

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV ČESKO-NĚMECKÝCH AREÁLOVÝCH STUDIÍ A GERMANISTIKY

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Srovnání parlamentních voleb 2017 a 2021 z hlediska volebního chování elektorátu a
konečných výsledků

Vedoucí práce: PhDr. Miroslav Šepták, Ph.D.

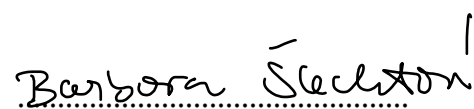
Autor práce: Barbora Šlechtová

Studijní obor: Česko-německá areálová studia

Ročník: 3.

Prohlašuji, že jsem autorem této kvalifikační práce a že jsem ji vypracovala pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu použitých zdrojů.

V Českých Budějovicích dne 24.04.2023

Handwritten signature of Barbora Šlechtová in black ink, with a vertical line at the end of the signature.

Barbora Šlechtová

Touto cestou bych ráda poděkovala panu PhDr. Miroslavu Šeptákovi, Ph.D. za lidský a osobitý přístup, ochotu a praktické rady při vedení mé bakalářské práce.

Anotace

Bakalářská práce se zabývá parlamentními volbami konanými v letech 2017 a 2021. Cílem práce je porovnat chování voličů, výsledky voleb a volební kampaně, a to jak v každém roce zvlášť, tak i vzájemně mezi oběma roky. První kapitola se věnuje obecně volbám do Poslanecké sněmovny, financování politických stran a přepočtu hlasů na mandáty. Druhá kapitola pojednává o volebním chování elektorátu a její první část je teoretická, zatímco pokračování už se soustředí konkrétně na to, jak se voliči rozhodovali v obou srovnávaných letech. Třetí kapitola shrnuje výsledky voleb a srovnává je s předpoklady, které byly zveřejňovány kratší či delší dobu před termínem voleb a ukazuje „přelévání“ hlasů. V poslední kapitole se lze dočíst o volebních kampaních a jejich porovnání a změnách, které se v průběhu volebního období udály.

Klíčová slova: Parlamentní volby v České republice, volební chování, volební průzkumy, výsledky voleb 2017 a 2021, volební kampaň.

Abstract

The bachelor's thesis deals with Parliamentary elections held in 2017 and 2021. The goal of the work is to compare the voters' behaviour, election results and election campaigns, both on a yearly basis and between the two years. The first chapter deals generally with elections to the Chamber of Deputies, the financing of political parties and the recalculation of votes into mandates. The second chapter is about electorate voting behavior, and the first part is theoretical, while the sequel is already focused specifically on how voters made their choices in both years of comparison. The third chapter summarizes the election results and compares them with assumptions that were published shorter or longer before the election date and shows the spillover. In the last chapter of the thesis, one can read about the election campaigns and their comparisons and the changes that have taken place during the election period.

Key Words: Parliamentary elections in the Czech Republic, electoral behaviour, election polls, election results in 2017 and 2021, election campaign.

Obsah

Anotace	4
Abstract.....	4
Obsah	5
Seznam použitých zkratk	6
Úvod	7
1. Základní informace o volbách do Poslanecké sněmovny	10
1.1 Zákon č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky.....	10
1.2 Financování politických stran	11
1.3 Rozdělování mandátů.....	12
2. Volební chování elektorátu	14
2.1 Hlavní témata	16
2.1.1 Hlavní témata voleb 2017	16
2.1.2 Hlavní témata voleb 2021	17
2.1.3 Předvolební superdebaty	18
2.2 Jak se voliči rozhodují a rozhodovali	21
2.3 Vliv volební kampaně na rozhodování elektorátu.....	26
3. Výsledky voleb – srovnání s předpoklady	29
3.1 Agentury zpracovávající předvolební průzkumy	29
3.2 Výsledky voleb 2017.....	30
3.2.1 Předpokládané výsledky.....	30
3.2.2 Reálné výsledky	31
3.2.3 Povolební situace	32
3.3 Výsledky voleb 2021.....	33
3.3.1 Předpokládané výsledky.....	33
3.3.2 Reálné výsledky	35
3.3.3 Povolební situace	37
3.4 Srovnání výsledků voleb 2017 a 2021	38
4. Volební kampaň.....	41
4.1 Volební kampaň 2017	42
4.2 Volební kampaň 2021	53
4.3 Srovnání volebních kampaní 2017 a 2021	61
Závěr	64
Seznam tabulek, grafů a obrázků.....	67
Seznam odborné literatury a elektronických zdrojů	68

Seznam použitých zkratk

CVVM – Centrum pro výzkum veřejného mínění

ČSSD – Česká strana sociálně demokratická

KDU-ČSL – Křesťanská a demokratická unie – Československá strana lidová

KSČM – Komunistická strana Čech a Moravy

ODS – Občanská demokratická strana

Piráti – Česká pirátská strana

PirSTAN – Volební koalice Pirátů a STAN

SPD – Svoboda a přímá demokracie Tomia Okamury

SPOLU – Volební koalice ODS, TOP 09 a KDU-ČSL

STAN – Starostové a nezávislí

STEM – Empirický výzkum pro demokracii

Úvod

Cílem bakalářské práce je porovnat parlamentní volby 2017 a 2021 z několika různých perspektiv. Jednou z nich je sledování volebního chování elektorátu a to, jestli a jak se změnilo. Srovnávám také výsledky, a to jak ty konečné, tak také vývoj odhadů prováděný agenturami, které se této problematice věnují. Pozornost zaměřuji i na to, jak se hlasy v měsících před volbami měnily a čím to bylo způsobeno. Zabývám se přepočtem hlasů na mandáty a změnou zákona, která se právě mezi těmito dvěma volbami uskutečnila a tím, co zapříčinila. Rozebírám volební kampaně, které tvoří nedílnou součást voleb. Zjišťuji, jakým způsobem se různé strany rozhodly prezentovat a jestli došlo k nějakým výrazným proměnám v průběhu čtyřletého volebního období.

Pro téma jsem se rozhodla již v průběhu kampaně roku 2021, kdy volbami „žila“ snad celá republika. Bavilo mě sledovat předvolební dění, dívala jsem se na debaty, poslouchala rozhovory a komentáře odborníků. V létě před volbami jsem se několikrát ocitla na mítinku pořádaném jednou z politických stran a už v té době jsem začala sbírat propagační materiály. Protože jsem ale nechtěla pouze popsat jedny právě proběhlé volby, ale pojmut toto téma z širší perspektivy, zdálo se mi dobré je porovnat právě s těmi minulými, které se konaly v roce 2017. Přijde mi zajímavé sledovat posun v myšlení voličů a zaměřit se i na otázku, proč ze sněmovny vypadly tradiční levicové strany.

První kapitola je teoreticky zaměřená, aby byl čtenář nejprve zasvěcen do problematiky voleb do Poslanecké sněmovny jako takové, než se dozví informace z konkrétních let. Týká se nejen zákona o těchto volbách, ale i financování politických stran. Pozornost je zaměřena také na změnu rozdělování mandátů, které jsem již zmínila výše, protože právě změna volební klauzule byla pro volby 2021 důležitá.

Následující kapitola kombinuje teoretický i praktický výklad. V první části se zabývám volebním chováním obecně a představuji jeho několik modelů, protože každý jej pojímá z trochu jiného úhlu. Aby mohlo být následně analyzováno to, jak se elektorát rozhoduje a rozhodoval, jsou v práci ukázána témata obou voleb. Zatímco v roce 2017 se diskutovalo o těch tradičních jakými je například vzdělávání nebo zdravotnictví, tématem voleb 2021 se jednoznačně stala pandemie koronaviru, která propukla již rok před nimi, ale v dalších vlnách se vracela. Způsobila zákaz chození dětí do škol a zkomplikovala práci především živnostníkům a menším firmám. Pochopitelně se nejednalo o jediné téma, ale rozhodně bylo tím nejpálčivějším. Zahrnuty jsou i předvolební debaty, které považuji za jakési vyvrcholení celého předvolebního klání. Na základě několika grafů

vysvětlují způsoby, jak se voliči rozhodovali a také dobu, kdy své rozhodnutí učinili. Pozastavím se i nad otázkou, jak rozhodnutí ovlivňují volební kampaně.

Výsledky voleb a jejich srovnání s průzkumy veřejného mínění probírám ve třetí kapitole. Na jejím začátku se lze dozvědět základní informace o agenturách zpracovávajících předvolební průzkumy, které v České republice působí. Řeč je o Kantaru, STEMu, CVVM i Medianu. V pokračování sleduji vývoj předpokládaných výsledků, který jsem v obou srovnávaných letech porovnala od ledna roku, v němž volby proběhly, až do posledního měsíce před jejich konáním. Poslední volební předpoklad pak srovnávám s reálným výsledkem. Povolební situace byla pochopitelně v roce 2017 jiná než o čtyři roky později. Menšinovou vládu hnutí ANO a ČSSD s tichou podporou KSČM vystřídala vládou dvou koalic složená hned z pěti stran. V závěru porovnávám oboje volby z hlediska získaného počtu mandátů, procent i hlasů.

Poslední a nejdelší kapitola se věnuje volebním kampaním. Rozebírám v obou letech kampaň každého relevantního politického subjektu. Pozornost je soustředěna na formu kampaně, osobní kontakt, propagační materiály, akce, prezentace na sociálních sítích i volební klipy. Tato část je doplněna o fotografie billboardů či plakátů, které občané mohli před volbami spatřovat na nejrůznějších místech. V tabulce ukazují finanční náklady, které strany utratily a jejich zvyšování či naopak snižování.

Při psaní bakalářské práce vycházím především z elektronických zdrojů. Protože parlamentní volby 2021 proběhly teprve nedávno a jediná tištěná publikace nesoucí název *Volby 2021 - Budou o něčem* byla sepsána ještě před nimi, nepomohla by mi ani v otázce volebního chování ani konečných výsledků, které jsou pro mou práci zásadní. Proto jsem čerpala převážně ze zpravodajských portálů jako je iDNES nebo E15.cz. Přínosné byly i webové stránky iRozhlasu nebo audiovizuální materiály zpravodajské stanice ČT24. O volbách 2017 již ale vyšla kolektivní monografie *Volby do Poslanecké sněmovny* v roce 2017, kterou editovali politologové působící na Fakultě sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně Otto Eibl, Miloš Gregor a kol. Tu považuji za nejlepší zdroj pro volby 2017 vůbec, protože se věnuje různým aspektům voleb (například zásadním tématům) a zároveň vše přehledně ukazuje v tabulkách.

Důležitým zdrojem jsou ale i webové stránky jednotlivých politických stran, včetně fotogalerií, protože většina z nich archivuje činnosti před volbami i po nich. Zcela zásadní je portál volby.cz, který uchovává informace nejen o výsledcích v procentech, ale lze na něm zjistit i přesné počty hlasů. Pro tvoření tabulek a grafů tak byl tím nejprínosnějším zdrojem. Nerada bych opomněla weby agentur zpracovávajících volební

průzkumy. STEM mi přijde nejprehlednější a poskytuje mnoho informací i z minulých let. YouTube, platforma pro zveřejňování a sledování videí, je nápomocný zejména pro sledování volebních spotů, kterými se zabývám u čtvrté kapitoly o kampaních. Zahraničních zdrojů k tématu neexistuje mnoho. Přesto se mi podařilo najít například publikaci *Campaign effects in theory and practice* pojednávající o vlivu kampaní na rozhodování elektorátu nebo práci *Theoretical models of voting behaviour*, která byla nápomocná pro shrnutí modelů volebního chování. I publikace vydané jednotlivými politickými stranami jako forma sebe prezentace a způsob komunikace s veřejností byly nápomocné. Přesto, že se nejedná vyloženě o odbornou literaturu, dobře vystihují předvolební situaci.

1. Základní informace o volbách do Poslanecké sněmovny

1.1 Zákon č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky

Parlamentní volby do Poslanecké sněmovny se v České republice konají každé čtyři roky a je v nich rozhodováno o tom, kterých 200 poslanců bude zemi reprezentovat. Nepsaným pravidlem bývá, že lídra vítězné strany prezident jmenuje premiérem a pověří jej sestavením vlády. Prezident republiky vyhlásí termín nejpozději devadesát dnů před konáním voleb, které se konají zpravidla v pátek od 14.00 do 22.00 a v sobotu od 8.00 do 14.00 hodin. Hlasuje se na základě všeobecného, rovného, tajného a přímého volebního práva. Uplatňuje se poměrný volební systém. Každý občan České republiky, který dosáhl věku osmnácti let nejpozději druhý den voleb, je způsobilý volit.¹ Každý volič, který dosáhl jednadvaceti let nejpozději druhý den voleb, může být zvolen poslancem.² Občan nemá právo volit, pokud je jeho osobní svoboda omezena zákonem z důvodu ochrany zdraví lidu nebo pokud mu je omezena svéprávnost k výkonu volebního práva. Hlasy se odevzdávají ve volebních obvodech - tzv. okrscích. Pokud občan nemůže volit v místě svého trvalého bydliště, má právo požádat o vydání voličského průkazu.³ Volebními orgány jsou Státní volební komise, Ministerstvo vnitra, Ministerstvo zahraničních věcí, Český statistický úřad, krajský úřad a v hlavním městě Praze Magistrát, pověřený obecní úřad, obecní úřad, starosta obce nebo primátor statutárního města, zastupitelský úřad, okresní volební komise a zvláštní okrsková volební komise.

Volební kampaní se rozumí jakákoli propagace politických stran, hnutí nebo koalic. Pro účely volební kampaně může starosta 16. den přede dnem konání voleb vyčlenit prostor vhodný pro vylepení plakátů. Rovněž v tento den až do čtyřicáté osmé hodiny před zahájením voleb je politickým stranám přiděleno celkem čtrnáct hodin vysílacího času v Českém rozhlase a stejný počet v České televizi pro účely jejich volební kampaně. V posledních čtyřiceti osmi hodinách před zahájením voleb a v obou volebních dnech je zakázána jakákoli kampaň ve prospěch politických stran, hnutí, koalic či jednotlivých kandidátů. V průběhu hlasování až do uzavření volebních místností nesmí být zveřejňovány žádné výsledky volebních průzkumů. Každá politická strana si musí

¹ Můžeme mluvit o tzv. aktivním volebním právu.

² Jedná se o tzv. pasivní volební právo.

³ Podmínkou pro vydání voličského průkazu je podání žádosti u obecního úřadu v místě trvalého pobytu voliče. Uvádí se v ní jméno a příjmení, datum narození, adresa trvalého pobytu a případně požadovaný způsob doručení průkazu. Ministerstvo vnitra České republiky, [online]. Hlasování na voličský průkaz (2021). [cit. 27.10.2022]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/hlasovani-na-voliccky-prukaz.aspx>.

zřídit bankovní účet, a to nejpozději 5 dní od vyhlášení voleb, který umožní třetím osobám přístup ke všem transakcím. Náklady na politickou kampaň nesmí v případě parlamentních voleb přesáhnout 90 milionů korun.

Volič musí odevzdat svůj hlas osobně. Po vstupu do volební místnosti prokáže svou totožnost a skutečnost, že je občanem České republiky.⁴ Volič má právo požádat, zejména ze zdravotních důvodů, místní úřad a v den voleb i obvodní volební komisi o povolení hlasovat mimo volební místnost. V takovém případě vyšle volební komise dva ze svých členů s přenosnou volební urnou, formální obálkou a hlasovacími lístky. Během hlasování musí být zajištěno dodržování zásady tajného hlasování. Je možno zvolit jen jeden hlasovací lístek a zakroužkovat až čtyři kandidáty, kteří obdrží tzv. preferenční hlas. Volební komise zahájí sčítání hlasů, jakmile uplyne doba stanovená pro ukončení hlasování. Český statistický úřad přebírá výsledky ze všech okrsků a zpracovává je v celém kraji. Státní volební komise zveřejňuje ty konečné.⁵

1.2 Financování politických stran

Největší část financí získávají politické strany ze státního rozpočtu. U voleb do Poslanecké sněmovny subjekty obdrží 900 000 Kč ročně za každého svého poslance. Kromě toho existuje stálý příspěvek, na který mají nárok strany, které ve volbách dostaly alespoň 3 % z celkového počtu platných hlasů. Za každé další 0,1 % hlasů se částka navyšuje, a to až do hranice 5 %. Dále se setkáváme s úhradou volebních nákladů, na kterou mají nárok strany s 1,5 % nebo vyšším ziskem hlasů. V takovém případě je jim vyplaceno 100 Kč za každý hlas. Nově zavedená byla ještě podpora na zřízení politického institutu, který se má zabývat výzkumnou, publikační nebo vzdělávací činností. Nárok na ni mají strany a hnutí, které za poslední tři volební období získaly dvakrát alespoň jeden parlamentní mandát. Menší část příjmů tvoří finanční dary, které za rok od jedné fyzické či právnické osoby nesmějí přesáhnout tři miliony korun, členské příspěvky nebo půjčky a úvěry.⁶

Touto otázkou se zabývají také různé organizace. Například cílem webu *Politické finance* je posílit veřejnou kontrolu nad financováním politiky a sledování podporovatelů

⁴ Tuto skutečnost dokazuje předložením občanského průkazu nebo cestovního pasu.

⁵ Zákon č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, [online]. [cit. 07.06.2022]. Dostupné z: [file:///C:/Users/Student/Downloads/Doplň_volby_do_Senatu_PCR-volebni_obvod_c_32_-_Zakon_o_volbach_do_Parlamentu_CR%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Student/Downloads/Doplň_volby_do_Senatu_PCR-volebni_obvod_c_32_-_Zakon_o_volbach_do_Parlamentu_CR%20(1).pdf).

⁶ Člověk v tísni, [online]. Jak funguje financování politických stran a přerozdělování mandátů v ČR? 06.09.2021, [cit. 13.06.2022]. Dostupné z: <https://www.clovekvtisni.cz/financovani-politickych-stran-v-ceske-republice-7998gp>.

jednotlivých politických subjektů. Data o příjmech a darech sbírá z výročních zpráv jednotlivých stran. Stránky také uvádějí index zdraví, který je rozdělen na kategorie A (nejzdravější), B a C (nejméně zdravý).⁷ Rovněž lze dohledat největší dárce nebo jejich celkový počet, příjmy a výdaje.⁸ Na webových stránkách ministerstva financí lze najít výši vyplacených příspěvků za jednotlivá období pro konkrétní strany i celkovou částku vydanou státem. Tak třeba celkové příspěvky vyplacené politickým stranám a hnutím stály Českou republiku v roce 2021 celkem 527 013 635,64 Kč, přičemž 144 430 000 Kč (tedy nejvyšší částku) obdrželo na hnutí ANO.⁹

1.3 Rozdělování mandátů

Do prvního skrutinia postoupí politické strany nebo hnutí, které měly alespoň 5 % odevzdaných hlasů, dvojčlenné koalice 8 nebo více a troj- nebo vícečlenné nejméně 11. To je novinka voleb 2021, protože předtím bylo nutné pro seskupení dvou stran získat 10 %, tří 15 a čtyř nebo více dokonce 20 %. To mohlo odrazovat od sestavování koalic. V roce 2021 byla rovněž po schválené změně použita jiná metoda pro přepočtení hlasů na mandáty – Imperialiho a Hagenbach-Bischoffova. Imperialiho kvóta se využívá při rozdělení ve volebních krajích v prvním skrutiniu.¹⁰ Volební číslo se získá tak, že se všechny platné hlasy, které byly v daném kraji odevzdány, vydělí počtem mandátů daných pro určitý kraj k dispozici zvětšeným o číslo dva. Strana tedy obdrží tolik křesel, kolikrát je volební číslo obsaženo v počtu stranou získaných hlasů. Poté logicky zůstanou ještě „zbytky“, které již na mandát nedosáhly a ty se převedou do druhého skrutinia, kde přichází na řadu volební formule zvaná Hagen-Bischoffova kvóta a zde se vydělí počtem dosud nerozdělených mandátů.¹¹ Jejich obsazení konkrétními lidmi je závislé na pořadí v kandidátních listinách. Nijak se nezměnila možnost udělení preferenčních hlasů. Volič má stále právo zakroužkovat až čtyři jména. Pokud je uchazeči o mandát uděleno pět nebo více procent všech hlasů odevzdaných jeho straně v daném kraji, dostává přednostní

⁷ Index zdraví ukazuje míru zadluženosti jednotlivých stran, případně výši dluhu.

⁸ Politicke.Finance.cz, [online]. [cit. 13.06.2022]. Dostupné z: <https://www.politickefinance.cz/>.

⁹ Ministerstvo financí České republiky, [online]. Příspěvky vyplacené politickým stranám, politickým hnutím a koalicím v roce 2021. 17.02.2022, [cit. 13.06.2022]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/podpora-z-narodnich-zdroju/politicke-strany-a-hnuti/prispevky-vyplacene-politickym-stranam-p-46509>.

¹⁰ Skrutinium je volební kolo hlasování. Znamená to, že všechny hlasy nejsou sečteny najednou v prvním kole, ale část z nich může přejít do druhého.

¹¹ Český statistický úřad, [online]. Metody pro přepočtení hlasů na mandáty. [cit. 13.06.2022]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/metody_pro_prepocet_hlasu_na_mandaty.

právo na křeslo v Poslanecké sněmovně.¹² Změny se uskutečnily po nálezů Ústavního soudu, který shledal, že předchozí metody přepočtu hlasů byly nespravedlivé, protože zvýhodňovaly větší strany na úkor těch malých.¹³ Velké straně stačilo totiž na jeden mandát menší množství hlasů než stranám, které „balancovaly“ na pětiprocentní hranici nutné pro vstup do Poslanecké sněmovny. Nefér se zdálo také to, že předešlý přepočet dostatečně nezohledňoval rozdělení České republiky na různě velké kraje.

¹² Milion chvilek pro demokracii, [online]. Proč a jak u voleb kroužkovat: 09.09.2021, [cit. 13.06.2022]. Dostupné z: <https://milionchvilek.cz/clanek/proc-a-jak-u-voleb-krouzkovat>.

¹³ K tomu došlo v roce 2017, kdy se hned tři politické strany málem do Poslanecké sněmovny nedostaly. Křesťanští demokraté obdrželi 5,80 % platných hlasů, TOP 09 5,31 a STAN jen 5,18. VOLBY.CZ, [online]. Poslanecká sněmovna 2017. [cit. 27.10.2022]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/ps2017nss/ps2?xjazyk=CZ>.

2. Volební chování elektorátu

Volební chování vysvětluje vztahy mezi voliči a politickými stranami. Faktem je, že výsledek voleb nevzniká jen na základě střetu nabídky stran a vlastního rozhodnutí voliče, ale je důsledkem vzájemného ovlivňování mezi voliči a politickými subjekty. Cílem výzkumu je charakterizovat voliče, protože poté mají strany možnost přizpůsobit svou nabídku. Chování voličů ovlivňují dlouhodobé i krátkodobé faktory. K první skupině počítáme socio-politické štěpení (tedy sociální status), které se pokaždé projevuje jinak. Může jím být rozdílná životní úroveň nebo systém hodnot. Druhá skupina odráží například volební kampaň, informace z médií, stranická prezentace, vystupování lídrů nebo hodnocení působení strany v daném úřadu. Volební chování ovlivňuje i politický systém, na jehož základě je možno volit podle osobních preferencí a inklinace nebo výběrem menšího zla.¹⁴ Existují tedy tři hlavní modely volebního chování. Prvním z nich je **sociologický model** volebního chování. Rakouský sociolog Paul Felix Lazarsfeld jej charakterizoval na základě výzkumu provedeném v USA. Sedmkrát vyzpovídal 600 občanů v průběhu sedmi měsíců, kdy probíhala volební kampaň. Jen 54 z nich změnilo v průběhu té doby svůj politický názor. „*Vztah mezi volebním chováním a sociální skupinou, do které patřili, byl tak silný, že bylo možné si jejich rozhodování vysvětlit pouze na základě tří faktorů: socio-ekonomického statusu, náboženství a místa bydliště*“.¹⁵ Tento model tedy popírá, že by volba byla individuálním aktem. Vztah mezi sociálními skupinami, do nichž člověk patří, a jejich politická volba ukazují, že rozhodnutí je spíše kolektivní záležitostí. Velmi přitom záleží také na tom, s kým se občan zná osobně.¹⁶ Jedním z faktorů ovlivňujících volební chování je u tohoto modelu věk. Je to něco, co nelze ovlivnit a je zřejmé, že míra volební účasti s věkem přímo souvisí. U lidí, kterým je kolem třiceti let, stoupá zájem o účast ve volbách, zatímco po padesátém roku života je to naopak. K úplné stagnaci může dojít kolem věku sedmdesáti let. I pohlaví hraje určitou roli.¹⁷ Výchova i styl života může být u mužů i žen

¹⁴ Institut politického marketingu, [online]. Slovník politického marketingu: Volební chování. 2015, [cit. 17.06.2022]. Dostupné z: <https://politickymarketing.com/glossary/volebni-chovani>.

