR je vyplácen a) **příspěvek na úhradu volebních nákladů**, který je poskytnut jako jednorázová státní dotace v roce konání voleb. Zároveň se vyplácí i b) **příspěvek na činnost**,¹⁰⁶ jenž je poskytován v pravidelném intervalu politickým stranám, kterým se podařilo v období mezi volbami splnit

¹⁰² OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 54–56.

¹⁰³ LEBEDOVÁ, Eva. *Voliči, strany a negativní kampaň: politická komunikace v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2013, s. 205.

¹⁰⁴ CASAS-ZAMORA, Kevin. *Paying for democracy: political finance and state funding for parties*. University of Essex: ECPR Press, 2005, s. 4–5.

¹⁰⁵ VAN BIEZEN, Ingrid. State Intervention in Party Politics. The Public Funding and Regulation of Political Parties. *European Review*, 2008, roč. 16, č. 3, s. 347.

¹⁰⁶ TRANSPARENTNIVOLBY. *Kolik dáváme stranám peněz prostřednictvím svého hlasu* [online]. transparentnivolby.cz, 20. srpna 2017 [cit. 20. října 2021]. Dostupné na: <https://www.transparentnivolby.cz/snemovna2017/kolik-davame-stranam-penez-prostrednictvim-sveho-hlasu/>.

zákonná kritéria.¹⁰⁷ Jak je patrné z tabulky č. 2 na začátku kapitoly, tak příspěvek na činnost se dělí na stálý příspěvek a příspěvek na mandát.

Postupným historickým vývojem se stát naučil chránit svobodnou soutěž politických stran jako ústavní prvek a považuje ji za tak stěžejní, že převzal zodpovědnost za její materiální zabezpečení.¹⁰⁸ **Příspěvek na úhradu volebních nákladů** (příspěvek na úhradu volební kampaně) tvoří základní složku státních příspěvků, jež plynou politickým stranám. Vychází totiž z principu zajištění volného vstupu do volební soutěže,¹⁰⁹ což je hlavní předpoklad demokratického státu.¹¹⁰ Je tedy úkolem státu zajistit dodržení této zásady a nabízet tento příspěvek, aby byl vstup do volební soutěže opravdu volný. Tím je myšleno, aby vynaložené náklady na účast ve volbách nebyly pro žádnou z kandidujících stran překážkou.¹¹¹

Podmínky pro vznik nároku na náhradu volebních nákladů se v jednotlivých zemích liší, ale v evropských zemích jsou to tyto dvě hlavní podmínky: a) účast ve volbách, b) volební úspěšnost. Kritérium a) je podmíněno kandidováním strany v určitém počtu volebních obvodů nebo postavením určitého počtu kandidátů. Kritérium b) je podmíněno tím, že příspěvek je udělen pouze těm stranám, jež reprezentují významnou část voličů.¹¹² Já osobně zastávám názor, že by kritérium mělo být dostatečně přísné, aby se zamezilo eventuálnímu čerpání peněz se státní dotací subjekty, které se nechtějí podílet na politické činnosti. Myslím si, že tento příspěvek zajišťuje rovný přístup (strany mají stejnou startovací čáru a podmínky) a je vyplácen jednorázově. Je potřeba si také uvědomit, že není možné financovat stejným způsobem velké strany, s podporou významné části voličstva, jako malé strany, které nemají téměř žádnou podporu. Z toho důvodu vnímám kritérium volební úspěšnosti jako důležité, avšak může z toho vyplynout i taková situace, kdy menší strana, co nemá dostatek financí na efektivní volební kampaň, nebude příliš konkurenceschopná oproti větším stranám, čímž nedosáhne na státní podporu a místo v PS PČR.

¹⁰⁷ OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 56.

¹⁰⁸ OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 104.

¹⁰⁹ ŠIMÍČEK, Vojtěch. Ústavní limity financování politického života v České republice a vábení sirén snadných řešení. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politického života*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Mezinárodní politologický ústav, 2015, s. 21.

¹¹⁰ Tento předpoklad je vyjádřen v Článku 20 a 21 Listiny základních práv a svobod a v Ústavě ČR v Článku 5.

¹¹¹ OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 56–57.

¹¹² OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 108.

Takže v důsledku to může vést k znevýhodnění malých nerelevantních stran a omezení volební soutěže.

Právo na úhradu volebních nákladů bylo v ČR začleněno do zákona již v roce 1990, a to zákonem 47/1990 Sb., o volbách do Federálního shromáždění. Politické straně, které se podařilo v roce 1990 získat více než 2 % platných hlasů, náleželo za každý hlas 10 Kč z federálního rozpočtu.¹¹³ V ČR byla v roce 1999 shledána Ústavním soudem protiústavní výše 3 % odevzdaných hlasů s odůvodněním, že by se mělo jednat o hodnotu kolem 1 % hlasů. PČR se v roce 2002 dohodl na hranici 1,5 % hlasů.¹¹⁴ V současné době je náhrada volebních nákladů regulována zákonem č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu.¹¹⁵ Podle tohoto zákona vzniká politickému subjektu nárok na náhradu daných volebních nákladů, pokud ve volbách do PS PČR získá zmíněných 1,5 % ze všech odevzdaných platných hlasů, a to při 100 Kč za každý takový získaný hlas.¹¹⁶ Pokud strana tuto minimální hranici nepřekročí, nezíská žádný příspěvek.

Druhý příspěvek v rámci přímého státního financování je **příspěvek na činnosti**.¹¹⁷ Tento příspěvek již úplně nespočívá na principu zajištění svobodných voleb a volného vstupu stran do politické soutěže. Tento princip již byl naplněn výše zmíněným státním příspěvkem na úhradu volebních nákladů, ale i tak s ním musí být tento příspěvek na činnost v souladu. Tento příspěvek je ve větší míře propojen s domněnkou, že již existence politických stran je pro zastupitelskou demokracii stejně důležitá, jako jejich svobodná soutěž. Dle Outlého se jedná o nadstavbový příspěvek.¹¹⁸ V současnosti je tento příspěvek regulován zákonem č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích.¹¹⁹

Strana získá nárok na tento příspěvek v případě, že předložila ve stanovené lhůtě svou VFZ, s čímž se pojí výše zmíněný princip transparentnosti. V ČR se uznávají dva druhy této podpory.

¹¹³ ŠIMRAL, Vít. *Financování českých politických stran*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2016, s. 66.

¹¹⁴ OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 109.

¹¹⁵ LEBEDOVÁ, Eva. *Voliči, strany a negativní kampaň: politická komunikace v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2013, s. 203.

¹¹⁶ Aktuální znění: § 85 Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

¹¹⁷ ANTOŠ, Marek. Lék pro české politické strany? Peníze! In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politického života*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Mezinárodní politologický ústav, 2015, s. 123.

¹¹⁸ OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 117.

¹¹⁹ ŠIMRAL, Vít. *Financování českých politických stran*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2016, s. 67.

Tím prvním je **stálý příspěvek**, který je založen na tom, že činnost strany je trvalá. Na tento příspěvek má strana nebo hnutí nárok v případě, že ve volbách do PS PČR získala nejméně 3 % hlasů. Dle aktuální legislativy tento příspěvek činí 6 000 000 Kč ročně pro stranu nebo hnutí, jež získala kýžené 3 % platných hlasů. Za každých dalších i započatých 0,1 % hlasů nad rámec 3 % obdrží strana či hnutí dalších 200 000 Kč ročně. Důležité je poznamenat, že příspěvek se navyšuje pouze do 5 %, nad 5 % již ne. To znamená, že za rok z tohoto příspěvku může strana získat maximálně 10 000 000 Kč.¹²⁰ Za zmínění stojí historický vývoj tohoto příspěvku, jelikož z něj vyplývá patrný sklon k posílení ekonomické provázanosti stran se státem. Na základě historické verze daného zákona z roku 2004 náležela stranám jen částka ve výši 3 000 000 Kč za dosažení 3 % hlasů. Možné navýšení bylo do 5 %, a to o 0,1 % v částce 100 000 Kč za každou desetinu. Je patrné, že se částky prakticky zdvojnásobily, což může značit větší závislost stran na státním financování. Na druhou stranu je potřeba brát v potaz i to, že náklady na činnost politické strany se také neustále posouvají s cenou nahoru.

Tím druhým je **příspěvek na mandát**, který vznikne, pokud byl zvolen alespoň jeden poslanec, senátor, krajský zastupitel a zastupitel pražského magistrátu. Pro účely této práce je nejdůležitější zmínit výši příspěvku za mandát jednoho poslance. Tento příspěvek na mandát členů PČR je 900 000 Kč ročně.¹²¹

Poslední příspěvek, který stát vynakládá v rámci přímého státního financování, byl zavedený novelou č. 302/2016 Sb., Zákon, kterým se mění zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů. Jedná se o **příspěvek na podporu činnosti politického institutu**. „*Nárok na příspěvek na podporu činnosti politického institutu vzniká straně a hnutí, jejíž alespoň jeden poslanec byl zvolen za danou stranu a hnutí alespoň ve dvou z posledních tří po sobě jdoucích volebních období Poslanecké sněmovny včetně probíhajícího volebního období a která je zakladatelem nebo členem politického institutu. Tento příspěvek smí strana nebo hnutí použít výlučně k hrazení výdajů na činnost politického institutu.*“¹²² Příspěvek na podporu tohoto institutu je ročně částka, jež se rovná 10 % z celkové výše příspěvku na činnost.¹²³ Z výše uvedeného je patrné, že k získání příspěvku musí politická

¹²⁰ Aktuální znění: § 20 Zákona č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

¹²¹ Tamtéž.

¹²² Tamtéž.

¹²³ Tamtéž.

strana nebo hnutí splňovat i podmínky příspěvku na činnost, který je složen z příspěvku na mandát a stálého příspěvku.

2.1.2. Nepřímé státní financování

Nemalou výhodou pro politické strany a hnutí je i nepřímé státní financování, které je taktéž hrazené z veřejných rozpočtů. Existence tohoto zdroje je odvozena od situace, že v mnoha případech nelze rozlišit mezi činnostmi zvolených osob pro stát a pro vlastní stranu.¹²⁴ V problematice státního financování zaujímá zvláštní místo, jelikož je z určitého pohledu nevyhnutelné. Nezbytnost spočívá např. ve výše zmíněné špatné rozlišitelnosti mezi činnostmi pro stát a stranu. I přes oporu v legislativě se špatně vyčísluje.¹²⁵ Kritika tohoto druhu financování je upozaděna. Nepřímé státní financování není kritizované v takové míře jako výše zmíněné přímé státní financování.¹²⁶

První formou je mediální zvýhodnění neboli a) **bezplatné poskytnutí vysílacího času**.¹²⁷ Z hlediska voleb do PS PČR mají v průběhu volební kampaně ve sdělovacích prostředcích¹²⁸ kandidující politické strany, politická hnutí a koalice, jejichž kandidátní listina byla zaregistrována, vyhrazeno v součtu 14 hodin v Českém rozhlase a celkem 14 hodin v České televizi.¹²⁹ A to v rámci jejich vysílacích okruhů bezplatně věnovaného vysílacího času. Vysílací čas bude mezi všechny zaregistrované kandidující subjekty spravedlivě rozdělen.¹³⁰

Mimo bezplatné poskytnutí vysílacího času zde patří i b) **daňové zvýhodnění**. Konkrétně poskytnuté daňové úlevy na finančním daru, který je poskytován politickým subjektům. Na jednu stranu se tím stát obírá o prostředky, které by mohl mít, kdyby dary dostatečně zdanil, ale na druhou stranu tím vzniká i prostor pro větší kontrolu stranických financí.

¹²⁴ OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 49.

¹²⁵ OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 126.

¹²⁶ KOSS, Michael. *The politics of party funding: state funding to political parties and party competition in western Europe*. Oxford: Oxford University Press, 2011, s. 16.

¹²⁷ VAN BIEZEN, Ingrid. *Financing political parties and election campaigns: guidelines*. Council of Europe, 2003, s. 40.

¹²⁸ ONDRÁČKA, David, VYMĚTAL, Petr. Transparentní financování kampaní? Předvolební kampaň do Poslanecké sněmovny 2013. *Politologická revue*, 2015, roč. 2, s. 99.

¹²⁹ ŠIMÍČEK, Vojtěch. Právní úprava volební kampaně v České republice. *Politologický časopis*, 2000, roč. 7, č. 2, s. 145.

¹³⁰ Aktuální znění: § 16 odst. 8 Zákona č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

Zároveň sem patří i podpora parlamentní práce, jež spočívá ve c) **výhodách plynoucích z výkonu mandátu zákonodárce**. Mezi výhody patří náhrada různých výdajů, např. na stravování, dopravu, reprezentaci, ubytování, odbornou literaturu nebo třeba osobního asistenta.¹³¹ Dále se jedná o d) **podporu poslaneckých a senátorských klubů**,¹³² jelikož tyto kluby mohou využívat ke své činnosti místnosti v prostorách Sněmovny včetně dalších technických prostředků.¹³³

2.2. Soukromé financování

Soukromé financování, tedy financování z vlastních zdrojů, garantuje výše zmíněný princip svobody. Strany zde mají možnost opatřit si finanční prostředky svou vlastní činností, například členskými příspěvky, sponzorskými dary atd.¹³⁴ Soukromé financování je nejstarší možnost získávání finančních prostředků. Pro politické strany to byla do poloviny 20. století jediná možná forma získávání prostředků pro svou činnost. Jak jsem již zmínil, tento druh financování je vyjádřen principem svobody (tedy nebyť závislý na státu) a v ideálním případě by měl být ve vyváženém poměru s principem rovnosti, který se zaměřuje na rovnou soutěž politických stran.¹³⁵ Je potřeba vzít v potaz to, že na rozdíl od státního financování si tímto financováním strana obstarává prostředky pro svou činnost sama či za přispění jejích členů nebo podporovatelů. V soukromém financování tedy nevzniká závislost stran na státu, ale může vzniknout problém napojení na různé velké dárcy, kteří výměnou za dar čekají něco na oplátku.

Soukromé financování je taktéž rozděleno na přímé a nepřímé. Z hlediska přímého soukromého financování se může jednat např. o členské příspěvky, dary a další příjmy. Naopak u nepřímého se jedná o různá nefinanční a bezúplatná plnění. Outlému vadí špatně vyčíslitelné nepřímé soukromé financování, např. poskytnutí nějaké služby za mnohem nižší ceny. Zároveň v tomto typu spatřuje největší neprůhlednost a největší prostor pro korupci.¹³⁶ Problémové jsou

¹³¹ Aktuální znění: § 5 odst. 1 Zákona č. 236/1995 Sb., o platu a dalších náležitostech spojených s výkonem funkce představitelů státní moci a některých státních orgánů a soudů a poslanců Evropského parlamentu, ve znění pozdějších předpisů.

¹³² OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 91.

¹³³ Aktuální znění: § 78 Zákona č. 90/1995 Sb., Zákon o jednacím řádu Poslanecké sněmovny, ve znění pozdějších předpisů.

¹³⁴ OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 49.

¹³⁵ KRNÁČOVÁ, Adéla. Financování politických stran v ČR. In: ONDRÁČKA, David, KRNÁČOVÁ, Adéla, et al. (eds.). *Transparentní procesy v politickém rozhodování. Sborník textů k problému korupce politických představitelů*. Praha: Transparency International, 2006, s. 82.

¹³⁶ OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, s. 49–50.

i velké finanční dary.¹³⁷ Kvůli rostoucím obavám ze závislosti stran na těchto typech příjmů došlo k výraznému zpřísnění soukromého financování, zejména novelami před volbami do PS PČR v roce 2017.

2.2.1. Přímé soukromé financování

Mimo již zmíněné zdroje financování ze státního rozpočtu, kterými jsem se zabýval výše v této kapitole (příspěvkem na činnost, příspěvkem na úhradu volebních nákladů a příspěvkem na podporu politického institutu), může být zejména pro strany, které se nedostaly do PS PČR (a nejen pro ně) a nepřekročily ani potřebných 1,5 % k zisku státních prostředků, atraktivní i možnost, kterou poskytuje soukromé financování. Toto financování je vlastně jediným možným zdrojem příjmů pro strany, které nemají nárok na státní podporu. V této podkapitole vymezím pro strany nejvýznamnější způsoby přímého soukromého financování.

Politické strany mohou v ČR získat svůj příjem mimo jiné z: 1) **členských příspěvků**; 2) **darů**, dědictví a **bezuplatných plnění**. **Další příjmy** mohou pocházet (v případě, že má strana daný majetek ve svém vlastnictví) z: 3) z nájmu, pachtu a zcizení movitého a nemovitého majetku; dále z 4) úroků z vkladů; 5) také z příjmů vzniklých z jejich účasti na podnikání jiných právnických osob (ale vlastním jménem není možné podnikat); 6) příjmů z pořádání tombol a různých akcí, např. kulturních, sportovních, vzdělávacích, rekreačních atd; 7) zápůjčkou a úvěry, která je poskytnuta pouze bankou, platební institucí nebo institucí elektronických peněz.¹³⁸ Od nikoho jiného tedy nově strany nemohou přijmout úvěr. Jak je možné vidět, tak strany mají široké spektrum možností, jak se postarat i o své samofinancování v podobě některé z těchto podob soukromého financování.

Co se týče **členských příspěvků**, jsou dle Roztočila tyto příspěvky nejméně problematickým prostředkem v soukromém financování, protože není pravděpodobné, že by členským příspěvkem byla deformovaná budoucí politika strany. Kromě toho jsou tyto příspěvky jedním z prvních způsobů, jak politické strany mohly získat finance pro svou činnost. Nevýhodu tvoří však jejich nízká hodnota, jež nevystačí na chod celé strany. Navíc pokud by strany chtěly vyšší příspěvky, tak by to s největší pravděpodobností odradilo ještě více příznivců a členská

¹³⁷ KOSS, Michael. *The politics of party funding: state funding to political parties and party competition in western Europe*. Oxford: Oxford University Press, 2011, s. 16.

¹³⁸ Aktuální znění: § 17 odst. 8 Zákona č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

základna by se snížila.¹³⁹ Tímto krokem by se strany ještě více oslabily a vedlo by to k ještě většímu snížení příspěvku.¹⁴⁰ Tento příspěvek je tedy možno považovat za nejvíc demokratickou a legitimní formu financování stran, jelikož jsou darovány na dobrovolném základě a jejím poskytnutím se nevyžaduje třeba změna programu a směřování strany apod. V posledních desetiletích ale významnost tohoto příspěvku stále více upadá, jelikož se snižuje počet členů ve stranách, s čímž se pojí i celková angažovanost lidí, a tím je nižší i tento příspěvek v příjmu stran.¹⁴¹ Není to problém pouze českých politických stran, ale jde o trend, který lze shledat v celé Evropě.¹⁴² V ČR tvoří podíl členských příspěvků na celkovém příjmu stran jenom malé procento, což je mimo jiné důsledkem malé politické angažovanosti, kdy se pouhé 2 % voličů angažují v politických stranách.¹⁴³ Členské příspěvky jsou osvobozené od daně a Klimešová kritizuje, že by mohlo docházet k situaci, kdy jsou dary vykazovány právě jako členské příspěvky a řešení spatřuje v zavedení maximální výše příspěvku na osobu za rok.¹⁴⁴ Jak jsem již výše zmínil, tak jedna z novinek představených zmíněnými novelami, bylo zavedení hranice 50 tisíc Kč u členského příspěvku. V případě, že členský příspěvek překračuje tuto hodnotu, je již nově považován jako dar a započítává se do limitu 3 milionů na osobu. Členské příspěvky vnímám tak, že v tomhle příspěvku je možné vidět optimální způsob pro financování, jenže problém je, že závisí na počtu členů stran, který neustále klesá. Tento příspěvek hrál velkou roli u masových stran.

Naopak nejvíce diskutovanou a problematickou strukturou soukromého financování jsou zcela jistě **finanční dary**, které mohou poskytovat fyzické i právnické osoby. S jejich poskytnutím by mohl štedrý dárců požadovat splnění nějaké protislužby či prosazení zákona.¹⁴⁵ Podpoření

¹³⁹ ROZTOČIL, Aleš. Financování politických stran a srovnání jeho právní úpravy v evropských zemích. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politických stran v České republice*. Brno: Mezinárodní politologický ústav Masarykovy univerzity v Brně, 1998, s. 11–12.

¹⁴⁰ ANTOŠ, Marek. Lék pro české politické strany? Peníze! In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politického života*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Mezinárodní politologický ústav, 2015, s. 122.

¹⁴¹ VAN BIEZEN, Ingrid. *Financing political parties and election campaigns: guidelines*. Council of Europe, 2003, s. 17–18.

¹⁴² ONDRÁČKA, David. Nedostatky vnitrostranické demokracie aneb jak se dělá politika uvnitř českých stran. In: ONDRÁČKA, David, KRnáČOVÁ, Adéla, et al. (eds.). *Transparentní procesy v politickém rozhodování. Sborník textů k problému korupce politických představitelů*. Praha: Transparency International, 2006, s. 35.

¹⁴³ ANTOŠ, Marek. Lék pro české politické strany? Peníze! In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politického života*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Mezinárodní politologický ústav, 2015, s. 120.

¹⁴⁴ KLIMEŠOVÁ, Magdaléna a kol. *Financování politických stran v České republice a potřebné změny regulace*. 1. vydání. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2012, s. 40–41.

¹⁴⁵ KOKEŠ, Marian. (Ne)zamýšlené důsledky regulace soukromého financování politických stran v ČR. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politického života*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Mezinárodní politologický ústav, 2015, s. 150.

strany je samozřejmě legitimní, problém vyvolávají některé netransparentní dary právnických osob, kvůli kterým strana přestává hájit své zásady, např. programové, a hájí zájmy velkopodnikatelů.¹⁴⁶ Zřejmě i z toho důvodu byly zavedeny podstatné změny v oblasti darů. Došlo k výraznému zpřísnění limitů na dary. V kapitole 1.4. došlo k zevrubnému nastínění dané změny u darů, ale v této části bych se danou problematiku pokusil více rozvinout. Nově je stanoven maximální limit 3 miliony Kč za rok od jedné osoby, kdy za jednu osobu se považuje jak osoba fyzická, tak právnická osoba, jež je k dané osobě ve vztahu ovládající nebo ovládané.¹⁴⁷ Pro vysvětlení toto konstatování znamená, že není možné, aby jeden subjekt financoval volební kampaň skrze firmy, jež ovládá. Takže jedna osoba je bez možnosti darování 3 milionů Kč ze své kapsy a poté darování dalších peněz přes firmy.¹⁴⁸ Tento limit v minulosti stanoven nebyl a považuji za dobré, že nyní je limit již uzákoněn. Vnímám to jako snahu omezit velké sponzorské dary, čímž strany mohly tíhnout k prosazování zájmu svých velkých donorů a oddalovat se od svých voličů. Pokud by nebyly dary regulovány vůbec, tak by zcela jistě nastala situace, kdy by byly politické strany a politika jako celek ovlivněny dárci anonymního původu.

Důležité je si uvědomit v této souvislosti i to, co již bylo naznačeno. Pokud poskytne člen strany členský příspěvek vyšší než 50 tisíc Kč, tak i toto se počítá jako dar. Je zde nutnost i písemné smlouvy při překročení částky 1 tisíc Kč na dar, aby došlo k zamezení anonymizace darů. Strany zároveň nesmí přijmout dar, jenž by byl ve vyšší hodnotě než 3 miliony Kč za rok od jedné osoby, pokud by se tak stalo, jsou nuceny ho vrátit.¹⁴⁹ Jak je již výše v práci zmíněno, tak přehledem darů je tvořena jedna z částí VFZ.

Za zmínění stojí kauza spojená s darováním 7,5 milionu Kč pro ODS od Milana Šrejbera. Tato kauza byla z roku 1997 a uvedená částka byla rozdělena mezi dva neexistující, tedy fiktivní, zahraniční sponzory Lajose Bácsa a Radžíva Sinhu. Tudíž zde byla snaha o anonymizaci darů ze strany velkopodnikatele, protože tím skutečným poskytovatelem daru byl zmíněný Milan

¹⁴⁶ ROZTOČIL, Aleš. Financování politických stran a srovnání jeho právní úpravy v evropských zemích. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politických stran v České republice*. Brno: Mezinárodní politologický ústav Masarykovy univerzity v Brně, 1998, s. 12–13.

¹⁴⁷ Aktuální znění: § 18 odst. 2, 5 Zákona č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

¹⁴⁸ TRANSPARENTNIVOLBY. *Povinnosti politických stran aneb co nový zákon požaduje* [online]. transparentnivolby.cz, 21. srpna 2017 [cit. 20. října 2021]. Dostupné na: <https://www.transparentnivolby.cz/snemovna2017/povinnosti-politickyh-stran-aneb-co-novy-zakon-pozaduje/>.

¹⁴⁹ Aktuální znění: § 18 odst. 2, 3, 5 Zákona č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

Šrejber.¹⁵⁰ V důsledku této kauzy došlo k zákazu přijímání zahraničních darů od právnických osob.¹⁵¹ Další kauza z našeho prostředí se týkala výroku Karla Schwarzenberga v roce 2011, který nařkl ČEZ z dlouhodobého financování naší politické scény, čímž se tento energetický gigant měl snažit o prosazení svých zájmů v politice. Problémem bylo, že žádná ze stran neměla polostátní ČEZ uvedený v seznamu svých obdarovatelů. Energetická společnost nařčení popřela.¹⁵² Vnímám to tak, že v případě, pokud by tato energetická společnost skutečně měla vliv na politiku a snažila se prosazovat své zájmy skrze politiky díky velkým darům poskytnutým při financování stran, tak to by znamenalo názorný příklad porušení veškerých již zmíněných principů ve financování stran.

Politické strany a hnutí nesmí přijmout dar či jiné bezúplatné plnění od: „*státu; příspěvkové organizace; obce, městské části, městského obvodu a kraje; dobrovolného svazku obcí; státního podniku a právnické osoby s majetkovou účastí státu nebo státního podniku, jakož i od osoby, na jejímž řízení a kontrole se podílí stát, to neplatí, nedosahuje-li majetková účast státu nebo státního podniku 10 %; právnické osoby s majetkovou účastí kraje, obce, městské části nebo městského obvodu; to neplatí, nedosahuje-li majetková účast 10 %; obecně prospěšné společnosti, politického institutu a ústavu; z majetku svěřenského fondu; jiné právnické osoby, stanoví-li tak jiný právní předpis; zahraniční právnické osoby s výjimkou politické strany a fundace zřízené k veřejně prospěšné činnosti; fyzické osoby, která není státním občanem České republiky; to neplatí, jedná-li se o osobu, která má právo volit na území České republiky do Evropského parlamentu.*“¹⁵³ Souhrnně není možné vzít dar od státu, obcí, zahraničních fyzických a právních osob nebo svěřeneckých fondů.

Je potřeba vnímat a uvědomit si, že ze všech výše zmíněných možných příjmů, které politické strany získají členskými příspěvky, dary, dědictvím či bezúplatným plněním, tyto mají jednu společnou hodnotu, a tou je, že osoba, která dané straně tyto příjmy poskytuje, je vlastně jejím podporovatelem. Další příjmy strany jsou závislé na jejím konkrétním jednání, tím myslím

¹⁵⁰ SLONKOVÁ, Sabina, KOLOMAZNÍKOVÁ, Jana. *Novák je nevinný, rozhodl soud* [online]. idnes.cz, 8. června 2000 [cit. 20. listopadu 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/novak-je-nevinnen-rozhodl-soud.A000607082614domaci_mhk.

¹⁵¹ ŠIMRAL, Vít. *Financování českých politických stran*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2016, s. 86.

¹⁵² SLONKOVÁ, Sabina, ŠÍDLOVÁ, Tereza. *Schwarzenberg: Všichni víme, že ČEZ financoval strany* [online]. zpravy.aktualne.cz, 29. září 2011 [cit. 20. listopadu 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/politika/schwarzenberg-vsichni-vime-ze-cez-financoval-strany/r~i:article:715678/>.

¹⁵³ Aktuální znění: § 18 odst. 1 Zákona č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

příjmy z nájmu, pachtu, tombol, pořádání různých akcí výše zmíněných, zcizení movitého a nemovitého majetku, úvěrů a zápůjček, úroků z vkladů a příjmů vzniklých z jejich účasti na podnikání jiných právnických osob, čímž se strany snaží tvořit zisk. Zákon¹⁵⁴ stranám zakazuje podnikat vlastním jménem, ale mohou založit obchodní společnost a být v ní jako společník, ale i toto má své limity, jelikož strany mohou takovým způsobem podnikat v činnostech, jako je např. provozování vydavatelství, publikační a propagační činnosti, výroba a prodej předmětů zaměřených na program a činnost stran.

2.2.2. Nepřímé soukromé financování

Mezi tuto kategorii se řadí nefinanční služby ze soukromého sektoru, což v důsledku znamená, že do této kategorie spadá i **nepeněžité dary** nebo tzv. **bezúplatné plnění**, jelikož se jedná o nefinanční podobu příspěvku. Toto bezúplatné plnění může vypadat například jako poskytnutí zdarma reklamního prostoru nebo bezúplatné půjčení stánku.¹⁵⁵ Strany jsou navíc povinné takové plnění vyjadřovat ve svých VFZ v cenách obvyklých dle Zákona č. 151/1997 Sb., zákona o oceňování majetku. To má zabránit využití velkých slev, z kterých mají strany významný prospěch, protože by tím získaly výhodu oproti ostatním stranám, a to v možnosti dělat více reklamy za méně peněz. Navíc pokud daná jedna osoba poskytuje bezúplatné plnění i finanční dar, tak se do výše zmíněného limitu započítávají obě sumy.¹⁵⁶ P. Vymětal se domnívá, že zatím není sjednocená metodika, kterou by se dalo stanovit hodnoty cen obvyklých ve volební kampani, navíc je obvyklá cena závislá na místě a čase.¹⁵⁷ Což považuji za logické, jelikož stanovit například obvyklou cenu pro jeden billboard může být složité, protože cena stejného bude jiná na jaře a na podzim.

2.3. Shrnutí

Tahle kapitola se měla pokusit objasnit dílčí cíl stanovený v úvodu diplomové práce, konkrétně **objasnit podobu financování politických stran v ČR**. Zároveň najít odpověď na první výzkumnou otázku, která sloužila k splnění dílčího cíle, tedy *jaké máme v současné době podoby financování politických stran v České republice?* Jsem přesvědčený, že se mi povedlo naplnit dílčí

¹⁵⁴ Aktuální znění: § 17 odst. 2, 3 Zákona č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

¹⁵⁵ OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 103.

