

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

**Zuzana Benešová**

**Financování americké prezidentské volební  
kampaně**

*Bakalářská práce*

Praha 2010

Autor práce: **Zuzana Benešová**

Vedoucí práce: **Doc. PhDr. Miloš Calda**

Oponent práce: **PhDr. et Mgr Kryštof Kozák, PhD.**

Datum obhajoby: 2010

Hodnocení:

## **Bibliografický záznam**

BENEŠOVÁ, Zuzana. *Financování americké prezidentské volební kampaně*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, 2010. 87 s. Vedoucí diplomové práce Miloš Calda.

## **Anotace**

Bakalářská práce „Financování americké prezidentské volební kampaně“ se věnuje Fondu pro prezidentskou volební kampaň a jeho roli při získávání finančních prostředků. V úvodní části představuje přehled základních zákonů, jejich novel a rozsudků Nejvyššího soudu, které spoluvytvářely současnou podobu pravidel pro příjmy a výdaje prezidentských kandidátů. Dále jsou uvedeny hlavní problémy či sporné otázky, které se pojí s fondem a představeny základní principy, které se v otázce existence fondu střetávají. Oba přístupy jsou detailně prozkoumány v následující kapitole, jež je doplněna také o poslední legislativní návrh a alternativní variantu budoucího fungování fondu. V závěrečné části jsou zhodnoceny jednotlivé argumenty a představen pravděpodobná budoucnost fondu.

## **Annotation**

Diploma thesis „Financing of American Presidential Election Campaign“ deals with the Presidential Election Campaign Fund and its role in fundraising. The introduction part shows the overview of fundamental laws, amendments and Supreme Court decisions, that created the current system of rules for income and outcome of presidential candidates. In addition, main challenges and questions which are connected to the Fund are mentioned as well as the main clashing principles. Both approaches are examined in detail in the following chapter which includes also the last legislative proposal and an alternative for the future functioning of the Fund. The concluding part evaluates the arguments and draws the probable future of the Fund.

## **Klíčová slova**

USA, volby, finance, kampaň, prezident

## **Keywords**

USA, elections, financing, campaign, president

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato práce byla zpřístupněna v příslušné knihovně UK a prostřednictvím elektronické databáze vysokoškolských kvalifikačních prací v repozitáři Univerzity Karlovy a používána ke studijním účelům v souladu s autorským právem.

V Praze dne 19. května 2010

Zuzana Benešová

<b>ÚVOD</b> .....	6
<b>1. SOUČASNÝ SYSTÉM FINANCOVÁNÍ</b> .....	8
1.1 VÝVOJ LEGISLATIVY .....	9
1.1.1 <i>Buckley v. Valeo</i> .....	9
1.1.2 <i>Bipartisan Campaign Reform Act (BCRA)</i> .....	11
1.1.3 <i>Citizens United v. FEC</i> .....	12
1.2 VÝVOJ VEŘEJNÉHO FINANCOVÁNÍ .....	13
<b>2. AKTUÁLNÍ OTÁZKY</b> .....	15
2.1 OPOZICE VŮČI VEŘEJNÉMU FINANCOVÁNÍ KAMPAŇÍ.....	16
<b>3. SROVNÁNÍ ALTERNATIV PRO FINANČNÍ DOTACE</b> .....	18
3.1 ZACHOVÁNÍ SYSTÉMU BEZE ZMĚNY .....	18
3.2 ÚPLNÁ DEREGULACE FINANČNÍ PODPORY KANDIDÁTŮM .....	19
3.2.1 <i>Specifika Obamovy kampaně – internet v hlavní roli</i> .....	22
3.2.2 <i>Peníze, svoboda slova, informace a demokracie</i> .....	23
3.2.3 <i>George W. Bush a odmítnutí federálního financování v primárkách</i> .....	24
3.3 REFORMA.....	25
3.3.1 <i>Alternativa – Voting for Dollars</i> .....	34
<b>ZÁVĚR</b> .....	35
<b>POUŽITÁ LITERATURA</b> .....	38

## Úvod

Tématem této bakalářské práce je přezkoumání veřejného financování americké prezidentské volební kampaně. Jejím cílem je zhodnotit fungování Fondu pro prezidentskou volební kampaň a odhadnout, jak bude vypadat jeho působení v blízké budoucnosti. Východiskem pro takovéto hodnocení je část rozsudku *Buckley v. Valeo*, v níž Nejvyšší soud potvrzuje, že cíle veřejného financování jsou tyto: (1) snížit vliv velkých příspěvků na politický proces, (2) usnadnit a rozšířit veřejnou diskuzi, (3) zvýšit účast ve volebním procesu a (4) uvolnit kandidáty od náročného získávání finančních příspěvků.<sup>1</sup> Na základě hodnocení, zda bylo těchto cílů za posledních více než třicet let dosaženo, je vedena ostrá debata, která se v širším pojetí snaží odpovědět na otázku, zda by ukončení veřejného financování prezidentských kampaní bylo ztrátou pro demokracii.<sup>2</sup> Obhájci systému tvrdí, že takovéto rozhodnutí by vedlo ke snížení konkurence, čemuž se snaží zabránit pomocí návrhů především na větší zapojení menších donorů.<sup>3</sup>

Zvláštní zájem je v této práci kladen právě na co největší zapojení voličů do volebního procesu a tím pádem větší demokratizaci voleb. Za nejvyšší míru angažovanosti je pro potřeby této práce považováno darování určitého peněžního obnosu, byť v minimální hodnotě, na kampaň kandidáta dle vlastní volby dárce. Větší zapojení voličů do samotného volebního procesu je považováno za žádoucí, protože stojí v samém jádru demokratického zřízení, kdy má volič pro jeho správné fungování rozhodovat o tom, kdo bude dělat klíčová rozhodnutí ve vedení státu, a proto je v jeho zájmu, aby se na

---

<sup>1</sup> *Buckley v. Valeo*, 424 U.S. 1, 92 (1976) in Samples, J., CATO Institute: The Failures of Taxpayer Financing of Presidential Campaigns, 2003, str. 2.

<sup>2</sup> Campaign Finance Institute: Distinguished Task Force Recommends Revamping Public Financing of Presidential Primaries, str. 1

<sup>3</sup> Ibidem.

tuto pozici dostal takový kandidát, který bude reprezentovat zájmy voliče co nejlépe. Darování finančního obnosu je proto vhodným měřítkem pro demonstraci zájmu voliče, aby byl daný kandidát zvolen, protože vyjadřuje takovou úroveň zájmu, kdy je volič ochoten obětovat určitý statek, aby zajistil, tedy v případě, že „jeho“ kandidát zvítězí, lepší podmínky pro svou budoucnost. Autorka si je vědoma, že při rozhodnutí o darování finančního obnosu hrají roli i jiné okolnosti, které však z důvodu omezeného rozsahu práce nemohou být zkoumány, jedná se mimo jiné o sociální aspekty dárcovství, např. „rodinná příslušnost“ k určité straně nebo společenský tlak přátel na darování konkrétnímu kandidátovi.

