

Jak to vidím já

Peníze jako klíčový faktor úspěchu ve volbách?

MARIAN KOKES

Volby jsou již po dlouhou řádku let často vznešeně označovány a leckde i považovány za svátek demokracie. Důvod je zřejmý. Soudobá moderní demokracie se prakticky neobejde bez principu politické reprezentace, je demokracií zprostředkovanou, reprezentativní, kde lid vykonává svou moc zejména prostřednictvím svých volených zástupců. Proto za jeden z klíčových znaků reprezentativní demokracie jsou nutně označovány volby jako pro společnost přijatelný způsob výběru politické elity. Nicméně volby by neměly být redukovány na pouhý technický prostředek k ustavení zástupců, ale lze je označit za ústavně garantovanou hodnotu či institut plnící celou řadu nezastupitelných funkcí. Volby tak slouží jako prostředek legitimace politické moci (a vládnoucí většiny), dále jako prostředek kontroly, ověřování politické moci, který (svou pravidelností) aktualizuje možnost uskutečnit mocenské změny ve státě (princip vlády na čas) a v neposlední řadě slouží jako prostředek aktivizace voličů ve prospěch určitých hodnot, cílů a programů a tím jako nástroj posilování občanského vědomí a participace občanů (i prostřednictvím politických stran) na politickém životě. Jedním z nezbytných předpokladů, aby se volby mohly honosit přívlastky demokratické, svobodné či férové je mimo jiné i ústavní garance a skutečná existence volné (svobodné) soutěže autonomních, na státu nezávislých politických stran, protože teprve ve výsledcích této soutěže se formují politické kontury a proporce státu. Politické strany tak ve volbách hrají zcela klíčovou a nezastupitelnou roli, neboť dle slov V. Klokočky právě politické strany jsou prostředkem k formulaci zájmů občanů a nástrojem k jejich prosazování v politickém životě.

Tolik teorie. Praxe je však leckdy teorií na hony vzdálená a nejinak tomu je bohužel i v České republice, kde se loni v květnu konaly volby do Poslanecké sněmovny a počátkem října volby do obecních zastupitelstev a v některých volebních obvodech i volby do Senátu. Loňský rok v ČR tak lze označit za rok volební. Nikoliv však sváteční, neboť volby jakožto svátek demokracie se u nás příliš neslaví. Stále se snižující míra účasti občanů v jednotlivých volbách je toho důkazem. Za příklad nám mohou sloužit volby do Poslanecké sněmovny, kdy volební účast od roku 1996 (76 %), až na výjimku voleb z roku 2006 (64 %), stabilně klesá, a to přes rekordně nízkou účast v roce 2002 (58 %) na úroveň 62,6 % z loňských květnových voleb. Lze za jednu z možných příčin nízké volební účasti označit i celkově nízkou úroveň volebních kampaní vedených politickými stranami, které dostatečně nedokáží oslovit ši-

roký zástup nerozhodnutých voličů a přilákat je k volbám? Bezpochyby ano. Česká veřejnost byla v předcházejících měsících téměř permanentně konfrontována s drsnou a zároveň smutnou realitou volební kampaně vedené politickými stranami, s jejich mítinky, billboardy a plakáty často zohyzdujícími naše okolí, a to vše doplněné každotýdenními odhady volebních preferencí anebo více či méně objektivními komentáři médií rozebírajícími obsah vybraných předvolebních slibů nebo osoby jednotlivých kandidátů. Je třeba zdůraznit, že ona permanence byla znásobena i skutečností, že po zrušení z října 2009 termínu předčasných voleb do Poslanecké sněmovny ze strany Ústavního soudu musela česká veřejnost za poslední rok této drsné realitě volební kampaně čelit prakticky dvakrát.