¹⁵⁶ TRANSPARENTNIVOLBY. *Dary na kampaně pod drobnohledem* [online]. transparentnivolby.cz, 20. srpna 2017 [cit. 20. října 2021]. Dostupné na: <https://www.transparentnivolby.cz/snemovna2017/dary-dary-dary/>.

¹⁵⁷ VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, s. 226.

cíl i odpověď na tuto výzkumnou otázku. Pro stručnost danou kapitolu shrnu a zhodnotím, jaké jsou dle mého názoru hlavní pozitiva a negativa financování politických stran.

VO1: *Jaké máme v současné době podoby financování politických stran v České republice?*

V ČR máme nastavený smíšený způsob financování politických stran, což znamená, že při splnění podmínek mají strany nárok na financování od státu a současně možnost financování i ze soukromých zdrojů. V první části kapitoly jsem se zabýval státním financováním, které jsem rozdělil na přímé a nepřímé. Přímé státní financování je v ČR založeno na a) jednorázovém příspěvku na úhradu volebních nákladů. Ten získá strana, jež má ve volbách minimálně 1,5 % hlasů a za každý takový hlas získá 100 Kč. Dále na b) pravidelném příspěvku na činnost, který je rozdělen na několik částí. První je stálý příspěvek, kdy strana musí mít minimálně 3 % hlasů, čímž získá 6 milionů Kč. Za dalších 0,1 % hlasů až do výše 5 % může získat dalších 200 tisíc Kč. Nejvíce může strana získat 10 milionu Kč. Druhý je příspěvek na mandát, který činí 900 tisíc Kč ročně pro člena PČR. Nově také na c) příspěvku na podporu politického institutu. Nepřímé státní financování spočívá a) v bezplatném poskytnutí vysílacího času; b) v daňovém zvýhodnění; c) ve výhodách plynoucích z výkonu mandátu zákonodárce; d) v podpoře poslaneckých a senátorských klubů. V druhé části kapitoly jsem se věnoval nejstarší formě financování, a to soukromému financování, které jsem také rozdělil na přímé a nepřímé. Zabýval jsem se zejména těmi nejdůležitějšími částmi přímého soukromého financování. Těmi jsou a) členské příspěvky (ty v současné době nejsou tak relevantní jako dříve); b) finanční dary (ty jsou nejvíce problematickým bodem v soukromém financování, avšak novou legislativou došlo k výraznému zpřísnění v oblasti darů); c) další příjmy se snahou tvořit zisk. Zjistil jsem, že do nepřímého soukromého financování spadají bezúplatná plnění a nepeněžité dary, které jsou strany nově nuceny vyjadřovat v cenách obvyklých. Do obou částí kapitol jsem zakomponoval změny projevené novelami z roku 2017.

Jsem toho názoru, že smíšený systém financování politických stran v ČR naplňuje princip rovnosti a princip svobody. Politické strany mají stejnou šanci pro získání státních příspěvků (za splnění zákonem daných podmínek) a zároveň mají i možnost získat peníze z vlastních zdrojů. **Státní financování** má dle mého názoru kladný vliv v tom, že garantuje rovné příležitosti, umožňuje spravedlivou a svobodnou soutěž a taky zachovává a podporuje pluralitu stran. V neposlední řadě umožňuje kontrolovat hospodaření s financemi. Naopak riziko tohoto financování shledávám v tom, že dochází k růstu výdajů a tím pádem k riziku plýtvání veřejnými

zdroji. Taktéž může docházet k odklonění od společnosti směrem ke státu, velké závislosti stran na státu. V neposlední řadě také ke koncentraci moci tím, že větší strany, jež mají významné soukromé financování, budou mít i větší příspěvky od státu.

Co se týče **soukromého financování**, shledávám u něj pozitiva v tom, že díky němu vznikají nové strany, které podporují politickou pluralitu. Zvyšuje se zájem společnosti a tím i účast na politickém procesu, dále podporuje princip svobody. V neposlední řadě je to i možnost, jak projevit své osobní preference konkrétní podporou své oblíbené strany. I toto financování má dle mého názoru rizika a negativa, která je nutné brát v potaz. Zejména v minulých letech jsme byli svědky snahy maskovat velké sumy dary fiktivních osob, aby nebyl znám pravý dárcce. Tato skutečnost souvisí s dalším negativem, a to vidinou budoucího prospěchu dárcce, pokud poskytne abnormálně velký dar straně. Tato situace směřuje ke korupci, potlačení veřejného zájmu, a dokonce i k znevážení principu, že jeden člověk se rovná jeden hlas. Avšak vítám snahu o eliminaci tohoto problému zavedením maximálního limitu 3 milionů Kč ročně na osobu v poskytnutí daru.

3. Financování volebních kampaní PS PČR v roce 2017

Tato kapitola je zaměřena na analýzu financování volebních kampaní a také jednotlivé parlamentní strany. První podkapitola se v úvodu orientuje na vymezení předmětu výzkumu, včetně stanovení kritérií a rozpracování metodiky výzkumu. Další podkapitola bude věnována parlamentním stranám, konkrétně stručnému vývoji na politické scéně mezi lety 2013 a 2017, samotnému výsledku voleb v roce 2017 a povolební situaci. V rámci dané podkapitoly bude definována i základní charakteristika toho, jakým stylem strany vedly svou volební kampaň. Další část kapitoly se bude zabývat tím, jak strany financovaly své volební kampaně. To bude zahrnovat zjištění, kolik získaly finančních prostředků ze státního rozpočtu, jaké celkové náklady vynaložily na kampaň, kolik stál strany jeden hlas a jeden mandát – tímto krokem bude moci být zjištěn jeden z cílů práce, a tím je efektivita financování.

3.1. Výzkum financování volebních kampaní PS PČR v roce 2017

Analytická část diplomové práce se zabývá problematikou financování volebních kampaní v parlamentních volbách v roce 2017. Tato kapitola zároveň obsahuje vytvořený codebook, dle jakých proměnných devět parlamentních subjektů financovalo svou předvolební kampaň. Součástí výzkumu bude porovnání výdajů na kampaň ze strany jednotlivých politických stran, zjištění ceny jednoho hlasu a ceny jednoho mandátu. Veškeré údaje o financování budou analyzovány z VFZ.

3.1.1. Charakteristika zkoumaného problému a cíl výzkumu

Výzkumu bude podrobena financování volebních kampaní v parlamentních volbách v roce 2017 včetně zjištěné struktury a efektivity. Na základě výzkumu bude posouzen vzájemný vztah mezi dílčími kategoriemi dle toho, jak je devět parlamentních subjektů financovalo. Jednotlivé kategorie budou vymezeny v metodice výzkumu (kapitola 3.1.3.).

Pro přehlednost je vhodné znovu zmínit, co je hlavním cílem diplomové práce, konkrétně tedy: *zjistit strukturu a efektivitu financování politických stran do svých volebních kampaní ve volbách do PS PČR v roce 2017 včetně toho, kolik finančních prostředků bylo utraceno na jeden hlas a mandát*. Právě na tento cíl a zodpovězení výzkumných otázek bude směřovat následující výzkum.

3.1.2. Stanovení kritérií výzkumu

Ve výzkumu je nutné stanovit určitá kritéria:

- varianty vedení předvolební kampaně dle výdajů jednotlivých stran,
 - nízké náklady na kampaň (do 20 miliónů Kč),

- střední náklady na kampaň (do 40 miliónů Kč),
 - vysoké náklady na kampaň (do 60 miliónů Kč),
 - velmi vysoké náklady na kampaň (do 90 miliónů Kč),
- celkové výdaje,
 - celkový počet platně získaných hlasů,
 - cena jednoho mandátu,
 - cena jednoho hlasu.

3.1.3. Metodika výzkumu

Metodikou práce se rozumí takový postup výzkumu či průzkumu, jenž současně obsahuje techniku a metodu výzkumného vzorku. Přesně vymezuje jednotlivé postupy pro provedení dané činnosti.¹⁵⁸ „Metodika je určitý návod, jak dosáhnout výzkumného cíle, může být schematicky znázorněna vývojovým diagramem či podobným formalizovaným zápisem.“¹⁵⁹ V této diplomové práci došlo k využití obecně teoretických metod, jež byly zmíněny v úvodu práce.

Výzkum pomocí případové studie bude realizován v několika krocích, jež jsou ve vzájemné interakci:¹⁶⁰

1. Určení výzkumných otázek

Výzkumné otázky pro analytickou část jsou následující:

VO2: *Kolik finančních prostředků musely vynaložit jednotlivé parlamentní strany pro získání jednoho hlasu a mandátu?*

VO3: *Jsou politické strany s nízkým nebo středním rozpočtem na volební kampaň finančně efektivnější?*

VO4: *Jaký druh financování byl politickými stranami nejvíce/nejméně využíván? Do čeho politické strany nejvíce/nejméně investovaly?*

VO5: *Jsou tradiční prostředky reklamy (venkovní reklama a reklama v tisku) již minulostí? Vynakládaly politické strany více finančních prostředků na reklamu na internetu než na venkovní reklamu a reklamu v tisku?*

¹⁵⁸ OLECKÁ, Ivana, IVANOVÁ, Kateřina. *Metodologie vědecko-výzkumné činnosti*. 1. vydání. Moravská vysoká škola Olomouc, 2010, s. 6.

¹⁵⁹ ŠIROKÝ, Jan a kol. *Tvoříme a publikujeme odborné texty*. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2011, s.28.

¹⁶⁰ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 4. vydání. Praha: Portál, 2016, s. 112–113.

VO6: *Existuje nějaká podobnost/odlišnost v tom, jak politické strany financovaly své volební kampaně? Které politické strany měly nejpodobnější způsob financování?*

2. Výběr případu, určení metod sběru a analýzy dat

Při plánování výzkumu bylo nutné zvolit taková data, která napomůžou k zodpovězení výzkumných otázek a splnění cíle této diplomové práce. Za metodu sběru dat byla zvolena analýza úředních dokumentů, tedy zdroje informací obsahující údaje o financování politických stran a volbách v roce 2017. Za relevantní zdroj informací byly zvoleny VFZ, v kterých lze nalézt veškeré údaje o financování volební kampaně – tedy jak veškeré příjmy, tak i výdaje na danou volební kampaň. Dále bude vycházeno z údajů od ČSÚ, ve kterých lze nalézt veškeré údaje k volbám v roce 2017. Nejdůležitější zvolený soubor dat pro analýzu financování volebních kampaní byly zprávy o financování volebních kampaní, konkrétně výdajové položky kampaně.

3. Příprava sběru dat

Jelikož dat získaných z úředních dokumentů (VFZ) je mnoho, bylo žádoucí zvolit před sběrem dat jejich organizaci. K organizaci posloužilo zvolení protokolu o postupu sběru dat. Jinak řečeno došlo ke stanovení jednotlivých druhů financování ze zvoleného zdroje informací, jenž obsahuje údaje o financování politických stran. Byl vytvořen codebook, dle něhož byly jednotlivé výdajové položky s popisky zakódovány do vytvořených 11 kategorií. Při tvorbě codebooku jsem se inspiroval monitorovacím projektem Transparentnivolby.cz¹⁶¹ a odborným článkem od P. Vymětala a D. Ondráčky.¹⁶²

Zvolený „codebook“ má následující parametry:

- 1) **Kontaktní kampaň** – zejména zábor veřejného prostranství, provoz volebních či petičních stánků, služby spojeny s realizací tiskových konferencí a volebních mítinků (občerstvení, ozvučení), vystoupení různých interpretů na kampaních (hudební doprovod), nákup drobných propagačních dáreků a předmětů (propisky, balónky, růže, zmrzlina, čaje...), pronájem prostoru na kontaktní kampaň, akce s lídrem strany či zapůjčení různých věcí, jež byly využity pro vedení kontaktní kampaně.

¹⁶¹ TRANSPARENTNIVOLBY. *Financování* [online]. transparentnivolby.cz [cit. 30. listopadu 2021]. Dostupné na: <https://www.transparentnivolby.cz/snemovna2021/financovani/>.

¹⁶² ONDRÁČKA, David, VYMĚTAL, Petr. Transparentní financování kampaní? Předvolební kampaň do Poslanecké sněmovny 2013. *Politologická revue*, 2015, roč. 2, s. 95–124.

- 2) **Letáky, noviny a produkce (= tisk a výroba)** – do této kategorie jsem zařadil výdaje na výrobu, tisk a produkci letáků, spotů či různých reklamních předmětů (propagační předměty, letáky, polepy aut), distribuce letáků, skládaček a volebních novin strany, které se zaměřují na komunikaci programu strany, také grafické a fotografické práce se zaměřením na produkci, tvorba audiovizuálních materiálů, jako jsou volební spoty či nespecifikovaná tvorba propagačních materiálů.
- 3) **Venkovní reklama** – neboli outdoor reklama. Jedná se zejména o distribuci plakátů a billboardů a pronájem venkovních reklamních ploch, včetně polepu aut a jiných dopravních prostředků, výlep plakátů na pronajaté ploše, instalace laviček.
- 4) **Reklama v tisku** – do této kategorie jsem zahrnul náklady politických stran na inzerci v tištěných médiích (celostátních či regionálních).
- 5) **Reklama na internetu** – neboli náklady na propagaci v online prostoru. Pod tuto položku spadá reklama na sociálních sítích (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter) nebo reklama v online médiích (nejčastěji iDnes, Seznam.cz, Deník), dále platby za PPC reklamu, AdWords a umístění online bannerů. Pod tuto kategorii jsem zahrnul i popisky „správa FB“.
- 6) **Reklama v rádiu** – do této kategorie byly zařazeny výdaje, ze kterých bylo jasně poznat, že se jedná o propagaci v rádiu či rozhlase.
- 7) **Strategie a poradenství** – pod tuto kategorii spadají výzkumy veřejného mínění zpracované pro politické strany, konzultační činnost a poradenství, různé průzkumy zpracované na zakázku, kreativní návrhy a blíže nespecifikované PR a marketingové služby reklamních agentur.
- 8) **Personální náklady** – do této kategorie jsem zařadil platby za volební tým, koordinátory, DPP, dohody o dílo, daně.
- 9) **Náklady kanceláře** – zejména nákup kancelářských potřeb, údržba webu, pronájem kanceláří, překlady, poštovné, organizační výpomoc (vyhlášení výsledků voleb a technické zajištění při vyhlášení).
- 10) **Doprava a ubytování** – výdaje spojené s dopravou a ubytováním kandidátů, dovoz věcí, cestovné, pohonné hmoty, parkování, dálniční známky, mytí vozu.

11) **Zbytek** – do této kategorie jsem zařadil další nespecifikované věci. Pokud byl popis účelu ze zpráv o financování volebních kampaní nejasně popsán, snažil jsem se ho zahrnout do jedné z desíti kategorií, které jsem si v codebooku vydefinoval. V případě, že to nebylo možné, jsem daný výdaj klasifikoval v této kategorii zbytek.

4. Sběr dat

Po přípravě sběru dat následuje fáze samotného sběru dat z úředních dokumentů na základě zvoleného codebooku. Data byla postupně zaznamenávána a dokumentována přepisem do počítačového programu MS Excel, aby se v nich dalo dále vyhledávat. V MS Excel jsem vytvořil sloupec „kód případu“ a do něj postupně vpisoval jednotlivé kódy u každé politické strany na základě sloupce „popis účelu“ zjištěného z výdajové složky ze zpráv o financování volebních kampaní. Zjištěná data z MS Excel byla následně exportovaná do programu Statistica, kde jsem pomocí deskriptivní statistiky vypočetl celkovou sumu každého kódu a sumu výdajů, která musela korespondovat s částkou, jež měly strany uvedenu u financování volební kampaně. Výsledky byly následně přepsány do MS Excel, čímž byla vytvořena celistvá přehledná tabulka se všemi částkami.

5. Analýza a interpretace získaných dat

Tato fáze se značně propojuje s předchozím sběrem dat. V této fázi výzkumu se zkoumá spojitost mezi získanými daty a zvolenými výzkumnými otázkami. K analýze a interpretaci jsou využity mimo jiné grafy a tabulky. Získaná data se následně porovnávají mezi sebou.

- a) Ze všeho nejdříve bylo nutné zjistit **počet celkových platně získaných hlasů** pro jednotlivé parlamentní strany, včetně získaných mandátů. Tyto údaje byly zjištěny z dat na webu ČSÚ.
- b) Dále je třeba vyjádřit, **kolik peněz získají jednotlivé politické strany**, kterým se podařilo překročit 1,5 % nutných k získání státního financování při volbách do PS PČR v roce 2017.
- c) Poté budou vyčísleny **celkové výdaje** jednotlivých parlamentních stran na vedenou volební kampaň. Tímto se zjistí intenzita vedené volební kampaně a dojde k vzájemnému srovnání mezi stranami. Zdrojem informací pro zjištění této informace bude již výše zmíněné VFZ.
- d) V dalším kroku bude moci být zjištěno, kolik politické strany musely vynaložit na **jeden platný hlas** získaný ve volbách. Tohoto bude docíleno tím, že se vydělí celkové

výdaje na volební kampaň s celkovým počtem platných hlasů pro každou z devíti politických stran.

- e) Následně je potřeba zjistit, kolik bylo **utraceno na jeden mandát** – neboli kolik stál politické strany jeden poslanec. Tato informace bude zjištěna vydělením celkových výdajů na volební kampaň s celkovým počtem získaných mandátů u jednotlivých politických stran.
- f) V poslední řadě je nutné provést **analýzu a komparaci financování výdajových položek na volební kampaň**. Ta bude provedena v závislosti na zvoleném codebooku, díky kterému bude možné srovnat stejné kategorie u všech politických stran.

6. Příprava zprávy

V poslední fázi výzkumu dochází k zhodnocení získaných dat a vytvoření závěru. Složitost zkoumaného jevu je vyobrazena tak, aby byla co nejvíce srozumitelná pro čtenáře.

3.2. Parlamentní strany voleb do PS PČR v roce 2017

Tuto podkapitolu považuji za vhodnou pro ucelení myšlenek čtenářů k tématu mé diplomové práce, jelikož v této podkapitole se pokusím ve stručnosti vymezit situaci, která panovala před podzimními volbami v roce 2017. Zaměřím se v první řadě na stručný politický vývoj mezi lety 2013 a 2017, jehož cílem bude nabídnout základní náhled do podoby našeho stranického systému a zdůraznit nejdůležitější události. Dále se zaměřím na konkrétní výsledky říjnových voleb v roce 2017 a následnou povolební situaci. Do této části bude zahrnuta i základní charakteristika volebních kampaní dílčích parlamentních stran.

3.2.1. Politický vývoj mezi lety 2013 a 2017

V roce 2013 se konaly historicky sedmé volby do PS PČR. Do dolní komory se dostalo v součtu sedm politických stran z celkem 24 kandidujících subjektů. Tyto volby byly předčasné a 5% hranici pro vstup do PS PČR překročily ČSSD, ANO, KSČM, TOP 09, ODS, Úsvit a KDU-ČSL.¹⁶³ Volby vyhrálo ČSSD s 20,5 % hlasů, ale pro stranu to bylo zklamání, jelikož to byl v té době jejich nejhorší výsledek od vzniku samostatné ČR. Hnutí ANO získalo 18,7 %

¹⁶³ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 25.10. – 26.10.2013* [online]. volby.cz, [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://volby.cz/pls/ps2013/ps2?xjazyk=CZ>.

a KDU-ČSL 6,8 % hlasů. Vládní koalici po těchto volbách utvořilo ČSSD, ANO a KDU-ČSL. Tato koalice byla teprve třetí, které se podařilo dokončit celý svůj mandát.¹⁶⁴

Rok 2014 byl ve znamení hned tří voleb, a to voleb do EP, zastupitelstev měst a obcí a třetiny Senátu. Za zmínku v tomto roce stojí nejvíce úspěch Pirátů, kteří získali poprvé zastoupení v Magistrátu hlavního města Prahy. V roce 2015 se vyskytly dvě události, které stojí za připomenutí, protože měly vliv na vývoj stranického systému a zaměření jednotlivých politických subjektů v ČR. První z nich byl odchod Tomia Okamury a Radima Fialy z Úsvitu kvůli konfliktům uvnitř strany z důvodu vyvádění finančních prostředků z hnutí. Oba politici se následně rozhodli pro založení nové strany SPD. Druhou událostí byla migrační krize, která se dotkla politiky celé Evropy a tu českou ovlivnila na mnoho let dopředu. Toto téma se stalo silně medializované a taky tématem (nejen) nadcházejících voleb. Mezi velké kritiky migrace a muslimů se řadí i Miloš Zeman, který na výročí státního svátku 17. listopadu vystoupil na demonstraci po boku hlavní tváře uskupení Bloku proti islámu. Část politické reprezentace prezidenta za toto konání kritizovala, mimo jiné i premiér Sobotka, čímž se jejich vztah opět zhoršil. Neméně důležitý se stal i rok 2016 z hlediska dění na politické scéně. Rozruch vzbudil záměr reorganizovat některé složky Policie ČR. Ten měl být postaven na zastřešení speciálních útvarů centrální jednotkou. Ministr vnitra za ČSSD tento záměr bránil, avšak Andrej Babiš reorganizaci kritizoval a zároveň ji použil jako téma ve své kampani. Další událostí tohoto roku byly říjnové krajské volby, v kterých ANO získalo nejvíce hlasů v devíti z 13 krajů, a díky těmto volbám se hnutí Andreje Babiše povedlo úspěšně prosadit na všech úrovních vládnutí.¹⁶⁵ Nicméně asi největší událostí, která rezonuje naší politikou dodnes, se stalo podezření Andreje Babiše z dotačního podvodu při financování farmy Čapí hnízdo. Kvůli tomu byla na jaře 2016, kdy se tato kauza dostala na veřejnost, svolána i mimořádná schůze PS PČR, ačkoliv dle webu Neovlivni.cz dostala policie trestní oznámení již v listopadu 2015.¹⁶⁶

Události z roku 2017 jsou z velké většiny propojeny s událostmi z předchozích roků a dále ovlivněny volbami, jejichž konání bylo naplánované na říjen 2017. Hned z počátku tohoto roku vyslovil premiér B. Sobotka tezi, že Bohumínské usnesení z roku 1995 je již přežitek doby. Za svůj výrok sklidil kritiku například od Petra Fialy z ODS. Právě toto usnesení, jež ČSSD dříve přijala,

¹⁶⁴ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 10–13.

¹⁶⁵ Tamtéž, s. 13–16.

¹⁶⁶ NEOVLIVNI.CZ. *Speciál: seřadili jsme všechny větvičky Čapího hnízda* [online]. neovlivni.cz, 22. února 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://neovlivni.cz/speciál-capi-hnizdo-babis-agrofert-dotace/>.

zakazuje spolupráci s KSČM a dle slov premiéra by si budoucí vládní spolupráci s komunisty dokázal představit.¹⁶⁷ S blížícím se koncem volebního období vládní koalice začaly na povrch prosakovat další skandály a hrozil i pád vlády spolu s předčasnými volbami. Podstatné je zmínit právě tu mezi tehdejšími premiérem B. Sobotkou z ČSSD a ministrem financí A. Babišem z ANO. Premiér Sobotka oznámil 2. května, že podá demisi vlády. Tuto skutečnost odůvodňoval tím, že je ministr financí Babiš ve střetu zájmů, jelikož v rámci svého resortu kontroluje Finanční správu, která současně měla prošetřit Babišův nákup jednokorunových dluhopisů od jeho vlastní společnosti Agrofert. Stejně jako kauzu s Čapím hnízdem, tak i tuto Babiš označil za organizovanou kampaň vůči jeho osobě. PS PČR již dříve vyzývala Babiše, aby vyvrátil podezření z daňových úniků, a to do konce dubna. Vysvětlením, které Babiš zaslal dopisem, se ale Poslanecká sněmovna nespokojila a žádala jeho odstoupení.¹⁶⁸ Mezitím se na internet dostala nahrávka s tím, jak předseda hnutí ANO domlouvá s redaktorem z MF DNES dehonestaci politiků ČSSD. Dle nahrávky se A. Babiš pokusil ovlivnit média, která mimo jiné vlastní jeho holding Agrofert. Prezident Zeman chtěl ovšem přijmout demisi výhradně premiéra, ne celé vlády, a proto se Sobotka rozhodl odvolat pouze A. Babiše a svou demisi stáhl.¹⁶⁹

Další kauza a výrazná událost tohoto funkčního období, která nastala před podzimními volbami v roce 2017, se týkala opět předsedy hnutí ANO a také Jaroslava Faltýnka. Do PS PČR dorazila v srpnu 2017 žádost o vydání těchto dvou politiků k trestnímu stíhání v kauze Čapí hnízdo. Oba politici jsou podezřelí z dotačního podvodu a poškození zájmů EU.¹⁷⁰ Jenže oba měli poslaneckou imunitu, tudíž pro jejich vydání musela hlasovat PS PČR. Tato událost se stala v momentě, kdy hnutí ANO zahajovalo začátkem září svou horkou fází volební kampaně. Babišovi toto načasování umožnilo, aby celou tuto kauzu modeloval jako předvolební kampaň od své

¹⁶⁷ CT24. *Vládní koalice ČSSD s komunisty? Žádný problém, oznámil Sobotka. Nevadila by ani Zemanovi kandidátkách* [online]. ct24.ceskatelevize.cz, 17. února 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2038142-vladni-koalice-cssd-s-komunisty-zadny-problem-oznamil-sobotka-nevadila-ani-zemanovi>.

¹⁶⁸ ŠTASTNÝ, Jiří. *Sobotka oznámil demisi vlády. Vyřešil tak problém Babiš Babiše* [online]. lidovky.cz, 2. května 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/sobotka-se-po-poledni-vyjadri-k-babisovu-dopisu-oznami-i-dalsi-kroky.A170502_100422_in_domov_ELE.

¹⁶⁹ IDNES.CZ. *Premiér Sobotka otočil. Demisi nepodá, odvolává Babiše* [online]. idnes.cz, 5. května 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/premier-sobotka-cssd-vladni-krize-demise-prezident-zeman.A170505_094558_domaci_jw.

¹⁷⁰ GURYČOVÁ, Kristýna, KOTTOVÁ, Anna. *Policie může stíhat Babiše a Faltýnka za Čapí hnízdo, rozhodli bez účasti ANO poslanci* [online]. irozhlas.cz, 6. září 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/babise-vydame-k-trestnimu-stihani-rozhodli-po-nekolikahodinove-debate-poslanci_1709061815_ako.

politické konkurence, která je účelově vedená a uměle vykonstruovaná proti němu s cílem ovlivnit říjnové volby.¹⁷¹ Babiš, který byl nejdříve toho názoru, že nevidí důvod pro své vydání, nakonec ve své rétorice obrátil a požádal poslance, aby žádosti o vydání vyhověli.¹⁷²

Co se týče vládní ČSSD, tak té před říjnovými volbami stále klesaly preference. To bylo s největší pravděpodobností způsobeno schopností hnutí ANO a Andreje Babiše přisvojit si majoritu úspěchů dosažených během společného vládního soužití a mediálně ji vytěžit právě na úkor koaliční ČSSD.¹⁷³ Ta se proto rozhodla pro změnu ve vedení strany, když v červnu 2017 po jednání grémia ČSSD bylo rozhodnuto o odchodu dosavadního premiéra B. Sobotky z vedení strany, i když ten zůstal alespoň do říjnových voleb ve funkci premiéra. Novým volebním lídrem pro říjnové volby se stal ministr zahraničí Lubomír Zaorálek a stranu začal řídit ministr vnitra Milan Chovanec.¹⁷⁴ Ani tento krok stranu nechránil od nejhoršího volebního výsledku.

Strana KDU-ČSL na svém květnovém sjezdu v roce 2017 taktéž promýšlela svou předvolební strategii. Na tomto sjezdu bylo dohodnuto, že do říjnových voleb půjde KDU-ČSL v koalici s hnutím STAN. Tohle rozhodnutí v té době znamenalo, že by dvoučlenná koalice musela mít minimálně 10 % hlasů pro vstup do PS PČR. Z toho důvodu se ozývaly některé ohlasy lidovců, že by bylo vhodnější zařazení zástupců STAN na kandidátku KDU-ČSL. Význam by to mělo, jelikož by stačilo pouze 5 % hlasů pro vstup do dolní komory.¹⁷⁵ S tím, jak se blížily říjnové volby a zveřejňovaly se aktuální volební průzkumy, které pro dvoukoalici nebyly příliš pozitivní, se v červenci 2017 širší vedení KDU-ČSL rozhodlo, že tento projekt ukončí. Hnutí STAN bylo navrhnuo, aby vstoupili na kandidátky KDU-ČSL, čímž by odpadla povinnost získat 10 % hlasů. Širší vedení lidovců své rozhodnutí odůvodňovalo zodpovědností za volební výsledek, protože

¹⁷¹ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 17.

¹⁷² KOLÁŘOVÁ, Kateřina. *Vydejte mne, řekl Babiš. Poslanci se přesto přou o kauzu Čapí hnízdo Babiše* [online]. lidovky.cz, 6. září 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/snemovna-rozhodne-o-vydani-babise-a-faltnyka-k-stihani.A170906_071929_in_domov_ele.

¹⁷³ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 21.

¹⁷⁴ KOPECKÝ, Josef. *Sobotka končí v čele ČSSD, volebním lídrem bude Zaorálek* [online]. idnes.cz, 14. června 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/sobotka-konci-v-cele-cssd-volebnim-lidrem-bude-zaoralek.A170614_182225_domaci_kop.