Druhým významným momentem, kterému bude věnována zvláštní pozornost, je zvýšení soutěživosti mezi kandidáty, jež je klíčová pro politickou soutěž, která je základním předpokladem fungující demokracie. Otázka, která si autorka klade, je, zda Fond pro prezidentskou volební kampaň přispívá těmito dvěma momentům, které jsou chápány jako podmínka pro posuzování fondu jako efektivního a vhodného nástroje. V následující práci bude představeno zhodnocení současného fungování fondu, možnosti jeho reformy a úvaha nad jeho smyslem ve volebních kampaních, které jsou poznamenány jinými trendy. Snahou této práce je na těchto a dalších kritériích ukázat, jaká je budoucnost Fondu pro prezidentskou volební kampaň.

Cílem této práce není detailní popis federálního financování, autorka si je vědoma, že limity dané rozsahem práce vedou k částečnému pominutí některých podrobností. Tyto však nejsou pro tezi práce podstatné. Jedná se například o samostatné nebo koordinované financování politické strany a kandidáta, limity pro financování v rámci státu nebo o roli *soft money* ve volební kampani.

Práce je rozdělena do tří částí. V první je představen základní mechanismus současného federálního financování a funkce Fondu pro prezidentskou volební kampaň. V druhé



části jsou načrtnuty základní otázky a sporné momenty existujícího systému. Jádro práce představuje třetí část, ve které jsou zhodnoceny tři možnosti dalšího vývoje: (1) „varianta nula“, která představuje variantu, kdy by nedošlo k žádné změně a vše by fungovalo tak, jako doposud, (2) úplné zrušení fondu a (3) reforma – zde budou představeny její tři alternativy. Následně bude zhodnocen přínos fondu a odhad jeho fungování v budoucnu.

Zdrojem informací k úvodnímu historickému exkurzu a základnímu nastínění problematiky byly především studie vydávané Kongresovou výzkumnou službou (Congressional Research Service, CRS), Congressional Quarterly a informace z webových stránek Federální volební komise (Federal Election Commission). V hlavní části představující budoucí fungování systému autorka vycházela především z politických analýz předních amerických think tanků uveřejněných na jejich webových stránkách: CATO Institute, Campaign Finance Institute a Brookings.

## **1. Současný systém financování**

Současný systém financování prezidentské kampaně stojí na legislativě uzákoněné v sedmdesátých letech a na následných rozsudcích Nejvyššího soudu, který svými nálezy a rozhodnutími výrazně ovlivnil výslednou podobu schválených zákonů. V této kapitole proto bude prozkoumán vývoj a současné fungování systému. V průběhu jeho vývoje byly nastoleny základní otázky, které budou podstatné pro další část práce. Kapitola je rozdělena na dvě základní části. První bude věnována finančním limitům a omezením obecně platícím pro všechny federální volební kampaně, druhá se pak bude zabývat Fondem pro prezidentskou volební kampaň, jeho financováním a fungováním.

## 1.1 Vývoj legislativy<sup>4</sup>

Přestože úsilí o uzákonění limitů a dalších omezení pro federální kampaně bylo v Kongresu přítomno ve větší míře už od padesátých let a v druhé polovině šedesátých let byla předložena řada návrhů, na kterých se však obě komory nebyly schopny shodnout, došlo k přijetí prvního zákona zvaného Zákon o federální volební kampani (Federal Election Campaign Act, FECA) až v roce 1971. Tento zákon je základem veškeré později přijaté legislativy, resp. další legislativa tento zákon pouze pozměňuje. Hned v sedmdesátých letech byl změněn třikrát, v roce 1974, 1976 a 1979. Tyto zákony měnily limity pro příspěvky, požadavky na zveřejňování jak dárců, tak výdajů a ustanovily také Federální volební komisi (Federal Election Commission, FEC) jakožto centrální administrativní orgán pro dozor nad financováním volebních kampaní kandidátů na federální posty.

### 1.1.1 Buckley v. Valeo

Brzy po schválení těchto zákonů a nabití jejich účinnosti došlo k soudnímu sporu *Buckley v. Valeo* v roce 1976. Nejvyšší soud ve svém rozhodnutí prohlásil značnou část schválené legislativy za neplatnou a vymezil tak pole pro jakoukoli další legislativní činnost do budoucna. Jedná se o nejdůležitější rozhodnutí v oblasti financování federálních volebních kampaní. Nejvyšší soud určil budoucí směr dalšího vývoje této otázky tím, že sice umožnil zavedení limitů pro příspěvky jakožto vhodný způsob omezení vlivu na kandidáty kvůli jejich možné závislosti na konkrétních donorech, nicméně snahu o zavedení maximálních povolených výdajů na kampaň prohlásil za protiústavní.

---

<sup>4</sup> CRS Report: Campaign Finance Overview, 2003, Congress Quarterly, QII, 2008, str. 79 -95 a Federal Election Committee: Presidential Election Campaign Fund [www.fec.org](http://www.fec.org) k 19. 5. 2010.

Dle názoru Nejvyššího soudu totiž tato ustanovení limitující maximální částku z vlastních zdrojů, kterou může kandidát na kampaň vydat, a také ustanovení nastavující strop pro celkové výdaje jsou v přímém rozporu s prvním dodatkem ústavy zaručujícím právo na svobodu slova. Soud se nedomníval, že by vysoké výdaje na volební kampaň zvyšovaly riziko korupce, a proto jím zákon omezující svobodu slova nemůže být zdůvodňován, a tudíž byly příslušné pasáže tohoto zákona prohlášeny za protiústavní a z tohoto důvodu za neplatné. Jedinou výjimku povolil soud v případě, že se kandidát sám dobrovolně zaváže k dodržování určitých limitů, například výměnou za veřejné financování jeho kampaně. V tomto případě se dle Nejvyššího soudu jedná o klasickou smlouvu mezi vládou a kandidátem.

### 1.1.2 Bipartisan Campaign Reform Act (BCRA)

Poté, co nabyla účinnosti omezení uzákoněná FECA včetně jejích následných úprav v sedmdesátých letech, došlo k neočekávanému nárůstu peněz generovaných pro financování aktivit nepřímo souvisejících s volební kampaní, tzv. *soft money*. Název vznikl jako protiklad *hard money*, které je těžké získat, jsou omezeny povinnostmi a omezeními dle FECA a nakládání s nimi musí být zveřejňováno a vykazováno podle příslušných nařízení FECA. Naproti tomu *soft money* lze nejnázve definovat jako peníze, které jsou získávány a utráceny na jiné účely než definuje FECA. Jedná se zpravidla o aktivity podporující zvolení určité strany, ale ne jejího konkrétního kandidáta, podporu konkrétního řešení (zpravidla navrhovaného jednou ze stran) nebo za účelem aktivizace voličstva, aby přišlo k volbám v co nejhojnějším počtu. Tyto peníze mohou být také do určité míry využity na výdaje spojené s kampaní, ale ne na propagační kampaň kandidáta. Jedná se například o nájem kanceláří, dopravu, nákup či pronájem kancelářského vybavení nebo platy expertů na vedení kampaně.