¹⁵ ANTUNES, Rui. Theoretical models of voting behaviour. Escola Superior de Educação - Instituto Politécnico de Coimbra, 2010, s. 147, (překlad vlastní). Dostupné z: http://exedra.esec.pt/docs/N4/10C_Rui-Antunes_pp_145-170.pdf.

¹⁶ ANTUNES, 2010, s. 149.

¹⁷ Navzdory dnešní době uvádím pouze mužské a ženské pohlaví. Sociolog Lukáš Linek ve své knize nezmiňuje jiná pohlaví a není tedy pravděpodobné, že by byla zahrnuta v tomto modelu.

lehce odlišná, což se ukazuje například i na trhu práce.¹⁸ Ženy se více fixují na rodinu a tím vzniká předpoklad, že se méně zapojují do politického dění. Navzdory tomu počet žen v politice stoupá a dochází tak ke snižování rozdílů mezi muži a ženami. Se sociálním statutem se pojí i vzdělání, které zpravidla rozvíjí kritické myšlení, takže lidé s vyšším vzděláním nad volbou více přemýšlejí. Zároveň tito voliči mívají širší sociální kontakty, a i proto vykazují vyšší participaci ve volbách. Jedinci s vyšším socioekonomickým statutem mají často i přístup k více informacím, což ovlivňuje zájem o účast ve volbách. Zároveň politické strany mohou záměrně cílit na obyvatele s nižším či vyšším statutem podle svého programového zaměření. Důležitým faktorem je zde příjem domácnosti, který ovlivňuje postavení ve společnosti.¹⁹ Dále mluvíme o **modelu stranické identifikace**. Zde se objevuje emotivní loajalita voliče k dané straně. I tady je důležitá příslušnost k určité skupině i silný rodinný vliv. Samotná stranická identifikace však nemá sociální příčiny, ale jedná se spíše o sociálně-psychologický konstrukt s emotivním charakterem.²⁰ Setkat se lze tedy i s překladem sociálně-psychologický model a své kořeny má ve výzkumu uskutečněném před volbami amerického prezidenta v roce 1948. Můžeme hovořit o jakési nepsané smlouvě mezi stranou a voličem. Ačkoli volič nemusí stranu volit trvale nebo být jejím členem, cítí s ní určité souznění.²¹ Třetím typem je model **racionální volby**. V takovém případě je rozhodnutí založeno na všech dostupných informacích o programu stran. Volič musí být racionální a být schopen analyzovat.²² Poslední model se opírá o skutečnost, že pokud lze vysvětlit chování spotřebitele na trhu, jde objasnit i chování voliče. Vidí podobnost mezi vztahem spotřebitele a podniku a voliče a politické strany. Je založen na třech základních předpokladech. Prvním z nich je domněnka, že veškerá rozhodnutí, ať už jsou učiněna stranami nebo elektorátem, jsou racionální. Dále že existuje určitá míra stálosti, díky které se mohou dělat předpovědi o důsledcích vyplývajících z různých rozhodnutí. Třetí presumpcí je míra nejistoty, protože jinak by nepřicházely v úvahu různé možnosti výsledků voleb.²³

¹⁸ Je obecně známo, že ženy mívají nižší platy. Zároveň se očekává, že s dětmi budou na mateřské dovolené, zatímco muž zůstává v práci a je tedy výhodnější pro zaměstnavatele, protože má delší praxi.

¹⁹ LINEK, Lukáš. *Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990-2010*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 103-109. Politologická řada. ISBN 978-80-7325-314-1.

²⁰ Politický slovník, [online]. Ideál typy volebního chování. [cit. 17.06.2022]. Dostupné z: <http://www.politicky-slovník.cz/politicke-mysleni/ideal-typy-volebniho-chovani/>.

²¹ ANTUNES, 2010, s. 154.

²² Politický slovník, [online]. Ideál typy volebního chování.

²³ ANTUNES, 2010, s. 157-158.

K těmto modelům se úzce vážou i vybraná teoretická a konceptuální východiska. První z nich je založen na sociostrukturálních proměnných, což odpovídá sociologickému modelu, protože charakteristika jednotlivce je měřena pomocí sociodemografických ukazatelů jako věk, pohlaví atd., které jsem zmiňovala výše. Řadíme sem i náboženské vyznání. Právě tento přístup je nejčastější ve studiu volebního chování v ČR. Vliv strukturálních faktorů ale nedokáže objasnit veškerou variabilitu ve volbě politických subjektů – hlavně těch ideově méně ukotvených jako je ANO. Doplnkem k těmto strukturálním modelům jsou prostorové (někdy ekonomické) modely, modely racionálního voliče nebo tematické hlasování. Zde panuje předpoklad, že si voliči vybírají politickou stranu podle toho, jak se staví k určitým tématům (např. otázka daní, role státu v ekonomice nebo boj s nezaměstnaností). Tematické hlasování nicméně nedokázalo objasnit podporu nových populistických stran v roce 2010 ani o tři roky později. Protestní hlasování vysvětluje, že ne všichni voliči jsou ovlivněni pozitivní motivací. Někteří volí z nespokojenosti s fungováním politického systému. Valenční hlasování vychází z předpokladu, že volič nechává odpovědnost za nalezení optimálního řešení straně nebo jejímu předsedovi.²⁴

2.1 Hlavní témata

Před každými volbami vyvstávají z řad veřejnosti nejrůznější otázky. Lidé se zajímají o názory stran, které by potencionálně mohli nebo chtěli volit, a pochopitelně se vždy najdou témata, která jsou v danou chvíli aktuální. Některá z nich se neustále opakují. Třeba o důchodové reformě se v České republice mluví již nespočet let. Jiná se ale mění. Obvykle se jedná o věci, které štěpí společnost, nebo o něco opravdu velice aktuálního, co mnoho obyvatel trápí a přejí si změnu.

2.1.1 Hlavní témata voleb 2017

V roce 2017 se diskutovalo například o nákladech na zdravotní péči či vzdělání, přičemž voliči ODS byli nejvíce pro to, aby podstatnou část nákladů nesli obyvatelé sami, zatímco příznivci hnutí KSČM požadovali, aby tyto výdaje pokrýval stát. Řešila se také privatizace státem vlastněných podniků a firem nebo priority hospodářské politiky či progresivní zdanění. Asi nikoho nepřekvapí, že v této otázce bylo nejdůležitější pro KSČM, aby lidé s vyšším příjmem měli také vyšší zdanění. Jedním z témat byly i zákony týkající se přistěhovalců a poskytování azylu, kde především voliči Pirátů a SPD

²⁴ EIBL, Otto a Miloš GREGOR. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 143-147. Politologická řada. ISBN 978-80-7325-476-6.

požadovali jejich přísnost. Evropská integrace má být podle Pirátské strany prohloubena, zatímco podle SPD zašla příliš daleko. Objevil se také spor mezi tím, zda má být upřednostňována ekonomika na úkor ochrany životního prostředí. Zatímco Piráti silně podporovali šetrné zacházení k planetě, podle ODS mělo mít zvyšování výkonnosti ekonomiky přednost. Debatovalo se i o přílivu zahraničního kapitálu a jeho správnosti nebo zda-li mají mít lidé s vysokými posty za komunistického režimu možnost vykonávat veřejné funkce, což pochopitelně prosazovala KSČM, zatímco ODS byla proti. Probíraly se také zásahy státu do ekonomiky pro dobré fungování hospodářství.²⁵

2.1.2 Hlavní témata voleb 2021

Nastiňme si situaci před volbami 2021. Konec pandemie covid 19 je stále v nedohlednu, společnost se dělí na dva tábory – příznivce a odpůrce očkování a mnoho obyvatel je otráveno někdy až nesmyslnými nařízeními vlády Andreje Babiše a nekonečným prodlužováním nouzového stavu.²⁶ Nemálo lidí přišlo o práci nebo jim zkrachovala firma kvůli zavírání četných podniků.²⁷ Není proto divu, že nejdůležitějším tématem, které českou společnost před volbami zajímalo, bylo zkvalitňování a udržení kvality veřejného zdravotnictví. Na pomyslném druhém místě skončil zájem o spravedlivé a nezávislé soudy. Třetí příčku obsadila dostupnost a kvalita školství. Obyvatelstvo dále zajímal stav veřejných financí, bezpečnost, korupce, kvalitní a cenově dostupné potraviny, ukončení krize související s pandemií, zaměstnanost, dostupné bydlení nebo zvýšení životní úrovně.²⁸ Podle zpravodajského kanálu ČT24 témata voleb 2021 byla ještě zahraniční

²⁵ EIBL, Otto a Miloš GREGOR. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 152-157. Politologická řada. ISBN 978-80-7325-476-6.

²⁶ „Nesmyslnost“ nařízení spatřuji například v případě zákazu prodeje určitého typu zboží. Protože vláda nařídila zavření obchodů, které neprodávali nezbytně nutné potřeby pro život (jako je jídlo, léky nebo drogerie), bylo zboží nespádající do této kategorie nemožné prodávat i v obchodech, které otevřené zůstaly. Člověk tedy sice v supermarketech nadále viděl oblečení, boty nebo nádobí, ale takové zboží bylo přelepeno páskami a prodej nebyl možný.

²⁷ Covid a také dopady vládních opatření připravily o živnost 130 tisíc lidí, bankrot muselo vyhlásit sedm tisíc podnikatelů a 600 firem. Seznam zprávy, [online]. Covid „položil“ 130 tisíc živností. Restart ale bude silný, vzkazuje podnikatelům Dlouhý. 15.03.2021, [cit. 27.10.2022]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/covid-uz-polozil-130-tisic-zivnosti-prijde-vlna-bankrotu-varuje-dlouhy-147143>.

²⁸ iRozhlas, [online]. Median pro Český rozhlas. Hlavními tématy před volbami jsou podle Čechů zdravotnictví a justice. Účast plánují dvě třetiny lidí. 08.09.2021, [cit. 21.06.2022]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/pruzkum-median-volby-temata-zdravotnictvi-justice-skolstvi_2109080600_tzr.

politika, místní rozvoj a dotace EU, zemědělství a životní prostředí, kultura, průmysl a obchod a dopravní infrastruktura.²⁹

2.1.3 Předvolební superdebaty

O tématech, která více či méně rozdělovala společnost, se diskutovalo ještě pár dní před volbami v závěrečných debatách, ve kterých se „utkávali“ lídři jednotlivých politických subjektů. Za nejzásadnější pokládám závěrečné debaty vysílané na veřejnoprávním kanálu ČT24, protože zde má panovat nestrannost a jedná se o vyvrcholení celého předvolebního vysílání.³⁰

V roce 2017 závěrečnou debatu moderoval Václav Moravec, kterého televizní diváci mohou vídat každou neděli v Otázkách Václava Moravce, kde diskutuje s různými českými politiky či odborníky. ODS zastupoval Petr Fiala, ČSSD Lubomír Zaorálek, STAN Jan Farský, KSČM Vojtěch Filip, stranu zelených Matěj Stropnický, Piráty Ivan Bartoš, TOP 09 Miroslav Kalousek, hnutí ANO Andrej Babiš, KDU-ČSL Pavel Bělobrádek a SPD Tomio Okamura. Babiš i Zaorálek se na vysílání nedostavili včas a debata tedy začala bez nich. Na začátku se diskutovalo o možném složení vlády. Petr Fiala například projevil obavu z jednobarevné vlády Andreje Babiše. Vojtěch Filip byl přesvědčen, že nenastane možnost, kdy by komunisté podporovali Babišovu vládu.³¹ O pár minut později ale nebyl schopen odpovědět na dotaz, zda takovou spoluprací může zcela vyloučit. Moderátor Moravec uvedl, že Babiš říká, že by si uměl představit vládu s Piráty, což ale Ivan Bartoš odmítl a nepřicházela pro něj v úvahu ani spolupráce s KSČM a SPD. Jedním z témat bylo i to, zda hrozí referendum o vystoupení z EU v případě vlády antisystémových stran.³² Důležitá byla pro tyto volby i otázka zdravotnictví a jeho

²⁹ ČT24 [online]. Volby 2021: Programové postoje stran. [cit. 22.06.2022]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/specialy/3352620-volby-2021-programove-postoje-stran>.

³⁰ V roce 2021 superdebatu České televize vidělo 1,026 milionu diváků starších 15 let a šlo tedy a nejsledovanější debatu od roku 1988. iDNES, [online]. Nejsledovanější předvolební debata byla na ČT, přilákala milion diváků. 11.01.2021, [cit. 27.10.2022]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/predvolebni-debaty-sledovanost.A211011_101418_mediahub_jpl.

Na ČT1 a ČT24 superdebatu v roce 2017 dohromady sledovalo cca 822 tisíc diváků. Novinky.cz, [online]. Duel ani superdebata nedosáhly milionové sledovanosti. 20.10.2017, [cit. 01.04.2023]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/kultura-duel-ani-superdebata-nedosahly-milionove-sledovanosti-40049191>.

³¹ To se však nakonec stalo. KSČM podporovala menšinovou vládu hnutí ANO a ČSSD.

³² Pod pojmem antisystémová strana rozumíme stranu zpochybňující legitimitu politického systému prostřednictvím ideologie, jejíž snahou je změnit politický systém jako takový (ne jenom některé jeho části). Není přitom důležité, jestli je takový cíl realizovatelný nebo ne, protože existence cíle a nemožnost jeho naplnění jsou dva odlišné pojmy. KUBÁT, Michal. *Teorie antisystémové strany*. Politologický časopis / Czech journal of political science. Brno: Masarykova univerzita, 2/2007. ISSN 1211-3247.

zefektivnění či jaké množství peněz na něj má být vynakládáno. V té době do tohoto odvětví putovalo 7 až 7.5 % HDP a například Andrej Babiš zmínil, že je potřeba navýšení na 9 %. Na závěr měl každý z lídrů 30 vteřin na sdělení svého vzkazu voličům.³³

V roce 2021 byla vedením debaty pověřena zkušená česká moderátorka Světlana Witowská a zúčastnilo se jí osm předsedů politických subjektů. Za hnutí ANO to byl Andrej Babiš, který za své priority označil bezpečnost, nízké daně a starobní důchod 20 000 Kč. Petr Fiala zastupoval koalici SPOLU, které za zásadní považovalo zastavení zadlužování, orientaci na západ a digitalizaci. Lídr KSČM uvedl důstojný život, vyšší zdanění bohatých a bezpečnost. Jan Hamáček vedl ČSSD, která šla do voleb kvůli zajištění spravedlivých důchodů, bezplatného zdravotnictví a bezpečnosti. Trikoloru, Svobodné a Soukromníky zastupovala Zuzana Majerová Zahradníková. Mezi priority strana zařadila zásadní snížení daní, dostupnost bydlení a bezpečnost. Tomio Okamura z SPD uvedl jako prioritu žádnou covid diskriminaci, ne diktátu EU a prosperitu země. Koalice Piráti a Starostové do této debaty vyslala předsedu Starostů Víta Rakušana.³⁴ Podle ní bylo nutné zajistit konec zadlužování, ochranu krajiny a moderní vzdělávání. Hnutí Přísaha reprezentoval její předseda Robert Šlachta, pro kterého bylo nejzásadnější prověření covidových zakázek, jednotný registr dotací a průhledné veřejné zakázky.³⁵

Jedním z témat debaty byly rostoucí ceny plynu, elektřiny, zboží, služeb i nemovitostí. Diskutovalo se také o daních. Zatímco ČSSD a KSČM byly pro jejich zvyšování, ostatní strany je zvedat nechtěly. Sociální demokraté i komunisté chtěli zavést vyšší zdanění při vyšším příjmu.³⁶ Debata se poměrně dlouho věnovala údajným daňovým únikům Andreje Babiše, protože pár dní před vysíláním se zjistilo, že Babiš nakupoval nemovitosti ve Francii a byl podezřelý, že peníze nebyly zdaněné. Řešila se i bytová krize a nutná změna stavebního zákona, aby bylo možné nové byty stavět rychleji, byl jich dostatek a tím se snížila jejich cena. Projednáno bylo i téma covid testování, očkování a zda-li mají mít očkovaní lidé nějaké výhody, na což pouze hnutí

³³ ČT24, [online]. Volby 2017 - Superdebata: Poslední slovo. 19.10.2017, [cit. 27.06.2022]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/11966400156-parlamentni-volby-2017/217411033181019/>.

³⁴ Vít Rakušan (STAN) a Ivan Bartoš (Piráti) se v předvolebních debatách střídali. Osobně to nepovažují za nejlepší nápad, protože to vedlo nejen matení diváků, ale i neustálému vysvětlování, proč se takto rozhodli. Navíc byli nuceni čelit četným poznámkám ze strany Andreje Babiše, který toto střídání ostře kritizoval. Bartoš byl kandidátem na premiéra, ale mnohým připadalo, že Rakušan je v debatách přesvědčivější, a proto si ho v čele vlády dokázali představit snáz. Některé navíc popuzoval Bartošův účes, protože politik nosí dredy.

³⁵ Přijde mi pozoruhodné, že hned polovina stran uvedla mezi své tři priority bezpečnost. Zmínili ji proto, že měli pocit, že v zemi opravdu není bezpečno, nebo spíše proto že se jedná o jednoduché a líbivé heslo?

³⁶ Jedná se o tzv. progresivní zdanění.

ANO odpovědělo, že spíše ano, zatímco ostatní strany byly opačného názoru. Tomio Okamura tvrdě brojil proti zavedení povinného očkování, ačkoliv žádná z relevantních politických stran o něm ani neuvažovala. Zuzana Majerová Zahradníková prohlásila, že fakticky žádná pandemie neexistuje a očkování by tedy mělo být čistě dobrovolné. ANO, SPOLU i PirSTAN byly pro to, aby bylo co nejvíce lidí proočkováno. Všechny strany se shodly, že budou bojovat proti zákazu výroby aut se spalovacími motory po roce 2035. Naprostou novinkou bylo, že každému zástupci podala jednu otázku i umělá inteligence.³⁷ Otázka padla i na budoucí možné složení vlády, přičemž obě koalice se shodnuly na případné spolupráci a striktně odmítly SPD, ANO i KSČM. Na závěr dostal každý předseda 30 vteřin času, kdy mohl říct svůj vzkaz voličům.³⁸

Pokud obě debaty srovnáme, největší rozdíl či změnu spatřuji v tom, že v roce 2017 ANO prohlašovalo, že spolupráce s Piráty by mohla být přínosná, zatímco o čtyři roky později se proti nim velice ostře vymezovalo a Babiš dělal vše pro to, aby Pirátskou stranu co nejvíc „potopil“³⁹. Odlišná byla i atmosféra v sále. Roku 2017 byli přítomni diváci a svým potleskem či hučením dávali najevo podporu či nesympatie s danými lidry a stranami, což se v roce 2021 nedělo, protože debata probíhala bez přítomnosti diváků. Narozdíl od roku 2021 byla debata v roce 2017 prokládána ještě dotazy moderátorky Zuzany Tvarůžkové, která ve studiu měla další zástupce politických stran, kteří odpovídali na dotazy občanů. Přišlo mi, že Václav Moravec nedokázal zachovat osobní nestrannost, například když se zeptal Andreje Babiše, zda chce být prvním trestně stíhaným premiérem, což vyvolalo dlouhý potlesk obecnstva, nebo když Tomiu Okamurovi ostře vytkl, že nevěděl, kolik procent HDP je posíláno na zdravotnictví. Světlana Witowská byla oproti tomu někdy až příliš striktní a několikrát důrazně utnula debatu, ale podle mě dávala všem stejný prostor.

³⁷ Podle mě bylo zajímavé až úsměvné, že umělé inteligenci, která dostala tvář ženy a jméno Matylda, předsedové politických stran odpovídali o dost opatrněji, snažili se dát na otázku přesnou odpověď a vzájemně se nepřerušovali a ani Matyldu neosočovali, jako se o to někteří pokusili vůči moderátorce Witowské.

³⁸ ČT24, [online]. Volby 2021 - Superdebata. [06.10.2021], cit. [27.06.2022]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/14311626553-volby-2021/221411033171007/>.

³⁹ Právě v této koalici totiž Andrej Babiš spatřoval největší konkurenci.

2.2 Jak se voliči rozhodují a rozhodovali

Rozhodnutí voliče, jakou stranu bude volit, je pochopitelně ovlivněno mnoha faktory. Zároveň nelze najít nějaké všeobecné pravidlo, protože každý si politický subjekt volí jiným způsobem, je ovlivňován jinými faktory a jsou pro něj důležité různé věci. Jedním z pilířů je volební program. Politická strana se v něm snaží představit svou vizi, ukázat témata, která považuje za nejdůležitější a nastínit voličům situaci, jak by se chovala v případě volebního úspěchu. Ve skutečnosti však již není mnoho lidí, kteří by program skutečně četli. Změnila se proto i grafická podoba a dlouhé řádky informace byly většinou nahrazeny trefnými kratšími větami, které mají za úkol voliče zaujmout. Z programu má být jasné, co strana prosazuje, jaké jsou její priority a proti čemu se naopak vymezuje. Program strany zpravidla umístí na své webové stránky, kde je nejsnáze dohledatelný. Na sociálních sítích zveřejňují většinou jen jeho nejdůležitější části nebo volební hesla.⁴⁰ Dalším faktorem, který chování voličů ovlivňuje, je volební kampaň politického subjektu nebo výrazná osobnost. V takovém případě totiž některé voliče přestává zajímat strana jako taková a rozhodují se pouze na základě sympatií k danému kandidátovi. Zde stojí za zmínku i tzv. efekt souseda a jeho vliv na volební chování. Tento pojem bychom mohli definovat jako jev, kdy volič upřednostní kandidáta, který má bydliště ve stejném místě jako on sám. Důvodem pro to je skutečnost, že volič kandidáta zná osobně a má dojem, že bude více hájit jeho zájmy a případně se i soustředit na regionální záležitosti v místě, kde žije. Ačkoliv je tento efekt nejsilnější ve volbách s většinovým volebním systémem (teda senátních a prezidentských), vliv na rozhodování voliče má i v parlamentních nebo krajských volbách.⁴¹

Někteří voliči jsou rozhodnuti již měsíce před volbami, komu svůj hlas hodí. Často se jedná o lidi, kteří volí „svou“ stranu stále dokola, aniž by se nějak zásadně zajímali o program nebo se nechali ovlivnit jinými faktory. Politické subjekty cílí tedy především na tzv. late deciders.⁴² Mezi ty častěji patří ženy, středoví voliči a ti, kteří nesledují předvolební průzkumy. Tito obyvatelé se většinou rozhodují den až týden před volbami. Někteří dokonce až přímo u volební urny. Podle výzkumu, který dělal STEM,

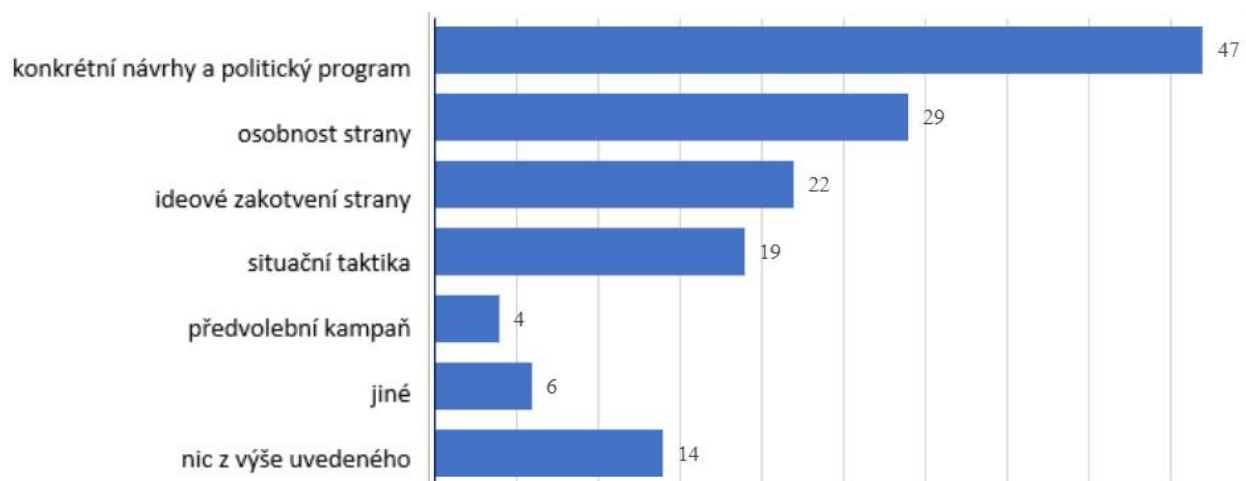
⁴⁰ PILOUS Patrik. České volby, [online]. Volební programy: Rozhodují se voliči v ČR podle volebních programů? 25.10.2018, [cit. 22.06.2022]. Dostupné z: <https://www.ceske-volby.cz/2018/10/25/volebni-programy/>.