¹⁷⁵ ČTK. *KDU-ČSL půjde do voleb se starosty. Pro koalici zvedla ruku většina delegátů lidoveckého sjezdu* [online]. irozhlas.cz, 27. května 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kdu-csl-pujde-do-voleb-se-starosty-pro-koalici-zvedla-ruku-vetsina-delegatu_1705271343_kno.

nechtěli riskovat vládu jedné strany.¹⁷⁶ Lidovci tím měli na mysli právě to, že pokud by jako koalice neuspěli, nejvíce by na tom profitovalo favorizované hnutí ANO. Propadlé hlasy by se totiž přepočítaly pro strany nad 5% klauzulí dle jejich úspěšnosti.¹⁷⁷ Nicméně STAN odmítlo vstoupit na kandidátky KDU-ČSL a rozhodlo se kandidovat jako samostatná strana. Jako celostátní lídr, který vedl STAN do říjnových voleb, byl zvolen Jan Farský.¹⁷⁸

Pár dnů před volbami byla v politickém a mediálním prostředí kauza lithium. Ta velmi pravděpodobně také ovlivnila zčásti jejich výsledek. Kauza vzešla z toho, že tehdejší ministr průmyslu a obchodu za ČSSD Jiří Havlíček podepsal na začátku října s firmou European Metals Holdings, jež je původem australská, memorandum o těžbě a zpracování rudy lithia na Cínovci. Proruský dezinformační server Aeronet¹⁷⁹ tuto skutečnost popisoval jako něco, co mělo přinést zisk straně ČSSD.¹⁸⁰ Například hnutí ANO s Andrejem Babišem označovalo Havlíčkův podpis memoranda jako snahu ČSSD vytunelovat a okrást stát, loupež za bílého dne nebo jako snahu ČSSD dva týdny před volbami shrábnout peníze do stranické kasy.¹⁸¹ Těsně před volbami to bylo také jedno z projednávaných témat na svolané schůzi PS PČR dne 16. října 2017. Lithium se stalo dominantní jak v médiích, tak v kampani politických stran.¹⁸²

¹⁷⁶ ŠTEFAN, Václav. *Konec volební koalice? Vedení lidovců vyzvalo Starosty ke vstupu na jejich kandidátky sjezdu* [online]. irozhlas.cz, 18. července 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/konec-volebni-koalice-vedeni-lidovcu-vyzvalo-starosty-ke-vstupu-na-jejich_1707181927_pj.

¹⁷⁷ ČT24. *Lidovci obrací. Místo koalice chtějí zástupce Starostů na svých kandidátkách* [online]. ct24.ceskatelevize.cz, 18. července 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2185159-lidovci-obraci-misto-koalice-chteji-zastupce-starostu-na-svych-kandidatkach>.

¹⁷⁸ ČTK. *Starosty povede do voleb poslanec Farský. Heslem kampaně bude ‚Odvaha převzít odpovědnost‘* [online]. irozhlas.cz, 27. července 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/starosty-povede-do-voleb-poslanec-farsky-heslem-kampne-bude-odvaha-prevzit_1707271117_kno.

¹⁷⁹ Konkrétně Ministerstvo vnitra České republiky vede Aeronet.cz na seznamu webových stránek šířících dezinformace. Zdroj: ZELENKA, Jakub, PRCHAL, Lukáš. *Myšlenky odporující zájmům státu šíří až sto vlivných lidí, tvrdí vnitro. V hledáčku má na 40 webů* [online]. zpravy.aktualne.cz, 22. června 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/az-sto-vlivnych-lidi-siri-myslenky-odporujici-zajmum-statut/r~86622924568f11e7a83b0025900fea04/>.

¹⁸⁰ SEDLÁČKOVÁ, Veronika, ČIHÁK, Ondřej. *Parlament se dostal do role užitečného idiota. Posloužili jsme ruským zájmům, tvrdí bývalý poslanec Gabal* [online]. irozhlas.cz, 27. listopadu 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/parlament-dezinformace-memorandum-kaucha-lithium-vysledek-volby-rusko-zajmy_1711271810_mis.

¹⁸¹ BŘEŠŤAN, Robert. *Kauza lithium, loupež za bílého dne bez zločinců a poškozených. Těžba se stále nekoná* [online]. hlidacipes.org, 18. října 2018 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://hlidacipes.org/kaucha-lithium-loupez-za-bileho-dne-bez-zlocincu-a-poskozenych-tezba-se-stale-nekona/>.

¹⁸² EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 19.

3.2.2. Výsledky voleb do PS PČR v roce 2017

Sněmovní volby se konaly ve dnech 20. a 21. října 2017. Kampaně jednotlivých politických subjektů, jež předcházely těmto volbám, byly velmi intenzivní. Hlavním rozdílem oproti všem předchozím volbám a těmito volbami do dolní komory byly právě již výše zmíněná „nová pravidla hry“. Tím mám na mysli nově zavedené výdajové finanční limity na svou kampaň vedenou před volbami. Specifičnost těchto voleb lze shledat i v tom, že došlo k doposud největší fragmentaci v PS PČR, jelikož hranici 5 % pro získání mandátu překročilo historicky nejvíce politických stran. To, že tyto volby vyhraje strana A. Babiše, bylo velmi pravděpodobné již z průzkumů veřejného mínění, jež se konaly před volbami.¹⁸³

ANO získalo celkem 29,64 % hlasů a 78 mandátů a stalo se absolutním vítězem voleb. Až s větším odstupem za vítězem voleb se umístila **ODS**, jež získala 11,32 % hlasů a 25 mandátů. Zároveň spojení ODS a ANO po volbách by byla jediná možná varianta s dvěma subjekty na získání nadpoloviční většiny mandátů v PS PČR. Avšak ODS již od počátku byla proti z důvodu trestně stíhaného Babiše. Těsně za ODS skončili **Piráti** se získáním 10,79 % hlasů a 22 mandátů. Pro Piráty, jako novou stranu v celostátní politice, to bylo poprvé, co se dostali jako kandidující subjekt do PS PČR. Takový volební zisk Pirátů nepředpovídal žádný ze seriózních průzkumů veřejného mínění. **SPD** se umístila těsně za Piráty se získáním 10,64 % hlasů a 22 mandátů, což byl pro stranu zcela jistě úspěchem.

Následujících pět stran zůstalo za tím, co se od nich očekávalo. Třeba **KSČM** zaznamenala svůj nejhorší volební výsledek vůbec. **KSČM** získala pouze 7,76 % hlasů a 15 mandátů. I přes její nejhorší výsledek v historii samostatné ČR, byla nejbližší k vládnímu angažmá, jelikož jako jedna z mála stran byla ochotna jednat o vládě nebo podpoře vlády hnutí ANO.¹⁸⁴ Co se týče strany **ČSSD**, tak ta ztratila v porovnání s předchozími volbami suverénně nejvíce hlasů, a tím i mandátů, když získala pouhých 7,27 % hlasů a 15 mandátů. ČSSD selhala v tom, že dostatečně nepřesvědčila své voliče o jejím vlastním podílu na úspěších dosažených ve vládní koalici a také v tom, že svou kampaň před volbami měla špatně zaměřenou, jelikož cílila především na kritiku osoby Andreje Babiše. Strana zcela jistě doplatila i na již výše zmíněnou kauzu lithium a roztržičnost ve vedení ČSSD, kdy se tři lídři dělili o vrcholnou pozici.¹⁸⁵

¹⁸³ Tamtéž, s. 6–7.

¹⁸⁴ Tamtéž, s. 27.

¹⁸⁵ Tamtéž, s. 21.

Poslední tři politické strany jen těsně překročily uzavírací klauzuli. Strana **KDU-ČSL** se ziskem 5,8 % hlasů a 10 mandátů. Ani lidovci nechtěli jít do vlády s trestně stíhaným Babišem a místo toho se přidali do Demokratického bloku (o kterém bude zmínka níže). **TOP 09** utržila 5,31 % hlasů se ziskem 7 mandátů, což byl jejich doposud nejhorší výsledek. **STAN** získalo 5,18 % hlasů a 6 mandátů. Podařilo se jim tedy dostat do PS PČR, navíc poprvé jako historicky samostatně kandidující subjekt. STAN totiž dříve byl na společné kandidátce s TOP 09 a jak jsem již výše rozváděl, tak pro tyto volby byla zamýšlená koalice s lidovci, z které ale nakonec sešlo. Navíc i hnutí STAN deklarovalo, že s trestně stíhaným Babišem do vlády nepůjde a po volbách se přidalo k Demokratickému bloku (viz níže). Celkem se ucházelo v těchto volbách o mandát 31 kandidujících subjektů, ale na mandát dosáhlo pouze devět stran. Volební účast čítala 60,84 %.¹⁸⁶

Tabulka 3: Volební zisk politických stran u voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2017

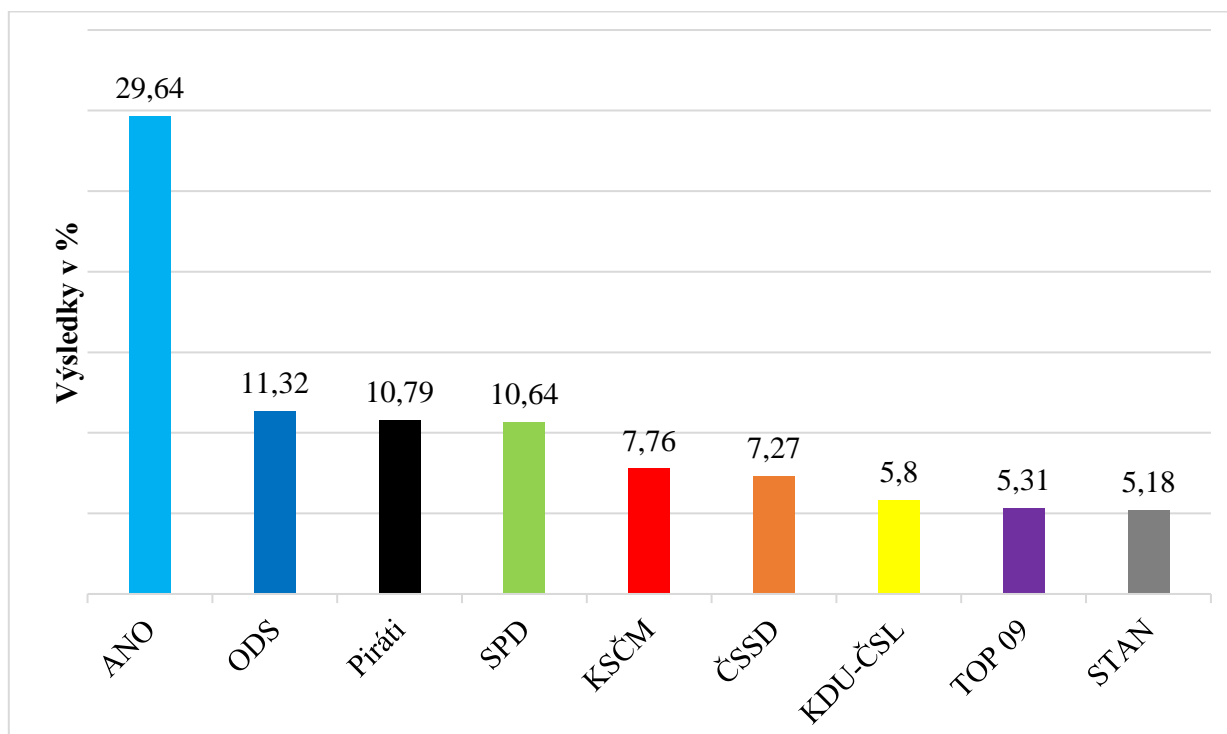
Umístění strany	Název	Celkem platných hlasů	Celkem platných hlasů v %	Počet mandátů
1.	ANO	1 500 113	29,64	78
2.	ODS	572 948	11,32	25
3.	Piráti	546 393	10,79	22
4.	SPD	538 574	10,64	22
5.	KSČM	393 100	7,76	15
6.	ČSSD	368 347	7,27	15
7.	KDU-ČSL	293 643	5,80	10
8.	TOP 09	268 811	5,31	7
9.	STAN	262 157	5,18	6
Součet parlamentních stran		4 744 086		200
Součet zbylých stran		316 659		0
Celkový součet		5 060 745		200

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě platných údajů z ČSÚ.¹⁸⁷

¹⁸⁶ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 20.10. – 21.10.2017* [online]. volby.cz, [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.volby.cz/pls/ps2017nss/ps2?xjazyk=CZ>.

¹⁸⁷ Tamtéž.

Graf 1: Výsledky voleb do Poslanecké sněmovny PČR 2017



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě platných údajů z ČSÚ.¹⁸⁸

Na základě výše uvedené tabulky č. 3 a grafu č. 1 lze vypozorovat, kolik získaly jednotlivé politické strany, jež se dostaly do Poslanecké sněmovny, celkem platných hlasů. Taktéž vyjádření celkových platných hlasů v % a následný počet mandátů, přičemž výsledný součet všech devíti stran činí 200. Do tabulky č. 3 a grafu č. 1 nejsou zahrnuty výsledky stran, které se nedostaly do PS PČR. Tedy ty strany, které nepřekročily 5% volební práh, jelikož s jejich VFZ o financování volebních kampaní není počítáno. Za zmínku však stojí výsledek dvou stran: Svobodní se sice do dolní komory nedostali, ale díky zisku nad 1,5 % (konkrétně 1,56 % díky 79 229 hlasům) mají nárok na státní financování. Na druhou stranu Zelení, což je strana, která byla v minulosti jednou u vlády, se tentokrát nedostala ani na kýženou hranici 1,5 % hlasů (konkrétně 1,46 % díky 74 335 hlasům), což pro ni v důsledku znamená, že nemá nárok na státní financování.¹⁸⁹ Danou tabulku a její znázornění v grafu považuji za žádoucí ke zmínění, jelikož vyjadřuje dané zisky stran a výsledné mandáty. V další části diplomové práce bude tato tabulka č. 3 brána v potaz při provedené analýze ohledně financování volebních kampaní.

¹⁸⁸ Tamtéž.

¹⁸⁹ Tamtéž.

Pokud bych se měl pokusit o stručné zhodnocení volebních výsledků, tak je patrné, že větší úspěch zaznamenaly subjekty, které se na politické scéně vyskytují kratší dobu. Řeč je například o ANO, SPD, Pirátech či STAN. ODS zaznamenala oproti volbám 2013 mírný růst, jelikož dříve měla pouze necelých 8 %. Naopak stagnující stranou se stala KSČM, která se propadla na necelých 8 % ve volbách 2017. Ještě hůře na tom byly strany KDU-ČSL, TOP 09 a ČSSD, které se propadly na úplné dno.

3.2.3. Povolební situace voleb do PS PČR v roce 2017

Po uskutečněných volbách bylo nutné, aby se sešla nově zvolená PS PČR a dohodli se na zvolení předsedy dolní komory a obsazení postů ve výborech a komisích. Samotný post předsedy PS PČR je velice lukrativní, jelikož se jedná o post třetího ústavního činitele v ČR. Zároveň náleží právě této osobě třetí pokus při pověření o sestavení vlády, samozřejmě za situace, kdy by první dva pokusy pověření prezidentem nebyly úspěšné. Tento post si po volbách nárokoval jak vítěz voleb – tedy ANO, tak druhá strana v pořadí – ODS, která na tento post chtěla dosadit svého předsedu P. Fialu. Strany ODS, TOP 09, KDU-ČSL a STAN se rozhodly, že vytvoří uskupení nazvané Demokratický blok, aby spolu postupovaly při ustavování sněmovny a jejích orgánů. Toto uskupení požadovalo dvě místopředsednická místa a vedení sedmi výborů. Uskupení čítalo dohromady 48 mandátů, což v přepočtu bylo přes 27 % voličů. Nabídku na připojení do Demokratického bloku dostali i Piráti s ČSSD, nicméně se rozhodli nepřipojit. P. Fiala se poté rozhodl, že do čela sněmovny kandidovat nebude, jelikož byl tento post vydán stranami mimo Demokratický blok Radku Vondráčkovi za ANO.¹⁹⁰

Povolební vyjednávání bylo velmi složité, protože převážná většina stran dala najevo, že s hnutím ANO do koalice nepůjdou. Nechuť jít s vítězem voleb do koalice zapříčinilo zejména trestní stíhání A. Babiše a J. Faltýnka. Babiš nicméně avizoval, že se pokusí sestavit menšinovou vládu z členů ANO a nestraníků. K tomuto kroku dostal svolení od prezidenta Miloše Zemana, který ho jmenoval premiérem 6. prosince 2017.¹⁹¹ Nicméně Babišova menšinová vláda důvěru 16. ledna 2018 v PS PČR nezískala. Pro vyslovení důvěry bylo pouze 78 poslanců hnutí ANO,

¹⁹⁰ ČTK. *Středoprávní strany utvořily Demokratický blok. Nepodpoříme projekt Babiše a Zemana, říká Kalousek* [online]. zpravy.aktualne.cz, 15. listopadu 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/stredoprave-strany-vytvorily-demokraticky-blok-chteji-mista/r~da75947cc9e611e794dbac1f6b220ee8/>.

¹⁹¹ ČTK. *Zeman jmenoval Babiše premiérem. Jeho vládu osobně podpoří ve sněmovně* [online]. lidovky.cz, 6. prosince 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/zeman-jmenoval-babise-novym-ceskym-premierem.A171206_125431_in_domov_pev.

proti 117 přítomných poslanců ODS, Pirátů, SPD, KSČM, ČSSD, TOP 09 a STAN.¹⁹² A. Babiš následně podal demisi vlády a M. Zeman ho obratem pověřil druhým pokusem o sestavení.¹⁹³ Následovalo jednání s dalšími stranami o vstupu do vlády, přičemž valná většina stran stále odmítala jít do vlády s trestně stíhaným Andrejem Babišem. Tuto podmínku vyslovovala i ČSSD, která ze svého požadavku nakonec ustoupila. Vstup do vlády ze strany ČSSD muselo potvrdit vnitrostranické referendum strany. To bylo úspěšné, když celkem 58,5 % účastníků bylo pro vstup do vlády s ANO.¹⁹⁴ Tuto menšinovou vládu ANO a ČSSD se zavázala podpořit svými hlasy i KSČM. Vládě se podařilo získat důvěru až 264 dnů po volbách, což je nejdéle v historii. Konkrétně byla vyjádřena 12. července 2018 a pro důvěru hlasovalo 105 poslanců.¹⁹⁵

3.2.4. Základní charakteristika volebních kampaní politických stran

Zařazení této podkapitoly má odůvodnění v tom, že před samotnou analýzou financování právě těchto kampaní je vhodné alespoň obrazně přiblížit, jakým stylem byla vedena kampaň politickými subjekty.

Kampaně politických stran a hnutí se v průběhu času stále více profesionalizovaly a začalo přibývat i negativně zaměřených kampaní, ať už se jednalo o volby v roce 2006, nebo 2010. Druhé jmenované byly ve znamení úspěchu nových moderních stran, např. TOP 09, jež byla schopna se rychle přizpůsobit novým trendům a začala efektivně využívat potenciálu sociálních sítí (zejména Facebook), s kterými se jiné subjekty teprve seznamovaly. Volby v roce 2013 se nesly ve znamení vzestupu nových stran (zejména ANO) a úpadku síly tradičních stran (ČSSD a zejména ODS).¹⁹⁶ ANO ve volbách v 2013 oproti ostatním stranám vyčnívalo, a to zejména svým vystupováním jako antiestablishmentová strana. Mimo to se odlišovalo i zjevným rozdílem v profesionalitě a kvalitě

¹⁹² IROZHLAS. *Podle očekávání. Babišova vláda důvěru sněmovny nedostala, podpořilo ji jen 78 poslanců* [online]. irozhlas.cz, 18. ledna 2018 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/premier-andrej-babis-neduvera-poslanecka-snemovna-mensinova-vlada-demise-hnuti_1801161555_haf.

¹⁹³ ČTK. *Zeman přijal demisi Babišovy vlády. A hned ho pověřil sestavením kabinetu znovu* [online]. ct24.ceskatelevize.cz, 24. ledna 2018 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2370775-zeman-prijme-demisi-babisovy-vlady-a-hned-mu-da-druhy-pokus>.

¹⁹⁴ KOPECKÝ, Josef. *ČSSD kývla na vstup do Babišovy vlády opřené o KSČM, pro bylo 58,5 procenta znovu* [online]. idnes.cz, 15. června 2018 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/vysledky-referenda-cssd-vlada-ano.A180615_143057_domaci_kop.

¹⁹⁵ ČT24. *Po celodenním maratonu má Babišova druhá vláda důvěru znovu* [online]. ct24.ceskatelevize.cz, 12. července 2018 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2534680-po-celodennim-maratonu-ma-babisova-druha-vlada-duveru>.

¹⁹⁶ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 67.

volební kampaně, kterou se jim povedlo přesně zacílit.¹⁹⁷ Co se týče voleb 2017, tak ty se nesly ve znamení tzv. nové éry. Mnoho stran se zaměřilo na svůj vizuální styl a začalo ho měnit, omlazovat loga. Tímto krokem se strany snažily přesvědčit potenciální voliče, že se změnily a voliči jim mohou opět začít věřit.¹⁹⁸ Před těmito volbami došlo k zajímavé situaci, kdy se doposud koaliční partneři (ANO a ČSSD) stali zároveň největšími rivaly. Nejednalo se tedy o souboj nejsilnější vládní strany a nejsilnější opoziční, který byl zvykem v minulosti. Soupeření nebylo vyrovnané, jelikož preference ANO stoupaly vzhůru, a preference ČSSD naopak klesaly. Situace před volbami by se dala popsat i jako tzv. soupeření jeden proti všem. Tím jedním byl Andrej Babiš, jenž se vymezoval proti všem a zároveň se ostatní strany vymezovaly vůči němu.¹⁹⁹

Jak již bylo poznamenáno v předchozích kapitolách, tyto volby přinesly mnoho nového, co se týče nastavení financování volebních kampaní. Pro připomenutí vytknu to nejdůležitější:

- a) časové ohraničení volební kampaně a stanovení jejich maximálních finančních limitů,
- b) legislativní definování termínu volební kampaň,
- c) vznikl ÚDHPSH,
- d) povinnost uvádět informace o zadavateli a zpracovateli u materiálů použitých v kampani,
- e) povinnost zřídit volební účet do pěti dnů od začátku volební kampaně,
- f) zavedení ročního limitu darů pro FO i PO na 3 miliony korun.

Přístup hnutí **ANO** ke své volební kampani se v mnoha věcech odlišoval od jeho politické konkurence. Tím prvním je důraz na systematickou permanentní kampaň, s čímž je spojena neustálá komunikace s voliči, což není pravidlem u ostatní politické konkurence. Druhá odlišnost se týká samotného organizačního přístupu ke komunikaci a kampaním. ANO si obstarávalo svou kampaň samo za využitím vlastního PR oddělení a byl i problém určit jednu hlavní osobu, jež by nesla za kampaň zodpovědnost.²⁰⁰ Oficiálním volebním manažerem byl Petr Morcinek (majitel realitní společnosti M&M). V týmu, který měl na starosti volební kampaň (pro volby 2017, ale i 2013), byly osobnosti jako Vladimír Vořechovský, tisková mluvčí Lucie Kubovičová, Petr

¹⁹⁷ HAVLÍK, Vlastimil a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny 2013*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2014, s. 71.

¹⁹⁸ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 68.

¹⁹⁹ Tamtéž, s. 71–72.

²⁰⁰ Tamtéž, s. 72.

Topinka (ten měl na starosti volební slogany), Alexandr Braun (ten připravoval a realizoval průzkumy) nebo třeba Marek Prchal (expert ANO na sociální síť).²⁰¹ Jelikož se jednalo o první volby, v kterých došlo již k časovému vymezení kampaně (období od vyhlášení voleb ve Sbírce zákonů, tedy 2. května, až po vyhlášení výsledků) a stanovení i jejich limitů (90 milionů Kč maximálně), tak bylo nutné tyto novinky vzít v potaz. ANO počítalo, že volby budou vyhlášeny s tříměsíčním předstihem, což by znamenalo, že náklady z května a června by se do limitu ještě nezapočítávaly.²⁰² Rozepře panovaly i u knihy Andreje Babiše, která mapovala jeho vize do roku 2035. Babiš byl zprvu proti tomu, aby jeho kniha byla zařazena do nákladů na volební kampaň, protože to dle jeho názorů je kniha pro kampaň na 2035. S tímto tvrzením nesouhlasili představitelé ÚDHPSH.²⁰³ Oficiálně byla kampaň zahájena 3. září 2017 a slibů bylo mnoho, například zavedení jednokolových voleb do Senátu PČR, 170 km nových dálnic, zrušení superhrubé mzdy, snížení byrokracie. Hlavní slogan byl „Teď nebo nikdy“, což mělo odkazovat na vymezení se vůči zbylým stranám a „tradičním politikům a kmotrům“, kteří měli proti Babišovi vést masivní a špinavou kampaň s cílem ho odstranit z politiky.²⁰⁴

Začátek volební kampaně neměla ČSSD nejlehčí. Jak již bylo výše zmíněno, tak stranu provázely před volbami nízké výsledky ve volebních modelech a vnitrostranické problémy, které vyústily v odstoupení B. Sobotky a volebním lídrem se stal L. Zaorálek. Pozici volebního manažera převzal před volbami Robert Žanony, který se v minulosti podílel mimo jiné na volebních úspěších Roberta Fica na Slovensku a v ČSSD měl za úkol pozdvihnout přízeň voličů.²⁰⁵ Strana představila nové logo v podobě oranžové růže uvnitř čtverce, které zachovává všechny atributy sociální

²⁰¹ IROZHLAS. *Kdo tvoří Babišův „skvělý tým“? Marketéři ODS nebo TOP 09 i guru na sociální síť Mára* [online]. irozhlas.cz, 24. října 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kdo-tvori-babisuv-skvely-tym-marketeri-ods-nebo-top-09-i-guru-na-socialni-site_1710241045_hm.

²⁰² BASTLOVÁ, Marie. *Babiš o volebních výdajích: Žádný článek, žádná koblíha. Je to kampaň na 2035 a dokažte mi, že ne* [online]. irozhlas.cz, 5. června 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/babis-o-volebnich-vydajich-zadny-clanek-zadna-kobliha-je-kampan-na-2035-a_1706052100_pj.

²⁰³ GURYČOVÁ, Kristýna, POKORNÝ, Jan. *Babišův výklad, že jde o náklady na kampaň pro rok 2035, je absurdní, říká Outlý z dohledového úřadu* [online]. irozhlas.cz, 8. června 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/babisuv-vykklad-ze-se-jde-o-naklady-na-kampan-pro-rok-2035-je-absurdni-rika-outly_1706081620_kno.

²⁰⁴ FROUZOVÁ, Kateřina, HRONOVÁ, Markéta. *Babiš představil program. ANO chce zrušit superhrubou mzdu a některé ministry* [online]. zpravy.aktualne.cz, 3. září 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/babis-predstavil-program-ano-chce-zrusit-superhrubou-mzdu-a/r~05854320908911e7a7fc0025900fea04/>.

²⁰⁵ ČTK. *ČSSD má nového volebního стратега. Bude jako trenér sportovců, říká Zaorálek* [online]. lidovky.cz, 30. června 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/cssd-ma-noveho-volebniho-stratega-bude-jako-trener-sportovcu-rika-zaoralek.A170630_145957_In_domov_ELE.

demokracie, autorem se stal Martin Charvát.²⁰⁶ Oficiální zahájení kampaně bylo 29. srpna 2017.²⁰⁷ Voličům bylo slibováno kupříkladu změna daňového systému, kterým by si polepšilo dle ČSSD 98 % zaměstnanců, u základních potravin DPH 10 %, jízdné zdarma na MHD pro žáky a seniory, průměrný plat 40 tisíc Kč a pět týdnů dovolené.²⁰⁸ Vizuálně přehledná kampaň kombinovala bílé pozadí s oranžovými prvky. Problematičtěji se jevily tón a znění zvolených sloganů. Hlavním sdělením jejich kampaně bylo „vyhlášení války levné práci“. To chtělo ČSSD řešit třeba zvyšováním minimální mzdy a zavedením progresivního zdanění.²⁰⁹ Tato silná rétorika, jež byla vyobrazena slovem válka, mohla zcela jistě vzbudit negativní asociace u většiny občanů. Navíc ČSSD byla vládní stranou od 2013, tak proč nepodnikla proti levné práci kroky již dříve.²¹⁰

Po sociálních demokratech i pravicová **ODS** změnila před volbami své logo. V logu byl změněn font, modrá barva je nyní světlejší, ale úpravou prošel i pták, který patří k nezaměnitelným symbolům ODS již od svého vzniku. Nová a zjednodušená podoba loga měla symbolizovat přeměnu, kterou si strana v uplynulých letech prošla. Nové logo mělo být tedy novým začátkem, jelikož ODS chtěla dát najevo svůj vývoj pod vedením Petra Fialy a nechat zapomenout ne vždy pozitivní minulost.²¹¹ Pro svou volební kampaň byla najata agentura Komplot, která se dříve podílela na kampaních Slovenské demokratické a křesťanské unie nebo úspěchu Andreje Kisky v prezidentských volbách na Slovensku.²¹² ODS začala kampaň pozvolně v srpnu, kdy organizovala putovní letní kina, kterých se účastnilo desítky tisíc lidí. Oficiálně byla kampaň zahájena 1. září 2017 v Brně a dostala název Modrá vlna. ODS v rámci kampaně zveřejnila

²⁰⁶ ČTK. *Nové logo ČSSD. Staré vypadalo jako hlávka zeli, ale identitu držíme, řekl Zaorálek* [online]. lidovky.cz, 30. června 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/nove-logo-cssd-stare-vypadalo-jako-hlavka-zeli-ale-identitu-drzime-rekl-zaoralek.A170630_174051_in_domov_ele.

²⁰⁷ ČT24. *Zaorálek zahájil kampaň ČSSD: Z bohatství země musí mít užitek co nejvíc lidí* [online]. ct.24.ceskatelevize.cz, 29. srpna 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2223949-zaoralek-zahajil-kampan-z-bohatstvi-zeme-musi-mit-uzitek-co-nejvic-lidi>.

²⁰⁸ KOPECKÝ, Josef. *ČSSD láká na vlak zdarma pro děti a seniory i průměrný plat 40 tisíc* [online]. idnes.cz, 17. června 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/volebni-program-socialni-demokracie.A170617_090529_domaci_kop.

²⁰⁹ ČTK. *ČSSD rozjela kampaň. Zaorálek na plakátech a inzerátech vyhláší válku levné práci* [online]. e15.cz, 10. srpna 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.e15.cz/volby/volby-2017/cssd-rozjela-kampan-zaoralek-na-plakatech-a-inzeratech-vyhlasuje-valku-levne-praci-1336040>.

²¹⁰ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 75.

²¹¹ KOPECKÝ, Josef. *Náš pták teď letí vzhůru, řekl Fiala. ODS představila nové logo* [online]. idnes.cz, 30. května 2015 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ods-predstavila-sve-nove-logo-upravila-ptaka.A150530_142825_domaci_kop.