Tato „šedá zóna“ se stala účinnou cestou, jak obejít zákon a umožnila tak strmý růst nákladů na volební kampaně. Spolu s jejím neočekávaným rozvojem došlo především v devadesátých letech k nárůstu legislativní aktivity na půdě Kongresu za účelem její regulace. Žádný z návrhů však neprošel oběma komorami, ke shodě došlo až v roce 2002 uzákoněním tzv. *Bipartisan Campaign Reform Act (BCRA)* známého také pod jmény jeho senátorských autorů jako *McCain-Feingold Act*. Tento zákon reprezentuje nejvýznamnější změnu od sedmdesátých let. Zavedl vyšší limity na příspěvky, zákaz vybírání *soft money* politickými stranami a federálními kandidáty a omezení na vysílání spotů těsně před volbami sponzorovanými zainteresovanými skupinami (neplatí pro kandidáty). Tak jako tomu bylo v případě FECA, následoval

soudní spor, ale k překvapení mnoha pozorovatelů Nejvyšší soud ve svém rozsudku sporu *McConnell v. FEC* z roku 2003 rozhodl ve smyslu ústavnosti BCRA.

### 1.1.3 Citizens United v. FEC

Nejaktuálnější změna zákona o financování volebních kampaní vešla v platnost v lednu 2010 skrze rozsudek Nejvyššího soudu v případě *Citizens United v. FEC*. Výsledkem tohoto rozhodnutí je znovu umožnění dříve zakázaných výdajů společností nebo odborů na propagaci explicitně vyzívající k volbě nebo k porážce jednoho z kandidátů. Kromě toho umožňuje výše jmenovaným investovat své prostředky do tzv. *electoeneering communications*, což FECA definuje jako rozhlasové nebo televizní vysílání sdělení, které jasně identifikuje federálního kandidáta během 60 dnů předcházejících volby nebo 30 dnů předcházejících primárky.<sup>5</sup> Vzhledem k tomu, že se od vyhlášení rozsudku nekonaly volby, není jasné, do jaké míry jím budou ovlivněny. Názory na efekt tohoto rozhodnutí se diametrálně liší. Na jednom konci spektra existuje možnost, že vysílání bude zaplaveno různými volebními spoty sponzorovanými společnostmi a odbory. V současnosti nelze odhadnout, jaká je poptávka po takovéto volební agitaci mezi výše zmíněnými, je také možné, že do nedávna platný systém sice omezoval tento typ výdajů, ale zároveň dostatečně umožňoval nasytit poptávku po volební aktivitě, např. přispívání na kampaně, a tudíž k žádné změně prakticky nedojde.<sup>6</sup> Pokud se však ukáže výrazná změna ve volebním financování, lze předpokládat adekvátní reakci Kongresu ve formě schválení nového dodatku k federálnímu Zákonu o federální volební kampani (FECA). Tento příklad spolu se *soft money* ukazuje rychle se měnící podmínky federálních kampaní i fakt, že toky peněz do federálních kampaní jsou velice flexibilní.

---

<sup>5</sup> Whitaker, L.P, Lunder, E. K., Manuel, K. M., Maskell, J., Seitzinger, M. V. CRS Report: Legislative Options After *Citizens United v. FEC*: Constitutional and Legal Issues, 2010, str. 1.

<sup>6</sup> CRS Report Campaign Finance Policy After Citizens United: Issues and Options for Congress, str. 2.

## 1.2 Vývoj veřejného financování<sup>7</sup>

Poprvé bylo veřejné financování prezidentských kampaní navrženo už na začátku dvacátého století v roce 1904 a následně se o něj zasazoval i prezident Theodore Roosevelt v roce 1907, aby tak omezil korupci pomocí omezení role soukromých peněz ve volbách. V padesátých letech se objevily první vážnější pokusy o uzákonění odpovídající legislativy, v roce 1966 byl předložen první návrh na vytvoření zvláštního fondu pro tyto účely, ale nezískal potřebnou podporu v Kongresu. Tato myšlenka se pak znovu objevila v roce 1971 spolu s předloženým Zákonem o federální volební kampani (FECA). V tomto roce byl také schválen *Revenue Act*, který založil současný Fond pro prezidentskou volební kampaň (*Presidential Election Campaign Act*), který umožňuje prezidentským kandidátům, kteří splní daná kritéria a dobrovolně se zaváží k určitým limitům na výdaje, využít veřejné peníze pro svou kampaň. Peníze v tomto fondu jsou získávány dobrovolným věnováním původně jednoho dolaru ze svého daňového přiznání na tento fond (nejedná se o dolar navíc, pouze existuje možnost rozhodnout o osudu tohoto dolaru a věnovat jej pro tyto účely). Poprvé byla tato možnost zakomponována do daňového přiznání v roce 1972. Peníze z fondu jsou poté přeposlány přímo na účty kandidátů, kteří splní daná kritéria. Pozdějšími úpravami došlo k rozšíření možnosti využití fondu tak, že v současné době z něj lze získat prostředky nejen na financování hlavní části kampaně, ale i na primárky a stranický sjezd nominující kandidáta do hlavní části volební kampaně.

Legislativní úpravy v roce 1974 stanovily výši příspěvků, kterou získají kandidáti dvou největších stran, kandidáti menších stran získají poměrnou část v závislosti na

---

<sup>7</sup> Cantor, J., CRS Report The Presidential Election Campaign Fund and Tax Checkoff: Background and Current Issues, 2005.

jejich volebním výsledku v minulých volbách a kandidáti zcela nových stran mohou získat příspěvky dodatečně po skončení volebního klání, přičemž jim bude vyplacena poměrná částka odvíjející se od počtu získaných hlasů ve volbách. Částky stanovené v roce 1974 zůstávají v platnosti, jen jsou pro každý volební cyklus upraveny o navýšení nákladů na život (*cost-of-living-allowance, COLA*). Tímto způsobem například získal kvalifikovaný kandidát pro hlavní část kampaně ve volbách v roce 2008 84, 1 milionu dolarů<sup>8</sup>, přičemž původní částka v roce 1974 činila pouhých 20 milionů.

Aby kandidát mohl zažádat o federální financování, musí doložit, že získal 100 000 dolarů v malých částkách do 250 dolarů od jednotlivců, přičemž musí získat minimálně 5000 dolarů ve dvaceti různých státech. Pokud splní tuto podmínku, může zažádat o veřejné financování své kampaně v primárákách.

Finanční výkazy ukazují, že mezi obyvateli obliba tohoto způsobu financování prezidentských kampaní dlouhodobě klesá. V počátečních letech se pro možnost věnovat dolar (v současné době jsou to již tři dolary) na tento fond rozhodlo i více než 28 % obyvatel (nejvíce to bylo v roce 1981, jednalo se o 28,7%), v roce 2004 to bylo pouze o něco málo více než 9%<sup>9</sup>. Podpora fondu dlouhodobě klesá, přestože v absolutních číslech to není příliš znatelné. Lze tedy konstatovat, že přes relevantní argumenty pro existenci tohoto fondu, se tato myšlenka nestala nikdy populární, neboť i v době největšího zájmu o tuto možnost se pro ni rozhodlo pouze o něco více než čtvrtina obyvatelstva.