⁴¹ PILEČEK, Radek. Efekt souseda a jeho vliv na volební chování v českých parlamentních volbách. Praha, 2020, s. 20, 23. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Přírodovědecká fakulta, Regionální a politická geografie. Vedoucí práce RNDr. Tomáš Kostecký, CSc.

⁴² Late deciders jsou voliči, kteří se rozhodují na poslední chvíli.

se nejvíc voličů rozhoduje podle konkrétních návrhů a politického programu a velkou část zajímá především osobnost strany nebo její ideové zakotvení. Naopak předvolební kampaň podle těchto průzkumů veřejného mínění nehraje zásadní roli.

Graf č. 1: Důvody volby politické strany



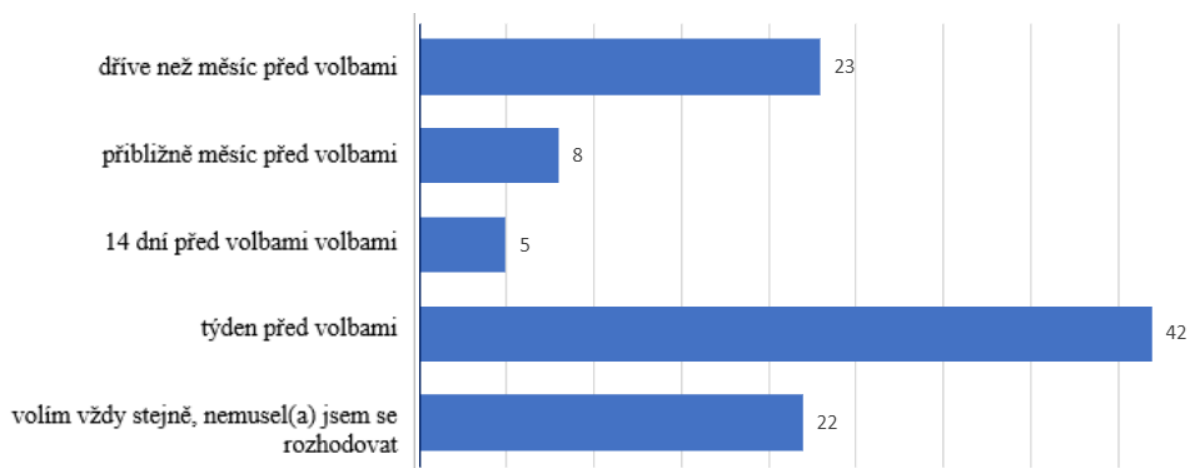
Zdroj: vlastní na základě informací z <https://www.stemmark.cz/volebni-vyzkumy/>.

V roce 2017 byli nejdříve rozhodnutí voliči SPD a KSČM. Naopak podporovatelé STANu až v posledním týdnu před volbami. 28 % nevoličů po volbách litovalo, že se nezúčastnilo. Co se sympatií ke konkrétní osobě týče, ze všech lídrů měl mezi svými voliči největší oblibu Tomio Okamura z SPD, protože více než polovina z nich uvedla, že se jim velmi líbil.⁴³ Můžeme spatřit jasný rozdíl mezi voliči pravice a levice, a to především v otázkách týkajících se ekonomiky. Zatímco pravicově smýšlející voliči dali hlas ODS, TOP 09 nebo hnutí STAN, levicově orientovaní upřednostnili ČSSD nebo KSČM.⁴⁴ 23 % voličů mělo o tom, kterou stranu podpoří, jasno už více než měsíc před volbami. Asi 8 % z nich si vybralo měsíc dopředu a jen 5 % přibližně dva týdny před termínem. Zato 42 % se rozhodlo až v posledním týdnu a strany tedy neměly nic jasné a o přízeň se muselo bojovat až do poslední chvíle. Asi pětina voličů se rozhodovat nemusela, protože lístek odevzdává vždy té samé straně.

⁴³ BEHAVIO, [online]. Volby 2017: Volební rozhodování, kampaně a povolební realita. [cit. 27.06.2022]. Dostupné z: https://mapavolicu.behavio.cz/downloads/BEHAVIO_volby_2017_kampane_a_povolebni.pdf.

⁴⁴ EIBL, Otto a Miloš GREGOR. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019. Politologická řada. ISBN 978-80-7325-476-6.

Graf č. 2: Kdy se voliči rozhodli pro volbu vybrané strany v roce 2017?



Zdroj: vlastní na základě informací dostupných z <https://www.info.cz/archiv/volby-2017-volici-se-rozhodovali-na-posledni-chvili-tretina-nevidi-moznou-vladu>.

Hnutí ANO získalo velkou podporu napříč voliči s různým vzděláním, různě starých různým průměrným čistým měsíčním příjmem. Volili je lidé, kteří nenavštěvují bohoslužby nebo jen velmi málo. Takoví voliči více podpořili i ODS a Piráty. KDU-ČSL měla tradičně příznivce z řad těch, kteří často chodí na bohoslužby. Většina voličů bez příjmu dala hlas Pirátům. Velká část z nich nicméně zatím žádný příjem nemá (jedná se o mladé lidi nebo studenty). I lidé se středním a vyšším příjmem (do 30 000 Kč) se přiklonili k této straně nebo k ODS. Voliči s příjmem nad 30 000 překvapivě více podporovali SPD. Piráti si získali mladé voliče, zatímco ČSSD a KSČM spíše ty starší.⁴⁵

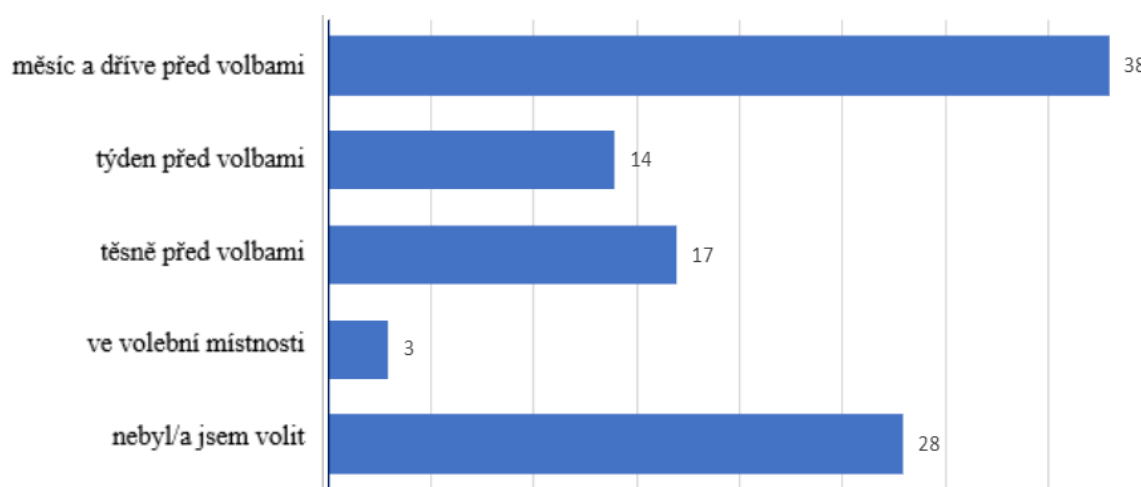
V případě voleb 2021 hrála pro rozhodování elektorátu roli i existence volebních koalic. Spojení konkrétních stran ovlivnilo až 40 % voličů. Z průzkumu veřejného mínění vyplývá, že pro voliče koalice PirSTAN bylo nejdůležitější dostupné bydlení, pro lidi podporující SPOLU veřejné finance a ekonomika. Toto uskupení volili především lidé z větších měst a z krajů s vyšší nadějí na dožití a větším podílem živnostníků. Sociální jistoty hrály roli zejména u podporovatelů ANO, ČSSD a KSČM.⁴⁶ Jednalo se nepochybně o velice efektivní strategii, protože KDU-ČSL, TOP 09 i STAN ve volbách 2017 jen tak tak překročily pětiprocentní hranici a další samostatná kandidatura by pro

⁴⁵ EIBL, Otto a Miloš GREGOR. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019, s. 151-152. Politologická řada. ISBN 978-80-7325-476-6.

⁴⁶ iDNES, [online]. Kde je vyšší šance na dožití, tam lidé volili vládní koalici, ukázal průzkum. 01.06.2022, [cit. 08.07.2022]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/tema-snemovnich-voleb-2021-covid-kraje-preference-opozice-koalice.A220601_140450_domaci_hend.

ně mohla znamenat nevstoupení do Parlamentu. Silné uskupení navíc dává pocit naděje, že bude úspěšné. Z průzkumu, který zpracoval Median pro Český rozhlas, vyplývá, že 38 % voličů se rozhodlo již měsíc nebo dříve před volbami. Většinou se jednalo o starší obyvatele, kteří volili hnutí ANO Andreje Babiše. Ale i vysokoškoláci často věděli předem. Týden před volbami se rozhodovaly spíše ženy, lidi do 29 let, studenti a voliči koalice PirSTAN. Těsně předtím, než se otevřely volební místnosti, vybírali hlavně obyvatelé větších měst a voliči hnutí Přísaha.⁴⁷

Graf č. 3: Kdy se voliči rozhodli pro volbu vybrané strany nebo koalice v roce 2021?



Zdroj: vlastní na základě informací z https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/bleskovy-pruzkum-cro-median-volby-2021-poslanecka-snemovna-koalice-levice_2110160600_kro.

SPOLU získalo největší podporu především u lidí ve věku 35-54 let, u vysokoškoláků nebo mladších mužů. Účast byla u těchto skupin nadprůměrná i díky tomu, že koalice dokázala voliče mobilizovat. Zároveň se jim podařilo „přebrat“ některé voliče druhé koalice (Piráťů a Starostů) a přimět přijít k volbám i ty, kteří se k nim stavěli vlažně. PirSTAN volily především mladší ženy, někteří voliči přešli ke SPOLU nebo se vůbec nezúčastnili, případně se rozhodli pro menší alternativní strany. Penzisté naopak zůstali věrní hnutí ANO. V podstatě každý druhý z nich Babišovu stranu volil. Ve finále kampaně přesvědčilo zejména voliče ČSSD, SPD, KSČM a Přísahy. SPD mělo základnu

⁴⁷ iRozhlas, [online]. Median pro Český rozhlas. Průzkum: Velká část voličů měla jasno už měsíc před volbami. Rozhodovalo i složení předvolebních koalic. 16.10.2021, [cit. 23.06.2022]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/bleskovy-pruzkum-cro-median-volby-2021-poslanecka-snemovna-koalice-levice_2110160600_kro.

třeba ve voličích odmítajících očkování proti covidu nebo těch bez maturity.⁴⁸ Zato levice u nízkopříjmových a nezaměstnaných skupin propadla a ČSSD ani KSČM nedosáhly pětiprocentní hranice nutné pro vstup do Sněmovny.⁴⁹ Polovina propadlých hlasů patřila věkové skupině starší 55 let, která často dala svůj hlas jedné z levicových stran nebo Přísaze. Naopak občanům do 34 let hlasy propadaly jen velmi málo. Propadlé hlasy často pocházely od lidí s nízkým příjmem, kteří většinou volili ČSSD, KSČM nebo malé protestní strany a zároveň se jednalo o voliče, kteří v roce 2017 volili vládní strany (ANO a ČSSD), KSČM a SPD. Část elektorátu se v roce 2021 rozhodla místo hnutí ANO volit Přísahu nebo menší protestní uskupení. Mezi propadlými hlasy tak bylo 11 % bývalých voličů ANO.⁵⁰ Výzkum společnosti STEM se zabýval i volební motivací. 26 % dotázaných uvedlo, že účast ve volbách je pro ně samozřejmostí, 24 % se dostavilo k volbám, protože nebylo spokojeno s politickou situací v zemi. Stejně procento respondentů uvedlo, že motivací pro ně byla snaha podpořit politiku a program konkrétní politické strany. 9 % z nich se snažilo dostat do politiky nové strany nebo nové tváře, 8 % mělo obavu ze zhoršování ekonomické situace a 7 % chtělo podpořit konkrétního politika. Pouhá 2 % občanů uvedla, že motivací jim byl příznivý dojem z kampaně konkrétní strany. Volební neúčast byla, kromě vážných rodinných důvodů, obhajována převážně tím, že nebylo koho rozumného volit nebo neexistence politika, kterému by se dalo důvěřovat. Překvapivé mi přijde, že zastaralý názor „svou účastí stejně nic neovlivním“ zastávali častěji mladí voliči. Zajímavé je i to, že 42 % voličů SPOLU a 40 % voličů PirSTANu využilo možnost preferenčních hlasů. V porovnání s tím „kroužkovalo“ jen 18 % příznivců ANO a 19 % SPD. V rámci koalice SPOLU nejvíce kroužkovali podporovatelé KDU-ČSL, což ale nezpůsobilo nijak dramatické rozdíly ve výsledcích. Jiná je však situace u PirSTANu, protože zde příznivci STAN udělovali preferenční hlasy zřetelně častěji.⁵¹

Srovnáme-li volební chování elektorátu v těchto dvou volbách, zjistíme, že ať už ODS, TOP 09 a KDU-ČSL v roce 2017 nebo SPOLU, koalici vzniklou z těchto stran,

⁴⁸ SPD se od začátku stavělo k očkování proti covidu velice kriticky, a dokonce zřizovalo stánky, kde bylo možné podepsat nesouhlas se zavedením povinného očkování.

⁴⁹ PROKOP, Daniel. PAQ, [online]. První povolební analýza: Jak volily skupiny voličů? A jak se přelávaly hlasy během roku? 01.11.2021, [cit. 23.06.2022]. Dostupné z: https://www.paqresearch.cz/post/analiza_volby_2021.

⁵⁰ PROKOP D., J. KOMÁREK A N. FABŠÍKOVÁ, [online]. Analýza volebního chování ve sněmovních volbách 2021. 01.11.2021, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: file:///C:/Users/recright/Downloads/PAQ_Povolebni_studie_PSP2021.pdf.

⁵¹ STEM, [online]. Stručná analýza letošního volebního chování. 12.11.2021, [cit. 24.01.2023]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/strucna-analyza-letosniho-volebniho-chovani/>.

v roce 2021 volili převážně lidé z větších měst. Naopak ANO nebo SPD měly největší podporu ve středně velkých městech. Volební chování je ovlivněno nadějí na důstojný „podzim života“, vzděláním a strukturou pracovního trhu. Právě s vyšší nadějí na dožití stoupala podpora SPOLU nebo PirSTANU. Lidé v regionech s větší šancí na důstojné stáří hlasovali pro ANO v roce 2021 ještě méně často než v minulých volbách. Tento vzorec platil i pro rozhodování u vysokoškolsky vzdělaných lidí, kteří také hnutí ANO většinou nepodporovali. Rozdíl lze vidět i v tom, kdy se voliči rozhodli. Zatímco v roce 2017 se týden před volbami rozhodovalo dokonce přes 40 % voličů, v roce 2021 to bylo jen 14 % z nich. Dříve než měsíc před volbami 2017 mělo vybráno jen 23 % lidí a o čtyři roky později 38 %.⁵²

2.3 Vliv volební kampaně na rozhodování elektorátu

Není snadné a snad ani možné s přesností určit, do jaké míry volební kampaň voliče ovlivňuje. Zatímco někteří voliči by „svou“ stranu volili za každé situace, jiní se u různých typů voleb rozhodují odlišně a věrní jednomu politickému uskupení nezůstávají. Neexistují zdroje, které by vysvětlovaly, kolik procent voličů se v případě parlamentních voleb 2017 a 2021 rozhodlo podle toho, jak na ně zapůsobila kampaň. Osobně bych řekla, že rozhodnutí dělá elektorát na základě několika faktorů a volební kampaň je jen jedním z nich. Roli hraje také to, jak je silný lídr, historie politického subjektu, program, jež před volbami představí, nebo vystupování v médiích. Otázkou zůstává, co z toho lze považovat za kampaň a co patří do běžných činností dané strany.

Politologové se většinou soustředí na jednotlivé části kampaně. Jednou z nich jsou předvolební debaty, protože jsou velmi viditelné a velká část obyvatelstva je může sledovat v televizi nebo se o nich dozvědět nějakou jinou formou. Výhodou je také to, že pokud politika (předsedu strany) přímo vidíme a slyšíme, těžko může dojít k případnému nedorozumění, které by mohla způsobit kampaň jiného typu. V dnešní době na diskusích záleží čím dál tím víc. Kampaně jsou souborem několika událostí a teoreticky by měly být přímočaré a mělo by být jasné, jak voliče ovlivní, což se samozřejmě v realitě nestává. Ačkoli se odborníci pokouší před volbami odhadnout jejich výsledek a započítávají do toho všechny možné faktory a události, s jistotou nemůžeme nikdy říct, kdo v den

⁵² STEM, [online]. Charakter obce a volební chování. [cit. 13.07.2022]. Dostupné z: https://www.stem.cz/wp-content/uploads/2021/12/STEM_volby-2017-a-2021_obce-1.pdf.

voleb skutečně přijde. Výzkumy totiž provádí několik agentur a každá používá lehce odlišné metody.⁵³

Nepodařilo se mi najít mnoho odborné literatury, která by se věnovala vlivu volební kampaně na rozhodování voličů. Alespoň okrajově se touto problematikou zabývá kniha nesoucí název *Volební kampaň v České republice*. Dopředu je ovšem nutné uvést, že se jedná o poměrně starou publikaci vydanou v roce 1998 a součástí kampaně nemohly být určité prvky, které dnes považujeme za samozřejmé – například prezentace politických subjektů na sociálních sítích. Autor uvádí, že téměř 12 procent respondentů řeklo, že diskusní pořady je ovlivňují hodně, 36 procent trochu, 42 ne a zbylých 10 nevědělo. Reklama v médiích a billboardy byly hodně důležité jen pro 4,4 procenta, trochu pro 17,1, ale celých 66,7 procent voličů tuto část neshledávalo důležitou. Mítinky a setkání považovalo za hodně důležitou součást 8,3 procent, 15,5 trochu a 52,7 za nedůležitou. Asi nejpřekvapivějším zjištěním pro mě bylo, že výsledky výzkumů a preferencí tehdy hodně ovlivňovalo jen 2,7 procent voličů a 16,8 trochu. A 67,1 procent z nich odpovědělo, že je to neovlivňuje.⁵⁴

Na druhou stranu se domnívám, že volič je často kampaní ovlivněn, aniž by si to připustil. Jestliže kampaní rozumíme veškerou propagaci kandidáta nebo strany, je prakticky nemožné určitě její prvky přehlédnout. Na ulici člověk vidí billboardy, v budovách plakáty nebo letáčky. Zástupci stran vystupují v televizi, v rozhlasu a zaměřují se i na kontaktní kampaň. Takže tvrzení, že se kampaní občané alespoň částečně neřídí, mi připadá nepravděpodobné. Samozřejmě existují takoví, kteří volí několik let tu samou stranu a nějaká kampaň pro ně roli opravdu nehraje. Ale mnoho voličů, kteří se o politické dění v zemi nijak zvlášť nezajímají, může kampaň do velké míry ovlivnit. Už jen proto, že strany jsou najednou všude vidět a o přízeň „bojují“.

Ráda bych se ještě pozastavila u problematiky, která s tímto tématem úzce souvisí – předvolebních průzkumů. Ačkoliv tento fenomén budu podrobněji rozebírat až v následující kapitole, chtěla bych se zamyslet nad tím, do jaké míry voliče takové výzkumy ovlivňují. Nejedná se sice o kampaň jako takovou, nejde o propagaci politickým subjektem. Přesto jsou průběžné výsledky zveřejňovány a ovlivňovány právě propagací jednotlivých stran. Přijde mi, že je pak mnohem snazší dát hlas politické straně,

⁵³ WLEZIEN, Christopher a Robert S. ERIKSON. Campaign effects in theory and practice. American Politics Research, 2001, s. 1-3, 10.

⁵⁴ ŠIMÍČEK, Vojtěch, ed. *Volební kampaň v České republice*. Brno: Masarykova univerzita, 2000, s. 50. ISBN 80-210-2352-X.

která v průzkumech již dlouho před termínem voleb obsazuje přední příčky než té, ke které by měl člověk možná názorově blíže. Ze strachu o propadnutí svého hlasu ale volí raději někoho s vyšší šancí na získání poslaneckých křesel. Je všeobecně známo, že průzkumy nejsou a ani nemohou být přesné. I tak se jimi značná část populace nechá ovlivnit, aniž by si to možná uvědomovala.

3. Výsledky voleb – srovnání s předpoklady

Konečné výsledky voleb se téměř vždy liší od průzkumů veřejného mínění. Stejně tak odhadovaná volební účast může být nakonec jiná. Ačkoliv některé průzkumy jsou velice přesné, nikdy by neměly být považovány za hotovou věc.

3.1 Agentury zpracovávající předvolební průzkumy

Předvolební průzkumy se provádějí pravidelně. Před volbami však jejich počet stoupá. Mohou ukázat důležitá fakta a informovat obyvatelstvo i politické strany nebo koalice, což jim přináší možnost uzpůsobit tomu své další kroky. Lze pozorovat změny nálad veřejnosti. Metodika každé agentury je jiná, a to je také důvod, proč se předpovědi liší. Existuje mnoho způsobů, jak se zeptat lidí, koho budou volit. Může to být telefonicky, prostřednictvím dotazníku zaslaného poštou, online nebo tzv. face to face.⁵⁵ Dá se také zvolit kombinace několika možností.

V České republice je mnoho agentur, které provádějí předvolební průzkumy. Jednou z nich je **Kantar**. Ten využívá tzv. náhodný výběr respondentů.⁵⁶ Obvykle provádí výzkum voláním. Zaměstnanci společnosti telefonují v různých hodinách, aby bylo jisté, že osloví široké spektrum voličů. Někteří z nich však nejsou ochotni odpovídat a agentura o nich nemá dostatek informací. Jako další si představíme **STEM**. Tato agentura využívá kvótní volbu. Ptá se tisíců lidí, kteří reprezentují poměrné zastoupení obyvatel. Používala metodu face to face, ale během pandemie koronaviru začala kombinovat online a telefonické dotazování. STEM vytváří volební model tím, že prvně vyškrtne ty, kteří nevolili. Ostatních se ptá se na jejich preference, na to jak silnou vazbu ke straně mají, a na celkový zájem o politiku. Tímto způsobem dostanou 55-60 % voličů, jejichž odpovědi jsou relevantní.⁵⁷ Stejnou metodu používá **CVVM** (Centrum pro výzkum veřejného mínění). Bere v úvahu oblast, kde respondent žije, kolik má dané město obyvatel, jeho pohlaví, věk a vzdělání. Pracuje s daty z Českého statistického úřadu, aby se mu podařilo vytvořit relevantní vzorek lidí, kteří by reprezentovali celé voličstvo. CVVM používá metodu face to face, která je nejefektivnější, protože je těžší rozhovor odmítnout. Nevýhodou ovšem je, že dotazování většinou zabere dost času.