²¹² OTTO, Pavel. *O výsledcích voleb rozhodují marketéři v pozadí* [online]. e15.cz, 3. dubna 2015 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.e15.cz/volby/volby-2017/o-vysledcich-voleb-rozhoduji-marketeri-v-pozadi-1330707>.

i animovaný videoklip, kterým se snažila prezentovat svůj postoj a řešení k současným problémům skrze přirovnání k dopravní situaci. Varovala v něm před velkým zvířetem u krajnice (narážka na Andreje Babiše a Čapí hnízdo) a oranžovými vozidly, které komplikují dopravu (narážka na ČSSD). Hlavními tématy jejich kampaně se stalo snížení daní, menší byrokracie a více svobody.²¹³

KSČM ve své volební kampani působí již dlouhodobě konzervativně a v podobném duchu byla vedena i kampaň na říjnové volby. Jejich heslem bylo „Mír světu, spravedlnost a bezpečí doma“. Pozici volebního manažera zastával opět Jiří Dolejš. Společnost Futura, jež vydává komunistické Haló noviny, byla i v těchto volbách dodavatelem materiálů pro volební kampaň. KSČM zahájila svou kampaň 29. června 2017.²¹⁴ K zahájení horké fáze kampaně došlo 16. září 2017 za zvuku Internacionály, kde předseda Filip zdůrazňoval priority strany, kterými bylo zejména zvýšení minimální mzdy, referendum o vystoupení z EU a NATO.²¹⁵

Jelikož **SPD** vzniklo po odchodu Tomia Okamury z Úsvitu, byly to první sněmovní volby, ve kterých strana kandidovala. Okamurova strana zdůrazňovala ve své volební kampani nejvíce hesla proti islámu, EU a migrantům. Strana dále prosazuje referendum o vystoupení z EU a zavedení prvků přímé demokracie, zejména zákon o všeobecném referendu. Vlasteneckou linií kampaně do říjnových voleb vyobrazovaly vizuály, na kterých se nacházel Okamura na pozadí české vlajky. Oficiální zahájení kampaně bylo uskutečněno 20. července 2017 v Praze.²¹⁶ SPD svou volební kampaň financovalo z darů drobných přispěvatelů a díky půjčce ve výši 18 milionů Kč, za kterou se zaručili svým majetkem Tomio Okamura a Radim Fiala.²¹⁷ Hnutí není příliš transparentní, jako jiné demokratické strany, v poskytování informací o své činnosti. Dle

²¹³ KOPECKÝ, Josef. *ODS spustila Modrou vlnu. Varuje před „velkým zvířetem“ i oranžovými* [online]. idnes.cz, 1. září 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ods-horka-cast-kampane-modra-vlna.A170901_132900_domaci_kop.

²¹⁴ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 76.

²¹⁵ ČT24. *KSČM zahájila kampaň za zvuků Internacionály. Chce vyšší minimální mzdu a referendum o NATO* [online]. ct.24.ceskatelevize.cz, 16. září 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2242732-zive-kscm-zahajuje-predvolebni-kampan>.

²¹⁶ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 77.

²¹⁷ KOPECKÝ, Josef. *Okamura půjde do voleb sám. Vzal si na ně půjčku 18 milionů korun* [online]. idnes.cz, 14. února 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/okamura-ruci-za-pujcku-18-milionu-svym-majetkem.A170214_131635_domaci_kop.

dostupných informací měla velký podíl na PR aktivitách firma Play Net, která je personálně napojená na TV Barrandov a agenturu pro výzkumy veřejného mínění SANEP.²¹⁸

Jak již bylo výše zmíněno, **KDU-ČSL** vyjednávalo se STAN o volební koalici pro říjnové volby, která nakonec nevyšla kvůli obavám lidovců, že by koalice nemusela překročit 10 % a tím pádem by se do PS PČR nedostala ani jedna ze stran. KDU-ČSL se tedy rozhodla v půlce července kandidovat samostatně a STAN poté odmítlo vstoupit na společnou kandidátku k lidovcům. Tato situace měla samozřejmě vliv na finální podobu volebních kampaní obou stran, jež vznikaly v posledním okamžiku. Volebním manažerem dvoukoalice byl Václav Pláteník z KDU-ČSL a za STAN se podílela na kampani vedoucí hlavní kanceláře Lucie Krejčová. Dvoukoalice chtěla, dle původních plánů, utratit na kampani maximálně 60 milionů Kč, avšak po ukončení spolupráce začali lidovci pracovat na samostatné kampani. V létě měla strana celkem masivní a viditelnou venkovní kampaň, když objednala 150 billboardů.²¹⁹ Lidovci svou horkou fázi kampaně oficiálně spustili piknikem v centru Prahy 5. září 2017. Volební lídr a zároveň předseda představil priority, kterými byly zejména prosperita země, podpora školství a vzdělávání, zajištění konkurenceschopnosti ekonomiky a také důstojný život seniorů.²²⁰

Zahájení kampaně **Pirátů** bylo naplánováno na konec května 2017. Volebním lídrem a předsedou byl Ivan Bartoš. Strana zahájila kampaň v Praze a její ambicí bylo dosáhnout 10 % hlasů. Hlavními body programu bylo zúžení EET, zastavení odlivu peněz do daňových rájů, snazší komunikace s úřady, snížení zdanění práce.²²¹ Strana argumentovala tím, že není jako tradiční strany, jež k financování využívají státních zdrojů. Také že nejsou ani podnikatelský projekt, protože Piráti spoléhají zejména na dobrovolnictví, nadšení a transparentní veřejné financování. Volební kampaň hodlala strana financovat skrze fundraisingové kampaně na serveru HitHit.cz

²¹⁸ ČTK. *SPD se ohradila proti zprávám o svém financování* [online]. idnes.cz, 31. ledna 2018 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.tyden.cz/rubriky/domaci/politika/spd-se-ohradila-proti-zpravam-o-svem-financovani_465522.html.

²¹⁹ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 77–78.

²²⁰ ČTK. *Lidovci zahájili kampaň piknikem. S ANO by prý do vlády šli, ale bez Babiše* [online]. lidovky.cz, 5. září 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/lidovci-zahajili-kampan-piknikem-s-hnutim-ano-by-do-vlady-sli-s-babisem-ne.A170905_121215_In_domov_ELE.

²²¹ ČTK. *Pirátská strana si ve volbách věří na deset procent hlasů, v novém programu slibuje zúžení EET a lepší komunikace s úřady* [online]. domaci.hn.cz, 22. května 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://domaci.hn.cz/c1-65738140-piratska-strana-si-ve-volbach-veri-na-deset-procent-hlasu-v-novem-programu-slibuje-konec-eet-a-lepsi-komunikaci-s-urady>.

nebo z příspěvků drobných dárců.²²² Piráti zahájili horkou fázi kampaně 7. září 2017. Kampaň provázela hesla jako „Pust'te nás na ně“ a „Všichni nekradou“. Druhé heslo bylo reakcí na Babiše, který pronesl, že „všeci kradnú“.²²³ Na jejich volební kampani se podílel marketér Jakub Horák, vedle něj i agentura AdHackers či Jan Lipavský, který měl v gesci online reklamu.²²⁴

Další ze stran, která šla do voleb s novým logem, byla strana **TOP 09**, když ho v březnu 2017 zveřejnila. Novým logem chtěla strana poukázat na trvalé hodnoty, jež strana zastává a hájí, a to svobodu a individuální odpovědnost.²²⁵ Poté v květnu strana na svém webu zveřejnila výzvu svým příznivcům se žádostí o podporu a zapojení do volební kampaně, a to formou finančního příspěvní nebo dobrovolnou výpomocí.²²⁶ Na konci měsíce oficiálně zahájila strana kampaň, když došlo k představení programu a sloganem kampaně se stalo „Neuhneme“ se zdůrazněním hlásky „eu“, která odkazovala na EU. Za hlavní témata v kampani strana zvolila boj proti korupci, snížení sociálních odvodů, podporu podnikání a jistotu občanů v jejich penzi.²²⁷ První fáze kampaně byla charakteristická billboardy s obličejí krajských lídrů, avšak v horké fázi, která byla spuštěna 4. září 2017, došlo k nahrazení billboardů s obličejí, a to vizuály jen s hesly.²²⁸

Počátek kampaně **STAN** se dá vyzorovat v jejich koalici s lidovci, která ovšem ztroskotala. Přibližně týden po ukončení spolupráce (na konci července) došlo k představení nového loga strany a volebního hesla, jež bylo „Odvaha převzít odpovědnost“. Volebním lídrem byl zvolen již výše zmíněný Jan Farský. Hlavními tématy kampaně pro říjnové volby bylo vzdělání, mezinárodní zakotvení ČR, zrychlení elektronické komunikace nebo snaha o to navrátit stát

²²² PIRATI. *Piráti: V kampani se opíráme především o dobrovolné dárcce* [online]. pirati.cz, 26. července 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.pirati.cz/tiskove-zpravy/pirati-v-kampani-se-opirame-predevsim-o-dobrovolne-darce.html>.

²²³ ČTK. *Piráti jdou do sněmovních voleb s heslem Všichni nekradou* [online]. idnes.cz, 7. září 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/pirati-startuji-kampan.A170907_145527_domaci_neh.

²²⁴ BASTLOVÁ, Marie. *Byla to kampaň, říká Jakub Horák o volebním úspěchu Pirátů* [online]. neovlivni.cz, 20. prosince 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://neovlivni.cz/byla-to-kampan-rika-jakub-horak-o-volebnim-uspechu-piratu/>.

²²⁵ HNÁT, Jakub. *TOP 09: Do voleb jdeme s novým logem* [online]. top09.cz, 23. března 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/top-09-do-voleb-jdeme-s-novym-logem-22118.html>.

²²⁶ TOP09. *Kampaň TOP 09 pro sněmovní volby 2017* [online]. top09.cz, 3. května 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/kampan-top-09-pro-snemovni-volby-2017-22958.html>.

²²⁷ HNÁT, Jakub. *TOP 09 odstartovala kampaň, ze svých hodnot „neuhne“* [online]. top09.cz, 30. května 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/top-09-odstartovala-kampan-ze-svych-hodnot-neuhne-22544.html>.

²²⁸ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 79.

občanům.²²⁹ Horká fáze kampaně byla zahájena 3. září 2017, která byla konstruována obzvlášť jako kontaktní kampaň, se kterou pomáhala řada dobrovolníků a víc než tisíc starostů. Hnutí STAN spoléhalo zejména na jednotlivé starosty a jejich blízkost, kterou mají k voličům. Na kampani měla podíl agentura BeefBrothers.²³⁰

3.3. Analýza financování volebních kampaní z hlediska efektivity

V závislosti na zvolené metodice bylo potřeba nejdříve vyjádřit celkový počet platně získaných hlasů, který je vyjádřen v kapitole 3.2.2. Na základě získaného údaje je nyní možné vypočítat, jaké množství finančních prostředků dostaly politické strany od státu, za podmínky překročení 1,5 % hlasů ve volbách. Dále budou vyjádřeny celkový výdaje parlamentních stran na volební kampaň. Díky zjištění částky celkových výdajů dojde k vyjádření toho, kolik jednotlivé strany vynaložily financí na jeden získaný hlas a také na jeden mandát, čímž bude možné vyjádřit celkovou efektivitu. Díky těmto získaným informacím budu schopný odpovědět na výzkumné otázky zaměřující se na efektivitu a také jeden z cílů práce, a to zjištění efektivity včetně toho, kolik bylo utraceno na jeden hlas a mandát.

V první řadě vyjádřím, **kolik získaly strany financí od státu**. Podotýkám, že v tabulce č. 4 budou vyobrazeny, co se týče příspěvku na mandát, pouze částky získané za poslance, tedy nikoliv zastupitele a senátory. Stálý příspěvek je pro veškeré parlamentní strany z voleb do PS PČR v roce 2017 identický. Příspěvek na úhradu volebních nákladů je jednorázový a počítá se za každý platně získaný hlas. Zároveň jsou opět vzaty v potaz pouze volby do PS PČR z roku 2017. Částky u příspěvku na mandát a stálého příspěvku jsou vyjádřeny za celé čtyřleté volební období (tedy roky 2017–2021).

Co se týče způsobu výpočtu, tak postup byl následující:

- a) **Příspěvek na mandát** se vypočte jako roční platba na poslance vynásobená počtem získaných mandátů u jednotlivých parlamentních stran. Což dá roční sumu, kterou je ještě potřeba vynásobit čtyřmi, jelikož to je období, kdy byli poslanci zastoupeni v dolní

²²⁹ FROUZOVÁ, Kateřina. *Starosty povede do voleb poslanec Farský. V těžkých časech je důležité rozdělit si role, řekl Gazdík* [online]. zpravy.aktualne.cz, 27. července 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/starostove-po-rozchodu-s-lidovci-hledaji-nove-tvare-do-voleb/r~d605c14072a811e7b56e002590604f2e/>.

²³⁰ EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 79–80.

komoře – tedy období do nových voleb, jako př. hnutí ANO = 900 000 Kč x 78 mandátů x 4 roky.

- b) **Stálý příspěvek** se vyplácí ročně maximálně 10 000 000 Kč pro politické strany. Pokud strana získala alespoň 3 % ve volbách, tak jí náleží 6 000 000 Kč. Příspěvek se poté navyšuje až do maximální výše 5 % zisku ve volbách. Nad tuto hodnotu se již příspěvek nezvyšuje a každé 0,1 % nad 3 % do dané maximální hodnoty 5 % stojí stát 200 000 Kč, jako př. všech devět politických stran získalo více než 5 % = 10 000 000 Kč x 4 roky.
- c) **Příspěvek na úhradu volebních nákladů** se vyplácí jednorázově těm stranám, které dosáhly alespoň 1,5 % platných hlasů. V případě, že se jim to povedlo, tak se počet platných hlasů vynásobí 100 Kč, jako př. hnutí ANO = 1 500 113 x 100 Kč.

Tabulka 4: Množství peněz získaných od státu díky volbám do PS PČR v 2017 (v Kč)

Název strany	Příspěvek na mandát	Stálý příspěvek	Příspěvek na úhradu volebních nákladů
ANO	280 800 000	40 000 000	150 011 300
ODS	90 000 000	40 000 000	57 294 800
Piráti	79 200 000	40 000 000	54 639 300
SPD	79 200 000	40 000 000	53 857 400
KSČM	54 000 000	40 000 000	39 310 000
ČSSD	54 000 000	40 000 000	36 834 700
KDU-ČSL	36 000 000	40 000 000	29 364 300
TOP 09	25 200 000	40 000 000	26 881 100
STAN	21 600 000	40 000 000	26 215 700
Svobodní	0	0	7 922 900
Celkový součet	720 000 000	360 000 000	482 331 500

Zdroj dat: vlastní zpracování.

Tabulka 5: Celkové množství peněz ze státního financování za období 2017-2021 díky volbám do PS PČR v roce 2017 (v Kč)

Název strany	Celkem
ANO	470 811 300
ODS	187 294 800
Piráti	173 839 300
SPD	173 057 400
KSČM	133 310 000
ČSSD	130 834 700
KDU-ČSL	105 364 300
TOP 09	92 081 100
STAN	87 815 700
Svobodní	7 922 900

Zdroj dat: vlastní zpracování.

V obou tabulkách je možné vypořádat to, jak byly strany díky volbám státem dotovány v průběhu celého volebního období. Nejvíce si vydělalo hnutí ANO, kdežto nejméně Svobodní, protože získali nárok pouze na příspěvek na úhradu volebních nákladů. V druhé tabulce je vyjádření součtu celkových příjmů za čtyřleté volební období díky státnímu financování.

Jak je již v metodice práce zmíněno, **efektivita financování** bude pro tuto diplomovou práci zkoumána z hlediska vlivu, jež měla volební kampaň na výsledek politických stran ve volbách. Ze všeho nejdříve je třeba vyjádření celkových výdajů na volební kampaň, které byly zjištěny ze zpráv o financování volební kampaně. Celkové platné hlasy a počet získaných mandátů byl již zjištěný výše v práci, ale je nutné tyto údaje připomenout i zde v souvislosti s vyjádřením efektivity a zahrnout tyto údaje do níže vyobrazené tabulky č. 6.

Co se týče způsobu výpočtu, tak postup byl následující:

- a) **Cena jednoho mandátu** se vypočte jako suma celkových výdajů jednotlivých parlamentních stran, která se vydělí počtem získaných mandátů. Např. u ANO = 84 534 895 Kč / 78.

- b) **Cena jednoho hlasu** se vypočte opět jako suma celkových výdajů jednotlivých parlamentních stran, která se vydělí celkovým počtem platných hlasů. Např. u ANO = 84 534 895 Kč / 1 500 113.

Tabulka 6: Zjištění efektivity financování politických stran

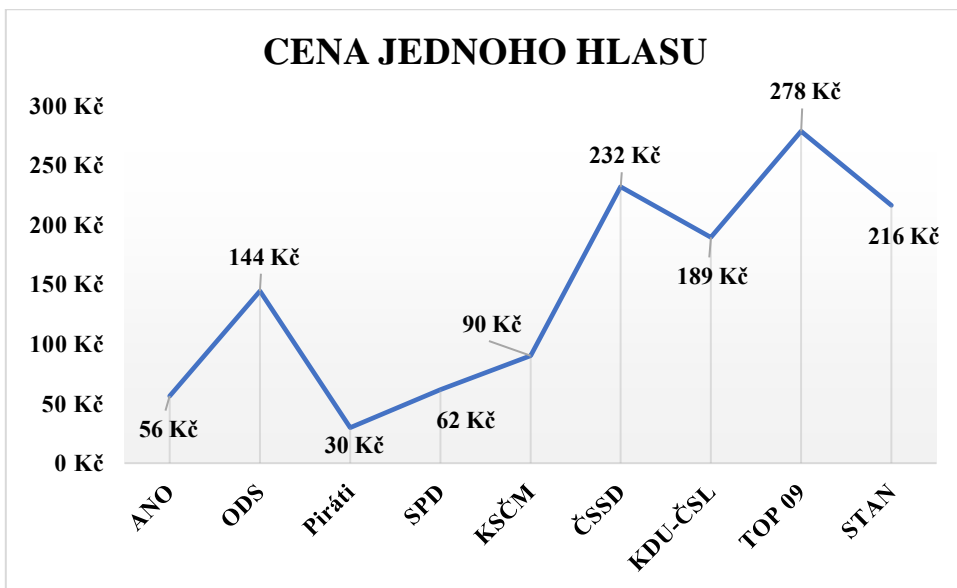
Název	Celkové výdaje	Celkem platných hlasů	Počet mandátů	Efektivita	
				Kolik stál jeden mandát	Kolik stál jeden hlas
ANO	84 534 895 Kč	1 500 113	78	1 083 781 Kč	56 Kč
ODS	82 693 738 Kč	572 948	25	3 307 750 Kč	144 Kč
Piráti	16 265 653 Kč	546 393	22	739 348 Kč	30 Kč
SPD	33 162 560 Kč	538 574	22	1 507 389 Kč	62 Kč
KSČM	35 433 166 Kč	393 100	15	2 362 211 Kč	90 Kč
ČSSD	85 359 533 Kč	368 347	15	5 690 636 Kč	232 Kč
KDU-ČSL	55 620 782 Kč	293 643	10	5 562 078 Kč	189 Kč
TOP 09	74 843 966 Kč	268 811	7	10 691 995 Kč	278 Kč
STAN	56 728 842 Kč	262 157	6	9 454 807 Kč	216 Kč

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat z ČSÚ a zpráv o financování volebních kampaní.

Předtím, než interpretuji zjištěné údaje z tabulky č. 6, je vhodné připomenout, na co tahle tabulka odpovídá. Hlavním cílem diplomové práce je *zjistit strukturu a efektivitu financování politických stran do svých volebních kampaní ve volbách do PS PČR v roce 2017 včetně toho, kolik finančních prostředků bylo utraceno na jeden hlas a mandát*. Právě odpověď na druhou část tohoto cíle, tedy to, jak efektivně strany naložily s vloženými finančními prostředky. To jsem zjistil z výpočtů, kolik stál jeden hlas a kolik stál jeden mandát. Daná tabulka č. 6 přispívá k zodpovězení výzkumných otázek zaměřených na efektivitu, přičemž nyní se pokusím vyjádřit odpověď, a tím i interpretovat zjištěné údaje z tabulky.

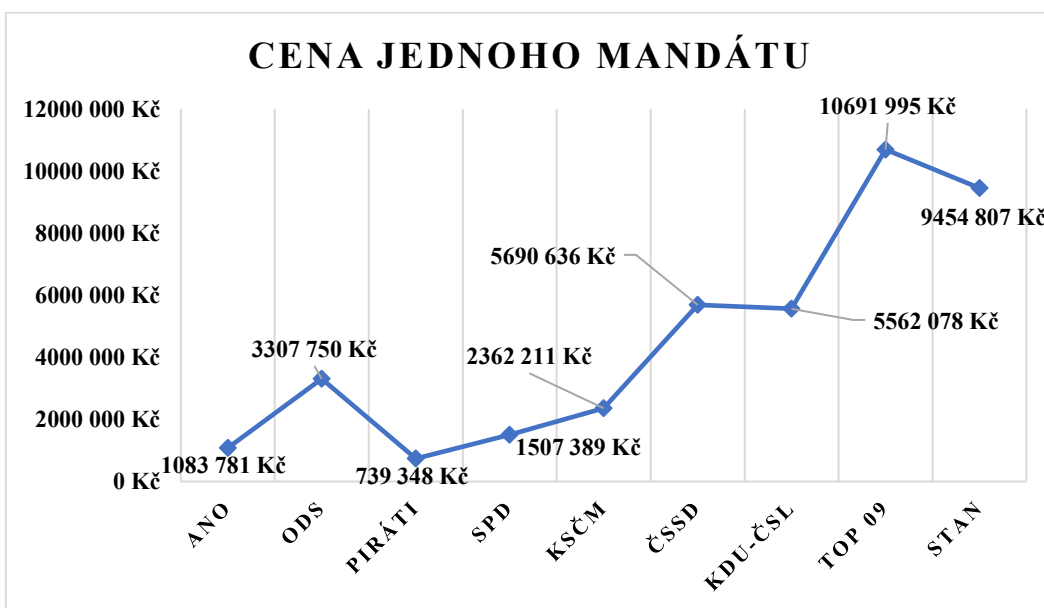
VO2: Kolik finančních prostředků musely vynaložit jednotlivé parlamentní strany pro získání jednoho hlasu a mandátu?

Graf 2: Kolik Kč stál jeden hlas?



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Graf 3: Kolik Kč stál jeden mandát?



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Tyto grafy č. 2 a 3 přehledně vyobrazují interpretaci některých údajů zjištěných z tabulky č. 6 a zaměřují se na odpověď na druhou výzkumnou otázku. Z obou grafů je tedy zcela patrné, jak efektivní se ve výsledku ukázala vedená volební kampaň ze strany devíti parlamentních politických stran. Níže interpretuji čtyři nejefektivněji vedené kampaně a jednu, která byla nejméně efektivnější z hlediska průměrných nákladů.

Provedenou analýzou jde jasně vidět, že nejefektivnější kampaň měli Piráti, které přišla cena jednoho hlasu na pouhých 30 Kč a cena jednoho mandátu na 739 348 Kč. Piráti měli v porovnání s dalšími stranami nejnižší průměrné náklady. Tím lze prohlásit jejich financování za nejvíce efektivní z hlediska vynaložení celkových nákladů. Platí tedy, že čím méně výdajů strana vynaložila na získání jednoho hlasu, tím je efektivnější ve svém financování. Druhou nejefektivnější stranou bylo ANO. Cena jednoho hlasu jí vyšla na 56 Kč a cena jednoho mandátu na 1 083 781 Kč, což bylo druhé nejmenší číslo. Třetí nejefektivnější kampaň byla vedena stranou SPD, kterou přišel jeden hlas na 62 Kč a jeden mandát na 1 507 389 Kč. Čtvrtou nejefektivnější byla KSČM, kterou stál jeden hlas 90 Kč a jeden mandát 2 362 211 Kč. Z opačného konce spektra efektivity zde máme strany, které byly nejméně efektivní, jelikož na jeden získaný hlas musely vynaložit mnohem větší náklady. Strana TOP 09 měla nejvyšší průměrné náklady, tudíž jejich financování volební kampaně je možné označit za nejméně efektivní. Jeden hlas stranu vyšel na 278 Kč, což je nejvíce ze všech devíti stran, a jeden mandát dokonce na 10 691 995 Kč. Na základě zjištěných údajů tak kromě TOP 09 např. i STAN, ČSSD nebo KDU-ČSL vedly financování svých volebních kampaní neefektivním způsobem, jelikož měly znatelně větší výdaje na získání jednoho hlasu než zbylé politické strany.

VO3: Jsou politické strany s nízkým nebo středním rozpočtem na volební kampaň finančně efektivnější?

Při odpovědi na třetí výzkumnou otázku je podstatné vědět, jaké strany hospodařily s nízkým nebo středním rozpočtem na volební kampaň. Jak vyplývá z metodické podkapitoly (3.1.2.), tak byl zvolen parametr, který nízký nebo střední rozpočet kampaně vyčísluje na hodnotu do 40 milionů Kč. Rozpočet strany vychází z výše zjištěných celkových výdajů na volební kampaň. Mezi strany s nízkým nebo středním rozpočtem se řadí Piráti, SPD a KSČM. Jak je patrné z grafů č. 2 a 3, tak právě strany, které vynaložily na volební kampaň méně finančních prostředků, byly skutečně finančně efektivnější. Piráti, kteří vynaložili něco přes 16 milionů Kč, byli ze všech

politických stran nejefektivnější ve svém financování. Strana SPD vynaložila něco přes 33 milionů Kč a KSČM něco přes 35 milionů Kč. Tyto strany byly také finančně efektivnější než strany, které hospodařily s vysokými (do 60 milionů Kč) nebo velmi vysokými (do 90 milionů Kč) rozpočty na volební kampaně. Jedinou výjimkou byla politická strana ANO, která hospodařila s velmi vysokým rozpočtem na volební kampaň, jelikož vynaložila přes 84 milionů Kč a z výše zjištěného si vedla ve svém financování jako druhá nejvíce efektivní strana z hlediska toho, co ji vynaložený rozpočet ve výsledku přinesl.

3.4. Shrnutí

Na začátku kapitoly jsem podrobně popsal to, jakým způsobem byl veden výzkum zaměřený na financování volebních kampaní. Stanovil jsem kritéria výzkumu a vytyčil měřítko efektivity z hlediska nejnižších průměrných nákladů na jeden hlas. Také jsem popsal metodiku krok po kroku, včetně vydefinování codebooku o 11 proměnných, kterým jsem se v celé analytické části řídil.

V další části jsem objasnil politický vývoj mezi lety 2013 a 2017. V roce 2013 se konaly předčasné volby, které skončily sice výhrou ČSSD, ale ve straně z nich panovalo zklamání. Vládní koalice vznikla ze spolupráce ČSSD, ANO, KDU-ČSL. V roce 2014 jsem zmínil úspěch Pirátů. Rok 2015 byl ve znamení migrační krize a vzniku SPD. V roce 2016 se ANO prosadilo na všech úrovních vládnutí a na povrch se dostala kauza Čapí hnízdo. Události ve volebním roce 2017: premiér Sobotka připustil možnou budoucí vládní koalici s KSČM; kauza v souvislosti se Sobotkou a Babišem (plánovaná demise kvůli Babišovým obchodům, kterou Babiš ovšem označoval za organizovanou kampaň vůči němu); kauza s žádostí o vydání k trestnímu stíhání Babiše a Faltýnka (kterou Babiš opět označoval jako předvolební kampaň od svých politických protivníků s cílem ovlivnit říjnové volby); stálé klesání preferencí ČSSD a změny ve vedení strany, což mohlo být způsobeno i mediální šikovností koaliční strany ANO přisvojit si většinu úspěchů koaliční vlády; změna postoje KDU-ČSL k předvolební koalici se STAN (nakonec každá kandidovala samostatně); pár dnů před volbami vyšla na povrch kauza lithium (Babiš to profiloval jako snahu ČSSD vytuneloval stát).

Dále jsem v krátkosti rozebral výsledky voleb v roce 2017. Zmínil jsem odlišnost od všech minulých, tedy „nová pravidla hry“, a také dosud největší fragmentaci, jelikož volební práh překročilo devět stran. Volby vyhrálo ANO, čemuž napovídaly i průzkumy veřejného mínění. Co průzkumy nepředpovídaly, tak to byl úspěch Pirátů. KSČM zaznamenala svůj nejhorší volební

výsledek. ČSSD ztratila oproti volbám v 2013 nejvíce mandátů, což bylo zčásti způsobeno tím, že nedokázala přesvědčit voliče o úspěších z vládní koalice, zaměřením kampaně především na kritiku Babiše, kauzou lithium a roztříštěností ve vedení ČSSD. Strany KDU-ČSL, TOP 09 a STAN těsně překročily klauzuli pro vstup, navíc STAN se dostalo do sněmovny poprvé jako samostatně kandidující subjekt. Po volbách bylo nutné zvolit předsedu sněmovny a obsadit posty ve výborech a komisích. Vzniklo i uskupení stran ODS, TOP 09, KDU-ČSL a STAN nazvané Demokratický blok. Toto uskupení chtělo společně postupovat při ustavování sněmovny a jejích orgánů. Piráti ani ČSSD se k tomuto bloku rozhodli nepřipojit. Nakonec vznikla menšinová vláda ANO a ČSSD s podporou KSČM.

Poté byla v této kapitole rozebrána základní charakteristika volebních kampaní devíti politických stran, které uspěly ve volbách. Postupem času se kampaně více profesionalizovaly. Volby v roce 2013 byly ve znamení úpadku stran tradičních, jako ČSSD a ODS, a vzestupu nových, jako ANO. Tato strana se lišila od ostatních zejména svým vystupováním coby antiestablishmentová strana, profesionalitou a kvalitou výborně cílené kampaně. Volby v roce 2017 s sebou přinesly tzv. novou éru, protože mnoho stran měnilo vizuální styl a omlazovalo loga, čímž chtěly voličům naznačit, že se změnily a voliči jim opět mohou důvěřovat. Zajímavou situaci tyto volby přinesly i v tom, že koaliční partneři ANO a ČSSD byli zároveň největšími rivaly, což znamenalo, že souboj nebyl mezi nejsilnější vládní stranou a nejsilnější opoziční stranou, jako tomu bylo zvykem v minulosti. Toto soupeření nebylo vyrovnané, jelikož preference stoupaly pouze u ANO (u ČSSD tomu bylo naopak) a jak jsem již zmiňoval, situace před těmito volbami se dala popsat jako soupeření jeden proti všem, kdy tou jednou osobou byl Andrej Babiš. ANO se v mnohém ve své volební kampani lišilo od zbytku, např. důrazem na permanentní kampaň, se kterou se pojí stálá komunikace s voliči (což není pravidlem zbytku stran). Další odlišnost byla v organizačním přístupu, jelikož si svou kampaň zajistilo využitím vlastního PR oddělení v čele s mnoha experty. Babiš se navíc vymezoval ve své kampani proti „tradičním politikům a kmostrům“, kteří vůči jeho osobě měli vést kampaň s účelem odstranit ho z politiky. ČSSD měla před volbami vnitrostranické problémy a předvolební průzkumy taktéž nebyly příznivé. Strana představila nové logo, ale rétorika, kterou zvolila při své kampani (vyhlášení války levné práci), mohla jistě vzbudit nějaké negativní asociace. ODS také změnila logo, které mělo být novým začátkem s vedením profesora Fialy. KSČM zvolila i pro tyto volby konzervativně vedenou kampaň. SPD nebylo příliš transparentní při poskytování informací. Na jejich PR se podílela

agentura Play Net, která má napojení na TV Barrandov. KDU-ČSL chtěla původně kandidovat se STAN, ale z tohoto plánu nakonec sešlo. Následně měla tato strana masivně vedenou venkovní reklamu. Piráti se hodně odlišovali tím, že se profilovali jako strana jiná než tradiční, jelikož nevyužívají k financování státní zdroje a jelikož nejsou ani podnikatelský subjekt, neboť spoléhají na dobrovolnictví, nadšení a transparentní veřejné financování. TOP 09 šla do voleb také s novým logem, strana zdůrazňovala odkaz na EU, svobodu a podporu podnikání.