---

<sup>8</sup> FEC: Public Funding of Presidential Elections Brochure, str. 3.

<sup>9</sup> Cantor, J., CRS Report The Presidential Election Campaign Fund and Tax Checkoff: Background and Current Issues, 2005., str. 4.

Je to do jisté míry paradox, neboť mezi kandidáty je možnost veřejného financování velmi populární. Od dob jeho vzniku se naprostá většina prezidentských kandidátů rozhodla pro tuto možnost.

## 2. Aktuální otázky

Současný systém umožňující prezidentským kandidátům zažádat po splnění daných kritérií o veřejné financování své kampaně se setkává s obsáhlou kritikou a obecně převládá názor, že je třeba jej reformovat<sup>10</sup> nebo dokonce zrušit. V odpovědi na otázku, v čem je problém, ale nepanuje shoda. Už sama existence Fondu pro prezidentskou volební kampaň vyvolává spory zrcadlící dva základní přístupy k roli vlády, resp. intervenci státu do občanského života (nejen ekonomiky). První z nich popírá smysl veřejného financování jako takového, protože omezuje přirozený výběr kandidátů na základě jejich schopnosti oslovit a aktivizovat své stoupence k peněžním darům a také protože nepřispívá k pluralitě názorů či větší znalosti či angažovanosti veřejnosti. Peníze z fondu chápou jako předem ztracené. Naproti tomu obhájcí tvrdí, že existující systém je pouze třeba upravit tak, aby odpovídal současným požadavkům na volební kampaň, které se od sedmdesátých let posunuly nejen, co se týče financí, ale i třeba faktu, že v současnosti začínají kampaně před primárkami čím dál dříve, ale fond neumožňuje čerpat finance dříve než na začátku roku, kdy se budou konat volby. To pak do značné míry znevýhodňuje kandidáty, kteří se rozhodnou pro veřejné financování.

---

<sup>10</sup> Toto tvrzení vychází z pravidelných doporučení, která vydávají členové FEC i z širší debaty, do které se zapojují především různé think tanky a další odborníci.



Další důvod, proč je současný systém zpochybňován, vychází z výše zmíněného faktu, že stále menší procento daňových plátců zaškrtně dané políčko na svém daňovém přiznání opravňující stát k převedení tří dolarů do Fondu pro prezidentskou volební kampaň. Proto se někteří domnívají, že v budoucnu dojde k situaci, že fond nebude mít včas k dispozici potřebné finance a jejich část proto se bude vyplácet až zpětně. Kromě tohoto faktu existenci problému naznačuje také fakt, že už v roce 2000 se prezident Bush rozhodl nevyužít veřejného financování při kandidatuře na stranickou nominaci a byl schopen bez problémů získat částku potřebnou pro kampaň. Vůči fondu tak vznikla reálná alternativa, která v následujících dvou volbách začala výrazně poukazovat na slabosti současného systému.

## **2.1 Opozice vůči veřejnému financování kampaní<sup>11</sup>**

Oponenti systému tvrdí, že k regulaci vlivu na politiky skrze finanční příspěvky stačí FECA, tedy zákon ustanovující limity pro jednotlivce i organizace. Sumy do 2000 dolarů lze jen těžko prohlásit za neúměrně vysoké a ohrožující fungování nebo důvěryhodnost systému a vystavit jej korupci.<sup>12</sup> Za hlavní dosažený efekt považován fakt, že kandidáti měli snazší přístup k penězům, což ale ve svém důsledku nevedlo k vyššímu počtu kandidátů (ani „kvalitních“) ani k vyšší konkurenci na stranickém poli a narušení systému dvou stran. Za negativní přínos lze chápat skutečnost, že daňoví poplatníci podporují i kandidáty, se kterými nesouhlasí či jsou neseriózní. Příkladem může být Lyndon LaRouche, který usiloval o demokratickou nominaci v několika volbách včetně jednoho pokusu o zvolení, který organizoval z vězení, kam byl odsouzen za zpronevěru. Ze systému získal celkem 5, 5 milionu dolarů. Obdobným příkladem může být Lenora Fulani ze Strany Nové aliance (New Alliance Party), jež předtím vedla

---

<sup>11</sup> Samples, J, CATO Institute: The Failures of Taxpayer Financing of Preidential Campaigns, 2003, str. 1.

<sup>12</sup> Ibidem, str. 3.

politickou skupinu označenou jako „ozbrojená a nebezpečná“ Federálním úřadem pro vyšetřování (Federal Bureau for Investigation, FBI).<sup>13</sup>

Jako další z cílů systému byl vytyčen požadavek na zvýšení účasti veřejnosti na volebním procesu. Pokud jde o přímou účast na financování fondu pro prezidentskou volební kampaň, pak procento těch, kteří se rozhodnou připsat tři dolary ze svého daňového přiznání na tento fond neustále klesá. Z toho oponenti vyvozují, že systém postrádá demokratickou legitimitu, neboť 90% daňových poplatníků jej nepodporuje.<sup>14</sup> Naproti tomu na základě výzkumu dvanáct procent Američanů nad 18 let věnovalo nějakou sumu některému z politických kandidátů nebo politickým organizacím.<sup>15</sup> Jedním z důvodů může být právě výše zmíněná neadresnost daru, který daňový poplatník věnuje, protože nemůže zvolit, kterému konkrétnímu kandidátovi budou peníze převedeny. Vzhledem k chybějícímu momentu volby, přispívá tato forma dárcovství pouze minimálně k větší angažovanosti, tedy zapojení do volebního procesu, protože není navázán „vztah“ mezi dárcem a kandidátem. Někteří z obhájců nicméně tvrdí, že kdyby fond získal větší publicitu, pomohlo by to k vyššímu počtu daňových poplatníků ochotných podílet se na systému. Takováto informační kampaň už proběhla na začátku devadesátých let, ovšem s mizivým účinkem.<sup>16</sup>

Dalším pozitivem fondu má být víc času kandidátů na samotnou kampaň, resp. interakci s voliči místo časově i finanční náročného shánění prostředků. To je zejména zapotřebí v případě, že dotyčný kandiduje proti sloužícímu prezidentovi. V tomto případě jej stojí více času i prostředků, aby se zviditelnil a dokázal, že by byl lepším prezidentem než, ten, který zrovna úřaduje. Oponenti systému však říkají, že nejlepším způsobem, jak tohoto dosáhnout, je zrušení limitů na příspěvky, což by kandidátům

---

<sup>13</sup> Ibidem str. 10.

<sup>14</sup> Ibidem, str. 14.

<sup>15</sup> Ibid. Str. 10. Převzato z Nelson, J.C.: Spending in the 2000 Election in Financing the 2000 Election, ed. Magleby D. B., str. 35.

<sup>16</sup> Ibid. Str. 11 převzato z Federal Election Commission, The Presidential Public Funding Program.

značně zjednodušilo shánění potřebných financí a tím i časovou zátěž při volbách, čímž naráží nejen na fond, ale i na existenci zákona o federálních kampaních.