Není mým cílem zde podrobně rozebírat obsah a hodnotit kvalitu volebních kampaní jednotlivých politických stran, které spoléhají na dlouhodobě budovaný „autismus“ a nezájem českého voličstva o veřejné otázky, či celkovou úroveň politického diskurzu v nich vedeného, který J. Rupnik trefně označuje za „*lůzovitý*“ a který čas od času v české politické kultuře získává hegemonii (např. v éře druhé republiky, v níž se organizovaly štvance na K. Čapka nebo na stoupence masarykovských ideálů atd.). Stalo se tak již téměř „folklorem“ nízkou volební účast a celkový nezájem české společnosti o politické dění spojovat s neutěšenou úrovní politické kultury v ČR, spočívající ve vyprázdňenosti či plochosti politického diskurzu a opouštění tradičních hodnot, což má za důsledek prohloubení propasti mezi českou veřejností a politickými elitami a ztrátu důvěry v ně. Kupříkladu V. Bělohradský na programové konferenci ČSSD hovořil o „zblbnutí“ a vyprázdňení základních politických hodnot a idejí, mezi které sociální demokracie patří. Obdobně psal i P. Zídek v Lidových novinách, kdy v souvislosti s neúspěchem KDU-ČSL ve volbách do PS zmiňoval vytrácení hodnot z politiky. Nelze tak očekávat, že se úroveň volební kampaně bude od celkové úrovně politické kultury výrazně lišit. Naopak, je jen jejím logickým vyústěním či názornou ukázkou. A přidáme-li k tomu i tradiční neochotu české veřejnosti aktivně se podílet na správě věcí veřejných a rozvíjet občanskou společnost, bylo by naivní se domnívat, že volební účast bude mít jinou než klesající tendenci. Nicméně je třeba dodat, že nářky nad nízkou úrovní volebních kampaní a pokleslou atmosférou s ní spojenou nejsou jevem novým, současnou dobu charakterizujícím. Např. již K. Čapek ve svých fejetonech *O věcech obecných aneb Zoón politikon* o době předvolební hovořil jako o „*politickém svinčiku*“, kdy „*před volbami a hlavně v posledních dnech nastává s přírodní nutností taková porucha v morální atmosféře, ba nejenom porucha, ale přímo cyklón, což dělá volební atmosféru tak nesnesitelnou, přesně řečeno tak nedůstojnou pro nás občany, kteří máme být taháni za nohu.*“ Stejně tak se nejedná o ryze české specifikum. S nízkou úrovní volebních kampaní se potýkají i tradičně demokratické společnosti, což dokládá známé rčení, že „*v hodinu, kdy začíná volební kampaň, měla by být socha vlasti zahalena (pochopitelně na znamení smutku nad tím, čeho budeme svědky)*“.

Nicméně na jeden významný aspekt se při kritice „bezobsažnosti“ a nízké úrovni volebních kampaní jednotlivých politických stran v poslední době zapomíná – na peníze. Při letném srovnání nákladů vynaložených jednotlivými politickými stranami na volební kampaně v minulosti a nyní je zřejmé, že se jejich výše neustále zvyšuje až na současnou, oproti minulosti několikanásobně zvýšenou hranici. Na této skutečnosti je pak o to více paradoxní, že politické strany se vynakládáním takto vysokých částek na svou mediální prezentaci, různé mítinky a doprovodné akce, billboardy aj. snaží čelit klesajícímu zájmu české veřejnosti o volby, překonat jej a oslovit potenciálního voliče, aby k volbám skutečně přišel a odevzdal tolik kýžený hlas. Nicméně jak dokazují výše předestřené statistické údaje, míra účasti voličů ve volbách do Poslanecké sněmovny má navzdory narůstajícímu objemu vynaložených finančních prostředků stále klesající tendenci. Z odhadů v tisku či z vyjádření samotných představitelů politických stran lze učinit závěr, že náklady na volební kampaň u květnových voleb do Poslanecké sněmovny u dvou dosud nejsilnějších politických stran, ODS a ČSSD, se pohybovaly na úrovni 200, resp. 160 mil. Kč, některé odhady však hovoří o částkách o desítky milionů vyšších. Menší politické strany se pak pohybovaly v rozmezí 10 až 80 mil. Kč. Nadto je opět třeba připomenout, že za poslední rok musely strany vynaložit tyto náklady dvakrát, kvůli výše zmíněnému zrušení termínu předčasných voleb. Z jednoduchého matematického výpočtu pak vyplývá, že politické strany vynakládají stále více a více finančních prostředků, aby získaly jeden voličský hlas. Při zkoumání efektivity volební kampaně nám tak vychází, že např. ODS při zisku 1 057 792 hlasů a vynaložené částce cca 200 mil. Kč na volební kampaň stál jeden hlas bezmála 190 Kč, ČSSD pak při zisku 1 155 267 hlasů a vynaložených cca 160 mil. Kč stál jeden hlas téměř 140 Kč. Jen pro srovnání: politickým stranám, které ve volbách do Poslanecké sněmovny získají alespoň 1,5 % z celkového počtu platných hlasů, stát z rozpočtu hradí za každý odevzdaný hlas jako příspěvek na úhradu volebních nákladů částku 100 Kč.