⁵⁵ Tzv. metodou face to face rozumíme skutečnost, kdy dotazování probíhá osobně – tedy tváří v tvář.

⁵⁶ Odlišujeme náhodný a kvótní výběr. První z nich je založen na náhodném vybírání respondentů. Pokud se jedná o dotazování přes mobil, telefonní čísla zpravidla náhodně vybírá automat. V případě druhé možnosti jsou vybírání takoví lidé, kteří by měli reprezentovat rozdělení české společnosti.

⁵⁷ STEM Empirický výzkum pro demokracii, [online]. Volební model. [cit. 09.06.2022]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/volebni-model/>.

Pro agenturu zde ale převažují výhody. Je snadnější zeptat se i těch, kteří jsou obtížně dosažitelní telefonicky nebo online, zajistit reprezentativní skupinu respondentů, mít vysokou kontrolu situace dotazování a realizovat časově náročné rozhovory se složitějšími otázkami.⁵⁸ Dobře známý je také **Median**. Vybírá kvóty, které představují sociodemografické rozdělení. Zohledňuje také to, jak člověk hlasoval v předchozích volbách. Používá metodu face to face v kombinaci s online dotazováním. Setkat se můžeme třeba ještě s Ipsos nebo Data Collect.

Agentury se nesnaží předpovídat přesné výsledky. Předvolební průzkumy mají ukázat strany, které mají reálnou šanci dostat se do sněmovny a pomoci voličům strategicky se rozhodnout. Zjišťování veřejného mínění nemůže být relevantní, pokud se provádí měsíce před volbami. Až těsně před nimi jsou odhady nejpresnější, protože mnoho obyvatel se už rozhodlo, jak bude hlasovat. Předpovědi však nejsou a nemohou být stejné, pokud je tvoří různé agentury, právě kvůli tomu, že využívají odlišné metody.⁵⁹

3.2 Výsledky voleb 2017

3.2.1 Předpokládané výsledky

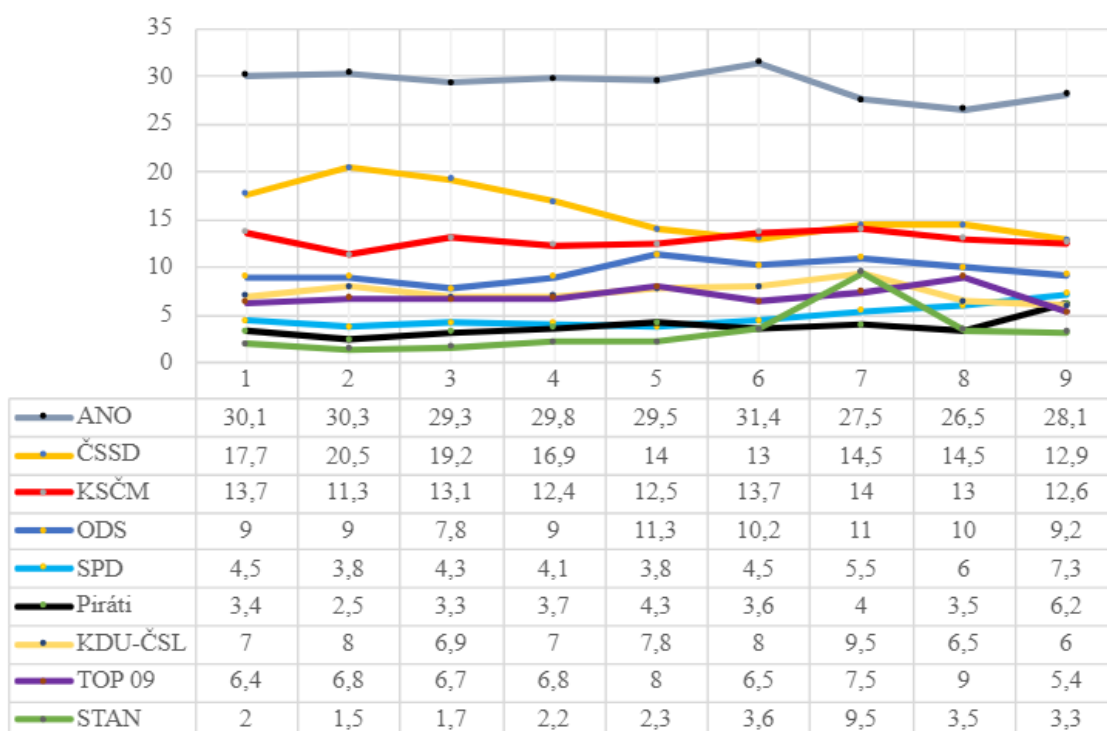
Již dlouho před volbami se očekávalo drtivé vítězství hnutí ANO, kterému agentury zpracovávající předvolební průzkumy přisuzovaly dokonce 30 % hlasů. ČSSD mělo zaujmout druhé místo a také Komunistům bylo přičítáno větší množství hlasů, než jaké dostali ve skutečnosti. Zato u Pirátů ani SPD agentury zpracovávající volební modely rozhodně nečekaly, že by tyto strany získaly přes 10 % hlasů. V červenci do svých předpokladů Median započítal možnou koalici KDU-ČSL a STAN, kterým společně odhadl 9 %. U Starostů samostatně kandidujících žádná společnost nečekala, že by se vůbec do Parlamentu dostali. ODS se celou dobu držela až na čtvrtém místě, ačkoli nakonec získala pomyslnou stříbrnou medaili. Graf odráží zprůměrované předpoklady CVVM, Medianu a STEMu.⁶⁰

⁵⁸ Centrum pro výzkum veřejného mínění, [online]. Osobní dotazování face to face. [cit. 10.06.2022]. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/vyzkumy/nabidka-vyzkumu/osobni-dotazovani-face-to-face>.

⁵⁹ GAJDUKOVÁ Elena a Anežka ČERMÁKOVÁ. E15.cz, [online]. Záleží na tom, kdo zvedne telefon. Proč volby dopadnou jinak, než předpovídají průzkumy. 04.10.2021, [cit. 10.06.2022]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/volby/volby-do-snemovny/zalezi-na-tom-kdo-zvedne-telefon-proc-volby-dopadnou-jinak-nez-predpovidaji-pruzkumy-1383008>.

⁶⁰ STEM, [online]. Volební model leden až září 2017. [cit. 11.07.2022]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/>. Median, [online]. Volební model leden až září 2017. [cit. 11.07.2022]. Dostupné z: <https://www.median.eu/cs/>.

Graf č. 4: Vývoj volebních preferencí od ledna do září 2017



Zdroj: vlastní na základě informací agentur CVVM, Median a STEM.

3.2.2 Reálné výsledky

Největším překvapením voleb 2017 bylo podle mého názoru množství stran, které se do Poslanecké sněmovny dostaly. Hned devět z nich dokázalo překročit pětiprocentní hranici nutnou pro vstup do sněmovny a získání mandátů. Nečekaný byl poměrně špatný výsledek ČSSD. Všechny relevantní agentury v posledním předvolebním průzkumu přisuzovaly sociálním demokratům 10 nebo více procent, ale nakonec dostali pouze 7,27 % hlasů. Naopak SPD a zejména Piráti předčili očekávání a přesáhli dokonce 10 %. U hnutí STAN se nečekalo, že by bylo vůbec součástí dolní komory Parlamentu a o to větší radost měli jeho voliči z výsledku 5,18 %. Vítězství hnutí ANO předpokládaly všechny agentury a druhou ODS předběhlo o více než osmnáct procentních bodů. V následující tabulce je srovnání zprůměrovaných posledních předpokládaných výsledků zpracovaných agenturami Kantar, CVVM, STEM/MARK a MEDIAN s těmi reálnými.

CVVM, [online]. Volební model leden až září 2017. [cit. 11.07.2022]. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/>.

Tab. č. 1: Srovnání výsledků s předpoklady v roce 2017

Politická strana	Poslední předvolební předpoklad	Reálný výsledek
ANO	29,13	29,64
ČSSD	11,83	7,27
KSČM	11,5	7,76
TOP 09	5,73	5,31
KDU-ČSL	6,43	5,8
SPD	8,4	10,64
ODS	9,35	11,32
Piráti	6,45	10,79
STAN	4,35	5,18

Zdroj: vlastní na základě informací z knihy *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017* (2019, s. 42).

Vítězné hnutí ANO si oproti předchozím volbám v roce 2013 polepšilo hned o 31 mandátů a celkově tedy na půdě sněmovny zasedlo jeho 78 zástupců. I druhá ODS zaznamenala lepší výsledek a s novými 9 poslanci jich měla 25. Piráti i SPD získali shodně 22 křesel. Pro obě strany to bylo poprvé, kdy se do Parlamentu dostaly, ačkoli SPD bylo v podstatě pokračováním bývalé strany Tomia Okamury s názvem Úsvit přímé demokracie Tomia Okamury. Další čtyři strany si pohoršily. KSČM z 33 mandátů na 15, ČSSD z 50 také na 15, KDU-ČSL z 14 na 10 a TOP 09 z 26 na 7. Poslední STAN, který nic neobhajoval, získal ve Sněmovně 6 míst.⁶¹

3.2.3 Povolební situace

Andrej Babiš z vítězného hnutí ANO krátce po volbách oznámil, že se chce setkat se všemi zástupci parlamentních stran. Od prezidenta Miloše Zemana dostal pověření k sestavení vlády. Ačkoli získal 78 mandátů, nikdo s ním nechtěl spolupracovat, aniž by měl určité výhrady. V případě, že by Babiš chtěl vládu pouze dvou stran, jediné s ODS by měl potřebnou většinu. Ta nicméně sestavení vlády s Babišem odmítla. Zeman po volbách prohlásil, že by uvítal, kdyby pokračovala spolupráce ANO s ČSSD a KDU-ČSL.⁶² Taková povolební koalice by měla 103 poslanců. Prezident by neměl problém ani

⁶¹ iRozhlas, [online]. Parlamentní volby 2017. [cit. 08.07.2022]. Dostupné z: <https://www.irozhlas.cz/volby/parlamentni-volby-2017>.

⁶² Miloš Zeman byl členem ČSSD a za tuto stranu dříve vykonával i funkci premiéra.

s SPD či Piráty ve vládě.⁶³ Nakonec se ale ANO dohodlo na vládě pouze se sociálními demokraty. Společně měli však jen 93 křesel ve Sněmovně, a proto bylo nutné přesvědčit ještě další stranu. Vznikla tedy menšinová vláda s tichou podporou KSČM.

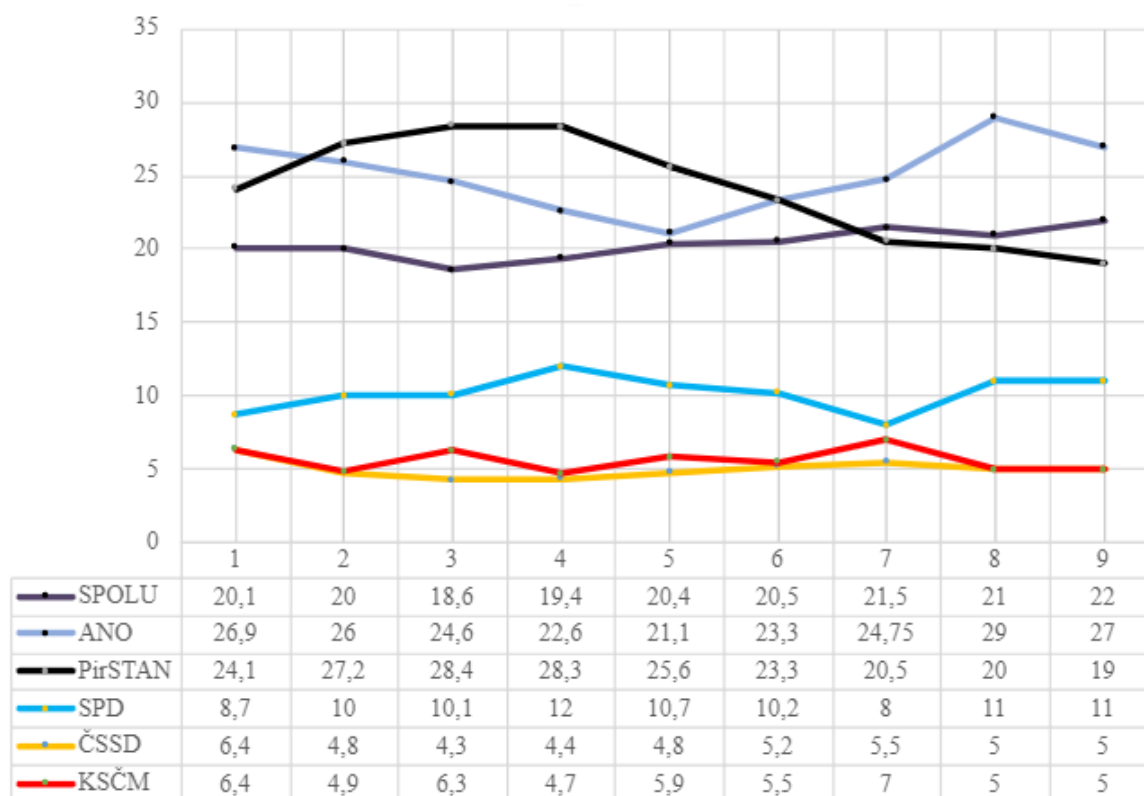
3.3 Výsledky voleb 2021

3.3.1 Předpokládané výsledky

Z následující tabulky, která průměruje odhady šesti agentur, o kterých jsem se již zmiňovala (viz kap. 3.1), se dozvídáme, že předpokládané výsledky politických stran, hnutí i koalic se od roku 2017 poměrně lišily. Nejdramatičtější skok vidíme v březnu 2021, kdy bylo PirSTANU přičítáno dokonce 28,4 % hlasů. V témže období zaregistrovalo ANO propad na 18,6 %, což byl nejnižší odhadovaný výsledek od předešlých voleb. Pohoršilo si i SPD, které kleslo na 8 %. Nicméně poté preference obou uvedených stran stoupaly. V červenci byly síly obou koalic poměrně vyrovnané, ale rozdíl mezi nimi se postupně zvětšoval. Ještě v září agentury předpokládaly vítězství hnutí ANO. Ve stejném měsíci „balancovali“ sociální demokraté i komunisté na pětiprocentní hranici potřebné pro vstup do Parlamentu.

⁶³ Frekvence 1, [online]. VOLBY 2017: Babiš zahájil povolební vyjednávání, Zeman by uvítal vládu s ČSSD. 22.10.2017, [cit. 12.07.2022]. Dostupné z: <https://www.frekvence1.cz/clanky/zpravy/volby-2017-babis-zahajil-povolebni-vyjednavani-zeman-by-uvital-vladu-s-cssd.shtml>.

Graf č. 5: Vývoj volebních preferencí od ledna do září 2021



Zdroj: vlastní na základě informací z <https://www.e15.cz/volby/volby-do-snemovny/aktualni-volebni-pruzkumy-jak-agentury-zpracovavaji-vysledky-1381628>.

Ráda bych zmínila ještě další (především menší) strany, jejichž předpokládané výsledky některé agentury zpracovaly, ale nejsou zapsány ve výše uvedeném grafu. Společnost Kantar od června do srpna předpokládala, že hnutí Prísaha získá dokonce 6 % hlasů a až v září uvedla, že by se podle ní nedostala nad pětiprocentní hranici. Ve stejném měsíci rovněž nepředpokládala vstup ČSSD, ale KSČM přisuzovala 5 %. Nejpozoruhodnější mi přijde, že v březnu dala PirSTANU 34 %, což byl nejvyšší odhad, který tato koalice kdy dostala.⁶⁴ Median tak optimistický nebyl a Pirátům se Starosty odhadoval od března do května 27,5 %. U sociálních demokratů v září předpokládal, že se s 5,6 % do dolní komory Parlamentu dostanou. KSČM ještě na začátku září přisuzoval

⁶⁴ Podle analytika Kantaru Ondřeje Ryboně byl růst podpory PirSTANU způsobený příchodem voličů ANO, kteří nebyli spokojeni se zvládáním koronavirové epidemie a celkové znechucenosti politikou. iDNES, [online]. Piráti a STAN získají 34 procent hlasů, druhé ANO 22, tvrdí průzkum Kantar. 14.03.2021, [cit. 27.10.2022]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/volebni-model-kantar-cz-volby-politicke-strany.A210314_122704_domaci_indr; Podle mě je možné, že voliči se od vládní koalice odvraceli také kvůli opakovanému prodlužování nouzového stavu a neustálému vymýšlení a upravování opatřování bránících šíření covidu, které bylo v této době téměř na denním pořádku.

6 %, ale poté preference klesly pod pět. V té době si myslel, že ANO získá dokonce 28,8 %, ale i toto číslo se následně snížilo. STEM předpokládal, že se do sněmovny dostane Přísaha i KSČM. Hnutí ANO na začátku září předpovídal dokonce 32,4 % a i na konci měsíce čekal jeho suverénní vítězství.⁶⁵

3.3.2 Reálné výsledky

Konečné výsledky pochopitelně zcela neodpovídaly předvolebním průzkumům. Největším překvapením bylo jednoznačné vítězství koalice SPOLU, která o 0,67 % porazila hnutí ANO. Naopak Piráti a Starostové ve volbách nezískali tolik procent, s kolika počítali. SPD si také pohoršila. Přísaha sice nedosáhla na pět procent, ale i tak se dá v tomto případě hovořit o dobrém výsledku, protože to bylo poprvé, kdy se o přízeň voličů ucházela.

Zato ČSSD zaznamenala nejhorší výsledek v celé své dlouhé historii. Ještě v roce 2013 byla nejsilnější stranou, zatímco o osm let později nedosáhla ani na jeden mandát. Úspěchu se nedočkala ani KSČM, když skončila „daleko za branami Parlamentu“.⁶⁶

⁶⁵ E15.cz, [online]. Aktuální volební průzkumy: Jak agentury zpracovávají výsledky? 29.09.2021, [cit. 20.06.2022]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/volby/volby-do-snemovny/aktualni-volebni-pruzkumy-jak-agentury-zpracovavaji-vysledky-1381628>.

⁶⁶ Oslabení českých levicových stran pozorujeme již nějakou dobu. ČSSD ještě v roce 2013 dokázala v parlamentních volbách zvítězit, ale od té doby se jí voličské přízně příliš nedostává. V roce 2019 se nedostala do Evropského parlamentu a fiaskem pro ni skončily také krajské a senátní volby o rok později, když v pěti krajích neobdržela žádné mandáty a počet senátorů klesl na tři, kvůli čemuž se její senátorský klub sloučil s hnutím ANO. Právě k tomuto hnutí voliči ČSSD ve velkém přecházeli. Jiní ale naopak považovali za nepřipustné, že sociální demokraté začali s ANO spolupracovat a strana se tak pro ně stala nevolitelnou. Podle exministra zahraničí Tomáše Petříčka za propadem strany nestojí jen jeden důvod, ale například korupční kauzy, vnitřní neshody, celková proměna společnosti nebo nedostatek témat oslovujících mladší voliče. Ani KSČM se nedaří najít nové příznivce. Její voličské jádro vymírá nebo se přiklání k ANO či SPD. Zároveň ji uškodila i tolerance menšinové vlády Andreje Babiše a opakované schvalování lockdownů. Promyšlená marketingová strategie, protiimigrantský postoj nebo neokoukanost a nezatíženost skandály z minulosti pomohly hnutí ANO a SPD oslovit voliče tradičních levicových stran. Ačkoli se pomalu vytrácí dělení na levice nebo pravici, mnoho obyvatel stále zajímají typicky levicové otázky – růst důchodů, vyšší mzdy nebo podpora rodin. HORKÝ, Petr. Kdo nahradí tradiční levice. *RESPEKT*, [online]. 14.05.2021, [cit. 30.10.2022]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/kontext/kdo-nahradí-tradicni-levici>.

Proč ale KSČM opustila dolní komoru Parlamentu právě v roce 2021, zatímco čtyři roky předtím byla zásadním faktorem pro to, aby mohl Andrej Babiš vůbec sestavit vládu? Sociální demokraty potkal podobný osud. To mě přivádí na myšlenku, že za tímto propadem klasických levicových stran stojí právě hnutí ANO, které dovedlo společnost rozdělit na dva, respektive na tři tábory. Prvním z nich jsou odpůrci tohoto hnutí, kteří by jej nevolili v podstatě za žádných okolností. Řadím sem také ty, kteří jej podporovali ze začátku jeho fungování s představou, že se jedná o nový a neotřelý politický subjekt vedený schopným podnikatelem, který se orientuje ve financích. Mysleli si, že lídr hnutí jako ministr financí dá tuto zemi po ekonomické stránce do pořádku. Poté ale „procitli“ a vrátili se ke svým (nejspíš středově-pravicovým stranám). Do této skupiny bych si ale dovolila zařadit i některé voliče levicových politických subjektů, kteří byli ovšem nespokojeni s tím, že tyto strany navázali spolupráci s hnutím ANO a z takového důvodu

Tab. č. 2: Srovnání výsledků s předpoklady v roce 2021

Politická strana	Předpoklad ze září 2021	Reálný výsledek
ANO	27	27,12
SPOLU	22	27,79
Piráti a Starostové	19	15,62
SPD	11	9,56
ČSSD	5	4,65
KSČM	5	3,6
Prísaha	4,7	4,68

Zdroj: vlastní na základě informací z <https://www.e15.cz/volby/volby-do-snemovny/aktualni-volebni-pruzkumy-jak-agentury-zpracovavaji-vysledky-1381628>, <https://www.volby.cz/pls/ps2021/ps2?xjazyk=CZ>.

Vítězná volební koalice SPOLU obhajovala 42 mandátů, které v předchozích parlamentních volbách získaly samostatně strany, ze kterých je tvořená.⁶⁷ Povedlo se jí jich získat 71 a o téměř 36 tisíc hlasů porazila ANO. To však získalo 72 mandátů, tedy o 1 více než vítěz.⁶⁸ K této skutečnosti došlo proto, že se hnutí dařilo především v krajích, kde na jednoho poslance nebylo nutné dosáhnout tak vysokého čísla jako v jiných. Ačkoliv se právě podobným nevyváženostem snažilo zabránit změnou přepočtu hlasů, spatřuji zde obrovskou nespravedlnost. Přijde mi absurdní, že hnutí, které skončilo

je přestali volit. Druhým táborem jsou občané, kteří byli dlouhé roky zvyklí volit ČSSD nebo KSČM, ale z nějakého důvodu jim tyto strany přestaly vyhovovat. Mohlo to být tím, že nepřicházely s dostatečně dobrými nápady, neměly zvlášť výrazné osobnosti a za dobu, kdy byly u moci neudělaly dostatečné množství věcí, kterými by své tradiční voliče utvrdily v tom, že je volit mají i nadále. Proto se nechali strhnout rétorikou Andreje Babiše a četnými typicky levicově orientovanými částmi jeho programu. Do třetí skupiny bych zařadila voliče, kteří od začátku hnutí ANO podporovali a neměli důvod to měnit. Expremiér Babiš ale není jediným důvodem, proč se levici přestalo v České republice dařit.

Myslím si, že dalším faktorem je i to, že pomalu mizí rozdělení na pravici a levici jako takovou. Zatímco dříve byla strana buď pravicová nebo levicová, liberální nebo konzervativní a důležité bylo jen to, do jaké míry taková je a kde se nachází na pomyslném grafu, dnes se na takové dělení již tolik „nehraje“. I původně typicky pravicové strany jako je například ODS v dnešní době již ve svém programu mají i témata, která oslovují i občany spíše levicově smýšlející. Naopak (pro mě znepokojující) novinkou je skutečnost, jak se začíná dařit antisystémové straně SPD. Záměrně neříkám extrémně pravicové straně, protože taková strana dle mého názoru snad ani nejde zařadit do klasického spektra politických uskupení. I SPD mohlo lákat některé voliče KSČM nebo ČSSD, kteří slyší na jednoduchá řešení, která jim pomohou ven z nejrůznějších krizí. Jinou nebo spíše další možností, proč se levici u nás přestalo dařit, je i to, že nedokázala udržet krok s moderní dobou. České levicové strany jsou obecně vnímány jako konzervativní, které rády zachovávají status quo. Vývoj technologií, digitalizace, masmédia, sociální sítě a další trendy spojené s touto dobou levici příliš nepomohly v oslovení mladších voličů. ČSSD i KSČM měly svou základnu převážně u starší části populace, což jim ale na úspěch stačit nemohlo, protože valná většina důchodců „utekla“ k hnutí ANO. Levicové strany na to nedokázaly dostatečně pružně reagovat a pochopit, jakým způsobem se mají prezentovat na internetu. Pro mnohé dnes již tak samozřejmé věci jako přehledná grafika webových stránek, kvalitní prezentace na Instagramu, Twitteru nebo Facebooku či dobře natočený volební klip s originálním nápadem, zůstaly levici cizí.