### **3. Srovnání alternativ pro finanční dotace**

Pro potřeby srovnání nejdiskutovanějších alternativ bude v této části věnován prostor třem základním možným variantám dalšího vývoje. První alternativou je varianta, kdy by byl systém zakonzervován v současném stavu bez jakékoli výraznější reformy. Tento příklad umožní odhad stability a udržitelnosti systému. Na základě závěru z této části pak lze odhadnout jeho přínos. Jako další bude představena možnost, kdy byl program dotací zcela zrušen. Jako poslední bude ukázán případ, ve kterém by byl současný systém nejen zachován, ale také reformován, např. podle aktuálně diskutovaných návrhů Campaign Finance Institute nebo návrhů Kongresu. Tři různé alternativy dalšího fungování systému, které budou uvedeny, se liší svými cíly i ambicemi.

#### **3.1 Zachování systému beze změny**

Jedním z hlavních cílů fondu byla jednoduchá účast voličů na volebním systému pomocí zaškrtnutí políčka při vyplňování daňového systému a připsání tří dolarů do federálního fondu pro kvalifikované kandidáty všech politických stran. Výhodou tohoto systému je fakt, že občan daruje peníze, aniž by o ně přišel – pouze se rozhodne, že tyto tři dolary půjdou do fondu a ne někam jinam. Fond má vyrovnat možnosti kandidátů při volební kampani, podpořit soutěživost vyšším počtem kandidátů a původně i větší pluralitou politických stran ve volebním procesu.<sup>17</sup> Hlavním cílem existence fondu je potlačení korupce v politice. Co se týče počtu kandidátů v primárkách, lze říci, že

---

<sup>17</sup> Samples, J.: Failures of Taxpayer Financing of Presidential Campaigns, 2003, str. 9.

system úspěš, protože se jejich počty zdvojnásobily. To by bez existence federálních fondů nebylo možné. System naopak nepomohl rozšířit bipartijní system. Účast v systému navíc stále klesá. Nelze tedy než konstatovat, že pokud se týče vyššího zapojení voličů do volebního procesu skrze financování volebních kampaní, system neuspěl. Oponenti soudí, že v budoucnu bude pravděpodobně dále navýšena částka, kterou lze při podávání daňového přiznání přispět tak, aby byl program dále udržen v chodu. Zároveň však odhadují, že se postupně stane mrtvým, protože jej nebudou používat vážní kandidáti na vítězství, ale pouze ti, kteří by jinak nebyli schopni svou kampaň dostatečně financovat.<sup>18</sup>

### **3.2 Úplná deregulace finanční podpory kandidátům**

V tomto případě by došlo k úplnému zrušení zákona o Fondu pro prezidentskou volební kampaň, avšak nikoli ke zrušení Zákona o federální volební kampani (FECA) a jeho úpravám, jež definují maximální hranici pro příspěvky soukromých a právnických osob, povinnost zveřejňování dárců a další podrobnosti. Nejednalo by se tedy o deregulaci pravidel pro přispívání na nejen prezidentské, ale na veškeré federální kampaně (tedy kampaně do Kongresu). Jediné, co by bylo zrušeno, je možnost pro prezidentské kandidáty čerpat finance z federálních zdrojů místo ze soukromých (tedy z vlastních zdrojů, od soukromých a firemních dárců). Odpůrci fondu tvrdí, že nejefektivnější a nejspravedlivější je držet se zásady „deregulate and disclose“,<sup>19</sup> tedy uvolnění pravidel a důsledné zveřejňování částek a jejich dárců. Toto je maximalisticky liberální postoj k financování volebních kampaní. Nese v sobě velmi silný prvek z ekonomiky pocházejícího názoru, že člověk je schopen dělat rozumná rozhodnutí při výběru

---

<sup>18</sup> Ibid. Str. 17.

<sup>19</sup> Mann, T. E., Brookings: Deregulating Campaign Finance: Solution or Chimera?, 2010, str. 1.

výrobku či kandidáta tak, aby zvolil ten nebo toho, který je pro něj nejvýhodnější. Nezbytnou součástí tohoto přístupu je poskytnutí dostatečného množství věrohodných informací, které musí být snadno k dispozici. Odtud tedy pochází víra, že pokud budou na internetu zveřejněni ti, kteří věnují vysoké částky jednotlivým kandidátům, budou voliči ochotni si tyto informace vyhledat a pracovat s nimi. Obecně je toto stanovisko považováno za silně menšinové. Limity pro darování finančních příspěvků mají v USA již silnou tradici a jsou všeobecně přijímány a postupně zpřísnovány.

Fond pro prezidentskou volební kampaň byl zřízen především proto, že peníze v politice jsou považovány za nástroj korupce a jejich obrovské množství, bez kterého se volební kampaně neobejdou, je pokládáno za jeden ze zdrojů nižší důvěry v politiku. Fond měl tomuto zabránit nejen tím, že přeruší, resp. neumožní vznik pouta mezi dárcem a obdarovaným, ale také omezením celkového objemu peněz, které jsou do kampaní investovány, a to nastavením limitů pro ty kandidáty, kteří akceptují federální financování. Pokud by byl zrušen fond, pak by jedinou možností, jak získat dostatek prostředků pro kampaň byly soukromé zdroje. Všeobecně se předpokládá, že zrušení federálního financování by s sebou přineslo výrazné navýšení celkového objemu peněz v politice. Otázkou pak zůstává, zda větší množství peněz má negativní dopad na angažovanost voličů ve volebním procesu.<sup>20</sup>

Zde je nutno tedy prozkoumat, kdo přispívá na kampaně a kolik peněz daruje. V podstatě jediným relevantním zdrojem informací je hlavní volební kampaň prezidenta Obamy, jenž jako jediný v historii fondu nepřijal federální financování pro hlavní volební kampaň (nepřijal jej ani pro primárky stejně jako jeho hlavní konkurenti). Z analýzy jeho dárců vyplývají následující čísla. Je nutno je ovšem hodnotit v souvislosti s typem kampaně a myšlenkami, které prezentoval, tedy s ohledem na typ

---

<sup>20</sup> Coleman, J. J., CATO Institute: The Benefits of Campaign Spending, 2003, str. 1.

voličů, kteří jej podporovali. Obamova kampaň byla netypická tím, že byla od počátku spojena s internetem. Pro miliony jeho voličů tak zjednodušil cestu k darování menších obnosů peněz. Obama získal třetinu darovaných peněz od dárců, kteří přispěli částkou do dvou set dolarů. Jen tato část jeho fondů byla sama o sobě větší než McCainův grand 84 milionů dolarů z federálních zdrojů. Jedná se o 34% z celkových 334 milionů, přičemž skoro všechny příspěvky pro Obamovu kampaň pocházely od jednotlivců a jen mizivý podíl byl získán od politických komisí, které hrají v prezidentských volbách na rozdíl od kongresových tradičně minimální roli.<sup>21</sup> Na tomto základě lze tedy předpokládat, že teze o vyšším objemu peněz ve volebních kampaních, pokud by neexistoval fond pro prezidentskou volební kampaň,