Kolik volební kampaň jednotlivé politické strany stála doopravdy, kde a od koho na to politické strany vzaly a proč to ten či onen subjekt-sponzor vlastně platí? Tyto otázky se jako neviditelná nit linou průběhem všech volebních kampaní i obdobím povolebním, nicméně představitelé politických stran o nich veřejně příliš nehovoří, neboť nemusí. Odhadem strany za poslední rok v celkovém součtu vynaložily na volební kampaně částku hodně přesahující miliardu korun (!). Je více než ironické, že v době, kdy se z hesel a sloganů představitelů politických stran volajících po utahování opasek, škrtech, šetření, boji s korupcí, zvýšení transparentnosti čehokoliv a kdekoliv stávají pomalu zaklínadla, samotné politické strany vynakládají na volební kampaně řádově desítky a stovky milionů korun, přičemž o skutečném původu takto vynaložených finančních prostředků může nezaujatý jednotlivec pouze spekulovat. V této souvislosti je nutné zdůraznit, že strany v období bezprostředně před volbami a po nich nemají ze zákona povinnost uvádět skutečnou výši nákladů.

Zákon o politických stranách sice zakotvuje povinnost každoročně předložit Poslanecké sněmovně výroční finanční zprávu zahrnující i údaje o výdajích na volby, nicméně ve lhůtě do 1. dubna následujícího roku. Zvážíme-li tu skutečnost, že se v ČR řádné volby do PS od roku 1996 vždy konaly v červnu (či koncem května) a volby do obecních a krajských zastupitelstev, příp. do Senátu povětšinou v říjnu či v listopadu, má český volič pramalou šanci dozvědět se bezprostředně před volbami, z jakých finančních zdrojů byla volební kampaň dané strany či kandidáta financována. Potenciální volič tak zůstává „v mlze nevědomosti“ o tom, kdo skutečně finančně podporoval jím volenou stranu či kandidáta až do dubna roku následujícího, a je ponechán na pospas zprávám a odhadům médií, o jejichž objektivnosti však je možno leckdy pochybovat.

Jistě lze namítnout, že v současné době stejně jako jinde i u politických stran sehrává finanční aspekt důležitou roli, ať už pro samotné fungování, pro setrvání v politické soutěži či pro úspěch ve volbách, a nejedná se tak o nic neobvyklého. Problematickou se ovšem jeví otázka, jak moc důležitou roli peníze v politické soutěži v současnosti hrají, zda dokonce nesehrávají roli přímo klíčovou a nestaly se tak pro úspěch ve volbách či pro setrvání a působení v politické soutěži nezbytnou podmínkou. Zmiňovaný P. Zidek ve svém komentáři velmi kriticky konstatoval, že *„pokud více než 27 procent hlasů získají dvě marketingové strany, z nichž jedna má za maskota dobrotivého knížete a druhá bezdouchého televizního moderátora, a obě jsou ze zákulisí řízeny lidmi, o nichž skoro nic nevíme, pak to není důvod k jásootu nad revitalizační politické třídy, ale k vážnému znepokojení“*. A byť lze s jeho názorem v lecčems polemizovat či nesouhlasit, možná nevědomky upozornil na nebezpečnost narůstání vlivu peněz ve volbách, která tkví zejména v tom, že nekontrolovatelný příval soukromých finančních zdrojů do pokladen politických stran může mít velmi negativní dopad na charakter voleb, férovost politické soutěže a v konečném důsledku i na demokracii v ČR jako takovou.