⁶⁷ SPOLU sdružuje ODS, KDU-ČSL a TOP 09.

⁶⁸ ANO si pohoršilo o 6 mandátů.

na druhém místě, má o mandát víc, ačkoli ho nevolilo tolik lidí, jako vítěznou koalici SPOLU. Osobně bych v případě parlamentních voleb byla pro zrušení volebních krajů, aby hlas každého občana ČR měl stejnou váhu, ať už bydlí v Karlovarském nebo Středočeském kraji. Zástupce krajů přeci volíme v krajských volbách, zástupce obce v komunálních. Tak proč o zástupcích celé země nerozhodujeme na celostátní úrovni, kdy by republika tvořila jediný volební okres a voliči by měli možnost udělit preferenční hlas kterémukoli kandidátům a nejen těm, kteří se rozhodli o poslanecký mandát ucházet právě v „jejich“ kraji?

PirSTAN obdržel společně 37 mandátů. Nicméně pro samotné Piráty se jedná o špatný výsledek, protože jen 4 z nich zasedli v Poslanecké sněmovně. Voliči totiž na kandidátkách kroužkovali ve velkém zástupce STANu a z jejich řad se stalo poslanci 33 lidí.⁶⁹ SPD ztratila od předchozího volebního období dvě křesla a v roce 2021 získala 20 mandátů. Zbylým stranám se poslanecké mandáty nepodařilo získat.⁷⁰

3.3.3 Povolební situace

Po konečném vyhlášení výsledků okamžitě začalo povolební vyjednávání. Respektive podepsání dohody mezi SPOLU a PirSTAN o tom, že nebudou jednat s nikým jiným. Obě koalice totiž zásadně odmítly spolupráci s ANO i SPD. Andrej Babiš, lídr hnutí ANO, prohlásil, že si umí představit vládu se SPOLU, ale v žádném případě ne s Piráty. Prezident Miloš Zeman před volbami několikrát prohlašoval, že právě Babiše pověří sestavením vlády, protože si byl jistý jeho vítězstvím. Když však viděl povolební situaci a pohodlnou většinu 108 poslanců, kterou se podařilo získat oběma koalicím, svěřil tento úkol nakonec předsedovi SPOLU a ODS Petru Fialovi. Ten poměrně záhy sestavil osmnáctičlennou vládu, která sestává z pěti stran, což se v historii České republiky stalo vůbec poprvé.

Zeman se pro mnohé nečekaně rozhodl, že si nejprve s každým kandidátem na funkci ministra promluví. Protože události probíhaly během pandemie covid 19, byla zvolena ne úplně šťastná možnost, kdy prezident republiky seděl na svém invalidním vozíku za plexisklem, což způsobilo zejména na sociálních sítích četné žerty a

⁶⁹ Ačkoliv voličům Pirátů zástupci STANu očividně nevalili, naopak už to zcela neplatilo. Voliči STANu Buďto chtěli své favority podpořit nebo zkrátka nepřipustit, aby se Pirátská strana do Sněmovny dostala. Poslanci se tak stali i lidé, kteří na kandidátních listinách nezažili přední příčky. Způsobit to mohla cílená dezinformační kampaň proti Pirátům vedená především hnutím ANO nebo fakt, že voliči Pirátů „své“ kandidáty kroužkovali v mnohem menší míře než ti ze STANu.

⁷⁰ iDNES, [online]. Výsledky voleb v České republice. [20.06.2022]. <https://www.idnes.cz/volby/parlamentni/2021>.

posměšky.⁷¹ Zeman rovněž projevil nevoli ohledně jmenování nového ministra zahraničí Jana Lipavského a zdůvodňoval to jeho nedostatečným (bakalářským) vzděláním. Nicméně vláda včetně Lipavského byla jmenována 17.12.2021.⁷² Jedině Zdeněk Nekula (KDU-ČSL) byl uveden do funkce až dodatečně, protože v prosinci onemocněl covidem.⁷³ Protože se do Parlamentu nedostala ani jedna z tradičních levicových stran, ČSSD a KSČM, po volbách se objevily obavy, že levice nebude mít zastoupení. Ve volbách navíc propadly i hlasy pro Přísahu, Trikoloru nebo Volný blok či další menší strany.⁷⁴ Premiér Fiala a jeho vláda však obyvatele ujistili, že jsou si toho vědomi a není důvod k obavám.

3.4 Srovnání výsledků voleb 2017 a 2021

Jedním z faktorů, který výsledky ovlivňuje je volební účast. Ta v roce 2017 dosáhla 60,84 %, zatímco o čtyři roky později stoupla o téměř pět procent na 65,43 %.⁷⁵ Je nutné zohlednit i to, že v roce 2017 se využívala jiná metoda pro přepočítání hlasů na mandáty, která velmi zvýhodňovala velké strany. Vítěznému hnutí ANO tak na jeden mandát stačilo výrazně méně hlasů než třeba stranám TOP 09 nebo STAN, které jen „s odřenýma ušima“ překročily pětiprocentní hranici. Ani nová metoda však podle mého názoru není zcela spravedlivá, protože v roce 2021 sice koalice SPOLU měla o téměř 36 tisíc hlasů více než ANO, ale protože se jí dařilo převážně ve větších krajích, ANO získalo o jedno

⁷¹ Mnozí uživatelé sociálních sítí pak fotografii prezidenta za sklem upravili ve speciálních programech, aby to vypadalo, že se Zeman nachází např. v akváriu s rybami nebo v teráriu jako varan.

⁷² Jmenování se neobešlo bez „neúmyslného“ oslovení Lipavského titulem magistr a následným opravením na bakalář z úst hradního kancléře Mynáře.

⁷³ Deník N, [online]. Na zámku v Lánech začalo jmenování ministrů nové vlády premiéra Petra Fialy. 17.12.2021, [cit. 21.06.2022]. Dostupné z: <https://denikn.cz/minuta/770637/>.

⁷⁴ K volbám se dostavilo celkem 5 375 090 voličů, ale hlasy 1 069 359 z nich propadly, protože voliči podpořili některou ze stran, která nepřekročila pětiprocentní uzavírací klauzuli. Jen Přísahu, ČSSD a KSČM volilo přes 700 tisíc voličů. Jednalo se o největší množství propadlých hlasů od roku 1966. Do té doby nejvíce hlasů (přes 985 tisíc) propadlo v parlamentních volbách v roce 2010. Svou roli v tom mohl sehrát i nový systém přepočtu hlasů na mandáty. Někteří voliči mohli očekávat, že se menším stranám po jeho úpravě bude dařit a dostanou šanci na více křesel ve Sněmovně než v roce 2017. ČT24, [online]. Ve volbách propadl milion hlasů, nejvíce v historii Česka. 10.10.2021, [cit. 30.10.2022]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3383618-ve-volbach-propadl-milion-hlasu-nejvic-v-historii-ceska>.

⁷⁵ Pozorovat změny ve volební účasti u voleb do Poslanecké sněmovny je velmi zajímavé. V roce 1996 volební účast dosáhla dnes těžko představitelných 76,41 %. O dva roky později nepatrně klesla na 74,03 %. Zato v roce 2002 přišel naprostý zlom a k volbám se dostavilo jen 58,00 % voličů, což je opravdu velký pokles. Roku 2006 stoupla na 64,47 %, čtyři roky poté opět mírně spadla na 62,64 %. Předčasných voleb v roce 2013 se zúčastnilo 59,48 % voličů. Od té doby volební účast znovu stoupá. E15.cz, [online]. Volební účast: Data a historické srovnání pro všechny volby. 14.01.2023, [cit. 26.01.2023]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/volebni-ucast-v-cr>.

poslanecké křeslo víc.⁷⁶ Vznik koalic se ukázal být velmi přínosným. Pokud bychom totiž sečetli výsledky stran samostatně z roku 2017, ani zdaleka nedosahovaly takových čísel jako po spojení sil ve volbách 2021. ODS, TOP 09 a KDU-ČSL by v roce 2017 měly dohromady 42 mandátů, zatímco z těchto stran vzniklá koalice SPOLU dokázala zvítězit a připsat si o 29 křesel navíc. Piráti a Starostové by společně v roce 2017 získali 28 poslanců a po spojení do koalice si polepšili o 9 z nich. SPD dvě poslanecká křesla ztratilo, což mohlo to být způsobeno také tím, že se jeho člen Lubomír Volný „odtrhl“ a v roce 2021 kandidoval s vlastní stranou Volný blok. Ani Babišovo ANO nedosáhlo tak dobrého výsledku jako čtyři roky nazpátek. Přišlo o 6 svých zástupců v Parlamentu. Pro KSČM i ČSSD poslední volby skončily naprostým fiaskem, protože nezískaly ani jediný mandát. Tyto volby rovněž znamenaly, že enormní počet hlasů propadl, protože nejen sociální demokraté, ale i Přísaha Roberta Šlachty se přiblížila k pětiprocentní hranici. Obě tyto strany získaly kolem čtvrt milionu hlasů. Strana Trikolora Svobodní Soukromníci obdržela téměř 150 tisíc hlasů a Volný blok přes 70 tisíc.

Pokud bychom chtěli být ještě přesnější, v roce 2017 „propadlo“ 317 659 hlasů. V roce 2021 to bylo dokonce 1 069 359 hlasů. Pokud ale sečteme jen hlasy, které v průběhu čtyř let ztratila KSČM a ČSSD, dostaneme číslo 317 233. Takže více než 700 000 hlasů odevzdaných ve volbách 2017 patřilo někomu jinému než voličům tradiční levice. ANO si pohoršilo o téměř 42 tisíc hlasů. Je tedy pravděpodobné, že některé případy do celkových 251 562 hlasů Přísahy. Zde zároveň mohly končit i hlasy některých voličů KSČM a ČSSD, protože jen komunisté během volebního období ztratili 200 tisíc příznivců. SPD dostalo skoro o 25 tisíc hlasů méně, což by se mohlo částečně projevit tím, že Volný blok obdržel přes 71 tisíc hlasů. Důležité je si uvědomit, že k volbám v roce 2021 přišlo přibližně o 314 tisíc občanů víc. To odpovídá skutečnosti, že SPOLU a PirSTAN dohromady si polepšili o 390 tisíc voličů. I tak ale někteří nově zmobilizovaní občané zvolili jednu ze stran, která se do Poslanecké sněmovny nedostala.⁷⁷

⁷⁶ Hnutí ANO porazilo vítězné SPOLU v Karlovarském, Libereckém a Olomouckém kraji o jeden mandát, v Ústeckém a Moravskoslezském o čtyři. Ve všech ostatních získalo více křesel SPOLU – v hlavním městě Praha dokonce o 6. VOLBY.CZ, [online]. Poslanecká sněmovna. [cit. 03.06.2022]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/>.

⁷⁷ VOLBY.CZ, [online]. Poslanecká sněmovna. [cit. 11.04.2023]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/>.

Tab. č. 3: Srovnání volebních výsledků 2017 a 2021

	2017			2021		
volební účast	60,84%			65,43%		
výsledky	mandáty	procenta	hlasy	mandáty	procenta	hlasy
ANO	78	29,64	1500113	72	27,12	1458140
ODS	25	11,32	572948	71	27,79	1493905
TOP 09	7	5,31	268811			
KDU-ČSL	10	5,8	293643			
Piráti	22	10,79	546393	37	15,62	839776
STAN	6	5,18	262157			
SPD	22	10,64	538574	20	9,56	513910
KSČM	15	7,76	393100	0	3,6	193817
ČSSD	15	7,27	368347	0	4,65	250397

Zdroj: vlastní na základě informací z <https://www.volby.cz/>.

4. Volební kampaň

O volební kampani obecně jsem psala již v první kapitole. Nyní se ale podíváme na konkrétní kampaně, které politické subjekty zvolily. Probíhají různě a každá strana může „vsadit“ na jinou taktiku. Některé více propagují své vize na sociálních sítích nebo webových stránkách, pro jiné je integrální součástí kontaktní kampaň. Všechny metody mají však jediný cíl – přesvědčit co nejvíce obyvatel, aby svůj hlas hodili dané straně. Volby 2017 přinesly větší změny v oblasti komunikace. Politické strany se snažily vylepšit grafiku a naznačit, že přichází „nová éra“. Před volbami byl rovněž upraven volební zákon, který stanovil například časové rozhraní kampaní nebo maximální částku, kterou mohou politické subjekty utratit. Největšími rivaly byly strany ČSSD a ANO, které společně tvořily vládní koalici od roku 2013, nikoli vítěz minulých voleb a nejsilnější koaliční strana, jak bývá zvykem. Tento souboj však nepatřil k nejvyrovnanějším, protože v předvolebních výzkumech mělo ANO obrovský náskok. Volby 2021 přinesly změnu v podobě existence relevantních volebních koalic. Na kampani SPOLU tak pracovaly hned tři strany, na té Pirátů a Starostů dvě. Odlišná byla i délka. Protože prezident Miloš Zeman ohlásil termín voleb už po Vánocích, strany měly kromě volebního období, jež začalo v roce 2013, dlouhých 282 dní na to, aby získaly voliče na svou stranu. Zároveň se jednalo o kampaň, při které premiér Babiš vlastnil významná celostátní média.⁷⁸ Hnutí ANO navíc přišlo s „nenápadným“ uplácením (potencionálních) voličů, které se však snažilo zamaskovat pandemií koronaviru a financovat ji ze státní pokladny. Jednalo se o tzv. rouškovné, kdy důchodcům dalo jednorázový příspěvek ve výši 5000 Kč. Rovněž se ve velkém šířily dezinformace, které v důsledku nejvíc poškozovaly Pirátskou stranu.⁷⁹

⁷⁸ LIPOLD Jan. Seznam Zprávy, [online]. Komentář: Kampaň byla špinavá tak akorát. 08.10.2021, [cit. 26.07.2022]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/komentar-kampan-byla-spinava-tak-akorat-176768>.

⁷⁹ Jednou z nich byla například fáma, že Piráti vám chtějí do domů nastěhovat uprchlíky nebo že si přejí odebrat seniorům volební právo, řidičské průkazy a pohřbívat je do společných hrobů. Mnoho hoaxů podle Ladky Mortkowitz, reportérky AFP (Agence France-Presse; česky: Francouzská tisková agentura) ověřující i český obsah na sociální síti Facebook a mýty vyvracející na webových stránkách „Na pravou míru“, sdílí členové SPD nebo jejich sympatizanti. S jistotou však nelze říct, zda původní příspěvky pocházejí od nich. PERGLER, Tomáš. Pod palbou hoaxů. Piráti zakoušejí odvrácenou stranu popularity. *Seznam zprávy*, [online]. 25.03.2021, [cit. 30.10.2022]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/pod-palbou-hoaxu-pirati-zakouseji-odvracenou-stranu-popularity-148340>.

4.1 Volební kampaň 2017

Rozeberme si podrobněji volební kampaně jednotlivých politických subjektů, které se o přízeň voličů ucházely v roce 2017. Zmiňuji pouze relevantní strany, jež se po volbách dostaly do Poslanecké sněmovny. Seřazeny jsou podle výsledků voleb od nejúspěšnější. U politických subjektů budu zmiňovat priority, které zveřejnily ve svém programu, volební hesla, předsedy stran, vzhled plakátů a billboardů či jiných propagačních předmětů, formy kampaně a volební videa nebo jinou formu prezentace na sociálních sítích. Právě spoty považuji za shrnutí celé prezentace strany. Do několika málo vteřin by se měly vejít ty nejzásadnější hodnoty, které daný subjekt reprezentuje. Nebudu již ale dále psát o předvolebních debatách, kterým jsem se věnovala na začátku mé práce.

Jedním z klíčových aspektů u hnutí ANO byla soustavná komunikace s voliči a permanentně probíhající kampaň. Zatímco většina ostatních stran sáhla po volebním manažerovi, ANO si většinu obstaralo samo s pomocí svého PR oddělení. Na kampani se tak podílelo několik poradců. Nám nejznámější bude nejspíš Marek Prchal, expert na sociální sítě, který mnohým utkvěl v paměti, když mu Andrej Babiš dal v živém vysílání po vyhlášení výsledků pusu. Ačkoli hnutí kampaň oficiálně zahájilo až 2. září, započety se do jejích nákladů i reakce na vynucovanou demisi Babiše jako ministra financí, které ANO nechalo zveřejnit v několika denících, i výdaje na publikaci *O čem sním, když náhodou spím*.⁸⁰ Hlavní vize byly zjednodušení daně z příjmů, bezpečnost, dálniční výstavba, zeštíhlení státní správy, uzavření vnějších hranic EU a nutná změna volebního systému do Senátu. Zvoleným sloganem bylo „Teď nebo nikdy“, což mělo představovat vymezení se vůči jiným politickým subjektům a jejich představitelům.⁸¹ Vizualizace byla jednoduchá, ústřední postavou byl lídr hnutí doprovázený například postavami s emotikony místo hlavy.⁸² Na billboardech mohlo obyvatelstvo spatřit i hesla „Nenecháme se zastavit“, „Bojovat za schopné a spravedlivé. A neblábolit.“, „Zvýšit důchody. A neblábolit.“ nebo třeba „Nenechám ČSSD okrást naše děti!“. Na většině z nich je lídr hnutí vyfotografován v bílé košili nebo v šedém svetru, některé jej

⁸⁰ Jedná se o knihu popisující vizi Andreje Babiše o České republice v roce 2035 sepsanou Markem Prchalem a desítkou dalších lidí. Na setkávání s voliči jí byly rozdány sta tisíce.

⁸¹ Na slogan se objevila i kritika kvůli chybějící čárce před nebo.

⁸² EIBL, Otto a Miloš GREGOR. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019. Politologická řada. ISBN 978-80-7325-476-6.

vyobrazují ještě společně s dalšími výraznými tvářemi, třeba s Martinem Stropnickým (bývalým ministrem kultury).⁸³

Kampaň probíhala i na sociálních sítích, například na platformě Twitter.⁸⁴ Hnutí své voliče neošidilo ani o krátký volební spot, který je dostupný na platformě YouTube. Můžeme zde vidět člověka s emotikonou namísto obličeje, který říká pouze „bla, bla, bla“ a není mu tedy rozumět jediné slovo. To komentuje Babiš otázkou, zda-li mu rozumíme, protože on nikoliv. Přidává, že blábolení jsme od tradičních politiků slyšeli spoustu a že nic jiného neumí a on sám proti takovým blábolům nikdy nepřestane bojovat, ale bez nás to nezvládne. Video končí oznámením „Změny dotáhneme. Teď nebo nikdy.“⁸⁵ Hnutí ve volbách 2017 upustilo od rozdávání koblih, které se staly jeho symbolem čtyři roky předtím, a raději zvolilo perníčky.⁸⁶ V závěru kampaně občanům do schránek nechalo doručit „Smlouvu Andreje Babiše s občany“.⁸⁷

Obr. č. 1: Billboard hnutí ANO v roce 2017



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

⁸³ Obyčejná bílá košile se objevuje stále častěji. Bílá má symbolizovat čistotu, takže v tomto případě fakt, že politik nemá co skrývat.

⁸⁴ Hlídač státu, [online]. Hnutí ANO – Parlamentní volby 2017. [cit. 26.07.2022]. Dostupné z: <https://texty.hlidacstatu.cz/volebni-kampane/ano-parlamentni-volby-2017/>.

⁸⁵ Volební spot ANO 2017. In: YouTube, [online]. 06.10.2017, [cit. 26.07.2022]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=vgKDMXljy_8. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU.

Forma klipu byla nová a obsahovala moderní prvky, jaké jsme u hnutí ANO ani u jiného politického subjektu do té doby neviděli.

⁸⁶ Perníčky hnutí stály téměř 800 tisíc korun.

⁸⁷ V té se můžeme dočíst, co by předseda Babiš dělal a nedělal v případě volebního vítězství. Uvedl například, že bude usilovat o efektivní stát, naslouchat občanům, podporovat rozvoj demokracie, zefektivňovat fungování veřejných institucí a zasazovat se o nezávislost policie. Také sliboval zvyšování důchodů, dostupnost bydlení pro mladé rodiny nebo kvalitní a dostupné zdravotnictví. Za důležité uvedl jednotnou Evropu a nepředávání dalších kompetencí Bruselu, nepřijetí eura v nadcházejícím volebním období, zajištění bezpečnosti či zastavení nelegální migrace. Na závěr slíbil, že politickou funkci nezneužije ve svůj prospěch, své příjmy z politiky bude posílat na charitu, na ministerské posty dosadí odborníky a veřejné peníze bude rozdělovat ve veřejném zájmu.

ANO, bude líp, [online]. Smlouva Andreje Babiše s občany. [cit. 26.07.2022]. Dostupné z: <https://www.anobudelip.cz/smlouva/>.

ODS přišla s hesly „Nižší daně, méně byrokracie, více svobody“, „Slušný lídr, dobrý program, silná pravice“ nebo „Silný program, poctivá politika, stabilní země“. Poslední ze zmiňovaných hesel dala na některé plakáty ještě do kontrastu se slovy „Chaos, cirkus, ostuda“, ke kterým přidala kreslený portrét Andreje Babiše, kterého považovala za největšího soupeře, Miloše Zemana a expremiéra za ČSSD Bohuslava Sobotky. Na většině billboardů jsme mohli spatřovat lídra strany Petra Fialu. Voliče zvalo třeba také do letního kina na promítání filmů nebo na bruslení, kde se mohli setkat s kandidáty a byl zajištěn i program pro děti.⁸⁸ Ve srovnání s ANO působila hesla ODS seriózněji. Občanští demokraté jsou poměrně konzervativní stranou a zůstali u stručných hesel, jednoduché grafiky bez moderních prvků jako jsou například emotikony, a i vzhled politiků na plakátech a billboardech je „formálnější“, což způsobují především saka a košile. Ostatně sám předseda Petr Fiala vystupuje ve volebním spotu v saku, košili a kravatě. Hovoří v něm o tom, že se na ODS můžete spolehnout, že váš hlas nepropadne a bude mít smysl.⁸⁹

Obr. č. 2: Billboard ODS v roce 2017



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

Piráti si zvolili úderné heslo „Pusťte nás na ně“ a „Všichni nekradou“, čímž reagovali na výrok Andreje Babiše, který říkal, že kradou všichni. Program nesoucí název

⁸⁸ Hlídač státu, [online]. ODS – Parlamentní volby 2017. [cit. 30.10.2022]. Dostupné z: <https://texty.hlidacstatu.cz/volebni-kampane/ods-parlamentni-volby-2017/>.

⁸⁹ Volební spot ODS 2017. In: YouTube, [online]. 10.10.2017, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=dDK5MVuara0>. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU.

černé na bílém obsahoval čtyři hlavní pilíře: kontrola moci a mocných, zjednodušení státu pomocí technologií, ochrana občanů před šikanou a obrana svobody. Pro toto politické uskupení byla nejdůležitější online kampaň a intenzivnější zapojení dobrovolníků pro přímé setkávání s voliči, kteří rozdávali Pirátské listy. Outdoorová reklama se skládala z plachet na plotech a balkónech nebo polepů aut.⁹⁰ Neobvyklým prvkem byla Pirátská loď, kterou strana zapojila v horké fázi kampaně. Plavby lodí po Vltavě v Praze byly spojeny s diskuzemi zástupců Pirátů s občany ale i s kulturním programem.⁹¹ Nechyběl ani autobus zvaný „švindlbus“, který měl upozorňovat na prohřešky vlády. Ten se mimo jiné objevil i v klipu zveřejněném na YouTube, kde zástupci strany zpívají za doprovodu předsedy Ivana Bartoše hrajícího na akordeon. V písni shrnují podvody, kterých se dopustily vládní strany a vyzývají voliče, aby je na ně pustili. Ačkoli se video nemusí líbit všem, rozhodně byl tento formát novinkou.⁹²

Obr. č. 3: Plakát České pirátské strany v roce 2017



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

⁹⁰ FERJENČÍK, Mikuláš, [online]. Piráti zahájili kampaň: Pusťte nás na ně! vyzýval voliče lídr strany Bartoš. 26.05.2017, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: <https://www.pirati.cz/jak-pirati-pracuji/pirati-zahajili-kampan-pustte-nas-na-ne-vyzyval-volice-lidr-strany-bartos/>.