Zajímavým momentem je také fakt, že malí dárci často přispívali opakovaně a někdy také v malých částkách postupně darovali více než 200 dolarů, což je hranice, kdy daná osoba musí zveřejnit svou identitu a poskytnout podrobné údaje. Obama byl při získávání peněz od malých dárců několikanásobně úspěšnější než jeho hlavní oponenti Hillary Clinton a John McCain i v primárkách: Obamovi se takto podařilo získat 121 milionů, zatímco Clinton a McCain každý získal 42 milionů.<sup>22</sup> Pro srovnání v kampani z roku 2004 získal George W. Bush 66 milionů, tedy 26 % a John Kerry 44 milionů, tedy 20% a Howard Dean 28 milionů dolarů tedy 38% svých finančních zdrojů od malých dárců. Pokud o velké donory, tedy ty, kteří věnovali na kampaň více než 1000 dolarů, Obama od nich získal 43%, zatímco Kerry a Clinton 56 a Bush a McCain 60%. Celkově tedy lze zhodnotit, že podíl malých donorů není vázán na jednu z hlavních politických stran jako spíše na konkrétního kandidáta a typ kampaně, kterou vede. Stejně tak podíl velkých donorů se mezi standardně vedenými kampaněmi příliš neliší. Z uvedeného lze také konstatovat, že internetová kampaň má tendenci stimulovat

---

<sup>21</sup> The Campaign Finance Institute, 2010: All CFI Funding Statistics Revised and Updated for the 2008 Presidential Primary and General Election Candidates, str. 1.

<sup>22</sup> Ibidem, str. 4.

především menší donory a to do té míry, že se jejich přínos zásadně projeví v celkovém poměru malých vůči velkým donorům, přičemž ještě přesnější je vyjádření, že internet pomáhá přilákat dary v malých částkách a často také opakovaně. Část dárců věnujících opakovaně malé částky se proto v celkových statistikách objevuje jako střední dárci.<sup>23</sup>

### 3.2.1 Specifika Obamovy kampaně – internet v hlavní roli

S Obamovou kampaní byl neoddělitelně spojen internet, který byl plnohodnotnou součástí získávání prostředků na jeho kampaň od ohlášení jeho kandidatury. Významnou roli v jeho prospěch hrál fakt, že v době, kdy kandidoval, už byly rozšířeny a hojně využívány různé sociální sítě jako Facebook či kanály, jakým je Youtube, které umožňovaly velice efektivní komunikaci s jeho podporovateli a potencionálními dárci. Zároveň mnoho lidí má zkušenost a důvěru ve finanční operace na internetu, což se opět ukázalo jako důležitý moment pro oslovování lidí online. O jedno volební období dříve by takto široká podpora získaná skrze internet byla nemyslitelná. Obamova kampaň je tedy v tomto ohledu chápána jako průlomová a očekává se, že další prezidentské volby budou ještě více spojeny s internetem. Někteří na tomto základě tvrdí, že dojde k poklesu potřeby finančních prostředků pro takovou kampaň, protože náklady na vysílání na Youtube jsou minimální oproti stejnému sdělení vysílanému v televizi a při chytrému systému prokliků může být obecnost stejně velké či větší než při televizním přenosu. Toto je však hypotéza, která nemůže být v současné době potvrzena.

Je však nesporné, že pomocí internetu se Obamovi podařilo přilákat a zaktivizovat větší skupinu obyvatelstva než by se mu s největší pravděpodobností podařilo pouze „offline kampaní“. Vzhledem k tomu, že byl prvním kandidátem, který se obešel bez federálního

---

<sup>23</sup> Ibidem, str. 5.

financování, prokázal, že je možné získat dostatečné množství finančních prostředků pro vedení efektivní volební kampaně, ba dokonce několikanásobně více, než nabízí federální grand. Spolu s tím také ukázal, nejen že Fond pro prezidentskou volební kampaň není pro favorita potřeba, ale také že je možné zapojit do volebního procesu výrazně větší počet dárců. Tento fakt je v rámci teze této práce chápán jako veskrze pozitivní, protože větší zapojení občanů je ve fungujícím demokratickém systému vysoce žádaný prvek, přičemž za zvláštní přínos není považován absolutní objem vybraných peněz, ale počet dárců. Jedná se tedy především o vzrůst počtu těch malých. V Obamově příkladu lze vidět dobrý základ pro další volební kampaně, který je založen na předpokladu, že se bude nadále zvyšovat procento populace, které bude znát práce s internetem a pokročilými „online funkcemi“ a stejně tak lze předpokládat, že další prezidentské kampaně budou následovat Obamou nastavený trend. Obamovi se takto podařilo získat finanční dary od tří milionů internetových dárců, přičemž nezanedbatelný byl také podíl online příspěvků, které dosáhly maximální výše tedy 2300 dolarů na osobu.<sup>24</sup> Obamův příklad ukázal stejně jako sílící trend fakt, že existuje reálná alternativa federálnímu financování.

### **3.2.2 Peníze, svoboda slova, informace a demokracie**

Ti, kteří odmítají limity a tedy i Fond pro prezidentskou volební kampaň, tvrdí, že peníze se rovnají svobodě slova, svoboda slova zajišťuje kvalitní a dostatečný přísun informací a ty umožňují voličům se uvědoměle rozhodnout, komu dají svůj hlas.<sup>25</sup> Na rozdíl od svých oponentů tedy zastánci peněz v politice chápou jejich přítomnost

---

<sup>24</sup> Samuelson, E.: Inside the Obama Fundraising Machine in Internationale Politik und Gesellschaft, Vol. 2, 2010, str. 12 a 17.

<sup>25</sup> Coleman, J. J., CATO Institute, : The Benefits of Campaign Spending, 2003, str. 2.



veskrze pozitivně. Někteří brojí i proti omezením maximální částky pro dárce, ale tato debata z důvodu rozsáhlosti tématu v této práci vynechána. Oponenti federálního financování tvrdí, že zavedení tohoto systému nepomohlo politické soutěži, širší společenské debatě ani vyššímu počtu kandidátů v hlavní volební kampani. Nezávisle na existenci Fondu pro prezidentskou volební kampaň daruje 12% Američanů dle výzkumu z roku 2000 určitou částku buď přímo kandidátům, stranickým výborům nebo jiným politickým organizacím.<sup>26</sup> V porovnání s účastí ve federálním systému je toto číslo stabilně vyšší.

### **3.2.3 George W. Bush a odmítnutí federálního financování v primárkách**

George W. Bush byl první, kdo v roce 2000 odmítl federální financování primárek. Podařilo se mu vyvinout systém *fundraiserů*, kteří byli schopni získat potřebné finance. Jeho následné zvolení potvrzuje mimo jiné fakt, že v očích voličů nebylo neakceptování federálního financování chápáno jako nedůvěryhodný krok.<sup>27</sup> Jinými slovy, pro voliče nehraje roli, zda se kandidát rozhodne využít či nevyužít federálního financování. Volební trend nevyužívání fondu pokračoval v prezidentských volbách 2004, kdy se Howard Dean pokusil s pomocí internetu získat dostatečné množství financí, které by mu umožnilo pokračovat v kampani mezi ukončením primárek a sjezdem Demokratické strany, kdy George W. Bush mohl volně pokračovat v tlumočení svého poselství voličům a navíc už i kritizovat již jistého, ale sjezdem strany oficiálně nepotvrzeného kandidáta, protože se sám rozhodl odmítnout peníze z fondu. Fond totiž sice umožňuje čerpat prostředky jak pro primárky, tak pro hlavní volební kampaň, ale nepočítá

---

<sup>26</sup> Nelson, C. J.,: *Spending in the 2000 Election in Financing the 2000 Election* ed. Magleby, D. B., Brookings Institution Press, 2002 in Samples, J.: *Failures of Taxpayer Financing of Presidential Campaigns*, 2003, str. 9.