V poslední části této kapitoly jsem se zaměřil na analýzu financování volebních kampaní z hlediska efektivity. Nejprve jsem vyjádřil, kolik získaly strany financí od státu, kdy jsem došel k výpočtům, že nejvíce stát v období 2017-2021 financoval stranu Andreje Babiše, což nebylo překvapením, poněvadž se stala vítěznou ve volbách a měla i nejvíc mandátů. Dále po zjištění celkových výdajů, celkových platných hlasů a získaných mandátů, mohla již být analyzovaná samotná efektivita financování. Hlavním cílem diplomové práce je *zjistit strukturu a efektivitu financování politických stran do svých volebních kampaní ve volbách do PS PČR v roce 2017 včetně toho, kolik finančních prostředků bylo utraceno na jeden hlas a mandát*. Tento cíl (zjištění efektivity financování) byl zjištěn z výpočtů, kolik stál jeden hlas a mandát. K naplnění tohoto cíle posloužilo položení dvou výzkumných otázek a jejich zodpovězení.

VO2: Kolik finančních prostředků musely vynaložit jednotlivé parlamentní strany pro získání jednoho hlasu a mandátu?

Odpověď na tuto otázku jsem vyjádřil pomocí tabulky č. 6 a grafů č. 2 a 3, kdy jsem zjistil, že nejefektivnější kampaň měli Piráti (1 hlas = 30 Kč, 1 mandát = 739 348 Kč), jelikož vynaložili nejnižší průměrné náklady na získání jednoho hlasu. Tím lze prohlásit jejich financování za nejvíce efektivní z hlediska vynaložení celkových nákladů. Druhou nejefektivnější bylo ANO a třetí SPD. Nejméně efektivní byla TOP 09, která měla nejvyšší průměrné náklady na získání jednoho hlasu, a proto lze označit jejich financování volební kampaně za nejméně efektivní (1 hlas = 278 Kč, 1 mandát = 10 691 995 Kč). Strany jako STAN, ČSSD či KDU-ČSL taktéž financovaly z hlediska celkově vynaložených nákladů neefektivně své kampaně.

VO3: Jsou politické strany s nízkým nebo středním rozpočtem na volební kampaň finančně efektivnější?

I odpověď na tuto výzkumnou otázku bylo možné vyčíst ze zmíněné tabulky č. 6 a grafů č. 2 a 3. Mezi tyto strany jsem zařadil takové strany, které měly nastavený svůj rozpočet na financování volební kampaně do maximální výše 40 milionů Kč. Tuto podmínku splňují Piráti, SPD, KSČM. Provedenou analýzou bylo zjištěno, že strany, které vynaložily na volební kampaň menší množství finančních prostředků, byly efektivnější. Zjistil jsem, že Piráti se svým rozpočtem něco přes 16 milionů Kč byli nejvíce efektivní při financování. Další strany s menším rozpočtem na kampaň, SPD a KSČM, byly taktéž efektivnější než strany s vysokými rozpočty na kampaň. Jedinou výjimkou byla strana Andreje Babiše, která vynaložila něco přes 84 milionů Kč a byla z hlediska efektivity druhá.

4. Analýza a komparace financování volebních kampaní na základě zpráv o financování volebních kampaní

V poslední kapitole této diplomové práce bude provedena analýza a komparace financování volebních kampaní na základě zpráv o financování volebních kampaní. Kapitola bude rozdělena na dvě části. První se zaměří na analýzu financování výdajových položek na volební kampaň, čímž bude zjištěno, jaké položky strany financovaly z povoleného limitu volební kampaně jednotlivých parlamentních subjektů voleb 2017. Druhá část se zaměří na vzájemnou komparaci politických stran při financování jejich volebních kampaní. Zjištěné údaje budou zanalyzovány do přehledných tabulek a grafů. Tato kapitola je koncipována tak, aby bylo možné odpovědět zbylé výzkumné otázky a naplnit hlavní cíl diplomové práce.

Tabulka 7: Počet kódovacích položek politických stran

Politická strana	Počet kódovaných položek
ANO	1 210
ODS	1 485
Piráti	2 080
SPD	1 875
KSČM	1 194
ČSSD	1 225
KDU-ČSL	4 033
TOP 09	2 004
STAN	1 901
SUMA	17 007

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě kódování ze zpráv o financování volebních kampaní.

V tabulce č. 7 se vyskytuje celkový počet kódovacích položek, se kterými jsem musel pracovat, abych správně rozdělil výdaje jednotlivých stran na jejich volební kampaň. Celkem jsem tedy pracoval a kódoval 17 007 položek. Pokud bych měl svou práci na kódování zhodnotit, tak nejhůře se mi pracovalo se zprávou o financování volební kampaně ČSSD a KSČM. Tyto dvě strany jako jediné z devíti, co uspěly ve volbách, měly své zprávy o financování volební kampaně

okopírované v papírové podobě, tudíž u těchto dvou stran bylo nutné přepsat všechny částky jednotlivě do MS Excel a jednotlivě nakódovat. Zbýlých sedm politických stran mělo své zprávy o financování volebních kampaní v souboru XLS a dalo se s nimi lépe pracovat, včetně různého seřazení a podobně.

Při zpracovávání **ČSSD** bylo v jejich financování možné narazit na mnoho nakoupených růží, ale také na poměrně mnoho položek s velkou částkou, které bylo složité zařadit pouze pod jednu kategorii ze zvoleného codebooku. **KSČM** měla poměrně hodně položek na inzerci v různých denících a Haló novinách. Hnutí **SPD** mělo svou zprávu o financování hodně zaměřenou na venkovní reklamu, jelikož hodně popisků bylo také v podobě bezúplatných plnění zaměřených na výlep plakátů, které označovali i hodinovou sazbou. Avšak za 50 hodin práce označili v běžné ceně v jednom případě cenovkou 3300 Kč a v jiném 330 Kč, tudíž se domnívám, že došlo k chybě v zapsání údaje. Tato strana tedy hodně spoléhala na své sympatizanty. Některé popisky byly chaotické a nejednoznačné. Místy zase byla v popisku účelu platby pouze adresa bez účelu, tudíž takovou platbu jsem nebyl schopen zařadit.

KDU-ČSL musím pochválit. Strana měla velice podrobně popsané výdaje, které byly navíc rozepsané i po krajích, ve kterých vedla strana kampaň. Do výdajů strana zařadila výdaje od cestovného až po občerstvení, kelímky na kávu, smetany do kávy, dokonce i Biolit proti vosám a kondomy. Přibližně tisíc položek vykazovala jako bezúplatná plnění v podobě poskytnutého reklamního banneru. **STAN** nemělo své popisky tak přesné jako Piráti nebo TOP 09. Některé popisky výdajů nebyly jednoznačně zařaditelné, ale např. dopis v hodnotě 40 Kč nebo jízdenky delegací do komisí za 13 Kč byly zahrnuté v jejich zprávě. Mnoho položek se týkalo parkovného a pohonných hmot. **ODS** měla mnoho jednoslovných pojmenování, ze kterých se dalo špatně určit přesný účel výdaje, občas chaotické popisky a u jedné položky v popisu účelu pouze datum, tudíž bez možnosti konkrétního zařazení. **ANO** mělo hodně položek jako výdajů do koblih, ale již byla menší přehlednost v popiscích. Zaznamenal jsem ve zprávě i nějaké vratky a mnoho chybně zaslanych faktur a darů.

Piráti, dle mého, vykazovali všechny výdaje, co mohli. V jejich zprávě jsem našel výdaje na elektřinu na akcích, veškeré odměny, poštovné, prodlužovací kabely, pronájem věcí, a dokonce i pudr za 90 Kč na focení. **TOP 09** měla pěkně popsané položky, ať už se jedná o inzerci v konkrétních novinách nebo rozepsané mediálně marketingové poradenství, billboardy a tisk. Dle mého názoru by kombinace zprávy o financování Pirátů a TOP 09 byla ideální příklad, jak by to

mělo vypadat. Jedinou slabinu ve zprávě TOP 09 spatřuji v nedostatečném zapsání personálních nákladů.

Tabulka 8: Celkový počet jednotlivých proměnných dle politických stran

Kód	Proměnná	Politické strany								
		ANO	ODS	PIRÁTI	SPD	KSČM	ČSSD	KDU-ČSL	TOP 09	STAN
1	Kontaktní kampaň	7 482 559 Kč	5 595 129 Kč	1 834 181 Kč	1 529 746 Kč	2 852 931 Kč	7 642 323 Kč	6 650 589 Kč	5 193 474 Kč	4 052 220 Kč
2	Letáky, noviny a produkce	17 726 519 Kč	18 094 055 Kč	2 373 862 Kč	9 173 454 Kč	11 777 771 Kč	11 877 206 Kč	12 006 440 Kč	22 495 967 Kč	16 973 337 Kč
3	Venkovní reklama	19 075 467 Kč	35 339 116 Kč	4 663 832 Kč	11 657 870 Kč	4 810 642 Kč	30 522 548 Kč	23 210 146 Kč	16 784 713 Kč	14 678 900 Kč
4	Reklama v tisku	15 557 000 Kč	4 886 751 Kč	260 659 Kč	815 742 Kč	4 657 275 Kč	14 507 306 Kč	4 503 072 Kč	9 537 216 Kč	2 502 425 Kč
5	Reklama na internetu	11 559 333 Kč	13 061 710 Kč	3 352 915 Kč	917 661 Kč	4 265 409 Kč	9 814 880 Kč	3 796 331 Kč	15 511 414 Kč	12 872 231 Kč
6	Reklama v rádiu	0 Kč	2 000 Kč	0 Kč	0 Kč	73 Kč	30 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
7	Strategie a poradenství	11 354 825 Kč	4 532 360 Kč	752 390 Kč	8 327 391 Kč	148 045 Kč	9 112 761 Kč	4 291 692 Kč	4 939 985 Kč	4 372 061 Kč
8	Personální náklady	1 465 988 Kč	499 757 Kč	2 604 449 Kč	40 599 Kč	6 062 590 Kč	398 987 Kč	190 563 Kč	33 320 Kč	612 962 Kč
9	Náklady kanceláře	10 470 Kč	197 610 Kč	98 417 Kč	39 268 Kč	141 407 Kč	364 729 Kč	159 194 Kč	47 565 Kč	291 642 Kč
10	Doprava a ubytování	298 714 Kč	241 029 Kč	286 361 Kč	595 580 Kč	451 023 Kč	649 596 Kč	517 540 Kč	273 329 Kč	327 582 Kč
11	Ostatní	3 919 Kč	244 222 Kč	38 586 Kč	65 249 Kč	266 000 Kč	439 197 Kč	295 216 Kč	27 002 Kč	45 482 Kč
	CELKEM	84 534 895 Kč	82 693 738 Kč	16 265 653 Kč	33 162 560 Kč	35 433 166 Kč	85 359 533 Kč	55 620 782 Kč	74 843 966 Kč	56 728 842 Kč

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní a codebooku.

Tabulka č. 8 vyobrazuje výsledky, které byly zjištěny mou analýzou z výročních zpráv o financování volební kampaně devíti politických stran, které se dostaly do PS PČR v roce 2017. Pro přehlednost považuji za vhodné ji uvést hned na začátek této kapitoly. Ve zbytku této kapitoly budou dané výsledky dále analyzovány.

4.1. Analýza financování výdajových položek na volební kampaň dle codebooku

V rámci této kapitoly dojde k zodpovězení druhé části hlavního cíle diplomové práce, a tím je zjistit strukturu financování politických stran ve volebních kampaních. Na splnění tohoto cíle navazuje i zodpovězení třech výzkumných otázek. V rámci dílčích podkapitol bude podrobněji věnována pozornost jednotlivým proměnným, jež byly stanoveny codebookem. Data budou zpracována do tabulek a grafů. V tabulkách ponese určité hodnoty „ač“ – což znamená absolutní četnost neboli vyjádření toho, kolik daná politická strana vynaložila finančních prostředků na dané financování ze svých celkových výdajů na kampaň. Zároveň bude v tabulkách i hodnota „rč“ – což znamená relativní četnost neboli vyjádření absolutní četnosti v procentech z celkových výdajů. Relativní četnost bude vyjádřena pomocí přehledných grafů v jednotlivých podkapitolách. V této

podkapitole se budu zabývat tedy výdaji na: 1) kontaktní kampaň; 2) letáky, noviny a produkci; 3) mediální prostor; 4) strategii a poradenství; 5) ostatními výdaji.

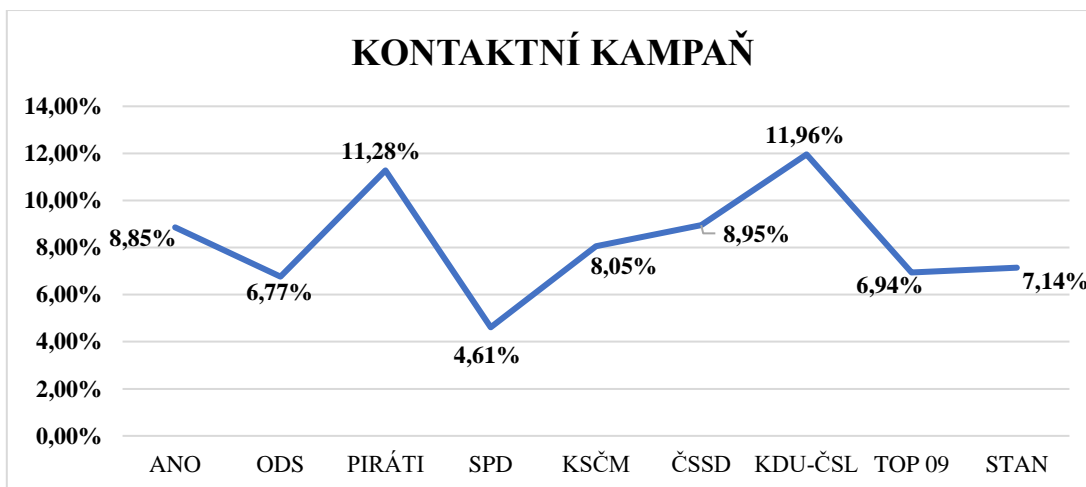
4.1.1. Výdaje na kontaktní kampaň

Tabulka 9: Výdaje na kontaktní kampaň

Politická strana	<u>Kontaktní kampaň</u>		
	Celkové výdaje	AČ	RČ
ANO	84 534 895 Kč	7 482 559 Kč	8,85 %
ODS	82 693 738 Kč	5 595 129 Kč	6,77 %
Piráti	16 265 653 Kč	1 834 181 Kč	11,28 %
SPD	33 162 560 Kč	1 529 746 Kč	4,61 %
KSČM	35 433 166 Kč	2 852 931 Kč	8,05 %
ČSSD	85 359 533 Kč	7 642 323 Kč	8,95 %
KDU-ČSL	55 620 782 Kč	6 650 589 Kč	11,96 %
TOP 09	74 843 966 Kč	5 193 474 Kč	6,94 %
STAN	56 728 842 Kč	4 052 220 Kč	7,14 %

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Graf 4: Výdaje na kontaktní kampaň vyjádřený v %



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Z tabulky č. 9 a grafu č. 4 bylo zjištěno, že nejvíce na kontaktní kampaň v poměru ke svým celkovým výdajům na volební kampaň, investovala strana KDU-ČSL (11,96 %) a těsně za ní byli Piráti (11,28 %). Poté následovaly strany ČSSD, ANO, KSČM, které do kontaktní kampaně investovaly 8-9 % ze svého celkového rozpočtu. STAN, TOP 09 a ODS investovaly v rozmezí mezi 6-7 %. Naopak nejméně na kontaktní kampaň, dle provedené analýzy, vynaložila strana SPD, a to 4,61 % ze svého rozpočtu.

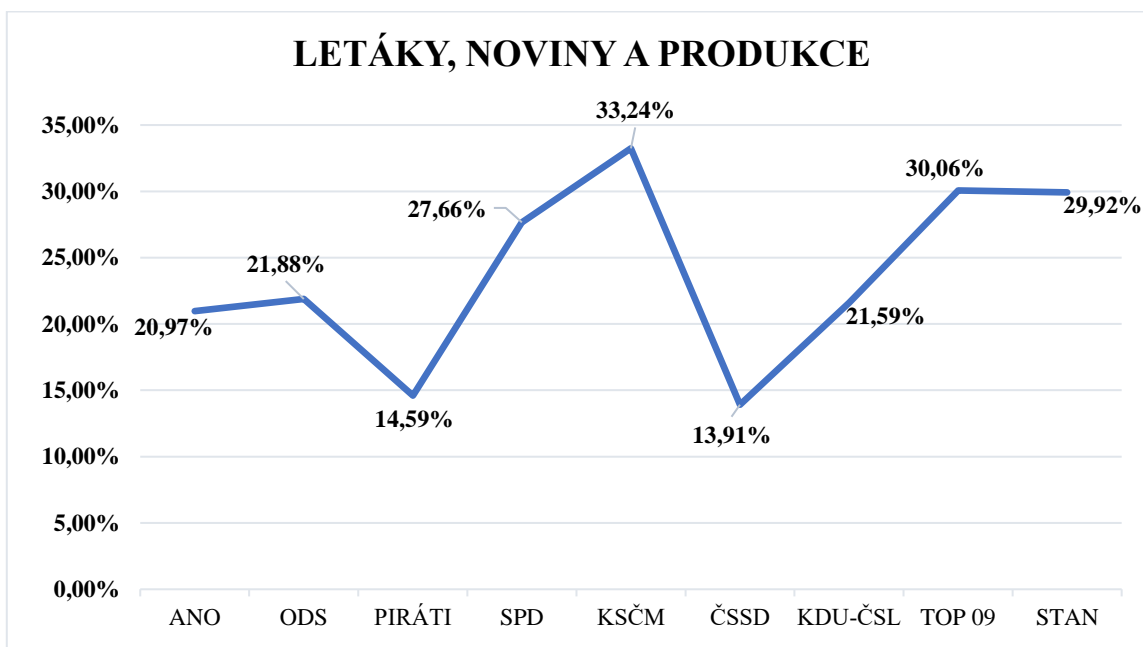
4.1.2. Výdaje na letáky, noviny a produkci

Tabulka 10: Výdaje na letáky, noviny a produkci

Politická strana	<u>Letáky, noviny, produkce</u>		
	Celkové výdaje	AČ	RČ
ANO	84 534 895 Kč	17 726 519 Kč	20,97 %
ODS	82 693 738 Kč	18 094 055 Kč	21,88 %
PIRÁTI	16 265 653 Kč	2 373 862 Kč	14,59 %
SPD	33 162 560 Kč	9 173 454 Kč	27,66 %
KSČM	35 433 166 Kč	11 777 771 Kč	33,24 %
ČSSD	85 359 533 Kč	11 877 206 Kč	13,91 %
KDU-ČSL	55 620 782 Kč	12 006 440 Kč	21,59 %
TOP 09	74 843 966 Kč	22 495 967 Kč	30,06 %
STAN	56 728 842 Kč	16 973 337 Kč	29,92 %

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Graf 5: Výdaje na letáky, noviny a produkci vyjádřený v %



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Z tabulky č. 10 a grafu č. 5 vyplývá, že nejvíce na letáky, noviny a produkci (neboli na tisk a výrobu), v poměru ke svým celkovým výdajům na volební kampaň, investovala strana KSČM (33,24 %) a kousek za ní byla strana TOP 09 (30,06 %) a STAN (29,92 %). Poté následovala strana SPD s 27,66 %. Další tři strany (ODS, KDU-ČSL, ANO) investovaly v rozmezí mezi 20-22 % ze svého rozpočtu. Nejméně do této skupiny investovali Piráti a ČSSD, a to 13-15 % ze svých celkových výdajů.

4.1.3. Výdaje na mediální prostor

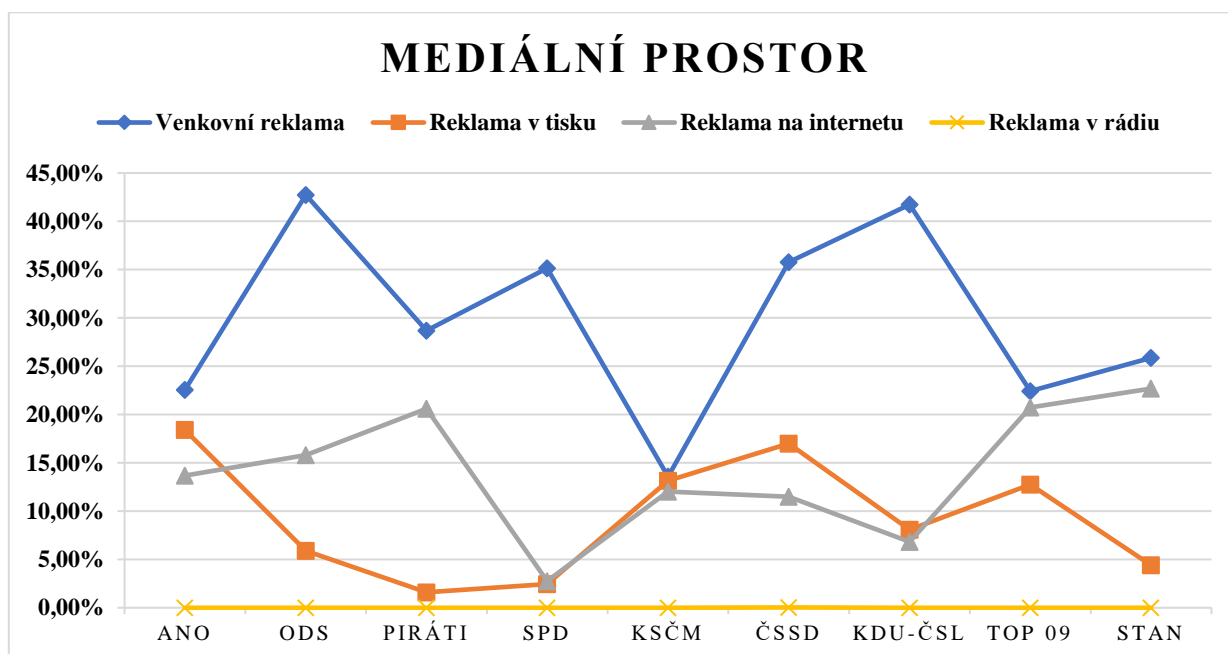
Jako výdaje na mediální prostor jsou zde považovány výdaje na: 1) venkovní reklamu; 2) reklamu v tisku; 3) reklamu na internetu a 4) reklamu v rádiu. Celkově do mediálního prostoru strany investovaly největší finanční prostředky.

Tabulka 11: Výdaje na mediální prostor

Politická strana	Celkové výdaje	MEDIÁLNÍ PROSTOR							
		Venkovní reklama		Reklama v tisku		Reklama na internetu		Reklama v rádiu	
		AČ	RČ	AČ	RČ	AČ	RČ	AČ	RČ
ANO	84 534 895 Kč	19 075 467 Kč	22,57%	15 557 000 Kč	18,40%	11 559 333 Kč	13,67%	0 Kč	0,00%
ODS	82 693 738 Kč	35 339 116 Kč	42,73%	4 886 751 Kč	5,91%	13 061 710 Kč	15,80%	2 000 Kč	0,00%
PIRÁTI	16 265 653 Kč	4 663 832 Kč	28,67%	260 659 Kč	1,60%	3 352 915 Kč	20,61%	0 Kč	0,00%
SPD	33 162 560 Kč	11 657 870 Kč	35,15%	815 742 Kč	2,46%	917 661 Kč	2,77%	0 Kč	0,00%
KSČM	35 433 166 Kč	4 810 642 Kč	13,58%	4 657 275 Kč	13,14%	4 265 409 Kč	12,04%	73 Kč	0,00%
ČSSD	85 359 533 Kč	30 522 548 Kč	35,76%	14 507 306 Kč	17,00%	9 814 880 Kč	11,50%	30 000 Kč	0,04%
KDU-ČSL	55 620 782 Kč	23 210 146 Kč	41,73%	4 503 072 Kč	8,10%	3 796 331 Kč	6,83%	0 Kč	0,00%
TOP 09	74 843 966 Kč	16 784 713 Kč	22,43%	9 537 216 Kč	12,74%	15 511 414 Kč	20,73%	0 Kč	0,00%
STAN	56 728 842 Kč	14 678 900 Kč	25,88%	2 502 425 Kč	4,41%	12 872 231 Kč	22,69%	0 Kč	0,00%

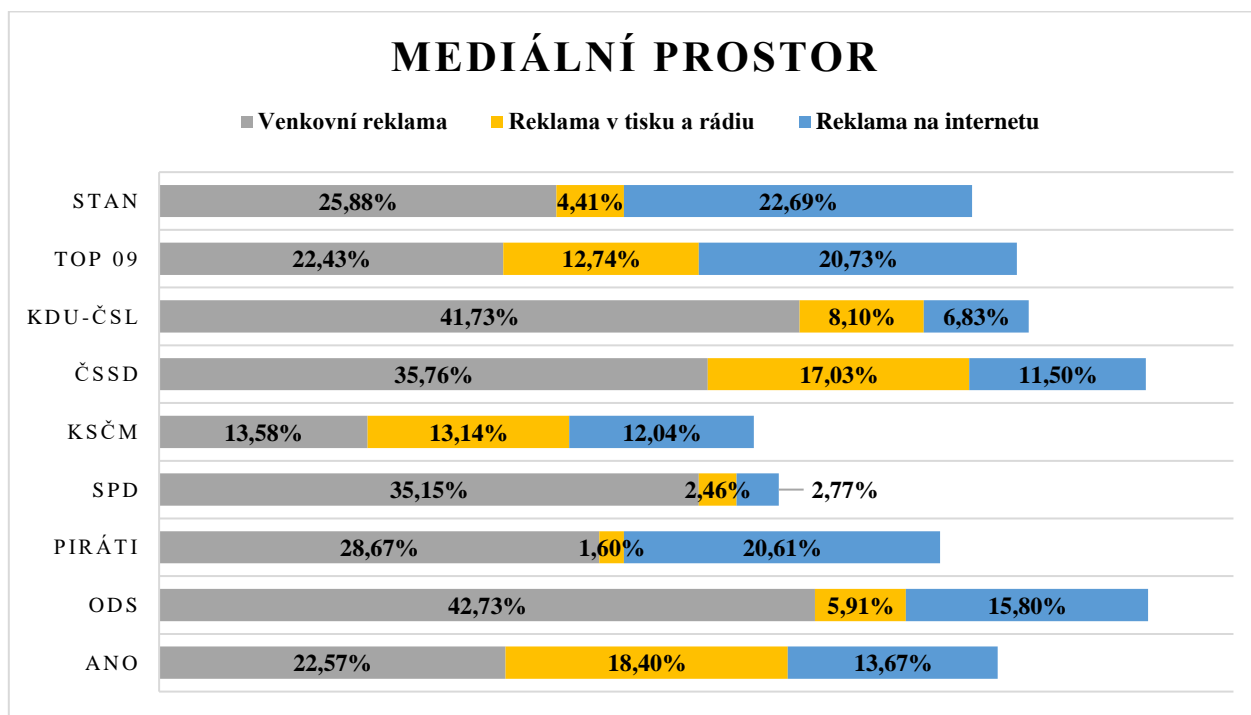
Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Graf 6: Výdaje na mediální prostor vyjádřený v %



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Graf 7: Výdaje na mediální prostor vyjádřený v %



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Z výše uvedených grafů č. 6 a 7 a tabulky č. 11 lze vyzorovat, kolik procent ze svého rozpočtu investovaly jednotlivé strany do mediálního prostoru. Procenta jsou v tomto případě opět vyjádřena v závislosti na velikosti rozpočtu daných stran (proto nedává jejich součet 100 %, jelikož prostředky vynaložily i na jiné části kampaně). Pro přehlednost jsem se rozhodl uvést dva grafy, jelikož v tomto případě je vyobrazeno více proměnných. Z důvodu toho, že žádná jiná strana než ODS, ČSSD a KSČM neinvestovala do reklamy v rádiu, v grafu č. 7 je vzata dohromady hodnota reklamy v tisku a rádiu.

Do venkovní reklamy nejvíce ze svého rozpočtu na kampaň investovala ODS (42,73 %), druhou nejvíce investující stranou byla KDU-ČSL (41,73 %), třetí strana ČSSD (35,76 %) a těsně za ní SPD (35,15 %). Dále Piráti vložili do venkovní reklamy 28,67 % a strany STAN, TOP 09 a ANO investovalo do venkovní reklamy poměrem ke svému rozpočtu nejméně, a to v rozmezí od 22-26 %. Nejmenší investice měla strana KSČM (13,58 %). Je patrné, že venkovní reklama jasně dominovala v porovnání s ostatními částmi mediálního prostoru. Do reklamy v tisku ze stran nejvíce vložilo ANO (18,40 %), ČSSD (17,03 %), KSČM (13,14 %) a TOP 09 (12,74 %). Další strany investovaly mnohem méně, např. KDU-ČSL (8,10 %), ODS (5,91 %) a STAN (4,41 %).