⁹¹ Pražský patriot, [online]. Pirátská loď zakotví v Modřanech a u náplavky na Výtoni. 07.09.2017, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: <https://www.prazskypatriot.cz/piratska-lod-zakotvi-v-modranech-a-u-naplavky-na-vytoni/>.

⁹² Piráti: Pusťte nás na ně. Všichni nekradou! In: YouTube, [online]. 26.09.2017, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=5f0-nQLHMH4>. Kanál uživatele Piráti.

SPD jako obvykle v rámci kampaně upozorňovala na u nás chybějící přímou demokracii a nutnost opustit EU. Jejich billboardy a plakáty zdobila například hesla „Ne islámu, ne terorismu – bezpečná země pro každého“, „konec diktátu EU“ nebo „peníze slušným lidem, ne parazitům“. Tato radikální strana si program postavila na snaze zakázat islám a vyhnat migranty z ČR nebo zorganizování referenda o vystoupení z EU.⁹³ V porovnání s jinými stranami se u SPD velmi často objevovala česká vlajka, kterou se patrně hnutí snažilo dát najevo svou národní hrdost a zdůraznit, že Česká republika nesmí být podřízena Evropské unii. Ve volebním klipu je hned na začátku upozornění o možném cenzurování vládou. Divák je upozorněn na to, že korupce, hádky a nezvládnutá migrace nadále být nemusí. SPD slibuje, že zajistí bezpečí domovů, zvýší důchody, bezúročné novomanželské půjčky, příspěvek ve výši 300 tisíc korun pro rodiče řádně vychovávající své děti, hmotnou odpovědnost politiků a přímou demokracii. Spot končí větou předsedy Tomia Okamury: „Tato země je naše. Nenechme si ji ukrást“.⁹⁴

Obr. č. 4: Plakát SPD v roce 2017



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

⁹³ SPD, [online]. Tomio Okamura: Volební program hnutí SPD 2017. cit. [07.02.2022]. Dostupné z: <https://www.spd.cz/tomio-okamura-volebni-program-hnuti-spd-2017/>.

⁹⁴ Volební spot SPD 2017 (verze 1). In: YouTube, [online]. 07.10.2017, [cit. 07.02.2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=0zajLlbh2DE>. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU. Celá kampaň byla dle mého názoru postavená hlavně na tom, aby vystrašila co nejvíce lidí. SPD se rozhodlo děsit obyvatele uprchlíky, ačkoli jich v té době bylo v ČR minimum. Většina slibů jako například zakázání islámu byla absolutně nerealistická a cílila převážně na voliče, kteří si nedohledávali informace z relevantních zdrojů a Tomiu Okamurovi i dalším představitelům slepě věřili. Volební spot mi připomínal spíš reklamu nějaké firmy, která lidem půjčuje peníze a snaží se jim namluvit, že je dostanou bezúročně, zatímco dole na obrazovce jsou miniaturním písmem napsány reálné podmínky takové „výhodné“ transakce.

KSČM je vnímána jako konzervativní strana, která svůj program staví na tradičních levicových tématech. Její voliči jsou zpravidla starší obyvatelé, kteří byli zvyklí ji volit za minulého režimu a jsou přesvědčeni, že se za její vlády měli nejlíp. Ke kampani strany zpětně lze najít jen velice málo informací. Jediné dohledatelné heslo je „Mír, spravedlnost, bezpečí“, které bylo použito u plakátů s fotografiemi téměř všech komunistických kandidátů. Volební klip tvoří zvláštní forma grafiky, kdy hlavy kandidátů poletují po obrazovce a spojují se do slov, která jsem již uvedla jako volební heslo. Ve videu je také uvedeno, že strana část nákladů, které by jinak použila k předvolební prezentaci věnovala nemocnici a hospici.⁹⁵

Obr. č. 5: Plakát KSČM v roce 2017



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

ČSSD se před volbami zaměřila na témata jako zvyšování minimální mzdy a platů zaměstnanců ve veřejných službách nebo změna důchodového systému. Sociální demokraté zmiňovali také nutnost zajištění kvalitní zdravotnické péče pro všechny a navýšení rodičovského příspěvku.⁹⁶ Straně předsedal od června 2017 Lubomír Zaorálek.⁹⁷ Ten se rozhodl neporádat strategické volební mítinky, ale za občany chodit.

⁹⁵ Volební spot KSČM 2017 (verze 1). In: YouTube, [online]. 07.10.2017, [cit. 07.02.2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=LHyr72TmLXo>. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU. V těchto volbách bylo jasně vidět, že KSČM tzv. ujel vlak. Nedokázala oslovit mladší generaci, grafická stránka kampaně byla extrémně zastaralá. Nezajímavý volební spot tomu všemu už jen nasadil pomyslnou korunu.

⁹⁶ ČSSD v podstatě v rámci kampaně nepřinesla žádné téma, které by bylo nové a netradiční. Jako obvykle se zaměřila na sociální politiku.

⁹⁷ ČSSD, [online]. ČSSD představila program pro volby do Poslanecké sněmovny. [cit. 13.02.2023]. Dostupné z: <https://www.cssd.cz/volby2017/cssd-predstavuje-program-pro-volby-do-poslanecke-snemovny/>.

Strana také zvolila jiné logo a podobu billboardů, než měla původně v plánu. Hlavním sdělením se stal citát lídra: „Vyhlášu válku levné práci“, která by podle něj mohla vést k jistému sociálnímu napětí ve společnosti. Kromě billboardů mohli voliči tuto stranu vidět i v novinách, kde se mohli dočíst například to, že nestojí o zemi, ze které naše děti a děti našich dětí odcházejí.⁹⁸ Ve volebním spotu předseda ČSSD mluví o již zmiňovaných tématech (o zdravotnictví a důstojném stáří) a o tom, že země stojí na obyčejných lidech. Stát podle něj nelze řídit jako firmu. Na konci zdůrazňuje, že záleží na každém z nás.⁹⁹

Obr. č. 6: Billboard ČSSD v roce 2017



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

Zbývá představit kampaně tří stran, které se do Sněmovny dostaly jen „s odřenýma ušima“. Řeč je o Křesťanských demokratech, TOP 09 a STANu. První ze zmíněných, tedy KDU-ČSL, do svého programu zahrnula tři konzervativní hodnoty: zodpovědnost za sebe a svou rodinu, solidarita s těmi, kteří si nemohou pomoci sami, a úcta k „našemu domovu“, České republice. Zdůrazňovala také to, že se zajímá o tři generace – děti, lidi v produktivním věku i seniory. Prioritami pro ni byly například

⁹⁸ E.15, [online]. ČSSD rozjela kampaň. Zaorálek na plakátech a inzerátech vyhláшу válku levné práci. 10.08.2017, [cit. 13.02.2023]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/volby/volby-2017/cssd-rozjela-kampan-zaoralek-na-plakatech-a-inzeratech-vyhlasuje-valku-levne-praci-1336040>.

⁹⁹ Volební spot ČSSD 2017. In: YouTube, [online]. 07.10.2017, [cit. 13.02.2023]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=rmxmYKLBd_o. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU. Volební klip ČSSD nebyl nijak originální. Pouze zdůraznil klíčová témata, jaká jsou pro stranu důležitá již od samého začátku.

lepší podmínky pro výchovu dětí, kvalitnější školství nebo důstojná penze.¹⁰⁰ Heslem se pak stalo slovo „zodpovědně“, které se objevilo téměř na všech billboardech a plakátech. Tzv. horkou fází kampaně zahájili Křesťanští demokraté v parku na Karlově náměstí. Podporovatelé si mohli užít piknik a promluvit si se zástupci strany. Lídr Pavel Bělobrádek zdůraznil, že plní sliby, mají značný koaliční potenciál a vhodné osobnosti.¹⁰¹ Ve volebním spotu se pak potencionálních voličů ptají, v jaké zemi chtějí žít – v zemi, která je pro všechny dobrým domovem, dá šanci nové generaci, bude moderní a lidé budou mít díky inovacím dobrou práci, ve které žijí spokojení senioři a tak podobně. Na konci videa vyzve předseda Pavel Bělobrádek lidi k tomu, aby podpořili a volili KDU-ČSL.¹⁰²

Obr. č. 7: Plakát KDU-ČSL v roce 2017



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

¹⁰⁰ KDU-ČSL, online. Volební program 2017 - Řešení pro tři generace a jednu společnou budoucnost České republiky. 29.08.2017, [cit. 17.02.2023]. Dostupné z: <https://www.kdu.cz/aktualne/archiv/2017/volebni-program-2017>.

Domnívám se, že KDU-ČSL svým programem nikoho nepřekvapila. Zůstala u hodnot, které reprezentuje již od svého vzniku.

¹⁰¹ KDU-ČSL, [online]. KDU-ČSL: Do horké části kampaně zodpovědně pro společný domov. 05.09.2017, [cit. 17.02.2023]. Dostupné z: <https://www.kdu.cz/aktualne/archiv/2017/kdu-csl-do-horke-casti-kampane-zodpovedne-pro-spol>.

¹⁰² Volební spot KDU-ČSL 2017. In: YouTube, [online]. 07.10.2017, [cit. 17.02.2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Wv5RrRMvOGA>. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU. Klip byl poměrně jednoduchý a všední, ale dobře zpracovaný. Jasně ukázal nejdůležitější témata a jednalo se o jeden z výstižnějších a povedenějších.

TOP 09 zvolila úderný slogan „Neuhneme“ a ve svém programu zdůraznila jistotu občanů v jejich penzi, boj proti korupci, snížení sociálních odvodů a podporu podnikatelům. Důležitá pro ni byla i reforma školství nebo pevné zakotvení v Evropské unii.¹⁰³ Strana přišla i s vlastní knihou nesoucí název „Tahle knížka není pro starý“, která měla být v podstatě rádcem a průvodcem převážně pro voliče do třiceti let, kteří se voleb účastnili méně často než ti starší. Je doplněna o ilustrace, které měly mladší generaci oslovit – obrázky smartphonu, konverzací na sociálních sítích, neformálních fotografií politiků doplněných o emotikony a odkazy například na Instagram nebo Tinder, pomocí kterého jsou představováni kandidáti.¹⁰⁴ Vysvětluje důležitost politiky, pracovní náplň politiků nebo způsob jak volit a udělovat preferenční hlasy. Kritizuje komunisty nebo SPD. Zabývá se pochopitelně také EU a výhodami, které České republice poskytuje. V závěru odpovídá na nejčastější dotazy – třeba kolik je v ČR migrantů nebo proč stát nelze řídit jako firmu a vyvrací mýty, které zemí kolovaly.¹⁰⁵

TOP 09 natočila hned několik videí. V jednom jsme mohli vidět čestného předsedu strany Karla Schwarzenberga, lídra pražské kandidátní listiny. V dalším figurovala Markéta Pekarová Adamová, která do Poslanecké sněmovny kandidovala z druhého místa za Schwarzenbergem. Ústřední postavou posledního spotu je Miroslav Kalousek, jenž stanul v čele kandidátky Středočeského kraje. Klipy jsou natočeny v humorném duchu a kromě uvedených politiků v nich vystupuje režisér, který se jim snaží sdělit svou verzi. Ta se ale nikomu nepozdává a dodávají, zda by nestačilo říct, že teď jde o všechno, o právo a demokracii a vyzvat spoluobčany, ať přijdou k volbám. Když jim režisér opáčí, že z toho stejně uhnou, odpoví: „Neuhneme.“¹⁰⁶

¹⁰³ TOP 09, [online]. TOP 09 odstartovala kampaň, ze svých hodnot "neuhne". 30.05.2017, [cit. 18.02.2023]. Dostupné z: <https://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/top-09-odstartovala-kampan-ze-svych-hodnot-neuhne-22544.html>.

¹⁰⁴ Instagram je již několik let pravděpodobně nejpopulárnější sociální sítí. Nejen kvůli možnosti chatování, ale převážně pro sdílení fotografií formou stálých příspěvků nebo tzv. stories, tedy příběhů, které po 24 hodinách zmizí. Tinder je oblíbená aplikace pro seznamování, kde pomocí filtrování ostatních uživatelů lze získat tzv. match, který znamená, že se dva lidé vzájemně kladně ohodnotili.

¹⁰⁵ SCHWARZENBERG, Karel, Dominik FERL a Markéta PEKAROVÁ ADAMOVÁ. *Tahle knížka není pro starý*. AD 13 Group, a.s., 2017.

¹⁰⁶ Přijďte k volbám. My neuhneme – režisérská verze. In: YouTube, [online]. 16.10.2017, [cit. 19.02.2023]. Kanál uživatele TOP 09. Dostupné z: <https://www.top09.cz/volby/archiv/2017-poslanecka-snemovna/>.

Kampaň TOP 09 považuji za poměrně nápaditou. Cílí na různé věkové kategorie, včetně mladé generace. Forma videí byla neotřelá a srozumitelná.

Obr. č. 8: Billboard TOP 09 v roce 2017



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

Starostové a nezávislí před volbami mluvili například o zvyšování platů učitelů, zvýšení investic do obrany země nebo jednodušším právním prostředím. Do programu začínajícího heslem „Umíme se postarat o naše obce, postaráme se i o náš stát.“ bylo zahrnuto ještě zjednodušení státní správy formou digitalizace, lepší propojení úřadů či příprava důchodové reformy.¹⁰⁷ V rámci kampaně se objevilo i heslo „Stát má sloužit, ne překážet.“, které naráží na výše zmíněnou problematiku. Volební spot je natočen jako setkání kandidátů s voliči. Vidět v něm můžeme různé věkové skupiny od dětí až po seniory. Politici mluví s příznivci o tom, že dobré učitele musíme umět zaplatit nebo že bychom mohli mít takové dálnice jako jinde v západní Evropě.¹⁰⁸

¹⁰⁷ Starostové a nezávislí, [online]. Volební program. [cit. 19.02.2023]. Dostupné z: <https://www.starostove-nezavisli.cz/volby/archiv/parlamentni-volby-2017/volebni-program>.

¹⁰⁸ Volební spot STAN 2017. In: YouTube, [online]. 07.10.2017, [cit. 19.02.2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=eHZjVWse6D4>. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU. Osobně bych video i billboardy a plakáty hnutí STAN ohodnotila oblíbenou českou větou „Nenadchne, neurazí.“ Klip byl poměrně krátký a volič se z něj nedozvěděl mnoho informací.

Obr. č. 9: Plakát Starostů a Nezávislých v roce 2017



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

Pokud se podíváme na finanční náklady za kampaně, zjistíme, že nejdražší měla ČSSD. Sociální demokraté za ni utratili 85,3 milionu korun. Hnutí ANO vyšla na 84,5 milionu a ODS na 82,7. Piráti jako třetí nejúspěšnější do kampaně dali „jen“ 16,3 milionu, SPD pak téměř 33,2. TOP 09 zaplatila 74,8, KDU-ČSL 55,6 milionu a STAN 56,7 milionu korun. V případě KSČM nešlo zprávu na jejich webových stránkách dohledat.¹⁰⁹ Kdybychom chtěli srovnat kampaně jednotlivých stran, nejspíš se shodneme na tom, že KSČM prohrála na plné čáře. Ani jednu složku neměla přizpůsobenou době, ve které se volby odehrávaly. Spoléhalo na své věrné voliče a snad jako kdyby se ani nesnažila získat nové podporovatele. ČSSD byla v kampani průměrná a na to, kolik peněz jí stála, nebyl výsledek uspokojivý. Byl totiž nejhorší od jejího vzniku. Velká část voličů jí patrně odešla k ANO, se kterým tvořila předchozí volební období ve Sněmovně většinu. To si naopak výrazně polepšilo. Dokázalo přesvědčit nové voliče, kampaň byla dobře

¹⁰⁹ iRohlas, [online]. Vyúčtování sněmovních voleb: ČSSD utratila přes 85 milionů, podobně na tom jsou i ANO a ODS. 24.01.2018, [cit. 27.07.2021]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kampan-parlamentni-volby-2017-cssd-ano-ods-urad-pro-dohled-zprava-o-financovani_1801241115_kno.

cílená, i když podle mě až infantilní. Dle mého názoru nejmodernější a nejzajímavější formu kampaně zvolili Piráti, kteří udrželi krok s dobou, nebáli se novinek a zariskování jim dopomohlo k jejich do té doby nejlepšímu výsledku. SPD svou metodou šíření strachu a dezinformací dosáhla také překvapivě dobrých čísel. Křesťanští demokraté a Starostové a Nezávislí vedli podobnou kampaň, kterou bych označila jako klasickou bez nějakých výrazných inovací. Zato TOP 09 poměrně překvapila. Využila svého nejmladšího poslance Dominika Feriho k oslovení mladších voličů a kampaň dostala modernější formu než v minulých letech.

Volební kampaň 2017 obsahovala několik nových prvků stejně tak jako již osvědčené součásti. Rozhodně byla profesionálnější než v minulých letech, ale tvůrci kampaně pro jednotlivé politické subjekty často tápali, jak efektivně oslovit určitou část elektorátu nebo jak se vizuálně odlišit od ostatních kampaní. Politolog Jan Kubáček ji označil za nezajímavou a postrádající poselství, proč se k volbám dostavit. Předseda Institutu politického marketingu Karel Komínek řekl, že se projevil trend, kdy politické strany zapojují odborníky na komunikaci a dávají větší důraz na sociální sítě. Snaží se efektivněji cílit a nezapomínat na data, která mají k dispozici. Tyto volby také přinesly novou formu kontaktní kampaně. Dříve bylo běžné se s voliči setkat maximálně na náměstí v několika regionech, které byly straně nakloněny, zatímco v roce 2017 se politici mnohem více objevovali na kulturních akcích jako jsou festivaly či koncerty.¹¹⁰

4.2 Volební kampaň 2021

Stejně jako v předchozí části své práce budu psát pouze o kampaních relevantních politických subjektů. Řazeny jsou opět od vítěze voleb. Ačkoli hnutí ANO vyhrálo na počet mandátů, budu se dříve věnovat koalici SPOLU, která zvítězila na počet hlasů, což považuji za relevantnější.

Volební koalice SPOLU byla tvořená hned třemi stranami, což z ní logicky tvořilo velmi silnou konkurenci pro ostatní. Za své priority si zvolila snižování dluhů, pořádek v daních, udržitelnost a zdravou krajinu, dostupné bydlení, kvalitní zdravotnictví a školství, chytrý stát a bezpečnost.¹¹¹ Koalice si zvolila heslo „Změna, které můžete věřit.“ To se objevovalo třeba na bigboardech a billboardech. Do kampaně zapojila také

¹¹⁰ TÝDEN.cz, [online]. Kampaně jsou nudné. Zaujali hlavně Piráti a Okamurova SPD. 17.10.2017, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: https://www.tyden.cz/rubriky/domaci/politika/kampane-jsou-nudne-zaujali-hlavne-pirati-a-okamurova-spd_450603.html.

¹¹¹ SPOLU, [online]. Program. [cit. 21.02.2023]. Dostupné z: <https://www.spolu21.cz/#program>.

autobus s nápisem „SPOLU dáme Česko dohromady“. V letních kinech nechala hrát oblíbenou českou komedii *Ženy v běhu* a nechyběla propagace na sociálních sítích. Cílila i na mladší voliče do 35 let, pro které připravila heslo „Spolu jdeme volit“ a její kandidáti obcházeli různá místa a vysvětlovali mladým důležitost účasti ve volbách.¹¹² Žádný volební klip nelze dohledat, jde se podívat jen na tiskové konference nebo video ze zahájení kampaně. V rámci představení kampaně varoval předseda koalice a lídr ODS Petr Fiala před extremisty a populisty. Odkazoval tak na jedno z hesel „Hrozba, kterou musíme zastavit“ které upozorňuje na nebezpečí v podobě hnutí ANO, KSČM a SPD. Předsedkyně TOP 09 Markéta Pekarová Adamová hovořila o nebezpečí v podobě zadlužování země, což dělal Andrej Babiš. Šéf KDU-ČSL Marian Jurečka doplnil, že jakousi vizitkou Babišovy vlády je i to, že Česká republika měla v době pandemie koronaviru nejdéle zavřené školy. Musela se však vypořádat i s méně příjemnými tématy, protože bývalý poslanec TOP 09 Dominik Feri byl obviněn ze sexuálního zneužívání. Jeho roli „tlumočníka pro mladé voliče“ tak převzali jiní kandidáti.¹¹³

Obr. č. 10: Billboard koalice SPOLU v roce 2021



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

¹¹² Mediaguru, [online]. Kampaně pro podzimní volby vstupují do finální fáze. 13.09.2021, [cit. 21.02.2023]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/09/kampane-pro-podzimni-volby-vstupuji-do-finalni-faze/>.

¹¹³ JEŘÁBKOVÁ, Dominika. Novinky.cz, [online]. Koalice Spolu představila kampaň, burcuje proti extremistům a populistům. 25.08.2021, [cit. 21.02.2023]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-spolu-zahajuje-horkou-fazi-kampane-40370031>.

V roce 2021 Andrej Babiš vydal v rámci volební kampaně další knihu nesoucí název *Sdílejte, než to zakážou*. Tato čtyři sta padesátí stránková knížka kapesního formátu má za úkol ukázat, co ANO dosud pro občany udělalo a jeho plán, jak se má Česká republika stát jednou z nejúspěšnějších zemí na světě. Lídr hnutí v ní uvádí, že je to naposledy, co kandiduje do Sněmovny a zdůrazňuje, že dokázal například z Bruselu přivést 42 miliard korun navíc. Kniha byla rozdávána zdarma a je také dostupná volně ke stažení.¹¹⁴ ANO již tradičně navázalo na svou kontaktní kampaň a často jezdilo do regionů a setkávalo se s voliči. Nezapomnělo ani na prezentaci na sociálních sítích. Zejména Twitter a Facebook jsou pro něj typické.¹¹⁵ V programu Andrej Babiš zdůrazňuje důležitost suverenity země, udržení vysoké zaměstnanosti a růst platů, důchodů, investic do nemocnic, ochranu přírody a rozvoj průmyslu.¹¹⁶

Ani YouTube videa neupadla v zapomnění. Tehdejší premiér přišel s formátem „Čau lidi“, ve kterém sděluje novinky. Kromě toho byla v rámci kampaně publikována videa, v nichž Babiš děkuje, ukazuje setkávání s voliči nebo často zavádějícími titulky vysvětlující údajné křivdy, kterých se mají dopouštět jiné strany. Heslem kampaně se stalo „Až do roztrhání těla“. Názvy některých klipů jsou například: „Budu vás bránit před koaličním podvodem“, „Budu bránit nezávislost Česka“ nebo „Budu vás bránit před Pirátostanem“. Právě proti koalici Pirátů a Starostů hnutí ANO bojovalo nejvíc. Na jeho kanále se objevila videa, která ujišťují, že tato koalice chce rozvrátit kulturu a tradice naší země, protože vítá uprchlíky nebo to, že zvažují zvyšování daně z nemovitosti. Ke konci září, když kampaň vrcholila, bylo nahráno video „Tohle fakt nechci“, na jehož začátku jsou lidé držící transparenty požadující nižší důchody, zdanění bytů, rušení aut nebo trestání úspěšných.¹¹⁷ Andrej Babiš poté uvádí, že nás bude bránit před chaosem těchto šílenců, před nelegálními migranty, bude bránit naši suverenitu a důchody a bojovat za nízké daně. Až do roztrhání těla.¹¹⁸ Hnutí nechyběly ani billboardy, na nichž byl vyobrazen buď Babiš sám nebo s některým dalším představitelem hnutí – například s Alenou Schillerovou, tehdejší ministryní financí.