<sup>27</sup> Samples, J.: *Failures of Taxpayer Financing of Presidential Campaigns*, 2003, str. 17.

s jakýmkoliv příspěvkem v mezidobí mezi ukončením primárek a oficiálním ohlášením nominace. Kandidát té strany, který se rozhodne odmítnout federální financování a získá dostatek prostředků ze soukromých zdrojů je tedy v této době v komparativní výhodě. Na tento fakt navazuje sílící trend, kdy vážní kandidáti na prezidentský post odmítají příspěvky z fondu, a federální financování se stává symbolem druhořadých kandidátů, kteří nemají příliš velkou šanci na vítězství.

### 3.3 Reforma

V zásadě existují dva základní pohledy na reformu, resp. na její výsledný efekt. V první řadě je to snaha o návrat do stavu před rokem 2000, kdy byl fond využíván všemi prezidentskými kandidáty hlavních politických stran, kteří splnili podmínky pro čerpání federálních financí (výjimku tvořili pouze někteří kandidáti menších politických stran, ale to se v praxi na volebním souboji prakticky neprojevalo). Jinými slovy cílem těchto reformátorů je vytvořit takový systém, který předloží kandidátovi tak štědrá a výhodná nabídka, že pro něj bude nejjednodušší a nejbezpečnější ji přijmout. Toto je případ posledního návrhu zákona, který byl předložen Senátu a Sněmovně reprezentantů na začátku roku 2007 a vychází z popudu senátora Feingolda. Obdobný přístup je také podpořen některými komisaři Federální volební komise (FEC).

K tomu, aby systém fungoval jako před rokem 2000, existuje řada doporučení. Mezi nejčastější patří zdvojnásobení částky, kterou mají k dispozici kandidáti pro primárky na stejnou úroveň, jaká stanovena pro hlavní kampaň (tedy aktuálně zhruba 85 milionů dolarů) nebo zvýšení dobrovolného daňového odpisu za tři na pět dolarů. Kromě toho je to již zmíněná potřeba peněz ještě před začátkem volebního roku, ti, co nastoupí do kampaně později, jsou totiž tímto pozdním nástupem zpravidla znevýhodněni. Navíc se také spolu s přijetím BCRA zhoršil poměr mezi maximální

částkou, kterou může donor věnovat, tedy 2400 dolary z původního tisíce, přičemž maximální částka, která se počítá pro kvalifikaci k veřejnému financování, je 250 dolarů.<sup>28</sup> Tento fakt snižuje přitažlivost veřejného financování, protože zjednodušuje získávání příspěvků od štedrých dárců.

#### Poslední návrh na změnu systému

Poslední návrh na změnu současného systému, který by zásadně ovlivnil fungování Fondu pro prezidentskou volební kampaň, byl podán 30. ledna 2007 v Senátu, resp. 31. ledna ve Sněmovně reprezentantů. Prošel prvním stadiem projednávání, ale v současnosti již není aktuální a jednání o něm byla ukončena. Tento zákon o financování prezidentské kampaně<sup>29</sup> měl v případě schválení platit od ledna 2009 a byl by tak poprvé uveden v praxi v prezidentských volbách v roce 2012. Jeho účelem bylo „pozměnit současný systém tak, aby vyhovoval požadavkům 21. století.“<sup>30</sup> Senátor Russell Feingold v něm usiloval o změnu systému ve prospěch federální finanční podpory kandidátů i v souboji o stranickou nominaci. Návrh zákona určuje, že kandidát, který bude chtít využít veřejné financování v hlavní části volební kampaně, tedy po získání nominace, bude zároveň nucen přijmout toto financování i pro prenominační období. Senátor Feingold tak podle svých slov usiloval o snížení závislosti kandidátů na soukromých dárcích. Zároveň však přidával klauzuli, která stanovovala, že v případě, že protikandidát, který nevyužije federálního financování, získá od donorů (nebo uhradí z vlastních zdrojů) více než o 20% více než je limit pro náklady kandidáta

---

<sup>28</sup> Cantor, J., CRS, The Presidential Election Campaign Fund and Tax Checkoff: Background and Current Issues, 2005, str. 8.

<sup>29</sup> Presidential Funding Act of 2007.

<sup>30</sup> Sen. Russell Feingold in Statements on Introduced Bills and Point Resolutions, The United States Senate, Jan 30, 2007, Section 29, <http://www.govtrack.us/congress/record.xpd?id=110-s20070130-29&bill=s110-436#sMonofilemx003Ammx002Fmmx002Fmmx002Fmhomemx002Fmgovtrackmx002Fmdatamx002Fmusmx002Fm110mx002Fmcrmx002Fms20070130-29.xmlElementm13m0m0m> k 11. 5. 2008

financovaného z veřejných zdrojů, zvyšuje se také limit pro fondem podporovaného kandidáta. Toto ustanovení mělo zamezit znevýhodnění kandidáta využívajícího veřejné zdroje oproti kandidátovi, který buď využívá vlastní soukromé zdroje, nebo je schopen získat značnou finanční podporu od dárců. Důležitým faktem je také skutečnost, že finanční limity měly být nastaveny pohyblivě v závislosti na inflaci, jejich hodnota by tak byla v dlouhodobém horizontu zachována.

Tento zákon navazuje na bipartijní zákon o reformě kampaně z roku 2002<sup>31</sup>, který také podporuje využívání veřejných finančních prostředků pro nominační kampaň. Umožňuje kandidátovi, který pokračuje v boji o nominaci i po 1. dubnu volebního roku, získat dalších 50 milionů dolarů pro svou kampaň. Zabezpečuje tak dostatečné prostředky pro dlouhotrvající nominační souboj.

Tento návrh zákona usiloval v první řadě o snížení tradičního vlivu soukromých donorů na boj o prezidentské křeslo a lze jej hodnotit jako štědrý. Zároveň se zvyšováním prostředků, které jsou pro participujícího kandidáta k dispozici, však také navyšuje požadavek na podíl získaných prostředků od dárců ze současných 5 000 dolarů na pětinásobek, tedy 25 000, jakožto kvalifikační podmínku pro získání zdrojů z fondu. Tuto částku musí získat ve 20 státech a jeden donor nesmí darovat více než 200 dolarů.