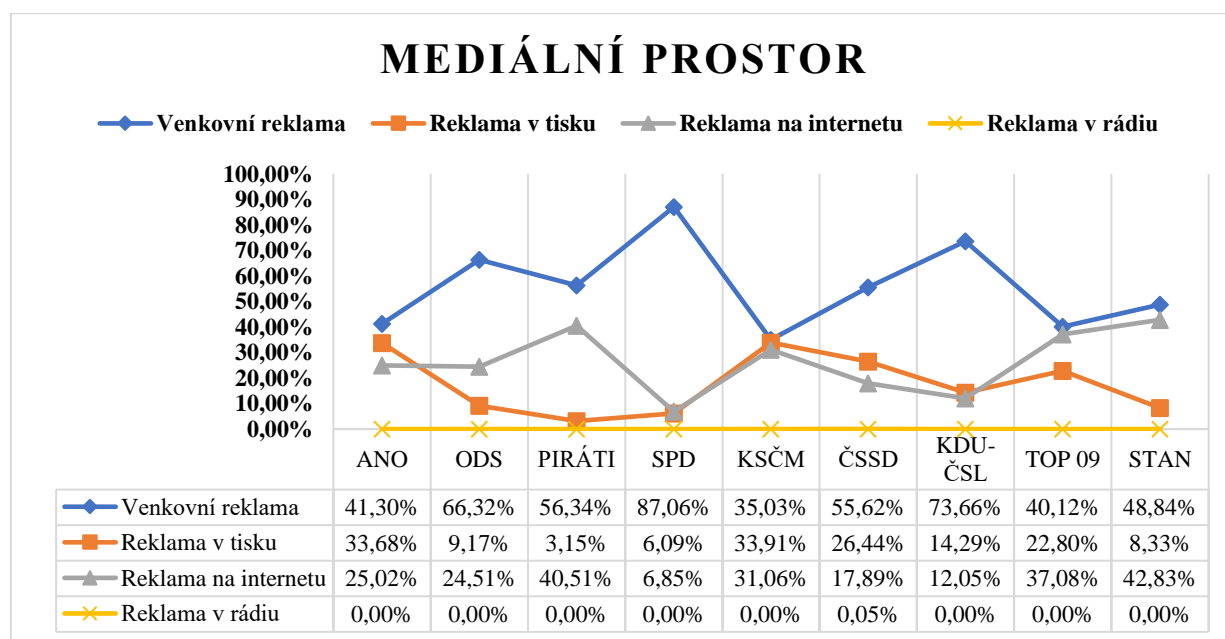
Absolutně nejméně do reklamy v tisku vložila strana Pirátů (1,60 %) a SPD (2,46 %). Co se týče reklamy na internetu, tak zde jsou tři strany, které vynaložily v porovnání se zbylými největší prostředky ze svého rozpočtu, jsou jimi STAN (22,69 %), TOP 09 (20,73 %) a Piráti (20,61 %). Další strany vynaložily již menší část z rozpočtu, např. ODS (15,80 %), ANO (13,67 %), KSČM (12,04 %), ČSSD (11,50 %) a KDU-ČSL (6,83 %). KSČM je pro mě trochu překvapením, osobně jsem čekal, že strana do tohoto druhu reklamy nebude příliš investovat. Absolutně nejméně do reklamy na internetu investovala SPD (2,77 %).

Tabulka 12: Výdaje na mediální prostor

Politické strany	Suma mediálního prostoru	MEDIÁLNÍ PROSTOR							
		Venkovní reklama		Reklama v tisku		Reklama na internetu		Reklama v rádiu	
		AČ	RČ	AČ	RČ	AČ	RČ	AČ	RČ
ANO	46 191 800 Kč	19 075 467 Kč	41,30%	15 557 000 Kč	33,68%	11 559 333 Kč	25,02%	0 Kč	0,00%
ODS	53 289 576 Kč	35 339 116 Kč	66,32%	4 886 751 Kč	9,17%	13 061 710 Kč	24,51%	2 000 Kč	0,00%
PIRÁTI	8 277 406 Kč	4 663 832 Kč	56,34%	260 659 Kč	3,15%	3 352 915 Kč	40,51%	0 Kč	0,00%
SPD	13 391 273 Kč	11 657 870 Kč	87,06%	815 742 Kč	6,09%	917 661 Kč	6,85%	0 Kč	0,00%
KSČM	13 733 399 Kč	4 810 642 Kč	35,03%	4 657 275 Kč	33,91%	4 265 409 Kč	31,06%	73 Kč	0,00%
ČSSD	54 874 734 Kč	30 522 548 Kč	55,62%	14 507 306 Kč	26,44%	9 814 880 Kč	17,89%	30 000 Kč	0,05%
KDU-ČSL	31 509 548 Kč	23 210 146 Kč	73,66%	4 503 072 Kč	14,29%	3 796 331 Kč	12,05%	0 Kč	0,00%
TOP 09	41 833 344 Kč	16 784 713 Kč	40,12%	9 537 216 Kč	22,80%	15 511 414 Kč	37,08%	0 Kč	0,00%
STAN	30 053 556 Kč	14 678 900 Kč	48,84%	2 502 425 Kč	8,33%	12 872 231 Kč	42,83%	0 Kč	0,00%

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Graf 8: Výdaje na mediální prostor vyjádřený v %



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Rozhodl jsem se, že jelikož je mediální prostor nejvíce financovaný ve volebních kampaních politických stran (strany na něj v průměru vynaložily 50-60 % svého rozpočtu), tak provedu i analýzu, ve které vyjádřím, v jakém množství investovaly do dílčích částí mediálního prostoru. V tomto případě to je s rozdílem, že záleží na sumě finančních prostředků, kolik do mediálního prostoru vložily, nikoliv na celkovém rozpočtu (proto celkový součet u stran dává 100 %). Analýza je vyjádřena v grafu č. 8 a tabulce č. 12, avšak tyto údaje nyní interpretuji.

Z celkové sumy vložené do mediálního prostoru, ze strany jednotlivých politických stran, je zřejmé, že SPD se při financování mediálního prostoru zaměřila z 87,06 % na venkovní reklamu, jelikož investice do reklamy v tisku a na internetu byly mnohem menší – okolo 6 %. KDU-ČSL také vynaložila většinu financí právě na venkovní reklamu, konkrétně 73,66 %. Tím pádem na reklamu v tisku zbylo 14,29 % a na reklamu na internetu 12,05 %. ODS rovněž většinu investovala do venkovní reklamy (66,32 %), ale lišila se vyšší investicí do reklamy na internetu (24,51 %) a na reklamu v tisku vynaložila 9,17 %. Strana Pirátů z rozpočtu na mediální prostor financovala z 56,34 % venkovní reklamu, reklamě v tisku nevěnovali moc pozornosti (3,15 %). Avšak důraz v investicích kladli na reklamu na internetu, do které investovali 40,51 %. ČSSD byla další ze stran, která z většiny financí na mediální prostor financovala venkovní reklamu (55,62 %), avšak na reklamu v tisku vynaložila více než předchozí strany (26,44 %). Na reklamu na internetu 17,89 % a drobnou investici vložila do reklamy v rádiu. Hnutí STAN mělo se stranou TOP 09 podobně rozložené investice. STAN investovalo do venkovní reklamy 48,84 %, TOP 09 40,12 %. Z hlediska investice do reklamy na internetu, STAN vynaložilo 42,83 % a TOP 09 37,08 %. Do reklamy v tisku investovala TOP 09 z rozpočtu na mediální prostor 22,80 % a STAN 8,33 %. ANO rozložilo své finance na mediální prostor v podobném poměru, když 41,30 % vynaložilo na venkovní reklamu, 33,68 % na reklamu v tisku a 25,02 % na reklamu na internetu. Jak je patrné z grafu č. 8, tak u KSČM nastal skoro průnik všech tří bodů, jelikož její finance na mediální prostor byly téměř identicky rozložené. KSČM investovala 35,03 % do venkovní reklamy, 33,91 % do reklamy v tisku a 31,06 % do reklamy na internetu.

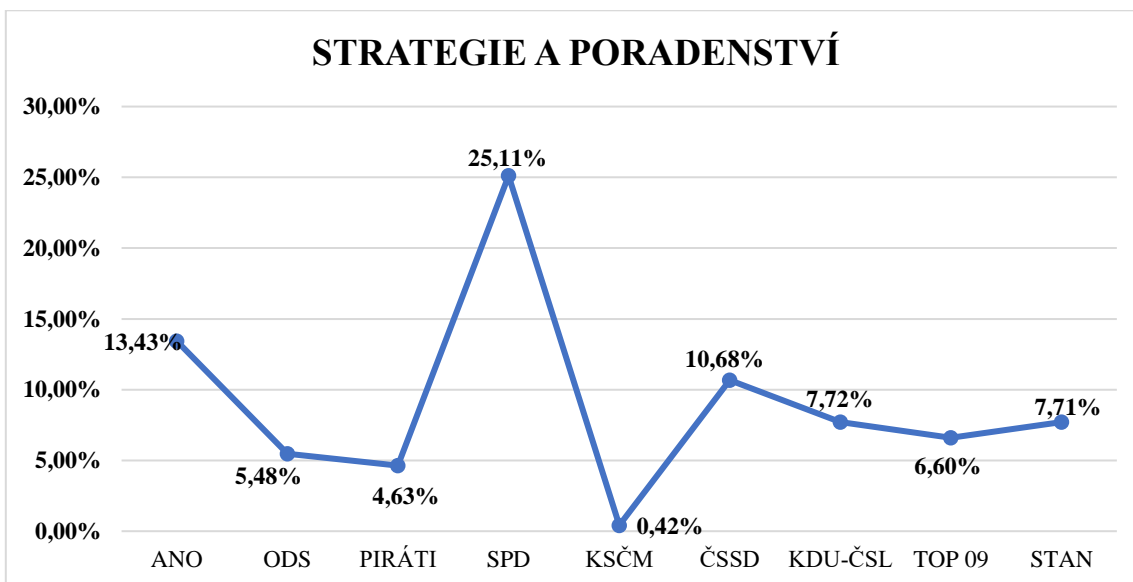
4.1.4. Výdaje na strategii a poradenství

Tabulka 13: Výdaje na strategii a poradenství

Politická strana	Celkové výdaje	Strategie a poradenství	
		AČ	RČ
ANO	84 534 895 Kč	11 354 825 Kč	13,43 %
ODS	82 693 738 Kč	4 532 360 Kč	5,48 %
PIRÁTI	16 265 653 Kč	752 390 Kč	4,63 %
SPD	33 162 560 Kč	8 327 391 Kč	25,11 %
KSČM	35 433 166 Kč	148 045 Kč	0,42 %
ČSSD	85 359 533 Kč	9 112 761 Kč	10,68 %
KDU-ČSL	55 620 782 Kč	4 291 692 Kč	7,72 %
TOP 09	74 843 966 Kč	4 939 965 Kč	6,60 %
STAN	56 728 842 Kč	4 372 061 Kč	7,71 %

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Graf 9: Výdaje na strategii a poradenství vyjádřený v %



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Z tabulky č. 13 a grafu č. 9 vyplývá, že na strategii a poradenství, v poměru ke svým celkovým výdajům na volební kampaň, nejvíce investovala strana SPD (25,11 %). Žádná jiná ze stran se poměrem vynaložených financí ke svému rozpočtu nepřiblížila takovému poměru. Druhou nejvíce investující bylo ANO s 13,43 % a třetí ČSSD s 10,68 %. STAN a KDU-ČSL vložily v poměru stejně do strategie a poradenství, a to 7,72 % a 7,71 %. Těsně za těmito dvěma stranami byla TOP 09 s 6,60 %. ODS vynaložila 5,48 % a Piráti 4,63 %. Avšak nejméně ze všech stran do této položky investovala strana KSČM, a to ani necelé procento celkových výdajů z rozpočtu, konkrétně pouhé 0,42 %.

4.1.5. Ostatní výdaje

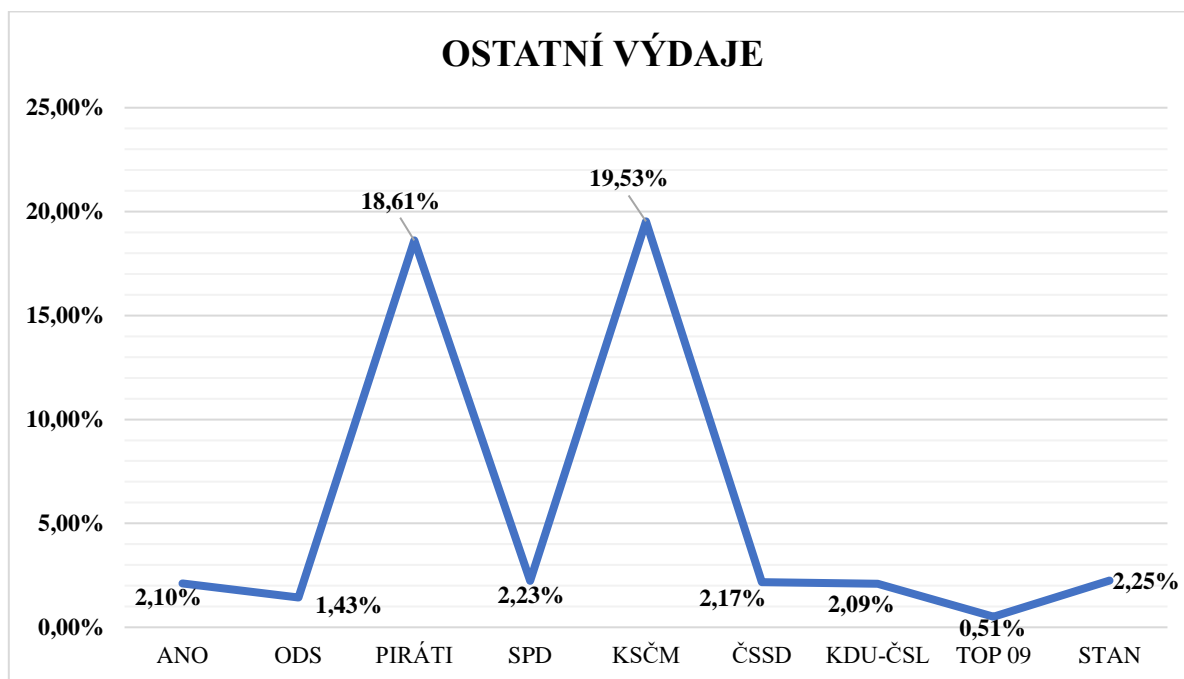
Do kategorie ostatních výdajů jsou zahrnuty personální náklady, náklady kanceláře, náklady na dopravu a ubytování a nezařaditelné výdaje, které byly v codebooku kategorizovány jako zbytek. K rozhodnutí pro zařazení těchto položek pod jednu kategorii jsem došel až po zanalyzování všech politických stran, jelikož souhrnné hodnoty byly v řádu desetitisíců až statisíců. Jedinou výjimkou byli Piráti a KSČM, viz níže podrobněji.

Tabulka 14: Ostatní výdaje

Politická strana	Celkové výdaje	Personální náklady	Náklady kanceláře	Doprava a ubytování	Zbytek	Celkem	
		AČ	AČ	AČ	AČ	AČ	RČ
ANO	84 534 895 Kč	1 465 988 Kč	10 470 Kč	298 714 Kč	3 919 Kč	1 779 091 Kč	2,10%
ODS	82 693 738 Kč	499 757 Kč	197 610 Kč	241 029 Kč	244 222 Kč	1 182 619 Kč	1,43%
PIRÁTI	16 265 653 Kč	2 604 449 Kč	98 417 Kč	286 361 Kč	38 586 Kč	3 027 813 Kč	18,61%
SPD	33 162 560 Kč	40 599 Kč	39 268 Kč	595 580 Kč	65 249 Kč	740 696 Kč	2,23%
KSČM	35 433 166 Kč	6 062 590 Kč	141 407 Kč	451 023 Kč	266 000 Kč	6 921 020 Kč	19,53%
ČSSD	85 359 533 Kč	398 987 Kč	364 729 Kč	649 596 Kč	439 197 Kč	1 852 509 Kč	2,17%
KDU-ČSL	55 620 782 Kč	190 563 Kč	159 194 Kč	517 540 Kč	295 216 Kč	1 162 513 Kč	2,09%
TOP 09	74 843 966 Kč	33 320 Kč	47 565 Kč	273 329 Kč	27 002 Kč	381 216 Kč	0,51%
STAN	56 728 842 Kč	612 962 Kč	291 642 Kč	327 582 Kč	45 482 Kč	1 277 668 Kč	2,25%

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Graf 10: Ostatní výdaje vyjádřeny v %



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Jak vyplývá z provedené analýzy, kterou jsem zaznamenal do grafu č. 10 a tabulky č. 14, politické strany v této kategorii měly přibližně podobné výdaje, jelikož například doprava a ubytování kandidátů byla pro strany poměrně stejně nákladná. Z grafu je však patrné, že strany KSČM a Piráti do podobnosti se zbylými stranami příliš nezapadají. KSČM vynaložila na ostatní výdaje téměř 19,53 % svého rozpočtu na celou kampaň. Takto vysoké procento je uzpůsobeno tím, že KSČM ve své zprávě o financování volebních kampaní vykazovala vysoké částky, které jsem zařadil do personálních nákladů, což se o zbylých stranách (mimo Piráty) říct nedá. Piráti taktéž vyčnívají v porovnání se zbytkem stran. To přičítám jejich snaze o to být co nejvíce transparentní, jelikož při svém poměrně nízkém rozpočtu na kampaň vykazovali vysoké personální náklady, což v souhrnu dalších položek činí 18,61 % z rozpočtu jejich kampaně. Další strany (ANO, SPD, ČSSD, KDU-ČSL, STAN) na ostatní výdaje vynaložily dle zpráv o financování volební kampaně něco přes 2 % ze svého rozpočtu. ODS pouhé 1,43 % a TOP 09 dokonce pouhých 0,51 %. U některých stran stojí na pováženou nízko vykázané personální náklady.

4.2. Vzájemná komparace politických stran při financování volebních kampaní

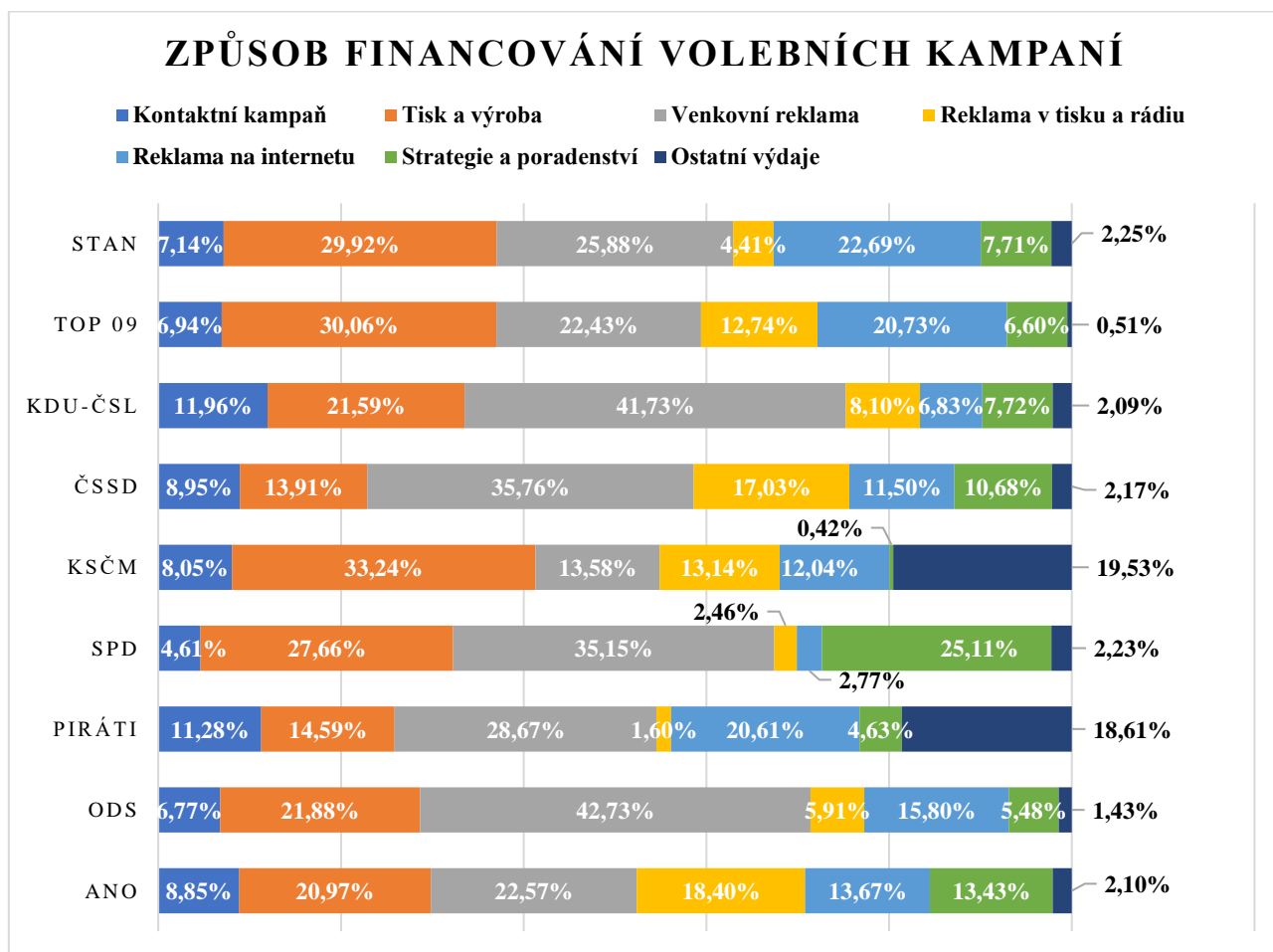
V této kapitole bude zodpovězena poslední výzkumná otázka. Zda existuje nějaká podobnost v tom, jak politické strany financovaly své volební kampaně. Odpověď již byla částečně naznačena při rozebírání struktury financování v kapitole 4.1., ale pro větší přesnost bude výzkumná otázka zodpovězena ještě pomocí dvou vícerozměrných technik, a to pomocí korespondenční a shlukové analýzy. „*Shluková analýza patří mezi metody, které se zabývají vyšetřováním podobnosti vícerozměrných objektů (tj. objektů, z nichž je změřeno větší množství proměnných) a jejich klasifikaci do tříd čili shluků. Platí pravidlo, že podobné proměnné se shlukují.*“²³¹ *Korespondenční analýza je grafická metoda k zobrazení skryté vnitřní závislosti, asociace v tabulce četností. Diagram korespondenční analýzy se značí jako subjektivní mapa.*²³²

VO6: Existuje nějaká podobnost/odlišnost v tom, jak politické strany financovaly své volební kampaně? Které politické strany měly nejpodobnější způsob financování? Odpověď na tuto výzkumnou otázku vyjádřím v této kapitole. K zodpovězení přispějí níže uvedené grafy shlukové a korespondenční analýzy (grafy č. 12 a 13). Taktéž uvedu i souhrnný graf č. 11, který vyšel z mé analýzy v MS Excel.

²³¹ MELOUN, Milan a kol. *Statistická analýza vícerozměrných dat v příkladech*. 2. vydání. Praha: Karolinum, 2017, s. 315.

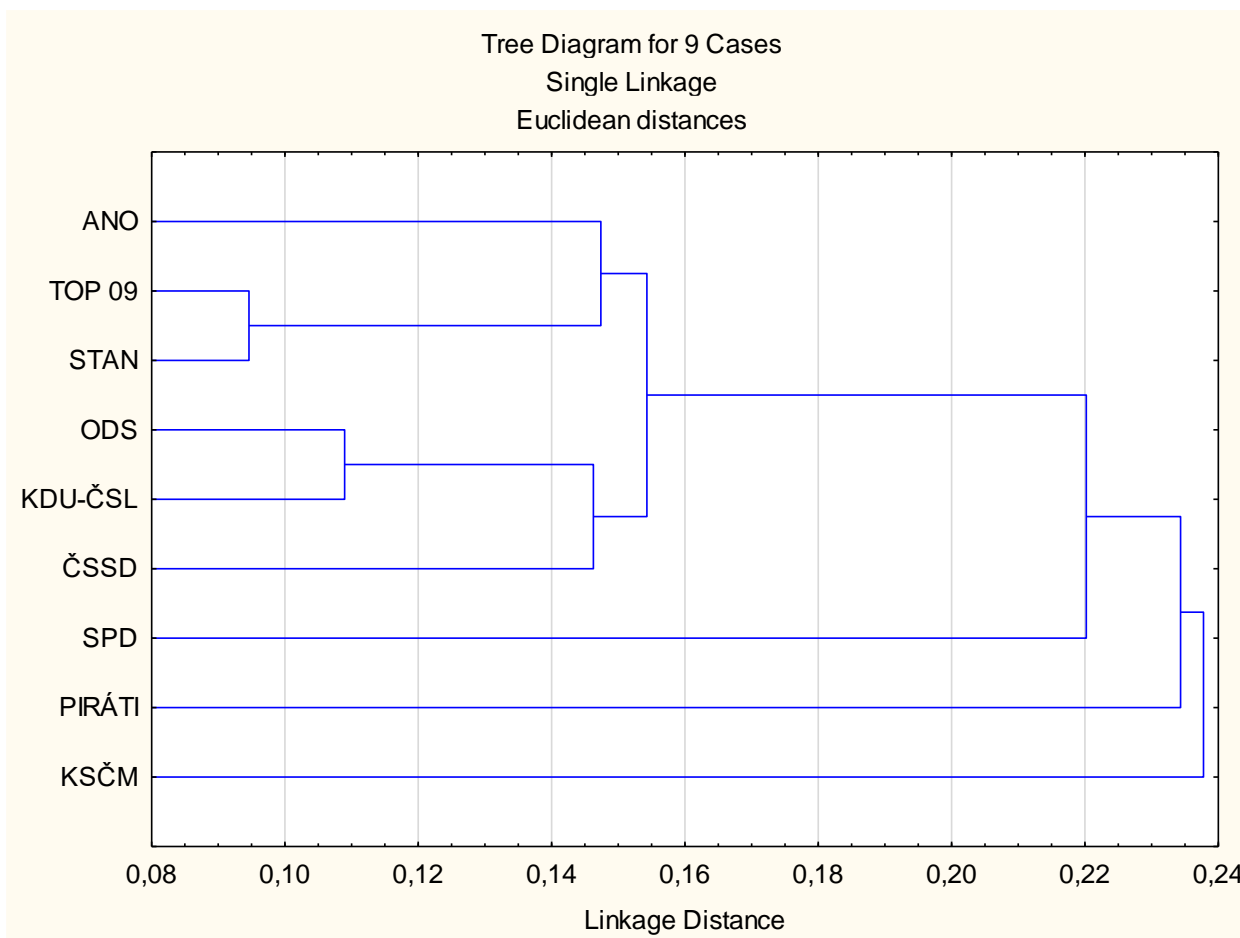
²³² Tamtéž, s. 443.

Graf 11: Souhrnné vyjádření vynaložených finančních prostředků na volební kampaň v %



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Graf 12: Shluková analýza – asociace politických stran



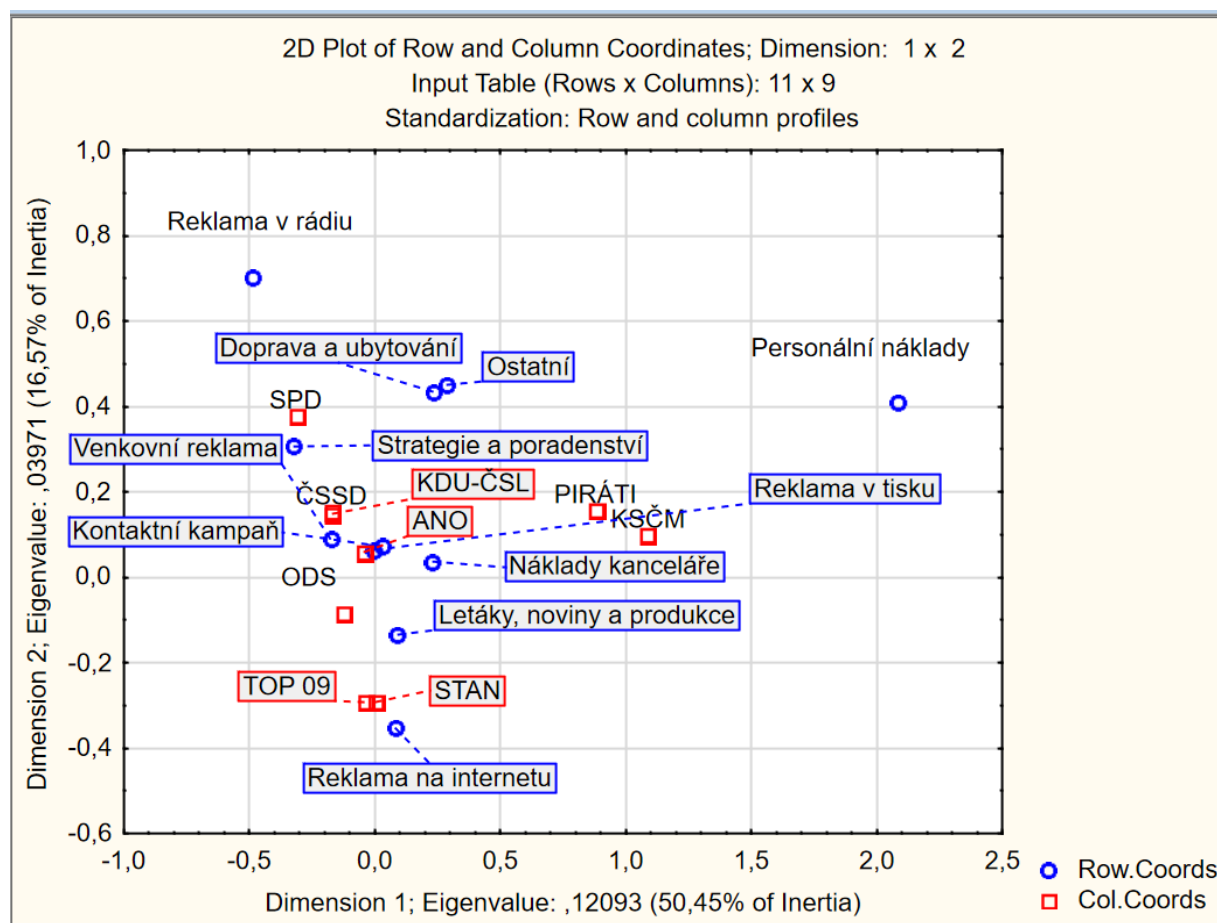
Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní vložených do programu Statistica.