¹¹⁴ BABIŠ, Andrej. *Sdílejte, než to zakážou!*. Praha: ANO 2011, 2021. ISBN 978-80-11-00000-4.

¹¹⁵ Twitter je sociální síť, kde uživatelé mohou zveřejnit kratší text, komentovat tzv. tweety neboli příspěvky ostatních uživatelů a navzájem je sdílet.

¹¹⁶ ANO, bude líp, [online]. Volební program 2021. [cit. 01.04.2023]. Dostupné z: <https://www.anobudelip.cz/file/edee/2021/ano-volebni-program.pdf>.

¹¹⁷ Andrej Babiš opět ve videu vystupoval v bílé košili.

¹¹⁸ Tohle fakt nechci! In: YouTube, [online]. 22.09.2021, [cit. 27.07.2022]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=fmeF7eZjy2o>. Kanál uživatele ANO.

Obr. č. 11: Billboard hnutí ANO v roce 2021



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

Koalice Pirátů a Starostů ve svém programu uvedla, že chce svobodný stát sloužící lidem. Prioritami pro ni byla transparentnost, otevřenost a vláda bez korupčních skandálů. Klíčové pro ni bylo i kvalitní a dostupné vzdělání, ochrana životního prostředí i splácení dluhů. V programu také uvedli nutnost stabilního a přehledného podnikatelského prostředí, dostupného bydlení, digitalizace, zvýšení dostupnosti kvalitního zdravotnictví v regionech nebo rozvoj infrastruktury. Heslem se stalo „Vraťme zemi budoucnost“.¹¹⁹ Kampaň probíhala nejen na internetu, ale i osobně. S voliči se setkávali kandidáti, dobrovolníci i lídři koalice (Ivan Bartoš a Vít Rakušan). Nechyběl ani tradiční autobus upozorňující na skandály vlády Andreje Babiše nebo hraní na harmoniku v podání předsedy Pirátů.¹²⁰ Voliči mohli přijít s koalicí do styku i díky novinám, letáčkům nebo třeba nanukům, které dobrovolníci v létě roznášeli. Zveřejněna byla i píseň s názvem Pirátostan, v níž Bartoš rapuje a zpívá i s dalšími představiteli politického subjektu. V klipu lze vidět převážně setkání kandidátů s voliči, ale i záběry z nahrávání písně.¹²¹

¹¹⁹ Piráti a Starostové, [online]. Program Pirátů a Starostů v 5 minutách. [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://www.piratiastarostove.cz/program-v-kostce/>.

¹²⁰ Mediaguru, [online]. Kampaň pro podzimní volby vstupují do finální fáze. 13.09.2021, [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/09/kampane-pro-podzimni-volby-vstupuji-do-finalni-faze/>.

¹²¹ Pirátostan (song). In: YouTube, [online]. 02.10.2021, [cit. 23.02.2023]. Kanál uživatele Piráti. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=IM5J7mRxVRA>.

Obr. č. 12: Billboard koalice PirSTAN



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

Poslední stranou, která se po volbách dostala do Parlamentu byla SPD. Ta jako obvykle preferovala kontaktní kampaň. Přišla s novinkou v podobě jarmarků, na kterých si lidé mohli nakoupit české potraviny za nižší ceny. Na ty jezdila ve svém kamionu zvaném SPĎák. Nechyběla ani hymna, kterou nazpíval zpěvák Petr Kolář. Strana využívala i sociální sítě, bannery, billboardy a letáky, na které mohli občané republiky narazit třeba i v městských hromadných dopravách. Na většině z nich byl vyfotografován lídr Tomio Okamura a můžeme tedy hovořit o velmi personalizované kampani, ve které byl předseda opět „v hlavní roli“. Na pozadí byla opět česká vlajka.¹²² Rozhovory s lidry byly otištěné v krajských denících.¹²³ Objevila se hesla jako „Děti do škol“, „Bojujeme s virem, ne s lidmi“ nebo „Plošné zákazy nejsou řešení“.¹²⁴ Tím upozorňovala na vládní opatření, kvůli kterým byly několik měsíců zavřené školy i různé podniky. SPD se také pasovala do role odpůrce očkování proti koronaviru. Ačkoli nevydala žádný oficiální

Formu kampaně považuji za vhodně zvolenou. Obsahovala osvědčené prvky, ale i některé nové. Grafika byla výrazná a tudíž těžko přehlédnutelná. Přesto mám dojem, že právě kvůli ní bylo hnutí STAN trochu potlačeno, protože byla jasně vidět inspirace designem Pirátů z předchozích let. Volební song mi nepřišel úplně nejpovedenější, ale celková prezentace byla dobrá a adekvátní.

¹²² Použití vlajky, státního symbolu České republiky, k dotvoření loga a pro pozadí billboardů považuji za neuctivé a neohleduplné. Lidé, kteří s hnutím nesympatizují, by neměli nabýt dojmu, že státní vlajka je známkou SPD.

¹²³ Mediaguru, [online]. Kampaně pro podzimní volby vstupují do finální fáze. 13.09.2021, [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/09/kampane-pro-podzimni-volby-vstupuji-do-finalni-faze/>.

¹²⁴ SPD, [online]. Fotografie z volební kampaně do Poslanecké sněmovny 2021. [23.02.2023]. Dostupné z: <https://www.spd.cz/fotografie-z-volebni-kampane-voleb-do-poslanecke-snemovny-2021/>.

klip, fanoušci nebyli ochuzeni o pravidelné aktuality v podání Tomia Okamury zveřejňované na YouTube nebo jiných platformách. Program nebyl pro nikoho překvapením. SPD opět volala po přímé demokracii a svobodách občanů. Odkazovala na prezidenta T. G. Masaryka a zakládala si na národních tradicích. Razantně odmítala přijetí eura, politiku EU a přijímání uprchlíků a požadovala kvalitní vzdělání a zdravotnictví.¹²⁵

Obr. č. 13: Plakát SPD v roce 2021



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

Ačkoli se žádná další strana za pomyslné brány Parlamentu nedostala, ráda bych představila kvůli závěrečnému srovnání ještě tři další subjekty. Dvěma z nich navíc ke vstupu do sněmovny stačilo jen několik málo desetin procentních bodů. Přísaha přišla s heslem „Jdeme zastavit rozkrádání naší země“. Hlavním prostředkem komunikace s voliči byl osobní kontakt.¹²⁶ V programu uvedla například nutnost zrychlení soudních procesů a zřízení soudů proti korupci. Požadovala zrušení regionálních rozdílů ve školství

¹²⁵ Programy do voleb, [online]. SPD. [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://2021.programydo voleb.cz/strana/svoboda-a-prima-demokracie---spd/volebni-program>.

¹²⁶ Mediaguru, [online]. Kampaně pro podzimní volby vstupují do finální fáze. 13.09.2021, [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/09/kampane-pro-podzimni-volby-vstupuji-do-finalni-faze/>.

a zvýšení investic do vzdělávání. Byla proti privatizaci nemocnic a pro lepší dostupnost zdravotní péče.¹²⁷

Obr. č. 14: Billboard hnutí Přísaha v roce 2021



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

ČSSD považovala za zásadní otázku, kdo zaplatí náklady vzniklé kvůli pandemii. Mottem se jí stalo „Spravedlivá země“, protože nechtěla dopustit, aby škody odnesla střední třída a chudší část obyvatelstva. Sociální demokraté byli striktně proti omezování a zpoplatňování veřejných služeb a chtěli stát, který by pomohl lidem v nouzi a dokázal zajistit důstojný život těm, kteří dodržují pravidla. V programu uvedli také to, že by rádi zkrátili pracovní dobu a zvýšili minimální mzdu. Za nutnou pokládali i reformu systému sociálních dávek nebo podporu rodin a vyšší přídatky na děti. Usilovali i o dostupnější bydlení.¹²⁸ Sama strana zveřejnila před volbami video, v němž za dramatické hudby kráčí předseda Jan Hamáček a mluví o tom, že nechce, aby nám někdo bral jistoty, dostávali jsme včas důchod, neplatili i lékaři, vždy se dočkáme sanitky, hasičů i policie. Hovoří také o nutnosti zachování vlastních tradic a kultury. Ačkoli celý klip vystupoval v béžovém kabátu, na konci je oblečen do své typické červené mikiny a dodává:

¹²⁷ Programy do voleb, [online]. Přísaha. [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://2021.programydivoleb.cz/strana/prisaha/volebni-program#zachovame-moderni-a-dostupne-zdravotnictvi>.

¹²⁸ Programy do voleb, [online]. ČSSD. [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://2021.programydivoleb.cz/strana/ceska-strana-socialne-demokraticka/volebni-program#podpora-rodin>.

„Já nepřevlékám kabáty ani svetry“. Závěr klipu působí jako výkřik do tmy, když lídr odchází ze záběru doprovázen velkým psem.¹²⁹

Obr. č. 15: Billboard ČSSD v roce 2021



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

Jako poslední stranu bych ráda zmínila KSČM. Ačkoli se určitého „zisku“ dočkala i Trikolora a Volný blok, nepovažují tato uskupení za relevantní a jejich kampaně nejsou podstatné ani pro závěrečné srovnání. Komunisté se nově rozhodli alespoň o nějakou propagaci na sociálních sítích. Billboardy nevyužili a nahradili je bannery zavěšenými na plotech či domech. Příznivci roznášeli letáky a poutače byly k vidění například ve veřejné dopravě. Vsadili ale především na kontaktní kampaň.¹³⁰ Zásadní bylo podle nich zajímat se o potřebné, péče o děti, přírodu i životní prostředí, vyšší zdanění bohatých a zajištění míru a bezpečí. Zástupci strany uvedli, že by Česká republika měla opustit NATO. Za své heslo zvolili „Šance na nový začátek“.¹³¹

¹²⁹ Volební klip ČSSD – Jan Hamáček – Změňte svůj osud. In: YouTube, [online]. 26.09.2021, [cit. 23.02.2023]. Kanál uživatele ČSSD. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=HNuu-Y7erzw>. Tento formát byl sice originální, ale neřekla bych, že úplně šťastně zvolený. Klip působí jako vrcholící část dramatického kriminálního seriálu. Poslední Hamáčková věta mi připadá naprosto neadekvátní. Klip je nicméně poměrně profesionálně natočen.

¹³⁰ Mediaguru, [online]. Kampaně pro podzimní volby vstupují do finální fáze. 13.09.2021, [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/09/kampane-pro-podzimni-volby-vstupuji-do-finalni-faze/>.

¹³¹ LANKAŠOVÁ, Markéta. iDNES, [online]. Vyžeňme kapitalisty ze státu, řekli komunisté. A odjeli na parníku. 28.08.2021, [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/brno/zpravy/predvolebni-kampan-kscm-start-volby-2021.A210828_133934_brno-zpravy_zdo.

Jestli se KSČM někam posunula, tak se jí konečně povedlo alespoň částečně přizpůsobit design propagačních materiálů 21. století.

Obr. č. 16: Plakáty KSČM v roce 2021



(zdroj: archiv Miroslava Šeptáka)

4.3 Srovnání volebních kampaní 2017 a 2021

Porovnejme nejprve kampaň z roku 2017 s tou 2021 z hlediska financí. V obou případech byla hranice stanovena na 90 milionů korun. Více tedy žádný subjekt volební kampaň utratit nesměl. Hnutí ANO se drželo oba roky těsně pod horní hranicí. V roce 2017 utratilo 84,5 milionu, v roce 2021 o přibližně 3 miliony víc, což je v podstatě zanedbatelná částka. Jiná situace ovšem nastala u ODS, TOP 09 a KDU-ČSL. Zatímco v roce 2017 kandidovala každá strana zvlášť, v roce 2021 šly do voleb jako koalice SPOLU. V prvním zkoumaném roce utratila ODS 82,6 milionu, TOP 09 74,8 a KDU-ČSL 55,6. Pokud bychom tyto částky sečetli, vyjde nám 213 milionů. Po spojení v roce 2021 se musely tyto strany uskromnit na „pouhých“ 89,7 milionu a získaly tak pomyslné první místo v žebříčku nejdražších kampaní. Není se ale čemu divit. Piráti nejprve utratili 16,2 milionu a jejich kampaň byla tou nejlevnější. Starosty a Nezávislé oproti tomu kampaň vyšla na 56,7 milionu. Vezmeme-li v úvahu, že v roce 2017 Piráti dosáhli na 22 mandátů a STAN jen na 6, spatřujeme určitý nepoměr. V roce 2021 po spojení do koalice náklady stouply na 81,3 milionu. Kdybychom ale sečetli útraty z roku 2017, dospějeme k výsledku 72,9 milionu. Takže oproti druhé koalici PirSTAN před další kampaní ještě téměř 10 milionů přidal. Náklady SPD byly v roce 2017 poměrně nízké – 33 milionů. Zato o čtyři roky později vyšplhaly na 75,9. KSČM stála kampaň prvně

36 milionů, v roce 2021 o něco méně – 31,7. A ČSSD z 85,3 milionu klesly výdaje na 54,4. Obecně lze konstatovat, že ANO tradičně utrácí hodně a blíží se vždy pomyslnému stropu. Stejně tak bylo zřejmé, že ani obě koalice nebudou úplně šetřit. Musely prvně představit nově vzniklá uskupení, než vůbec šlo podniknout další kroky. SPD v roce 2021 vložila do kampaně více než dvakrát tolik co v roce 2017, což se na konečném počtu křesel ve Sněmovně nijak nepodepsalo. KSČM i ČSSD i přes své předvolební snažení a vydané finanční prostředky zůstaly za branami Parlamentu.

Tab. č. 4: Srovnání nákladů za kampaň 2017 a 2021

náklady za kampaň	2017	2021
ANO	84,5	87,6
ODS	82,6	89,7
TOP 09	74,8	
KDU-ČSL	55,6	
Piráti	16,2	81,3
STAN	56,7	
SPD	33	75,9
KSČM	36	31,7
ČSSD	85,3	54,4

*údaje jsou uvedeny v milionech korun

Zdroj: vlastní na základě informací z https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/politicke-strany-hnuti-volby-kampan-snemovna-ucet-leden-vydaje-urad.A220110_084242_domaci_vank, <https://www.e15.cz/volby/volby-2017/babisuv-poslanec-za-milion-kalouskuv-za-deset-strany-uz-vykazaly-naklady-na-kampan-1342839>.

Co se týče formy kampaně, většina politických subjektů se držela svých osvědčených metod. Hnutí ANO volilo rázná hesla, která působila až lidovým dojmem. Předseda Andrej Babiš v rámci obou kampaní sepsal knihu a preferoval kontaktní kampaň. Bylo evidentní, že se jedná o tzv. stranu jednoho muže, kterým je právě Babiš, jenž byl také v hlavní roli obou volebních klipů i většiny billboardů a plakátů. Sociální síť hnutí ANO hojně využívalo a sdílelo i poměrně neformální videa, kterými se snažilo oslovit „normální“ voliče. U nyní vládnoucích koalic jsme mohli vidět to, jak před volbami hledaly společný program a snažily se sjednotit vystupování. Grafická stránka kampaně SPOLU nejvíce odrážela tu, se kterou se v roce 2017 prezentovala ODS.

Rozdílným prvkem oproti druhé volební koalici bylo jasné určení lídra. SPOLU od začátku deklarovala, že v jejím čele stojí Petr Fiala, zatímco PirSTAN uvedl, že Ivan Bartoš (Piráti) a Vít Rakušan (STAN) jsou dva rovnocenní předsedové, kteří se střídali dokonce i v předvolebních debatách.¹³² Celá kampaň mnohem více reflektovala Piráty, kteří do koalice vstupovali jako silnější subjekt. Vzhled propagačních materiálů v roce 2021 neodrážel téměř vůbec styl STANu. Nepochybně se jednalo o nejmodernější kampaň, která cílila především na mladší voliče. Kontaktní kampaň obou koalic byla v roce 2021 častější než v roce 2017, což není překvapením, protože se na ní mohlo podílet mnohem více dobrovolníků a členů stran. U SPD jsme nezaregistrovali, kromě jarmarků, žádné výrazné novinky. Celá kampaň stála na Tomio Okamurovi a extremistickém nacionalismu, odmítání uprchlíků, požadavků referenda nebo vystoupení z Evropské unie. Kampaň byla nejen kontaktní, ale i na sociálních sítích byl Okamura často k vidění. Ve svých videích uváděl dezinformace nebo šířil strach. ČSSD se zase držela svých tradičních hesel a kampaň v roce 2021 se odlišovala snad jen upravenou grafikou, která ale nebyla nijak zvlášť výrazná. To platí i o KSČM, která sice upustila od neprofesionálních volebních klipů a propagační materiály značně vylepšila, ale nepochybně jí uškodila skutečnost, že její předseda Vojtěch Filip již před volbami prohlásil, že o další volební období nestojí.

¹³² To mohlo na voliče působit nejistým dojmem.

Závěr

Volby 2017 i 2021 mají několik podobností, přesto se však v mnohém liší. První zmiňovaný rok vyhrálo „na plné čáře“ hnutí ANO a po dlouhých jednáních se mu podařilo dohodnout se na vládě s ČSSD za tiché podpory komunistů. Předvolební průzkumy mu přičítaly téměř 30 % hlasů a tato predikce se potvrdila. Zato ČSSD zaznamenala do té doby největší propad a konečný počet hlasů byl ještě nižší, než s jakým počítala. Velké překvapení bylo to, že Piráti skončili na třetím místě, s čímž možná ani oni sami nepočítali. Zajímavá situace nastala po volbách, protože se v podstatě všechny strany, kromě vítězného ANO, „zabydlely“ v opozici a skoro to vypadalo, že vládnout se nikomu nechce. Úplný opak se stal o čtyři roky později, kdy většina vznikla snad ještě v průběhu sčítání hlasů, když už bylo zřejmé, že zvítězí koalice SPOLU a nepřichází pro ni v úvahu spolupráce s nikým jiným než Piráty a STAN. SPD nebo ANO nestihly ani pomyslet na ministerské posty.

Prvním cílem mé bakalářské práce bylo zjistit, čím byly ovlivněny konečné výsledky a pozorovat volební chování. Konečné výsledky ovlivnil soubor několika aspektů, na jehož základě se elektorát rozhodoval. Zahrnout sem můžeme témata voleb, která v roce 2017 byla poměrně obecná, ale v roce 2021 se jimi stala pandemie koronaviru a existence volebních koalic. I funkce lídra hrála důležitou roli. V této kategorii pomyslně vyhrál Tomio Okamura, který u svých voličů vzbuzoval velké sympatie. Předvolební průzkumy také ovlivnily chování některých voličů, ale v roce 2021 se jimi více než milion lidí neřídilo, protože volili stranu, která skončila pod pětiprocentní uzavírací klauzulí. Volební program nehrál takovou roli jako dřív. Způsobil to především rozvoj sociálních sítí, který vyvolal jistou nechuť u části elektorátu číst delší texty. Neznamená to však, že by pro voliče již nebyl důležitý, jen bylo nutné jej prezentovat v jiné podobě. Ideové zakotvení strany mělo rozhodně vliv na chování voličů, zatímco u volebních kampaní to nejde nijak změřit, protože si volič ani nemusí uvědomovat, že se ocitl pod vlivem některé z nich. Debaty s lídry stran v televizi jsou stále hojně sledované a jsou významnou součástí voleb. Zatímco v roce 2017 závěrečnou superdebatu ČT sledovalo přibližně 822 tisíc diváků, v roce 2021 jejich počet vzrostl na více než milion. Zaměříme-li se na volební chování elektorátu, připadá mi překvapivé, že více voličů bylo rozhodnuto dříve než měsíc před volbami v roce 2021 než v roce 2017. Zároveň se mi zdá zvláštní, že právě v roce 2021 enormní množství hlasů propadlo. Jako by tomu milionu voličů snad ani nezáleželo na tom, že jejich strany dlouho před volbami balancují nad propastí

v podobě pětiprocentní uzavírací klauzule. Když nějakému politickému subjektu agentury zpracovávající předvolební průzkumy dlouhodobě připisují méně než pět procentních bodů, je to již určitým ukazatelem toho, že by se strana nemusela do Parlamentu dostat. Lze také zpozorovat změnu volebního chování v podobě odklonu od levicových stran, které již v roce 2017 nezískaly velkou podporu, ale volby 2021 pro ně skončily naprostým fiaskem. Hlasy voličů levice se tedy částečně přesunuly k hnutí ANO nebo Přísaze. Za pozoruhodnou považuji i skutečnost, kdy voliči PirSTANu v podstatě pomocí preferenčních hlasů nedali Pirátům možnost na získání poslaneckých křesel. Za změnu, kterou přinesly výsledky voleb v roce 2021, do značné míry „mohou“ mladí voliči, kteří buď volili poprvé, tzv. prvovoliči, nebo ti, kteří si uvědomili, že jejich budoucnost bude nová vláda zásadním způsobem ovlivňovat. Kampaň obou volebních koalic cílená na témata jako dostupnost bydlení, manželství pro všechny nebo digitalizace přiměla jít k volbám i ty, kteří by jindy pravděpodobně zůstali doma. Oproti tomu voliči tradiční levice postupně vymírají, protože se jedná převážně o lidi v pokročilejším věku nebo přecházeli k hnutí ANO či Přísaze. Velká část propadlých hlasů v roce 2021 patřila právě lidem starších 55 let. Zato hlasy nastupující generace elektorátu nepropadaly téměř vůbec, a protože z výzkumů vyplývá, že právě tato skupina nejčastěji volila volební koalice PirSTAN nebo SPOLU a jejich chování bylo pro tyto volby klíčové.

Srovnání konečných výsledků, druhý cíl mé práce, jsem uskutečnila především pomocí názorných tabulek. Využila jsem ale i grafy, pomocí kterých jsou znázorněny změny procentních bodů v předvolebních průzkumech. Ačkoli každá agentura zabývající se tímto tématem si je vědoma toho, že jejich údaje nejsou stoprocentně přesné, někdy je až neskutečné, o kolik se reálný výsledek liší. Za nejprekvapivější v roce 2017 pokládám právě procentní zisk Pirátů, kdy se předpoklad od výsledku lišil o téměř pět procentních bodů. Z opačné perspektivy jsou to konečná čísla ČSSD a KSČM. Obě strany obdržely přibližně o čtyři procentní body méně, než jim výzkumy prisuzovaly. V roce 2021 se z nečekaného výsledku těšilo vítězné SPOLU, které si oproti poslednímu předpokladu přilepšilo o více než pět procentních bodů. PirSTAN si nejspíš i díky nim pohoršil.

Zapotřebí je ale také zmínit, že ačkoliv je možné dospět k obecným závěrům či předpokladům toho, jak se elektorát rozhodoval, nikdy nezískáme výsledky, které by byly absolutně přesné. Jednou ze zásad voleb je (naštěstí) fakt, že jsou tajné. Nikdo nemusí sdělovat skutečnost, kterou stranu volil. Nikdo nečelí podezření či obvinění, pokud volí za plentou. Dnes to vnímáme jako samozřejmost, ale není to tak dávno, kdy každý, kdo odevzdal hlas někomu jinému než tzv. Jednotné kandidátce Národní fronty, riskoval

v lepším případě kariéru, v horším život. Díky tomu se žádná agentura ani žádný politolog nikdy nedoví, jaké procesy probíhaly v hlavě konkrétního voliče. Ačkoli pochopitelně můžeme generalizovat a někdy je to nezbytné právě pro to, aby šlo pozorovat určitý vývoj, nevidíme příběhy jednotlivých lidí, kteří se schovávají za procenty hlasů a jejich důvod pro volbu dané politické strany.