Neúměrný a nekontrolovaný nárůst vlivu peněžních prostředků vynaložených politickými stranami ve volbách může mít reálný dopad na demokratičnost voleb samotných, a to v podobě narušení férovosti politické soutěže a rovnosti šancí kandidujících politických subjektů, neboť malé či nové (a ve společnosti dostatečně neetablované) kandidující subjekty si takovou volební kampaň, která by vedla k úspěchu ve volbách, prostě z finančních důvodů dovolit nemohou, protože je prakticky nemožné získat z členských příspěvků anebo pomocí drobných (žádoucích) finančních darů běžných voličů-podporovatelů strany potřebné finanční prostředky. A potenciální (a pro systém nežadoucí) vysoké finanční částky od velkých „sponzorských“ soukromých subjektů se pochopitelně soustředí okolo takových stran, u nichž mají tito „sponzoři“ jistotu, že ve volbách uspějí, a případně jim za to napomohou k uspokojení jejich soukromých zájmů. Prosazení, resp. možnost pokusit se o prosazení menšinových či partikulárních zájmů, jež by mohly být eventuál-

ně artikulovány prostřednictvím malých politických subjektů, se tak v systému neregulovaného financování politických stran a neustálého navyšování finančních prostředků na volební kampaně stane prakticky nemožným. Z voleb se tak může stát elitářská záležitost pro bohaté či štědře dotované politické subjekty. Úspěch ve volbách bude ovlivněn nejen počtem hlasovacích lístků ve volebních urnách, ale i výši finančních prostředků vynaložených ze stranických pokladen na volební kampaň. Je tak relativizován princip rovnosti hlasů z „one man, one vote“ na „one dollar, one vote“. Základními otázkami voleb se pak pro politické strany namísto tradičních otázek typu kolik hlasů získáme a jak přilákat nové voliče, stávají otázky typu kolik nás ten hlas bude stát a kde na to vzít. Volby samotné se tak v tomto smyslu skutečně redukuje na pouhý a nikoliv levný technický prostředek k ustavení zvolených zástupců lidu. Jejich symbolický a hodnotový význam se zcela vytrácí. J. Oulý v této souvislosti vyjádřil názor, že „peníze mění volby v hru toho, kdo je vlastní, volby samy jsou fraškou, v níž se předstírá, že občané činí rozhodnutí“.

Netransparentní vedení volební kampaně a nekontrolovaný nárůst zdrojů finančních prostředků politických stran pak může v konečném důsledku ohrozit i kvalitu demokracie jako takové, a to v podobě nevratného pokřivení politické soutěže či podlomení demokratických hodnot ve společnosti. Může dojít jak k omezení a zúžení obecně žádoucí politické participace co největšího počtu voličů, tak i k negativnímu ovlivnění rozhodování politické reprezentace vzešlé z takových voleb. Zjednodušeně řečeno může docházet ke kupování si vlivu u politických stran, které se dostaly do parlamentu a které tak zde mohou ovlivňovat přijímání politických rozhodnutí, a to ze strany těch soukromých subjektů, které svými sponzorskými dary na volební kampaň sledovaly prosazení svých partikulárních zájmů právě prostřednictvím svými dary sponzorovaných politických stran, tj. může docházet ke korupčnímu jednání politických stran samotných nebo jejich čelních představitelů zastoupených v parlamentu, či dokonce ve vládě.

J. Pehe a J. Štern ve svém *Manifestu radikálního liberalismu* publikovaném v deníku Referendum v této souvislosti vyjádřili názor, že politické strany se v takovém prostředí mění v instituce, které předstírajíce politickou činnost jsou především agenturami na získávání státních a veřejných zakázek a významných pozic ve státní správě. „*Politické programy a koncepce jsou jen jakýmsi šídítkem pro voliče, kteří bláhově volí tu či onu (pravou nebo levou) koncepci, aby pak v praxi strany dělaly v podstatě tuž politiku. Ideologický obsah politiky vůbec už není důležitý: podstatné je využít a „zobchodovat“ politický vliv a rozhodování.*“ Dochází tak ke „zprivatizování“ politiky, kdy se prostřednictvím politických stran dostávají do nejvyšších pater politiky a rozhodování v nich partikulární, soukromé zájmy. Politolog M. Klíma na obdobném základě pak vymezil nový typ politických stran – *strany klientelistické*, které reprezentují stále více spřízněné podnikatelské a soukromé subjekty, čímž se závažně modifikuje nejen zastupitelská funkce politických stran, ale

proměňuje se sama povaha demokracie. Nastává tak éra „post-demokracie“, v níž je podle V. Bělohradského politika redukována na strategické investování do politické reprezentace soukromých zájmů? Pevně doufám, že nikoliv, nicméně realita dnešních dnů mě stále více přesvědčuje o opaku.