V tomto grafu vidíme politické strany, které měly podobný způsob financování své volební kampaně. Čím menší shlukování, tím větší podobnost. Pomocí shlukové analýzy, kterou jsem vytvořil v programu Statistica, bylo zjištěno, které politické strany mají nejpodobnější a nejodlišnější způsob financování volební kampaně. Typ shlukové analýzy jsem měl hierarchické spojování, kde se jednotlivé proměnné (politické strany) uspořádávají dle objektů (způsobu financování) do shluků s podobným charakterem. Graficky uspořádané shluky zobrazují formu vývojového stromu neboli dendrogramu.²³³

²³³ MELOUN, Milan a kol. *Statistická analýza vícerozměrných dat v příkladech*. 2. vydání. Praha: Karolinum, 2017, s. 324.

Lze tedy konstatovat, že nejpodobnější způsob financování měla TOP 09 a STAN, ti mají nejmenší shluk v celém grafickém zobrazení. Obě politické strany cílily na reklamu na internetu a investice do tisku a výroby (letáků, novin a produkce). To vyplývá z výše uvedeného grafu č. 11 a níže uvedené korespondenční analýzy č. 13. Druhý nejmenší shluk, a tedy nejpodobnější způsob financování, měla strana ODS a KDU-ČSL. Tyto strany cílily na kontaktní kampaň a venkovní reklamu. Z tohoto grafu lze také vyčíst, že jeden velký shluk tvoří strana ANO, TOP 09, STAN, ODS, KDU-ČSL a ČSSD. Tyto strany měly podobný způsob financování a vynaložily relativně podobné procentuální finanční prostředky na dané způsoby financování. Naprosto jinou strategii financování měly strany SPD, Piráti a KSČM. Ty se neshlukovaly ani s jednou politickou stranou a měly jedinečný typ financování.

Graf 13: Korespondenční analýza – dvourozměrné zobrazení politických stran a způsobu financování



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní vložených do programu Statistica.

Dále jsem sestrojil graf korespondenční analýzy ve dvojrozměrném prostoru s grafickou prezentací řádků a sloupců z četnostní tabulky. Tento graf č. 13 tedy zobrazuje a diagnostikuje sloupcové a řádkové profily, takže každý bod v tomto grafu diagnostikuje celý profil promítnutý do roviny vybraných dvou os (politická strana a způsob financování).²³⁴ Z tohoto grafu tedy můžeme vyčíst, že podobné financování volebních kampaní mají TOP 09, ANO, ČSSD, STAN, ODS a KDU-ČSL. Jde ale o velký shluk, kde strany nejvíce financovaly do proměnné: reklamy na internetu, kontaktní kampaně a venkovní reklamy. Jak jsem již výše zmínil, nejpodobnější způsob financování má TOP 09 a STAN a poté ODS s KDU-ČSL. Strana SPD se odchyluje od zmíněného velkého shluku, a to zejména tím, že vynaložila nejvíce finančních prostředků do strategie a poradenství a nejméně do reklamy na internetu. Další politická strana, která se vychyluje od ostatních stran, jsou Piráti, ti vynaložili hodně finančních prostředků na ostatní výdaje (zejména na personální náklady), a poměrně málo na strategii a poradenství a reklamu v tisku. Takový způsob financování žádná jiná politická strana neměla. Podobně to má i KSČM. Ta financovala z každého segmentu něco a velice se odlišovala od ostatních stran ať už to je nejnižšími investicemi do strategie a poradenství, nebo vysokým podílem ostatních výdajů (zejména personálních nákladů).

4.3. Zhodnocení výzkumu a shrnutí

Kapitola 4.1. byla koncipovaná tak, aby co nejlépe odpověděla na první část hlavního cíle diplomové práce, a tím je *zjistit strukturu a efektivitu financování politických stran do svých volebních kampaní ve volbách do PS PČR v roce 2017 včetně toho, kolik finančních prostředků bylo utraceno na jeden hlas a mandát*. Myslím si, že daný cíl se podařilo uspokojivě naplnit, jelikož se strukturou financování zabývala celá čtvrtá kapitola.

Hned v úvodu dané kapitoly jsem vložil tabulku, ve které byly zahrnuty všechny politické strany s přesně popsány 11 proměnnými, které jsem stanovil v codebooku, včetně veškerých finančních prostředků, které do daných proměnných politické strany investovaly. Ve zbytku kapitoly byly tyto proměnné analyzovány, a tím byla zjištěna a analyzována sama struktura financování politických stran do svých volebních kampaní. Tento cíl byl navíc zjišťován i pomocí stanovených výzkumných otázek.

²³⁴ MELOUN, Milan a kol. *Statistická analýza vícerozměrných dat v příkladech*. 2. vydání. Praha: Karolinum, 2017, s. 454.

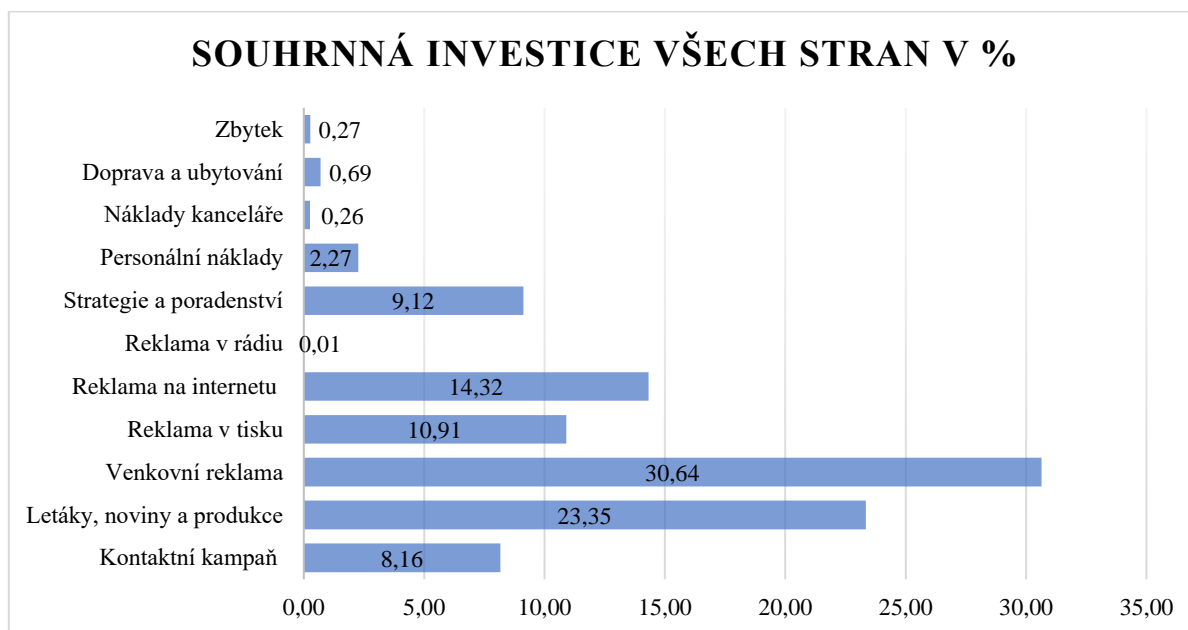
VO4: Jaký druh financování byl politickými stranami nejvíce/nejméně využíván? Do čeho politické strany nejvíce/nejméně investovaly? Na tuto výzkumnou otázku jsem dílčím způsobem odpověděl již v kapitole 4.1., avšak ne dostatečně. Z toho důvodu odpověď vyobrazím 1) z hlediska souhrnných investic všech stran jako celku do jednotlivých proměnných (kterou vyjádřím grafem č. 14 a tabulkou č. 15), ale také 2) z hlediska investic jednotlivých stran (což bude takový průřez pěti podkapitolami z kapitoly 4.1., proto již nebudu používat grafy a tabulky). Druhem financování se myslí proměnná daná codebookem.

Tabulka 15: Souhrnná investice všech stran

Proměnná	Suma všech stran	Suma v %
Kontaktní kampaň	42 833 152 Kč	8,16
Letáky, noviny a produkce	122 498 611 Kč	23,35
Venkovní reklama	160 743 233 Kč	30,64
Reklama v tisku	57 227 445 Kč	10,91
Reklama na internetu	75 151 884 Kč	14,32
Reklama v rádiu	32 073 Kč	0,01
Strategie a poradenství	47 831 489 Kč	9,12
Personální náklady	11 909 215 Kč	2,27
Náklady kanceláře	1 350 302 Kč	0,26
Doprava a ubytování	3 640 754 Kč	0,69
Zbytek	1 424 874 Kč	0,27

Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Graf 14: Souhrnná investice všech stran v %



Zdroj dat: vlastní zpracování na základě dat ze zpráv o financování volebních kampaní.

Zjistil jsem, že při souhrnné investici všech stran do jednotlivých proměnných politické strany nejvíce investovaly do venkovní reklamy (30,64 %) a do tisku a výroby – neboli letáků, novin a produkce (23,35 %) a reklamy na internetu (14,32 %). Již méně investovaly, dle zpráv o financování volebních kampaní, do reklamy v tisku (10,91 %), strategie a poradenství (9,12 %) a kontaktní kampaně (8,16 %). Nejméně investovaly do ostatních výdajů (zbytek, doprava a ubytování, náklady kanceláře, personální náklady), které jsem i z důvodu této malé investice, zařadil v kapitole 4.1. pod jednu položku. Jedná se o investici v podobě 3,49 %. Reklamu v rádiu nefinancovala téměř žádná strana, o čemž svědčí i výsledek 0,01 % ze souhrnné investice všech stran, proto jsem ji ve výzkumu nepřičítal významnější pozornost.

V jednotlivých podkapitolách kapitoly 4.1. jsem rozebíral výdaje na kontaktní kampaň, tisk a výrobu, mediální prostor, strategii a poradenství a ostatní výdaje. V rámci odpovědi na danou výzkumnou otázku u každé politické strany vytкну pět proměnných, do kterých nejvíce a nejméně investovala. Při investicích jednotlivých stran jsem zjistil následující:

ČSSD se nejvíce zaměřila na venkovní reklamu, reklamu v tisku a tisk a výrobu. Což v souhrnu činí 57 milionů Kč a 66 % z jejich rozpočtu na kampaň. Nejméně investovala do ostatních výdajů a kontaktní kampaně.

ANO nejvíce investovalo do venkovní reklamy, tisku a výroby a reklamy v tisku. Do těchto tří položek investovalo více než 52 milionů Kč, což bylo 62 % jejich rozpočtu. Naopak nejméně ve volební kampani investovalo do kontaktní kampaně a ostatních výdajů.

ODS vynaložila nejvíce peněz také na venkovní reklamu, tisk a výrobu a reklamu na internetu. V přepočtu tato investice stála více než 66 milionů Kč, a to bylo 80 % jejich výdajů na kampaň. Nejméně investovala do ostatních výdajů a strategie a poradenství.

TOP 09 nejvíce investovala do tisku a výroby, venkovní reklamy a reklamy na internetu. Na tyto položky vynaložila 54 milionů Kč a 73 % rozpočtu na kampaň. Nejmenší investice vynaložila do ostatních výdajů a na strategii a poradenství.

Hnutí STAN investovalo stejně jako TOP 09 v nejvyšším množství do tisku a výroby, venkovní reklamy a reklamy na internetu. Tyto položky hnutí vyšlo na 44 milionů Kč a 78 % rozpočtu volební kampaně. Nejméně financovalo ostatní výdaje a reklamu v tisku.

KDU-ČSL financovala ve volební kampani nejvíce venkovní reklamu, tisk a výrobu a kontaktní kampaň. Hodnota těchto investic stranu vyšla na 42 milionů Kč a 75 % jejich rozpočtu na kampaň. Nejmenší investice měla na ostatní výdaje a reklamu na internetu.

KSČM investovala nejvíce do tisku a výroby, ostatních výdajů a venkovní reklamy. Do těchto položek investovala 22 milionů Kč, což bylo 64 % jejich rozpočtu. Nejméně investovala do kontaktní kampaně a strategie a poradenství.

Hnutí SPD vynaložilo největší obnos financí na venkovní reklamu, tisk a výrobu a strategii a poradenství. Tyto tři proměnné hnutí vyšlo na 29 milionů Kč, což bylo jejich 88 % rozpočtu na kampaň. Nejméně financovalo ostatní výdaje a reklamu v tisku.

Piráti investovali nejvíce do venkovní reklamy, reklamy na internetu a ostatních výdajů. Což činí v součtu 10 milionů Kč, které znamenají 65 % rozpočtu na jejich volební kampaň. Nejméně investovali do reklamy v tisku a strategie a poradenství.

VO5: Jsou tradiční prostředky reklamy (venkovní reklama a reklama v tisku) již minulostí? Vynakládaly politické strany více finančních prostředků na reklamu na internetu než na venkovní reklamu a reklamu v tisku?

Z analýzy mediálního prostoru provedeného v kapitole 4.1.3. je skutečně nutné konstatovat, že tradiční prostředky reklamy, kterými jsou venkovní reklama a reklama v tisku, nejsou minulostí.

Politické strany na tyto instrumenty vynakládaly při financování volebních kampaní značné sumy, které jsou mnohonásobně větší než investice do reklamy na internetu. Ostatně toto tvrzení vyplývá i z tabulky č. 15 a grafu č. 14, kdy politické strany na venkovní reklamu vynaložily v přepočtu 160 743 233 Kč, což je 30,64 % z celkové sumy vynaložených výdajů na volební kampaně všech stran dohromady. Na reklamu v tisku to bylo 57 227 445 Kč, tedy 10,91 % ze souhrnných výdajů všech stran. V součtu tyto dvě položky pokrývají 41,55 % celkového souhrnu výdajů na volební kampaně u voleb v roce 2017. Kdežto investice do reklamy na internetu byla pouhých 14,32 %, tedy 75 151 884 Kč.

VO6: Existuje nějaká podobnost/odlišnost v tom, jak politické strany financovaly své volební kampaně? Které politické strany měly nejpodobnější způsob financování?

Po vytvoření shlukové a korespondenční analýzy (graf č. 12 a 13) v programu Statistica a souhrnného vyjádření z grafu č. 11, bylo možné odpovědět na tuto výzkumnou otázku. Díky těmto analýzám se podařilo zjistit, které strany měly nejpodobnější a nejodlišnější způsob financování volební kampaně. Bylo zjištěno, že nejpodobnější způsob financování měla strana TOP 09 se STAN, jelikož jejich shluk byl v grafickém zobrazení nejmenší a obě tyto politické strany cílily na reklamu na internetu a investice do tisku a výroby. Druhý nejpodobnější způsob financování, a tedy druhý nejmenší shluk, měla ODS a KDU-ČSL. Obě cílily na venkovní reklamu a také kontaktní kampaň. Shlukovou analýzou bylo také zjištěno, že jeden velký shluk tvoří ANO, TOP 09, STAN, ODS, KDU-ČSL a ČSSD. Přičemž tyto strany měly relativně podobný způsob financování a vynaložily poměrně podobné procentuální finanční prostředky na dané způsoby financování. Tento velký shluk podobně financoval reklamu na internetu, kontaktní kampaň a venkovní reklamu.

Na druhé straně bylo zjištěno, že strany SPD, Piráti a KSČM se neshlukovaly ani s jednou politickou stranou a měly jedinečný typ financování. SPD se odlišuje zejména tím, že nejvíce investovala do strategie a poradenství a nejméně do reklamy na internetu. Piráti se odlišují malou investicí do strategie a poradenství a reklamy v tisku, avšak velkou investicí do ostatních výdajů, zejména na personální náklady. KSČM se také velmi odlišovala, financovala z každé proměnné něco. Měla nejnižší investice do strategie a poradenství a vysoký podíl ostatních výdajů (zejména personálních nákladů).

Závěr

Cílem magisterské diplomové práce s názvem *Financování volebních kampaní politických stran ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2017* bylo zjistit strukturu a efektivitu financování politických stran a také objasnit podobu financování těchto politických stran. Z důvodu historicky velkého množství politických subjektů, které se svou kandidaturou rozhodly ucházet o přízeň voličů, jsem se v této diplomové práci zaměřil pouze na politické strany, které ve volbách do PS PČR v roce 2017 úspěšně překročily 5% volební práh, a tím získaly nárok na mandát. Konkrétně se jednalo o devět politických subjektů: ANO 2011, ODS, Piráti, SPD, KSČM, ČSSD, KDU-ČSL, TOP 09, STAN. U těchto politických stran jsem provedl analýzu jejich financování volební kampaně, přičemž při výzkumu bylo v celkovém součtu nutné analyzovat 17 007 výdajových položek. Hlavním cílem této diplomové práce bylo *zjistit strukturu a efektivitu financování politických stran do svých volebních kampaní ve volbách do PS PČR v roce 2017 včetně toho, kolik finančních prostředků bylo utraceno na jeden hlas a mandát*. Dílčím cílem bylo *objasnit podobu financování politických stran v ČR*. Zpracování odpovědí na hlavní a dílčí cíl diplomové práce bylo odrazem teoretického konceptu vypracovaného v první a druhé kapitole, který se projevil svou vhodnou aplikovatelností na politickou situaci v ČR. Přičemž první dvě kapitoly měly také čtenářům poskytnout dostatečné teoretické povědomí o problematice politických financí.

První kapitola byla pro zbývající kapitoly a pro uvedení do zkoumané problematiky velmi podstatná. Cílem první kapitoly bylo vymezit základní definice politické strany a hnutí, ve stručnosti zmínit vývoj volebních kampaní s ohledem na historický vývoj politických stran. Dále jsem se v této kapitole zabýval principy a cíli financování politických stran a hnutí a poslední část této kapitoly byla zaměřena na financování volebních kampaní, kdy cílem bylo vytknout to nejdůležitější, co bylo zavedeno legislativou právě před volbami do PS PČR v roce 2017. Výstupy z této kapitoly (viz kapitola 1.5.) byly důležité pro analytickou část diplomové práce, jelikož byl předpoklad, že role internetu bude postupně narůstat ve výdajích stran na volební kampaň. Taktéž byla potřeba teoreticky uchopit provedené legislativní změny týkající se vedení volební kampaně a zohlednit je při provedení analýzy, což jsem učinil.

Druhá kapitola byla zaměřena na vyjasnění dílčího cíle, konkrétně měla *objasnit podobu financování politických stran v ČR*. Zároveň jsem touto kapitolou došel k zodpovězení první výzkumné otázky, která sloužila k splnění dílčího cíle, tedy **VO1: Jaké máme v současné době**

podoby financování politických stran v České republice? Zjistil jsem, že v ČR je aplikován smíšený způsob financování politických stran. To znamená, že při splnění podmínek mají strany nárok na financování od státu a současně možnost financování i ze soukromých zdrojů. Přímé státní financování je v ČR založeno na a) jednorázovém příspěvku na úhradu volebních nákladů a na b) pravidelném příspěvku na činnost, který je rozdělen na stálý příspěvek a příspěvek na mandát. Nově také na c) příspěvku na podporu politického institutu. Nepřímé státní financování spočívá a) v bezplatném poskytnutí vysílacího času; b) v daňovém zvýhodnění; c) ve výhodách planoucích z výkonu mandátu zákonodárce; d) v podpoře poslaneckých a senátorských klubů. Mezi nejdůležitější části přímého soukromého financování v ČR patří: a) členské příspěvky; b) finanční dary; c) další příjmy se snahou tvořit zisk. Do nepřímého soukromého financování spadají bezúplatná plnění a nepeněžité dary. Jsem přesvědčený, že se mi povedlo naplnit dílčí cíl i odpověď na tuto výzkumnou otázku. V kapitole 2.3. lze nalézt podrobněji zanalyzovanou odpověď.

Analytické části diplomové práce, tedy třetí a čtvrtá kapitola, byly zacíleny na zodpovězení již zmíněného hlavního cíle diplomové práce, tedy *zjistit strukturu a efektivitu financování politických stran do svých volebních kampaní ve volbách do PS PČR v roce 2017 včetně toho, kolik finančních prostředků bylo utraceno na jeden hlas a mandát.*

Ve třetí kapitole jsem se zabýval analýzou financování volebních kampaní se zaměřením na efektivitu. V této kapitole se mi efektivitu financování podařilo zjistit z výpočtů, kolik stál jeden hlas a mandát včetně zjištění celkové sumy výdajů na volební kampaň. K naplnění této části hlavního cíle posloužilo položení dvou výzkumných otázek se zaměřením na efektivitu a jejich zodpovězení. V kapitole 3.3. je možné nalézt podrobněji rozpracované odpovědi na dané výzkumné otázky zaměřené na efektivitu, které vyplývají z tabulky č. 6 a grafů č. 2 a 3.

- 1) **VO2: Kolik finančních prostředků musely vynaložit jednotlivé parlamentní strany pro zisk jednoho hlasu a mandátu?** Zjistil jsem, že nejefektivnější kampaň měli Piráti. Cena jednoho hlasu byla pouhých 30 Kč a mandátu 739 348 Kč. Piráti měli v porovnání s dalšími stranami nejnižší průměrné náklady na zisk jednoho hlasu. Tím lze prohlásit jejich financování za nejvíce efektivní z hlediska vynaložení celkových nákladů. Druhou nejefektivnější stranou bylo ANO, třetí SPD a čtvrtou KSČM. Strana TOP 09 měla nejvyšší průměrné náklady na zisk jednoho hlasu, a proto lze označit jejich financování volební kampaň za nejméně efektivní. Jeden hlas stranu vyšel na 278 Kč, což je nejvíce ze všech devíti stran, a jeden mandát dokonce na 10 691 995 Kč. Strany

jako STAN, ČSSD či KDU-ČSL taktéž vedly financování svých volebních kampaní neefektivním způsobem, jelikož měly znatelně větší výdaje na získání jednoho hlasu než zbylé politické strany.

- 2) **VO3: Jsou politické strany s nízkým nebo středním rozpočtem na volební kampaň finančně efektivnější?** Mezi strany s nízkým nebo středním rozpočtem se řadí Piráti, SPD a KSČM. Zjistil jsem, že strany, které vynaložily na volební kampaň menší množství finančních prostředků, byly efektivnější. Piráti, kteří vynaložili něco přes 16 milionů Kč, byli ze všech politických stran nejefektivnější ve svém financování. Další strany s menším rozpočtem na kampaň, SPD a KSČM, byly taktéž efektivnější než strany s vysokými rozpočty na kampaň. Jedinou výjimkou byla strana Andreje Babiše, která vynaložila něco přes 84 milionů Kč a byla z hlediska efektivity druhá.

V poslední kapitole diplomové práce jsem se zabýval analýzou a komparací financování volebních kampaní se zaměřením na výdajovou strukturu investovanou do volebních kampaní. V této kapitole se mi strukturu financování politických stran podařilo zjistit podrobnou analýzou zpráv o financování volebních kampaní, která byla provedena na základě stanoveného codebooku s 11 proměnnými. K naplnění druhé části hlavního cíle posloužilo položení tří výzkumných otázek se zaměřením na strukturu a jejich zodpovězení. V kapitole 4.3. je možné nalézt podrobněji rozpracované odpovědi na dané výzkumné otázky zaměřené na strukturu.

- 1) **VO4: Jaký druh financování byl politickými stranami nejvíce/nejméně využíván? Do čeho politické strany nejvíce/nejméně investovaly?** Politické strany nejvíce investovaly ze svých rozpočtů na kampaň do venkovní reklamy (30,64 %) a do tisku a výroby – neboli letáků, novin a produkce (23,35 %) a reklamy na internetu (14,32 %). V menším měřítku vynaložily své finanční prostředky do reklamy v tisku (10,91 %), strategie a poradenství (9,12 %) a kontaktní kampaně (8,16 %). Nejmenší investice byly do ostatních výdajů (zbytek, doprava a ubytování, náklady kanceláře, personální náklady), a to v podobě 3,49 %. Reklamu v rádiu nefinancovala téměř žádná strana, o čemž svědčí i výsledek 0,01 % ze souhrnné investice všech stran.
- 2) **VO5: Jsou tradiční prostředky reklamy (venkovní reklama a reklama v tisku) již minulostí? Vynakládaly politické strany více finančních prostředků na reklamu na internetu než na venkovní reklamu a reklamu v tisku?** Na základě provedené analýzy bylo zjištěno, že tradiční prostředky reklamy nejsou minulostí. Výzkumem jsem zjistil,

že politické strany investovaly do venkovní reklamy přes 160 milionů Kč a do reklamy v tisku přes 57 milionů Kč. Investice do těchto dvou tradičních prostředků reklamy tvoří téměř 42 % vynaložených souhrnných výdajů všech stran na volební kampaně, což je téměř polovina výdajů. Reklama na internetu představovala pouhých 14 % z veškerých výdajů, které byly vyjádřeny sumou přes 75 milionů Kč.

- 3) **VO6: Existuje nějaká podobnost/odlišnost v tom, jak politické strany financovaly své volební kampaně? Které politické strany měly nejpodobnější způsob financování?**
- Bylo zjištěno, že nejpodobnější způsob financování měla strana TOP 09 se STAN, jelikož jejich shluk byl nejmenší. Obě tyto strany cílily podobným způsobem na reklamu na internetu a investice do tisku a výroby. Druhý nejpodobnější způsob financování, a tedy druhý nejmenší shluk, měla ODS a KDU-ČSL. Obě cílily na venkovní reklamu a také kontaktní kampaň. Jeden velký shluk tvoří ANO, TOP 09, STAN, ODS, KDU-ČSL a ČSSD. Přičemž tyto strany měly relativně podobný způsob financování a vynaložily poměrně podobné procentuální finanční prostředky na dané způsoby financování. Naopak strany SPD, KSČM a Piráti se od zbytku stran odlišovaly, protože se neshlukovaly ani s jednou politickou stranou a měly jedinečný typ financování.

Myslím si, že hlavní i dílčí cíl diplomové práce a k nim vztažené výzkumné otázky byly dostatečně kvalitně zodpovězeny a hlavní i dílčí cíl splněn. Provedeným výzkumem a interpretací zjištěných dat jsem poukázal na důležitost faktoru (proměnné) finančních prostředků ve volebních kampaních, a to znázorněním efektivity financování. Také jsem vyjádřil, v jakém množství jednotlivé parlamentní strany financovaly dané okruhy svých aktivit ve volební kampani, což považuji za hlavní přínos této diplomové práce.

Závěrem bych rád navrhl pár doporučení. Jsem si vědom, že není zcela přesné zobecňovat efektivitu financování pouze na vynaložené finanční prostředky s následným vlivem na volební zisky, protože je mnohem více faktorů, které ovlivňují volební výsledky. Může se jednat např. o politickou situaci v zemi, charakter volebního obvodu a také to, jak je nastavený volební systém. Svou roli hraje samozřejmě i dlouhodobé postavení politických stran v ČR nebo negativní kampaň. Takže jsem si vědom, že to není jen o penězích, ale vliv mají i další faktory (proměnné). Přemýšlel jsem o zařazení alespoň dvou faktorů při provádění analýzy, tedy faktoru peněz a dlouhodobého postavení politických stran v ČR. Takový výzkum by již však přesahoval rozsah určený pro mou

diplomovou práci, proto doporučuji pro budoucí výzkumníky zaměřující se na oblast politických financí, aby zkusili při zkoumání efektivity financování promítnout do výzkumu více proměnných a zaměřili se na volby do PS PČR z října 2021.

Z hlediska analýzy, kterou jsem v této diplomové práci provedl, bylo již možné nalézt veškeré VFZ v online podobě na internetu. Většina stran měla své údaje dostupné i v XLS formátu v MS Excel. KSČM a ČSSD však nikoliv, proto je mým doporučením, aby do budoucna byl stanovený jednotný elektronický formát, který musí dodržovat všechny kandidující subjekty, tedy povinnost zveřejňovat své VFZ ve formátu XLS v MS Excel. Tímto by se ušetřilo mnoho času a námahy pro širokou veřejnost a výzkumníky, kteří mají zájem zabývat se analýzou VFZ a financováním politických stran celkově a něco se z daných dokumentů dozvědět. S tímto krokem se pojí i mé další doporučení, podle kterého by politické strany měly své popisky výdajů vykazovat podle určitého klíče, např. aby měly podobné rysy jako codebook zvolený v této diplomové práci. To by mělo napomoci tomu, aby bylo z VFZ jasné poznat, o který výdaj na kampaň se jedná. Pokud by veškeré kandidující politické strany vykazovaly výdaje na volební kampaň jednotně v XLS formátu a zapisovaly podle určité předlohy, tak by se velice snadno a rychle dalo dané údaje filtrovat, a tím by byl i přesnější výzkum.

Seznam použitých zdrojů

Monografie

BRADOVÁ, Eva. *Od lokálních mítinků k politickému marketingu: teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2005, 106 s.

CASAS-ZAMORA, Kevin. *Paying for democracy: political finance and state funding for parties*. University of Essex: ECPR Press, 2005, 293 s.

DRULÁK, Petr. *Jak zkoumat politiku: kvalitativní metodologie v politologii a mezinárodních vztazích*. 1. vydání. Praha: Portál, 2008, 256 s.

EIBL, Otto a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, 287 s.

HAVLÍK, Vlastimil a kol. *Volby do Poslanecké sněmovny 2013*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2014, 347 s.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 4. vydání. Praha: Portál, 2016, 437 s.

KLÍMA, Michal. *Volby a politické strany v moderních demokraciích*. 1. vydání. Praha: Radix, 1998, 273 s.

KLIMEŠOVÁ, Magdaléna a kol. *Financování politických stran v České republice a potřebné změny regulace*. 1. vydání. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2012, 95 s.

KOSS, Michael. *The politics of party funding: state funding to political parties and party competition in western Europe*. Oxford: Oxford University Press, 2011, 261 s.

KYSELÝ, Jan. *Deset let Ústavy České republiky: východiska, stav, perspektivy: sborník příspěvků*. 1. vydání. Praha: Eurolex Bohemia, 2003, 423 s.

LEBEDOVÁ, Eva. *Voliči, strany a negativní kampaň: politická komunikace v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2013, 264 s.

MELOUN, Milan a kol. *Statistická analýza vícerozměrných dat v příkladech*. 2. vydání. Praha: Karolinum, 2017, 757 s.