Třebaže se téměř o každých volbách mluví jako o zásadních, ne všechny bych do této kategorie zařadila. Mám pocit, že je to dáno hlavně médií, která před téměř všemi volbami vysílají debaty s odborníky a člověk má někdy tendenci uvažovat o možné nové vládě, prezidentovi či zastupitelstvu jako o spáse a přikládá volbám větší důležitost, než jakou mají doopravdy. Je ale zřejmé, že volby do Poslanecké sněmovny nebo ty prezidentské jsou těmi nejdiskutovanějšími. Hýbou celou společností, narozdíl třeba od senátních voleb, které neprobíhají v celé republice najednou. Ačkoli jsou samozřejmě i volby do horní komory Parlamentu důležité, nemají takový dopad na společnost jako celek, protože obyvatelé řeší kandidáty na senátora převážně v okrese, kde mají trvalé bydliště, a tudíž možnost rozhodovat. Ani volby do krajských či obecních zastupitelstev tolik neštěpí společnost, protože se přeci jen rozhoduje na menším území a lidé z jedné oblasti příliš nezajímá, kdo se uchází o mandát v jiném regionu. Bohužel ani volby do Evropského parlamentu, které mají zpravidla velmi nízkou účast, nejsou nijak žhavým tématem. Zato před volbami do Poslanecké sněmovny je napětí zpravidla velké. A řekla bych, že v roce 2021 nešlo jen o pořadí stran a počty mandátů. Zároveň se jednalo o jakési hodnocení hnutí ANO, které velkou část obyvatelstva zklamalo nejen svými opatřeními během koronaviru, ale i četnými značně populistickými kroky. Hlasy většiny demokratických občanů se tak rozdělily mezi obě koalice, což byl jeden ze zásadních faktorů těchto voleb a rozhodně sehrál vliv i ve volebním chování voličů. Myslím si, že země je tak dodnes rozdělená na pomyslné dva tábory. První z nich se dočkal vytouženého vítězství v roce 2017. Tento rok znamenal naději nejen pro voliče ANO, ale i příznivce ČSSD a KSČM. Jen podporovatelé SPD, které do této skupiny řadím, se radovat nemohli. Ale o čtyři roky později tuto část elektorátu čekalo zklamání, když ANO ve volbách poměrně těsně prohrálo a zastoupení ve vládě získala druhá, demokratičtější smýšlející, část populace.

Seznam tabulek, grafů a obrázků

Graf č. 1: Důvody volby politické strany	22
Graf č. 2: Kdy se voliči rozhodli pro volbu vybrané strany v roce 2017?.....	23
Graf č. 3: Kdy se voliči rozhodli pro volbu vybrané strany nebo koalice v roce 2021?	24
Graf č. 4: Vývoj volebních preferencí od ledna do září 2017.....	31
Tab. č. 1: Srovnání výsledků s předpoklady v roce 2017	32
Graf č. 5: Vývoj volebních preferencí od ledna do září 2021	34
Tab. č. 2: Srovnání výsledků s předpoklady v roce 2021	36
Tab. č. 3: Srovnání volebních výsledků 2017 a 2021	40
Obr. č. 1: Billboard hnutí ANO v roce 2017	43
Obr. č. 2: Billboard ODS v roce 2017	44
Obr. č. 3: Plakát České pirátské strany v roce 2017	45
Obr. č. 4: Plakát SPD v roce 2017	46
Obr. č. 5: Plakát KSČM v roce 2017	47
Obr. č. 6: Billboard ČSSD v roce 2017	48
Obr. č. 7: Plakát KDU-ČSL v roce 2017	49
Obr. č. 8: Billboard TOP 09 v roce 2017.....	51
Obr. č. 9: Plakát Starostů a Nezávislých v roce 2017.....	52
Obr. č. 10: Billboard koalice SPOLU v roce 2021	54
Obr. č. 11: Billboard hnutí ANO v roce 2021	56
Obr. č. 12: Billboard koalice PirSTAN.....	57
Obr. č. 13: Plakát SPD v roce 2021	58
Obr. č. 14: Billboard hnutí Přísaha v roce 2021	59
Obr. č. 15: Billboard ČSSD v roce 2021	60
Obr. č. 16: Plakáty KSČM v roce 2021	61
Tab. č. 4: Srovnání nákladů za kampaň 2017 a 2021	62

Seznam odborné literatury a elektronických zdrojů

Odborná literatura

BABIŠ, Andrej. *Sdílejte, než to zakážou!* Praha: ANO 2011, 2021. ISBN 978-80-11-00000-4.

EIBL, Otto a Miloš GREGOR. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2017*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2019. Politologická řada. ISBN 978-80-7325-476-6.

KUBÁT, Michal. *Teorie antisystémové strany*. Politologický časopis / Czech journal of political science. Brno: Masarykova univerzita, 2/2007. ISSN 1211-3247.

LINEK, Lukáš. *Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990-2010*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013. Politologická řada. ISBN 978-80-7325-314-1.

PILEČEK, Radek. *Efekt souseda a jeho vliv na volební chování v českých parlamentních volbách*. Praha, 2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Přírodovědecká fakulta, Regionální a politická geografie. Vedoucí práce RNDr. Tomáš Kostecký, CSc.

SCHWARZENBERG, Karel, Dominik FERI a Markéta PEKAROVÁ ADAMOVÁ. *Tahle knížka není pro starý*. AD 13 Group, a.s., 2017.

ŠIMÍČEK, Vojtěch, ed. *Volební kampaň v České republice*. Brno: Masarykova univerzita, 2000. ISBN 80-210-2352-X.

WLEZIEN, Christopher a Robert S. ERIKSON. *Campaign effects in theory and practice*. American Politics Research, 2001.

Elektronické zdroje

ANO, bude líp, [online]. Smlouva Andreje Babiše s občany. [cit. 26.07.2022]. Dostupné z: <https://www.anobudelip.cz/smlouva/>.

ANO, bude líp, [online]. Volební program 2021. [cit. 01.04.2023]. Dostupné z: <https://www.anobudelip.cz/file/edee/2021/ano-volebni-program.pdf>.

BEHAVIO, [online]. Volby 2017: Volební rozhodování, kampaně a povolební realita. [cit. 27.06.2022]. Dostupné z: https://mapavolicu.behavio.cz/downloads/BEHAVIO_volby_2017_kampane_a_povolebni.pdf.

ANTUNES, Rui. Theoretical models of voting behaviour. Escola Superior de Educação - Instituto Politécnico de Coimbra, 2010. Dostupné z: http://exedra.esec.pt/docs/N4/10C_Rui-Antunes_pp_145-170.pdf.

Centrum pro výzkum veřejného mínění, [online]. Osobní dotazování face to face. [cit. 10.06.2022]. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/vyzkumy/nabidka-vyzkumu/osobni-dotazovani-face-to-face>.

CVVM, [online]. Volební model leden až září 2017. [cit. 11.07.2022]. Dostupné z: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/>.

České noviny, [online]. Nejdražší kampaň ve volbách do Sněmovny měla vítězná koalice Spolu. 10.01.2022, [cit. 27.07.2022]. Dostupné z: <https://www.ceskenoviny.cz/zpravy/nejdrazsi-kampan-ve-volbach-do-snemovny-mela-vitezna-koalice-spolu/2143862>.

Český statistický úřad, [online]. Metody pro přepočítání hlasů na mandáty. [cit. 13.06.2022]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/metody_pro_prepocet_hlasu_na_mandaty.

Člověk v tísni, [online]. Jak funguje financování politických stran a přerozdělování mandátů v ČR? 06.09.2021, [cit. 13.06.2022]. Dostupné z: <https://www.clovekvtisni.cz/financovani-politickych-stran-v-ceske-republice-7998gp>.

ČSSD, [online]. ČSSD představila program pro volby do Poslanecké sněmovny. [cit. 13.02.2023]. Dostupné z: <https://www.cssd.cz/volby2017/cssd-predstavuje-program-pro-volby-do-poslanecke-snemovny/>.

ČT24, [online]. Ve volbách propadl milion hlasů, nejvíc v historii Česka. 10.10.2021, [cit. 30.10.2022]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3383618-ve-volbach-propadl-milion-hlasu-nejvic-v-historii-ceska>.

ČT24, [online]. Volby 2017 - Superdebata: Poslední slovo. 19.10.2017, [cit. 27.06.2022]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/11966400156-parlamentni-volby-2017/217411033181019/>.

ČT24 [online]. Volby 2021: Programové postoje stran. [cit. 22.06.2022]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/specialy/3352620-volby-2021-programove-postoje-stran>.

ČT24, [online]. Volby 2021 - Superdebata. [06.10.2021], cit. [27.06.2022]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/14311626553-volby-2021/221411033171007/>.

Deník N, [online]. Na zámku v Lánech začalo jmenování ministrů nové vlády premiéra Petra Fialy. 17.12.2021, [cit. 21.06.2022]. Dostupné z: <https://denikn.cz/minuta/770637/>.

E15.cz, [online]. Aktuální volební průzkumy: Jak agentury zpracovávají výsledky? 29.09.2021, [cit. 20.06.2022]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/volby/volby-do-snemovny/aktualni-volebni-pruzkumy-jak-agentury-zpracovavaji-vysledky-1381628>.

E.15, [online]. ČSSD rozjela kampaň. Zaorálek na plakátech a inzerátech vyhlašuje válku levné práci. 10.08.2017, [cit. 13.02.2023]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/volby/volby-2017/cssd-rozjela-kampan-zaoralek-na-plakatech-a-inzeratech-vyhlasuje-valku-levne-praci-1336040>.

E15.cz, [online]. Konečné výsledky voleb – Kraj jihočeský. [cit. 17.06.2022]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/volby-2017/vysledky-voleb/kraj-jihocesky/?kraj=3>.

E15.cz, [online]. Volební účast: Data a historické srovnání pro všechny volby. 14.01.2023, [cit. 26.01.2023]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/volebni-ucast-v-cr>.

FERJENČÍK, Mikuláš, [online]. Piráti zahájili kampaň: Pust'te nás na ně! vyzýval voliče lídr strany Bartoš. 26.05.2017, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: <https://www.pirati.cz/jak-pirati-pracuji/pirati-zahajili-kampan-pustte-nas-na-ne-vyzyval-volice-lidr-strany-bartos/>.

Frekvence 1, [online]. VOLBY 2017: Babiš zahájil povolební vyjednávání, Zeman by uvítal vládu s ČSSD. 22.10.2017, [cit. 12.07.2022]. Dostupné z: <https://www.frekvence1.cz/clanky/zpravy/volby-2017-babis-zahajil-povolebni-vyjednavani-zeman-by-uvital-vladu-s-cssd.shtml>.

GAJDUKOVÁ Elena a Anežka ČERMÁKOVÁ. E15.cz, [online]. Záleží na tom, kdo zvedne telefon. Proč volby dopadnou jinak, než předpovídají průzkumy. 04.10.2021, [cit. 10.06.2022]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/volby/volby-do-snemovny/zalezi-na-tom-kdo-zvedne-telefon-proc-volby-dopadnou-jinak-nez-predpovidaji-pruzkumy-1383008>.

Hlídač státu, [online]. Hnutí ANO – Parlamentní volby 2017. [cit. 26.07.2022]. Dostupné z: <https://texty.hlidacstatu.cz/volebni-kampane/ano-parlamentni-volby-2017/>.

Hlídač státu, [online]. ODS – Parlamentní volby 2017. [cit. 30.10.2022]. Dostupné z: <https://texty.hlidacstatu.cz/volebni-kampane/ods-parlamentni-volby-2017/>.

HORKÝ, Petr. Kdo nahradí tradiční levici. RESPEKT, [online]. 14.05.2021, [cit. 30.10.2022]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/kontext/kdo-nahradi-tradicni-levici>.

iDNES, [online]. Kde je vyšší šance na dožití, tam lidé volili vládní koalici, ukázal průzkum. 01.06.2022, [cit. 08.07.2022]. Dostupné z:

https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/tema-snemovnich-voleb-2021-covid-kraje-preference-opozice-koalice.A220601_140450_domaci_hend.

iDNES, [online]. Nejsledovanější předvolební debata byla na ČT, přilákala milion diváků. 11.01.2021, [cit. 27.10.2022]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/mediahub/predvolebni-debaty-sledovanost.A211011_101418_mediahub_jpl.

iDNES, [online]. Piráti a STAN získají 34 procent hlasů, druhé ANO 22, tvrdí průzkum Kantar. 14.03.2021, [cit. 27.10.2022]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/volebni-model-kantar-cz-volby-politicke-strany.A210314_122704_domaci_indr https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/volebni-model-kantar-cz-volby-politicke-strany.A210314_122704_domaci_indr.

iDNES, [online]. Výsledky voleb v České republice. [20.06.2022]. <https://www.idnes.cz/volby/parlamentni/2021>.

Info.cz, [online]. Volby 2017: voliči se rozhodovali na poslední chvíli, třetina nevidí možnou vládu. 21.10.2017, [cit. 14.07.2022]. Dostupné z: <https://www.info.cz/archiv/volby-2017-volici-se-rozhodovali-na-posledni-chvili-tretina-nevidi-moznou-vladu>.

Institut politického marketingu, [online]. Slovník politického marketingu: Volební chování. 2015, [cit. 17.06.2022]. Dostupné z: <https://politickymarketing.com/glossary/volebni-chovani>.

iRozhlas, [online]. Median pro Český rozhlas. Hlavními tématy před volbami jsou podle Čechů zdravotnictví a justice. Účast plánují dvě třetiny lidí. 08.09.2021, [cit. 21.06.2022]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/pruzkum-median-volby-temata-zdravotnictvi-justice-skolstvi_2109080600_tzr.

iRozhlas, [online]. Median pro Český rozhlas. Průzkum: Velká část voličů měla jasno už měsíc před volbami. Rozhodovalo i složení předvolebních koalic. 16.10.2021, [cit. 23.06.2022]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/bleskovy-pruzkum-cro-median-volby-2021-poslanecka-snemovna-koalice-levice_2110160600_kro.

iRozhlas, [online]. Parlamentní volby 2017. [cit. 08.07.2022]. Dostupné z: <https://www.irozhlas.cz/volby/parlamentni-volby-2017>.

iRozhlas, [online]. Strany a hnutí zatím za kampaň utratily přes čtvrt miliardy. Nejvíce ČSSD a TOP 09. 17.10.2017, [cit. 26.07.2022]. Dostupné z:

https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/strany-a-hnuti-zatim-za-predvolebni-kampan-utraily-pres-ctvrt-miliardy-nejvice_1710170600_kno.

iRohlas, [online]. Vyúčtování sněmovních voleb: ČSSD utratila přes 85 milionů, podobně na tom jsou i ANO a ODS. 24.01.2018, [cit. 27.07.2021]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/kampan-parlamentni-volby-2017-cssd-ano-ods-urad-pro-dohled-zprava-o-financovani_1801241115_kno.

JEŘÁBKOVÁ, Dominika. Novinky.cz, [online]. Koalice Spolu představila kampaň, burcuje proti extremistům a populistům. 25.08.2021, [cit. 21.02.2023]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-spolu-zahajuje-horkou-fazi-kampane-40370031>.

KDU-ČSL, [online]. KDU-ČSL: Do horké části kampaně zodpovědně pro společný domov. 05.09.2017, [cit. 17.02.2023]. Dostupné z: <https://www.kdu.cz/aktualne/archiv/2017/kdu-csl-do-horke-casti-kampane-zodpovedne-pro-spol>.

KDU-ČSL, online. Volební program 2017 - Řešení pro tři generace a jednu společnou budoucnost České republiky. 29.08.2017, [cit. 17.02.2023]. Dostupné z: <https://www.kdu.cz/aktualne/archiv/2017/volebni-program-2017>.

LANKAŠOVÁ, Markéta. iDNES, [online]. Vyžeňme kapitalisty ze státu, řekli komunisté. A odjeli na parníku. 28.08.2021, [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/brno/zpravy/predvolebni-kampan-kscm-start-volby-2021.A210828_133934_brno-zpravy_zdo.

LIPOLD Jan. Seznam Zprávy, [online]. Komentář: Kampaň byla špinavá tak akorát. 08.10.2021, [cit. 26.07.2022]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/komentar-kampan-byla-spinava-tak-akorat-176768>.

Mediaguru, [online]. Kampaně pro podzimní volby vstupují do finální fáze. 13.09.2021, [cit. 21.02.2023]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/09/kampane-pro-podzimni-volby-vstupuji-do-finalni-faze/>.

Median, [online]. Volební model leden až září 2017. [cit. 11.07.2022]. Dostupné z: <https://www.median.eu/cs/>.

Milion chviliek pro demokracii, [online]. Proč a jak u voleb kroužkovat: 09.09.2021, [cit. 13.06.2022]. Dostupné z: <https://milionchvilek.cz/clanek/proc-a-jak-u-voleb-krouzkovat>.

Ministerstvo financí České republiky, [online]. Příspěvky vyplacené politickým stranám, politickým hnutím a koalicím v roce 2021. 17.02.2022, [cit. 13.06.2022]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/podpora-z-narodnich-zdroju/politicke-strany-a-hnuti/prispevky-vyplacene-politickym-stranam-p-46509>.

Ministerstvo vnitra České republiky, [online]. Hlasování na voličský průkaz (2021). [cit. 27.10.2022]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/clanek/hlasovani-na-voliccky-prukaz.aspx>.

Novinky.cz, [online]. Duel ani superdebata nedosáhly milionové sledovanosti. 20.10.2017, [cit. 01.04.2023]. Dostupné z: https://www.novinky.cz/clanek/kultura-duel-ani-superdebata-nedosahly-milionove-sledovanosti-40049191_

PERGLER, Tomáš. Pod palbou hoaxů. Piráti zakoušejí odvrácenou stranu popularity. Seznam zprávy, [online]. 25.03.2021, [cit. 30.10.2022]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/pod-palbou-hoaxu-pirati-zakouseji-odvracenou-stranu-popularity-148340>.

PILOUS Patrik. České volby, [online]. Volební programy: Rozhodují se voliči v ČR podle volebních programů? 25.10.2018, [cit. 22.06.2022]. Dostupné z: <https://www.ceske-volby.cz/2018/10/25/volebni-programy/>.

Piráti: Pusťte nás na ně. Všichni nekradou! In: YouTube, [online]. 26.09.2017, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=5f0-nQLHHM4>. Kanál uživatele Piráti.

Piráti a Starostové, [online]. Program Pirátů a Starostů v 5 minutách. [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://www.piratiastarostove.cz/program-v-kostce/>.

Pirátostan (song). In: YouTube, [online]. 02.10.2021, [cit. 23.02.2023]. Kanál uživatele Piráti. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=IM5J7mRxVRA>.

Politicke.Finance.cz, [online]. [cit. 13.06.2022]. Dostupné z: <https://www.politicefinance.cz/>.

Politický slovník, [online]. Ideál typy volebního chování. [cit. 17.06.2022]. Dostupné z: <http://www.politicky-slovník.cz/politicke-mysleni/ideal-typy-volebniho-chovani/>.

Pražský patriot, [online]. Pirátská loď zakotví v Modřanech a u náplavky na Výtoni. 07.09.2017, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: <https://www.prazskypatriot.cz/piratska-lod-zakotvi-v-modranech-a-u-naplavky-na-vytoni/>.

PROKOP, Daniel. PAQ, [online]. První povolební analýza: Jak volily skupiny voličů? A jak se přelévaly hlasy během roku? 01.11.2021, [cit. 23.06.2022]. Dostupné z: https://www.paqresearch.cz/post/analyza_volby_2021.

PROKOP D., J. KOMÁREK A N. FABŠÍKOVÁ, [online]. Analýza volebního chování ve sněmovních volbách 2021. 01.11.2021, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: file:///C:/Users/recright/Downloads/PAQ_Povolebni_studie_PSP2021.pdf.

Programy do voleb, [online]. ČSSD. [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://2021.programydovoleb.cz/strana/ceska-strana-socialne-demokraticka/volebni-program#podpora-rodin>.

Programy do voleb, [online]. Přísaha. [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://2021.programydovoleb.cz/strana/prisaha/volebni-program#zachovame-moderni-a-dostupne-zdravotnictvi>.

Programy do voleb, [online]. SPD. [cit. 23.02.2023]. Dostupné z: <https://2021.programydovoleb.cz/strana/svoboda-a-prima-demokracie---spd/volebni-program>.

Přijďte k volbám. My neuhneme – režisérská verze. In: YouTube, [online]. 16.10.2017, [cit. 19.02.2023]. Kanál uživatele TOP 09. Dostupné z: <https://www.top09.cz/volby/archiv/2017-poslanecka-snemovna/>.

Seznam zprávy, [online]. Covid „položil“ 130 tisíc živností. Restart ale bude silný, vzkazuje podnikatelům Dlouhý. 15.03.2021, [cit. 27.10.2022]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/covid-uz-polozil-130-tisic-zivnosti-prijde-vlna-bankrotu-varuje-dlouhy-147143>.

SPD, [online]. Tomio Okamura: Volební program hnutí SPD 2017. cit. [07.02.2022]. Dostupné z: <https://www.spd.cz/tomio-okamura-volebni-program-hnuti-spd-2017/>.

SPOLU, [online]. Program. [cit. 21.02.2023]. Dostupné z: <https://www.spolu21.cz/#program>.

Starostové a nezávislí, [online]. Volební program. [cit. 19.02.2023]. Dostupné z: <https://www.starostove-nezavisli.cz/volby/archiv/parlamentni-volby-2017/volebni-program>.

STEM Empirický výzkum pro demokracii, [online]. Volební model. [cit. 09.06.2022]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/volebni-model/>.

STEM/MARK, [online]. Volební výzkumy. [cit. 23.06.2022]. Dostupné z: <https://www.stemmark.cz/volebni-vyzkumy/>.

STEM, [online]. Charakter obce a volební chování. [cit. 13.07.2022]. Dostupné z: https://www.stem.cz/wp-content/uploads/2021/12/STEM_volby-2017-a-2021_obce-1.pdf.

STEM, [online]. Stručná analýza letošního volebního chování. 12.11.2021, [cit. 24.01.2023]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/strucna-analyza-letosniho-volebniho-chovani/>.

STEM, [online]. Volební model leden až září 2017. [cit. 11.07.2022]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/>.

Tohle fakt nechci! In: YouTube, [online]. 22.09.2021, [cit. 27.07.2022]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=fmeF7eZjy2o>. Kanál uživatele ANO.

TOP 09, [online]. TOP 09 odstartovala kampaň, ze svých hodnot "neuhne". 30.05.2017, [cit. 18.02.2023]. Dostupné z: <https://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/top-09-odstartovala-kampan-ze-svych-hodnot-neuhne-22544.html>.

TÝDEN.cz, [online]. Kampaně jsou nudné. Zaujali hlavně Piráti a Okamurova SPD. 17.10.2017, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: https://www.tyden.cz/rubriky/domaci/politika/kampane-jsou-nudne-zaujali-hlavne-pirati-a-okamurova-spd_450603.html.

VOLBY.CZ, [online]. Poslanecká sněmovna. [cit. 03.06.2022]. Dostupné z: <https://www.volby.cz/>.

Volební klip ČSSD – Jan Hamáček – Změňte svůj osud. In: YouTube, [online]. 26.09.2021, [cit. 23.02.2023]. Kanál uživatele ČSSD. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=HNuu-Y7erzw>.

Volební spot ANO 2017. In: YouTube, [online]. 06.10.2017, [cit. 26.07.2022]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=vgKDMXljy_8. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU.

Volební spot ČSSD 2017. In: YouTube, [online]. 07.10.2017, [cit. 13.02.2023]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=rmxmYKLBd_o. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU.

Volební spot KDU-ČSL 2017. In: YouTube, [online]. 07.10.2017, [cit. 17.02.2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Wy5RrRMMyOGA>. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU.

Volební spot KSČM 2017 (verze 1). In: YouTube, [online]. 07.10.2017, [cit. 07.02.2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=LHyr72TmLXo>. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU.

Volební spot ODS 2017. In: YouTube, [online]. 10.10.2017, [cit. 22.01.2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=dDK5MVuara0>. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU.

Volební spot SPD 2017 (verze 1). In: YouTube, [online]. 07.10.2017, [cit. 07.02.2022]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=0zajLlbh2DE>. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU.

Volební spot STAN 2017. In: YouTube, [online]. 07.10.2017, [cit. 19.02.2023]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=eHZjVWse6D4>. Kanál uživatele Katedra politologie FSS MU.

Zákon č. 247/1995 Sb., o volbách do Parlamentu České republiky, [online]. [cit. 07.06.2022]. Dostupné z:

file:///C:/Users/Student/Downloads/Doplň_volby_do_Senatu_PCR-volebni_obvod_c_32_-_Zakon_o_volbach_do_Parlamentu_CR%20(1).pdf.