Redakci Universitas došlo

- AQUA AEROBIC. *Základní cviky*. Šárka Maleňáková, Miloslava Urbanovská, Dita Hlavňová. Masarykova univerzita Brno, 2010. CD
- Abstracts and Application Manual*. Masaryk University Brno, 2010
- Abstrakt Book of CDEIT 2010*. Edited by Zuzana Došlá, Robert Mařík, Roman Šimon Hilscher, Jiří Šremr. Masarykova univerzita Brno, 2010
- Ivo Buzek, *La imagen del Gitano en la lexicografía Española*, Masarykova univerzita Brno, 2010
- Dlouhodobý záměr 2011-2015*. Masarykova univerzita Brno, 2010
- Jan Dolák, Marie Gilbertová, *Historik Jiří Špět. Život a dílo*. Masarykova univerzita Brno, 2010
- František Hubatka, *Obrazy. Oboustranná šelma*. Masarykova univerzita Brno, 2010
- DML 2010. Towards a Digital Mathematics Library*. Ed.: Petr Sojka. Masarykova univerzita Brno, 2010
- Dramatická výchova v cizojazyčné výuce u žáků s SPU*. R. Grenarová, M. Vítková (eds.). Masarykova univerzita Brno, 2009
- Europe Centrale, Carrefour des Cultures dans la Tradition littéraire*. Études réunies par Miroslava Novotná et Colette Gauthier. Masarykova univerzita Brno, 2010
- Interpretation of Meaning in Spoken and Written Discourse*. Book of Abstracts. Ed. Radek Vogel. Masarykova univerzita Brno, 2010
- Martin Kuča, Eliška Kazdová, Šárka Hladilová, Miriam Nývltová Fišáková, Lubomír Prokeš, *Těšetice-Kyjovice 7/ Osídlení kultury s moravskou malovanou keramikou mezi příkopem a vnější palisádou rondelu*. Masarykova univerzita Brno, 2010
- Literární téma v bakalářských a diplomových pracích*. Editorka: Marcela Poučová. Masarykova univerzita Brno, 2010. CD
- Lumír Macholán, *Stručný výklad motýlích jmen antického původu*. Masarykova univerzita Brno, 2010
- Masaryk University. Past. Present. Future*. Masarykova univerzita Brno, 2009
- MY, TY, ONI, aneb tvůrčí psaní na Pdf MU*. Ed.: Marie Pavlovská. Masarykova univerzita Brno, 2010
- XIII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách*. Sborník příspěvků. Katedra regionální ekonomie a správy ESF. Masarykova univerzita Brno, 2010. CD
- Nadaní žáci. Výzva pro učitele*. Oldřich Šimoník, Jana Škrabánková, Jan Štáva (eds.). Sborník referátů z mezinárodního semináře. Masarykova univerzita Brno, 2009
- Viktor Pacholík, Iva Vlčková, Marie Blahutková, *Halliwickova metoda plavání*. Masarykova univerzita Brno, 2009
- Příprava budoucích učitelů na rozvíjení klíčových kompetencí žáků*. Oldřich Šimoník (ed.) Sborník příspěvků. Masarykova univerzita Brno, 2010. CD
- Řízení veřejných výdajů na regionální úrovni*. Sborník příspěvků II. Sekce mezinárodního vědeckého semináře pořádaného Katedrou veřejné ekonomie ESF. Masarykova univerzita Brno, 2010
- Sborník abstrakt XVI. Výroční konference České společnosti popáleninové medicíny ČLS JEP*. Masarykova univerzita Brno, 2010
- Zdeňka Schejbalová, *Česko-francouzský a francouzsko-český slovník základní terminologie speciální pedagogiky*. Masarykova univerzita Brno, 2009

pokračování na str. 70 →