- MOLEK, Pavel, ŠIMÍČEK, Vojtěch. *Soudní přezkum voleb*. 1. vydání. Praha: Linde, 2006, 331 s.
- NORRIS, Pippa. *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000, 398 s.
- OECD. *Financing democracy-funding of political parties and election campaigns and the risk of policy capture*. Paris: OECD, 2016, 207 s.
- OLECKÁ, Ivana, IVANOVÁ, Kateřina. *Metodologie vědecko-výzkumné činnosti*. 1. vydání. Moravská vysoká škola Olomouc, 2010, 44 s.
- OUTLÝ, Jan. *Strany a stát, volby a finance: vybrané aspekty primárních voleb a financování politických stran*. 1. vydání. Olomouc: Periplum, 2003, 136 s.
- PŠENIČKA, Stanislav. *Zákon o sdružování v politických stranách a v politických hnutích: s komentářem a judikaturou*. 1. vydání. Praha: Leges, 2017, 124 s.
- SARTORI, Giovanni. *Parties and party systems: A framework for analysis*. ECPR press, 2005, 368 s.
- STRMISKA, Maxmilián. *Politické strany moderní Evropy: analýza stranicko-politických systémů*. 1. vydání. Praha: Portál, 2005, 727 s.
- ŠIMÍČEK, Vojtěch, ed. *Financování politického života*. 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Mezinárodní politologický ústav, 2015, 215 s.
- ŠIMRAL, Vít. *Financování českých politických stran*. 1. vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2016, 247 s.
- ŠIROKÝ, Jan a kol. *Tvoříme a publikujeme odborné texty*. 1. vydání. Brno: Computer Press, 2011, 208 s.
- VAN BIEZEN, Ingrid. *Financing political parties and election campaigns: guidelines*. Council of Europe, 2003, 81 s.
- VYMĚTAL, Petr. *Peníze a politika: financování politických stran a volebních kampaní v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství, 2020, 386 s.

Články v odborném časopise

DÍTĚTOVÁ, Adéla. Financování politiky v ČR: blížíme se mezinárodním standardům? *Scientia et societas*, 2019, roč. 15, č. 4, s. 50–67.

HOPKIN, Jonathan, PAOLUCCI, Caterina. The business firm model of party organisation: Cases from Spain and Italy. *European Journal of Political Research*, 1999, roč. 35, č. 3, s. 307–339.

KATZ, Richard, MAIR, Peter. Changing Models of Party Organization and Party Democracy. The Emergence of the Cartel Party. *Party Politics*, 1995, roč. 1, č. 1, s. 5–28.

ONDRÁČKA, David, VYMĚTAL, Petr. Transparentní financování kampaní? Předvolební kampaň do Poslanecké sněmovny 2013. *Politologická revue*, 2015, roč. 2, s. 95–124.

OUTLÝ, Jan. Financování politických stran státem: poznámky k českému modelu. *Acta Universitatis Palackianae Olomucensis. Facultas Philosophica. Politologica*, 2003, roč. 1, s. 99–135.

ŠIMÍČEK, Vojtěch. Poznámky k financování politických stran. *Politologický časopis*, 1995, roč. 95, č. 1, s. 15–25.

ŠIMÍČEK, Vojtěch. Právní úprava volební kampaně v České republice. *Politologický časopis*, 2000, roč. 7, č. 2, s. 144–156.

ŠIMRAL, Vít. Proměny českého stranického systému ve světle účetních knih politických stran. *Sociologický časopis*, 2016, roč. 52, č. 5, s. 679–707.

VAN BIEZEN, Ingrid. State Intervention in Party Politics. The Public Funding and Regulation of Political Parties. *European Review*, 2008, roč. 16, č. 3, s. 337–353.

Příspěvky ve sbornících

ANTOŠ, Marek. Lék pro české politické strany? Peníze! In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politického života*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Mezinárodní politologický ústav, 2015, s. 119–138.

DENVER, David, HANDS, Gordon. The Fall and Rise of Constituency Campaigning. In: BARTLE, John, GRIFFITHS, Dylan (eds.). *Political Communications Transformed*. London: Palgrave Macmillan, 2001, s. 71–86.

FERNANDO LONDONO, Juan, ZOVATTO, Daniel. Latin Amerika. In: FALGUERA, Elin, JONES, Samuel, OHMAN, Magnus (eds.). *Funding of Political Parties and Election Campaigns*. Sweden: IDEA, 2014, s. 129–171.

KOKEŠ, Marian. (Ne)zamýšlené důsledky regulace soukromého financování politických stran v ČR. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politického života*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Mezinárodní politologický ústav, 2015, s. 139–154.

KOPEČEK, Lubomír. Politické strany a politické systémy ve srovnávací a teoretické perspektivě. In: STRMISKA, Maxmilián (ed.). *Politické strany moderní Evropy: analýza stranicko-politických systémů*. Praha: Portál, 2003, s. 9–54.

KRNÁČOVÁ, Adéla. Financování politických stran v ČR. In: ONDRÁČKA, David, KRNÁČOVÁ, Adéla, et al. (eds.). *Transparentní procesy v politickém rozhodování. Sborník textů k problému korupce politických představitelů*. Praha: Transparency International, 2006, s. 63–123.

KROUWEL, André. Party Models. In: KATZ, Richard, CROTTY, William (eds.). *Handbook of Party Politics*. London: Sage, 2006, s. 249–269.

NASSMACHER, Kar-Heinz. Introduction: Political Parties, Funding and Democracy. In: AUSTIN, Reginald, TJERNSTRÖM, Maja (eds.). *Funding of Political Parties and Election Campaigns*. Stockholm: IDEA, 2003, s. 1–20.

NOVOTNÝ, Bořivoj. Financování volební kampaně. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Volební kampaň v České republice*. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 73–91.

ONDRÁČKA, David. Nedostatky vnitrostranické demokracie aneb jak se dělá politika uvnitř českých stran. In: ONDRÁČKA, David, KRNÁČOVÁ, Adéla, et al. (eds.). *Transparentní procesy v politickém rozhodování. Sborník textů k problému korupce politických představitelů*. Praha: Transparency International, 2006, s. 15–62.

ROZTOČIL, Aleš. Financování politických stran a srovnání jeho právní úpravy v evropských zemích. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politických stran v České republice*. Brno: Mezinárodní politologický ústav Masarykovy univerzity v Brně, 1998, s. 10–22.

ŠIMÍČEK, Vojtěch. Politické strany v ústavním pořádku České republiky. In: KYSELA, Jan (ed.). *Deset let Ústavy České republiky: východiska, stav, perspektivy: sborník příspěvků*. Praha: Eurolex Bohemia, 2003, s. 236–255.

ŠIMÍČEK, Vojtěch. Ústavní limity financování politického života v České republice a vábení sirén snadných řešení. In: ŠIMÍČEK, Vojtěch (ed.). *Financování politického života*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií, Mezinárodní politologický ústav, 2015, s. 21–40.

Právní předpisy a související dokumenty

Aktuální znění: Zákon č. 236/1995 Sb., o platu a dalších náležitostech spojených s výkonem funkce představitelů státní moci a některých státních orgánů a soudů a poslanců Evropského parlamentu, ve znění pozdějších předpisů.

Aktuální znění: Zákon č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

Aktuální znění: Zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů.

Aktuální znění: Zákon č. 90/1995 Sb., Zákon o jednacím řádu Poslanecké sněmovny, ve znění pozdějších předpisů.

Aktuální znění: Ústavní zákon č. 1/1993 Sb., Ústava České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

Aktuální znění: Usnesení č. 2/1993 Sb., Usnesení předsednictva České národní rady o vyhlášení LISTINY ZÁKLADNÍCH PRÁV A SVOBOD jako součástí ústavního pořádku České republiky, ve znění pozdějších předpisů.

Vyhláška č. 113/2017 Sb., Vyhláška o vzoru formuláře pro zveřejnění zprávy o financování volební kampaně.

Zákon č. 302/2016 Sb., kterým se mění zákon č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a v politických hnutích, ve znění pozdějších předpisů, a další související zákony.

Zákon č. 322/2016 Sb., kterým se mění volební zákony a další související zákony.

Výroční zprávy o financování volebních kampaní

ÚŘAD PRO DOHLED NAD HOSPODAŘENÍM POLITICKÝCH STRAN A POLITICKÝCH HNUTÍ. *Zpráva o financování volební kampaně ANO 2011 do Poslanecké sněmovny 2017.* [online]. zpravy.udhpsch.cz, [cit 8. května 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.udhpsch.cz/zprava/ps2017/ano>.

ÚŘAD PRO DOHLED NAD HOSPODAŘENÍM POLITICKÝCH STRAN A POLITICKÝCH HNUTÍ. *Zpráva o financování volební kampaně ČSSD do Poslanecké sněmovny 2017.* [online]. udhpsch.cz, [cit 15. května 2021]. Dostupné na: https://www.udhpsch.cz/wp-content/uploads/2018/02/zfk_cssd_ps_2017.pdf.

ÚŘAD PRO DOHLED NAD HOSPODAŘENÍM POLITICKÝCH STRAN A POLITICKÝCH HNUTÍ. *Zpráva o financování volební kampaně KDU-ČSL do Poslanecké sněmovny 2017.* [online]. zpravy.udhpsch.cz, [cit 20. května 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.udhpsch.cz/zprava/ps2017/kducsl>.

ÚŘAD PRO DOHLED NAD HOSPODAŘENÍM POLITICKÝCH STRAN A POLITICKÝCH HNUTÍ. *Zpráva o financování volební kampaně KSČM do Poslanecké sněmovny 2017.* [online]. udhpsch.cz, [cit 22. května 2021]. Dostupné na: <https://www.udhpsch.cz/wp-content/uploads/2018/08/KSČM.pdf>.

ÚŘAD PRO DOHLED NAD HOSPODAŘENÍM POLITICKÝCH STRAN A POLITICKÝCH HNUTÍ. *Zpráva o financování volební kampaně ODS do Poslanecké sněmovny 2017.* [online]. zpravy.udhpsch.cz, [cit 24. května 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.udhpsch.cz/zprava/ps2017/ods>.

ÚŘAD PRO DOHLED NAD HOSPODAŘENÍM POLITICKÝCH STRAN A POLITICKÝCH HNUTÍ. *Zpráva o financování volební kampaně Pirátů do Poslanecké sněmovny 2017.* [online]. zpravy.udhpsch.cz, [cit 25. května 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.udhpsch.cz/zprava/ps2017/pirati>.

ÚŘAD PRO DOHLED NAD HOSPODAŘENÍM POLITICKÝCH STRAN A POLITICKÝCH HNUTÍ. *Zpráva o financování volební kampaně SPD do Poslanecké sněmovny 2017.* [online]. zpravy.udhpsch.cz, [cit 27. května 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.udhpsch.cz/zprava/ps2017/spd>.

ÚŘAD PRO DOHLED NAD HOSPODAŘENÍM POLITICKÝCH STRAN A POLITICKÝCH HNUTÍ. *Zpráva o financování volební kampaně STAN do Poslanecké sněmovny 2017*. [online]. zpravy.udhpsch.cz, [cit 12. června 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.udhpsch.cz/zprava/ps2017/stan>.

ÚŘAD PRO DOHLED NAD HOSPODAŘENÍM POLITICKÝCH STRAN A POLITICKÝCH HNUTÍ. *Zpráva o financování volební kampaně TOP 09 do Poslanecké sněmovny 2017*. [online]. zpravy.udhpsch.cz, [cit 8. června 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.udhpsch.cz/zprava/ps2017/top09>.

Internetové stránky

BASTLOVÁ, Marie. *Babiš o volebních výdajích: Žádný článek, žádná kobliha. Je to kampaň na 2035 a dokažte mi, že ne* [online]. irozhlas.cz, 5. června 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/babis-o-volebnich-vydajich-zadny-clanek-zadna-kobliha-je-kampan-na-2035-a_1706052100_pj.

BASTLOVÁ, Marie. *Byla to kampaň, říká Jakub Horák o volebním úspěchu Pirátů* [online]. neovlivni.cz, 20. prosince 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://neovlivni.cz/byla-to-kampan-rika-jakub-horak-o-volebnim-uspechu-piratu/>.

BŘEŠŤAN, Robert. *Kauza lithium, loupež za bílého dne bez zločinců a poškozených. Těžba se stále nekoná* [online]. hlidacipes.org, 18. října 2018 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://hlidacipes.org/kauza-lithium-loupez-za-bileho-dne-bez-zlocincu-a-poskozenych-tezba-se-stale-nekona/>.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 20.10. – 21.10.2017* [online]. volby.cz, [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.volby.cz/pls/ps2017nss/ps2?xjazyk=CZ>.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 25.10. – 26.10.2013* [online]. volby.cz, [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://volby.cz/pls/ps2013/ps2?xjazyk=CZ>.

ČT24. *KSČM zahájila kampaň za zvuků Internacionály. Chce vyšší minimální mzdu a referendum o NATO* [online]. ct24.ceskatelevize.cz, 16. září 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2242732-zive-kscm-zahajuje-predvolebni-kampan>.

ČT24. *Lidovci obrací. Místo koalice chtějí zástupce Starostů na svých kandidátkách* [online]. ct24.ceskatelevize.cz, 18. července 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2185159-lidovci-obraci-misto-koalice-chteji-zastupce-starostu-na-svych-kandidatkach>.

ČT24. *Po celodenním maratonu má Babišova druhá vláda důvěru znovu* [online]. ct24.ceskatelevize.cz, 12. července 2018 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2534680-po-celodennim-maratonu-ma-babisova-druha-vlada-duveru>.

ČT24. *Zaorálek zahájil kampaň ČSSD: Z bohatství země musí mít užitek co nejvíc lidí* [online]. ct24.ceskatelevize.cz, 29. srpna 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2223949-zaoralek-zahajil-kampan-z-bohatstvi-zeme-musi-mit-uzitek-co-nejvic-lidi>.

ČTK. *Babiš půjčil hnutí ANO 153 miliónů, to skončilo loni ve ztrátě* [online]. novinky.cz, 31. března 2017 [cit. 8. října 2021]. Dostupné na: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/babis-pujcil-hnuti-ano-153-milionu-to-skoncilo-loni-ve-ztrate-40029349>.

ČTK. *ČSSD má nového volebního стратега. Bude jako trenér sportovců, říká Zaorálek* [online]. lidovky.cz, 30. června 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/cssd-ma-noveho-volebniho-stratega-bude-jako-trener-sportovcu-rika-zaoralek.A170630_145957_in_domov_ELE.

ČTK. *ČSSD rozjela kampaň. Zaorálek na plakátech a inzerátech vyhlašuje válku levné práci* [online]. e15.cz, 10. srpna 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.e15.cz/volby/volby-2017/cssd-rozjela-kampan-zaoralek-na-plakatech-a-inzeratech-vyhlasuje-valku-levne-praci-1336040>.

ČTK. *KDU-ČSL půjde do voleb se starosty. Pro koalici zvedla ruku většina delegátů lidoveckého sjezdu* [online]. irozhlas.cz, 27. května 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kdu-csl-pujde-do-voleb-se-starosty-pro-koalici-zvedla-ruku-vetsina-delegatu_1705271343_kno.

ČTK. *Lidovci zahájili kampaň piknikem. S ANO by prý do vlády šli, ale bez Babiše* [online]. lidovky.cz, 5. září 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/lidovci-zahajili-kampan-piknikem-s-hnutim-ano-by-do-vlady-sli-s-babisem-ne.A170905_121215_ln_domov_ELE.

ČTK. *Nové logo ČSSD. Staré vypadalo jako hlávka zeli, ale identitu držíme, řekl Zaorálek* [online]. lidovky.cz, 30. června 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/nove-logo-cssd-stare-vypadalo-jako-hlavka-zeli-ale-identitu-drzime-rekl-zaoralek.A170630_174051_ln_domov_ele.

ČTK. *Piráti jdou do sněmovních voleb s heslem Všichni nekradou* [online]. idnes.cz, 7. září 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/pirati-startuji-kampan.A170907_145527_domaci_neh.

ČTK. *Pirátská strana si ve volbách věří na deset procent hlasů, v novém programu slibuje zúžení EET a lepší komunikace s úřady* [online]. domaci.hn.cz, 22. května 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://domaci.hn.cz/c1-65738140-piratska-strana-si-ve-volbach-veri-na-deset-procent-hlasu-v-novem-programu-slibuje-konec-eet-a-lepsi-komunikaci-s-urady>.

ČTK. *SPD se ohradila proti zprávám o svém financování* [online]. idnes.cz, 31. ledna 2018 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.tyden.cz/rubriky/domaci/politika/spd-se-ohradila-proti-zpravam-o-svem-financovani_465522.html.

ČTK. *Starosty povede do voleb poslanec Farský. Heslem kampaně bude ‚Odvaha převzít odpovědnost‘* [online]. irozhlas.cz, 27. července 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/starosty-povede-do-voleb-poslanec-farsky-heslem-kampne-bude-odvaha-prevzit_1707271117_kno.

ČTK. *Středoprávé strany vytvořily Demokratický blok. Nepodpoříme projekt Babiše a Zemana, říká Kalousek* [online]. zpravy.aktualne.cz, 15. listopadu 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/stredoprave-strany-vytvorily-demokraticky-blok-chteji-mista/r~da75947cc9e611e794dbac1f6b220ee8/>.

ČTK. *Zeman jmenoval Babiše premiérem. Jeho vládu osobně podpoří ve sněmovně* [online]. lidovky.cz, 6. prosince 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/zeman-jmenoval-babise-novym-ceskym-premierem.A171206_125431_In_domov_pev.

ČTK. *Zeman přijal demisi Babišovy vlády. A hned ho pověřil sestavením kabinetu znovu* [online]. ct24.ceskatelevize.cz, 24. ledna 2018 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2370775-zeman-prijme-demisi-babisovy-vlady-a-hned-mu-da-druhy-pokus>.

FROUZOVÁ, Kateřina, HRONOVÁ, Markéta. *Babiš představil program. ANO chce zrušit superhrubou mzdu a některé ministry* [online]. zpravy.aktualne.cz, 3. září 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/babis-predstavil-program-ano-chce-zrusit-superhrubou-mzdu-a/r~05854320908911e7a7fc0025900fea04/>.

FROUZOVÁ, Kateřina. *Starosty povede do voleb poslanec Farský. V těžkých časech je důležité rozdělit si role, řekl Gazdík* [online]. zpravy.aktualne.cz, 27. července 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/starostove-po-rozchodu-s-lidovci-hledaji-nove-tvare-do-voleb/r~d605c14072a811e7b56e002590604f2e/>.

GURYČOVÁ, Kristýna, KOTTOVÁ, Anna. *Policie může stíhat Babiše a Faltýnka za Čapí hnízdo, rozhodli bez účasti ANO poslanci* [online]. irozhlas.cz, 6. září 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/babise-vydame-k-trestnimu-stihani-rozhodli-ponekolikahodinove-debate-poslanci_1709061815_ako.

GURYČOVÁ, Kristýna, POKORNÝ, Jan. *Babišův výklad, že jde o náklady na kampaň pro rok 2035, je absurdní, říká Outlý z dohledového úřadu* [online]. irozhlas.cz, 8. června 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/babisuv-vyklad-ze-se-jde-o-naklady-na-kampan-pro-rok-2035-je-absurdni-rika-outly_1706081620_kno.

HNÁT, Jakub. *TOP 09 odstartovala kampaň, ze svých hodnot „neuhne“* [online]. top09.cz, 30. května 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/top-09-odstartovala-kampan-ze-svych-hodnot-neuhne-22544.html>.

HNÁT, Jakub. *TOP 09: Do voleb jdeme s novým logem* [online]. top09.cz, 23. března 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/top-09-do-voleb-jdeme-s-novym-logem-22118.html>.

IDNES.CZ. *Premiér Sobotka otočil. Demisi nepodá, odvolává Babiše* [online]. idnes.cz, 5. května 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/premier-sobotka-cssd-vladni-krize-demise-prezident-zeman.A170505_094558_domaci_jw.

IROZHLAS. *Kdo tvoří Babišův „skvělý tým“? Marketéři ODS nebo TOP 09 i guru na sociální síti Mára* [online]. irozhlas.cz, 24. října 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kdo-tvori-babisuv-skvely-tym-marketeri-ods-nebo-top-09-i-guru-na-socialni-site_1710241045_hm.

IROZHLAS. *Podle očekávání. Babišova vláda důvěru sněmovny nedostala, podpořilo ji jen 78 poslanců* [online]. irozhlas.cz, 18. ledna 2018 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/premier-andrej-babis-neduvera-poslanecka-snemovna-mensinova-vlada-demise-hnuti_1801161555_haf.

JAROLÍM, Jiří. *Změny v právní úpravě financování politických stran a hnutí před volbami do PS 2017* [online]. iurium.cz, 9. srpna 2017 [cit. 8. října 2021]. Dostupné na: <https://www.iurium.cz/2017/08/09/zmeny-pravni-uprave-financovani-politickych-stran-hnuti-pred-volbami-ps-2017/>.

KOLÁŘOVÁ, Kateřina. *Vydejte mne, řekl Babiš. Poslanci se přesto přou o kauzu Čapí hnízdo Babiše* [online]. lidovky.cz, 6. září 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/snemovna-rozhodne-o-vydani-babise-a-faltnka-k-stihani.A170906_071929_ln_domov_ele.

KOPECKÝ, Josef. *ČSSD kývla na vstup do Babišovy vlády opřené o KSČM, pro bylo 58,5 procenta znovu* [online]. idnes.cz, 15. června 2018 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/vysledky-referenda-cssd-vlada-ano.A180615_143057_domaci_kop.

KOPECKÝ, Josef. *ČSSD láká na vlak zdarma pro děti a seniory i průměrný plat 40 tisíc* [online]. idnes.cz, 17. června 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/volebni-program-socialni-demokracie.A170617_090529_domaci_kop.

KOPECKÝ, Josef. *ODS spustila Modrou vlnu. Varuje před „velkým zvířetem“ i oranžovými* [online]. idnes.cz, 1. září 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/ods-horka-cast-kampane-modra-vlna.A170901_132900_domaci_kop.

KOPECKÝ, Josef. *Okamura půjde do voleb sám. Vzal si na ně půjčku 18 milionů korun* [online]. idnes.cz, 14. února 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/okamura-ruci-za-pujcku-18-milionu-svym-majetkem.A170214_131635_domaci_kop.

KOPECKÝ, Josef. *Sobotka končí v čele ČSSD, volebním lídrem bude Zaorálek* [online]. idnes.cz, 14. června 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/sobotka-konci-v-cele-cssd-volebnim-lidrem-bude-zaoralek.A170614_182225_domaci_kop.

KUK, Michal. *Financování politických stran: jaká pro něj platí pravidla a jak ho kontrolovat* [online]. frankbold.org, 18. července 2018 [cit. 8. října 2021]. Dostupné na: <https://frankbold.org/poradna/korupce-a-transparentnost/korupce-a-jednani-uredniku/hospodareni-s-verejnymi-prostredky/rada/financovani-politickyh-str#ft4>.

NEOVLIVNI.CZ. *Speciál: seřadili jsme všechny větvičky Čapího hnízda* [online]. neovlivni.cz, 22. února 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://neovlivni.cz/special-capi-hnizdo-babis-agrofert-dotace/>.

OTTO, Pavel. *O výsledcích voleb rozhodují marketéři v pozadí* [online]. e15.cz, 3. dubna 2015 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.e15.cz/volby/volby-2017/o-vysledcich-voleb-rozhoduji-marketeri-v-pozadi-1330707>.

PIRATI. *Piráti: V kampani se opíráme především o dobrovolné dárcce* [online]. pirati.cz, 26. července 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.pirati.cz/tiskove-zpravy/pirati-v-kampani-se-opirame-predevsim-o-dobrovolne-darce.html>.

SEDLÁČKOVÁ, Veronika, ČIHÁK, Ondřej. *Parlament se dostal do role užitečného idiota. Posloužili jsme ruským zájmům, tvrdí bývalý poslanec Gabal* [online]. irozhlas.cz, 27. listopadu 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/parlament-dezinformace-memorandum-kauza-lithium-vysledek-volby-rusko-zajmy_1711271810_mis.

SLONKOVÁ, Sabina, KOLOMAZNÍKOVÁ, Jana. *Novák je nevinen, rozhodl soud* [online]. idnes.cz, 8. června 2000 [cit. 20. listopadu 2021]. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/novak-je-nevinen-rozhodl-soud.A000607082614domaci_mhk.

SLONKOVÁ, Sabina, ŠÍDLOVÁ, Tereza. *Schwarzenberg: Všichni víme, že ČEZ financoval strany* [online]. zpravy.aktualne.cz, 29. září 2011 [cit. 20. listopadu 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/politika/schwarzenberg-vsichni-vime-ze-cez-financoval-strany/r~i:article:715678/>.

ŠŤASTNÝ, Jiří. *Sobotka oznámil demisi vlády. Vyřešil tak problém Babiš Babiše* [online]. lidovky.cz, 2. května 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/domov/sobotka-se-po-poledni-vyjadri-k-babisovu-dopisu-oznami-i-dalsi-kroky.A170502_100422_in_domov_ELE.

ŠTEFAN, Václav. *Konec volební koalice? Vedení lidovců vyzvalo Starosty ke vstupu na jejich kandidátky sjezdu* [online]. irozhlas.cz, 18. července 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/konec-volebni-koalice-vedeni-lidovcu-vyzvalo-starosty-ke-vstupu-na-jejich_1707181927_pj.

TOP09. *Kampaň TOP 09 pro sněmovní volby 2017* [online]. top09.cz, 3. května 2017 [cit. 15. srpna 2021]. Dostupné na: <https://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/kampan-top-09-pro-snemovni-volby-2017-22958.html>.

TRANSPARENTNIVOLBY. *Dary na kampaně pod drobnohledem* [online]. transparentnivolby.cz, 20. srpna 2017 [cit. 20. října 2021]. Dostupné na: <https://www.transparentnivolby.cz/snemovna2017/dary-dary-dary/>.

TRANSPARENTNIVOLBY. *Financování* [online]. transparentnivolby.cz [cit. 30. listopadu 2021]. Dostupné na: <https://www.transparentnivolby.cz/snemovna2021/financovani/>.

TRANSPARENTNIVOLBY. *Kolik dáváme stranám peněz prostřednictvím svého hlasu* [online]. transparentnivolby.cz, 20. srpna 2017 [cit. 20. října 2021]. Dostupné na: <https://www.transparentnivolby.cz/snemovna2017/kolik-davame-stranam-penez-prostrednictvim-sveho-hlasu/>.

TRANSPARENTNIVOLBY. *Povinnosti politických stran aneb co nový zákon požaduje 2017* [online]. transparentnivolby.cz, 21. srpna 2017 [cit. 8. října 2021]. Dostupné na: <https://www.transparentnivolby.cz/snemovna2017/povinnosti-politickych-stran-aneb-co-novy-zakon-pozaduje/>.

ZELENKA, Jakub, PRCHAL, Lukáš. *Myšlenky odporující zájmům státu šíří až sto vlivných lidí, tvrdí vnitro. V hledáčku má na 40 webů* [online]. zpravy.aktualne.cz, 22. června 2017 [cit. 8. srpna 2021]. Dostupné na: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/az-sto-vlivnych-lidi-siri-myslenky-odporujici-zajmum-statu-t/r~86622924568f11e7a83b0025900fea04/>.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Převažující zdroje financování dle typu strany	21
Tabulka 2: Podoby financování politických stran v České republice	32
Tabulka 3: Volební zisk politických stran u voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2017	59
Tabulka 4: Množství peněz získaných od státu díky volbám do PS PČR v 2017 (v Kč).....	70
Tabulka 5: Celkové množství peněz ze státního financování za období 2017-2021 díky volbám do PS PČR v roce 2017 (v Kč).....	71
Tabulka 6: Zjištění efektivity financování politických stran	72
Tabulka 7: Počet kódovacích položek politických stran.....	79
Tabulka 8: Celkový počet jednotlivých proměnných dle politických stran	81
Tabulka 9: Výdaje na kontaktní kampaň	82
Tabulka 10: Výdaje na letáky, noviny a produkci	83
Tabulka 11: Výdaje na mediální prostor.....	85
Tabulka 12: Výdaje na mediální prostor	87
Tabulka 13: Výdaje na strategii a poradenství.....	89
Tabulka 14: Ostatní výdaje	90
Tabulka 15: Souhrnná investice všech stran	97

Seznam grafů

Graf 1: Výsledky voleb do Poslanecké sněmovny PČR 2017	60
Graf 2: Kolik Kč stál jeden hlas?	73
Graf 3: Kolik Kč stál jeden mandát?	73
Graf 4: Výdaje na kontaktní kampaň vyjádřený v %	82
Graf 5: Výdaje na letáky, noviny a produkci vyjádřený v %	84
Graf 6: Výdaje na mediální prostor vyjádřený v %	85
Graf 7: Výdaje na mediální prostor vyjádřený v %	86
Graf 8: Výdaje na mediální prostor vyjádřený v %	87
Graf 9: Výdaje na strategii a poradenství vyjádřený v %	89
Graf 10: Ostatní výdaje vyjádřeny v %	91
Graf 11: Souhrnné vyjádření vynaložených finančních prostředků na volební kampaň v %	93
Graf 12: Shluková analýza – asociace politických stran	94
Graf 13: Korespondenční analýza – dvourozměrné zobrazení politických stran a způsobu financování	95
Graf 14: Souhrnná investice všech stran v %	98

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá financováním volebních kampaní politických stran ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v roce 2017. Cílem bylo zjistit strukturu a efektivitu financování politických stran do svých volebních kampaní ve volbách do PS PČR v roce 2017 včetně toho, kolik finančních prostředků bylo utraceno na jeden hlas a mandát. Vyhodnocení probíhalo na základě provedené analýzy devíti zpráv o financování volebních kampaní, jelikož ve volbách v roce 2017 překročilo volební práh pro vstup do PS PČR devět politických stran. V závěru diplomové práce jsou formulované odpovědi na zvolené výzkumné otázky, přičemž bylo zjištěno, že nejefektivněji financovala svou volební kampaň strana Pirátů a naopak nejméně efektivně strana TOP 09.

Klíčové slova:

Financování politických stran, volební kampaň, politické strany, soukromé financování, státní financování, financování volebních kampaní, právní úprava o financování volebních kampaní, efektivita a struktura financování volebních kampaní, volby, analýza

Abstract

This diploma thesis deals with the financing of election campaigns of political parties in the elections to the Chamber of Deputies of the Parliament of the Czech Republic in 2017. The main goal of this thesis was to determine the structure and effectiveness of election campaign financing, including how much political parties spent in their elections on one vote and mandate. The evaluation was carried out on the basis of an analysis of nine reports on the financing of election campaigns, as nine political parties exceeded the electoral threshold for joining the Parliament of the Czech Republic in the 2017 elections. The answers to the selected research questions are formulated at the end of the diploma thesis. It was ascertained that the Pirates party financed its election campaign the most effectively while the financing of TOP 09 party was the least effective.

Keywords:

Political party financing, election campaign, political parties, private financing, state financing, election campaign financing, legislation on election campaign financing, efficiency and structure of election campaign financing, elections, analysis