Tento návrh usiluje o eliminaci velkých donorů ve prospěch malých. Snaží se motivovat i kandidáty s úzkými kontakty na štědré donory, aby dali přednost veřejnému financování. Tento návrh by jasně přispěl k průhlednosti celého procesu a snížil by potenciální korupci na minimum. Zároveň by také umožnil kandidátům věnovat se více samotné kampani a komunikaci s voliči než oslovování donorů a sbírání financí. To je také jeden z nedostatků, ze kterého je obviňován současný systém. Dalším cílem, o

---

<sup>31</sup> Bipartisan Campaign Reform Act of 2002

který kritici systému usilují a který tento zákon do značné míry eliminuje, je snaha o vyrovnaný souboj. V tomto případě se jedná o úsilí, aby nevyhrával v zásadě ten kandidát, který má možnost věnovat na kampaň větší objem prostředků. Pokud by byl tento zákon schválen, lze usuzovat, že by se o federální financování ucházelo více kandidátů, což by srovnalo jejich možnosti prezentace. Případnou přílišnou konkurenci od kandidáta neúčastnícího se veřejného financování na druhé straně omezuje klauzule navyšující v tomto případě limit pro utrácení pro účastníci se kandidáty.

### Důsledky návrhu zákona

Nový systém zaplatí celou kampaň – pokud uchazeč získá 25 000 dolarů ve dvaceti různých státech darovaných v částkách ne vyšších než 200 dolarů, má de facto jistotu zaplacené kampaně. Dostane 100 milionů dolarů na nominační kampaň a v případě úspěchu pak dalších 100 milionů na střet s nominovaným protikandidátem z druhé velké strany.

Přístup k těmto financím by byl o něco těžší – současný zákon umožňuje přístup k fondu, pokud uchazeč získá 5 000 dolarů ve 20 státech v darech nepřesahujících 250 dolarů. Celková výše potřebných financí je tedy v současnosti 100 000 dolarů oproti navrhovaným 500 000. Pro volby v roce 2008 splnilo daný limit 7 uchazečů<sup>32</sup>, kteří tak získali přístup ke 42,05 milionu dolarů na nominační kampaň. Současný systém totiž umožňuje zažádat o federální financování v každé ze dvou částí volebního procesu zvlášť. Uchazeči zpravidla využívají veřejného financování až pro druhou část kampaně. Ve volbách v roce 2004 oba kandidáti hlavních politických stran využili této možnosti a každý získal 74,6milionu dolarů.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Federal Election Commission, Presidential Public Funding, <http://www.fec.gov/press/press2004/PublicFundingReleases.shtml> k datu 11. 5. 2008

<sup>33</sup> Federal Election Commission, 2004 Presidential Campaign Financial Activity Summarized, <http://www.fec.gov/press/press2005/20050203pressum/20050203pressum.html> k 11. 5. 2008

Podle dosavadního vývoje a vzhledem k vyšším nárokům pro přístup k veřejnému financování lze předpokládat, že by jej v příštích prezidentských volbách získalo o něco méně uchazečů, kteří by měli zájem jej využít. Vzhledem k podmínce, že musí být využit veřejný fond pro obě části volebního cyklu, lze odhadnout, že účet pro státní pokladnu by byl v roce 2012 vyšší než prostředky ve fondu.

Pro mnohé kritiky je také pozitivním momentem skutečnost, že při takto výhodné nabídce financování, je pravděpodobné, že ji většina uchazečů přijme, a dojde tak k vyrovnání finanční různorodosti. Výsledkem bude soutěž finančně rovnocenných uchazečů.

#### Další efekty

Jakkoliv je vliv peněz na volební kampaň zpochybňován je pravděpodobné, že rovnost financí by mohla mít efekt vyrovnaných soubojů o nominaci až do nominačního stranického sjezdu. Efekt „navzájem se poírajících uchazečů“ je však v rozporu s přáním politických stran. V tomto případě hrozí, že se uchazeči začnou očerňovat navzájem v rámci strany, a ta pak bude poškozena před voličstvem během vlastního boje nominovaných prezidentských kandidátů. Tato situace může potenciálně vést k nezájmu voličstva. Vliv na angažovanost voličstva by mohl mít pravděpodobně také fakt, že veřejné financování by bylo k dispozici ne od ledna volebního roku, ale už od července roku předcházejícího. Je proto možné, že by souboj o nominaci začal ještě o něco dříve. Delší volební souboj by nejspíš přispěl k boji v rámci strany.

Budeme-li nadále předpokládat, že systém veřejného financování přijmou všichni uchazeči, kteří budou schopni splnit podmínky pro přístup k němu, pak by takovýto návrh mohl přinést otevřenost, důvěru a na minimum sníženou závislost na donorech.

K tomuto je ovšem třeba podotknout, že podle průzkumů veřejného mínění je důvěra v morálku prezidentských kandidátů dosti vysoká – okolo 70% dotázaných se v posledních několika volebních cyklech vyjádřilo v tom smyslu, že kandidáty považují za morální či dokonce velmi morální osoby<sup>34</sup> (s výjimkou dotazů směřovaných na Billa Clintona, nedůvěra v jeho morálku však nepramenila z větší části z obavy z jeho zkorumpovanosti).

Jiný přístup k reformě zastává např. Campaign Finance Institute, jehož analytici si jsou velice dobře vědomi, že fond disponuje pouze omezenými prostředky. Kromě toho jsou toho názoru, že federální financování má být alternativou, ne jedinou reálnou nebo využívanou možností. Fond nemá pomáhat favoritům – ti peníze nepotřebují, jsou schopni si je obstarat sami mimo systém. Cílem je různorodé pole konkurenceschopných kandidátů s reálnou šancí na získání voličstva i pro méně dobře finančně zaopatřené kampaně.

Jaké má mít reformovaný systém parametry? Obecně jsou uznávány tyto cíle: podpora soutěže, resp. pluralita konkurenceschopných kandidátů, snaha snížit peněžní vydání během kampaní, ale zároveň umožnění kandidátům vést efektivní kampaň. Flexibilní pojetí systému má umožnit tomu, kdo se rozhodne akceptovat jeho podmínky, účastnit se kampaně, aniž by to pro něj znamenalo politickou sebevraždu. Kromě toho má také zvýšit podíl malých dárců mezi přispěvateli do volebních kampaní. V neposlední řadě má všeho výše uvedeného dosaženo za rozumných nákladů, které jdou z Fondu pro

---

<sup>34</sup> The NES Guide to Public Opinion and Electorate: Behavior Republican Presidential Candidate Moral 1980-2004 [http://www.electionstudies.org/nesguide/toptable/tab7c\\_7.htm](http://www.electionstudies.org/nesguide/toptable/tab7c_7.htm) k 11. 5. 2008  
Democratic Presidential Candidate Moral 1980-2004  
[http://www.electionstudies.org/nesguide/toptable/tab7c\\_3.htm](http://www.electionstudies.org/nesguide/toptable/tab7c_3.htm) k 11. 5. 2008

prezidentskou volební kampaň, tedy z kapsy daňových poplatníků, kteří se dobrovolně rozhodli takto zužít své tři dolary.<sup>35</sup>

Jakékoli reformní návrhy jsou v současné době ovlivňovány dvěma fakty: systém federálního financování se zdá ještě více skomírající než kdy jindy – pokud nebude reformován, je odsouzen k tomu stát se berličkami pro druhořadé kandidáty, čímž by ztratil svou prvotní funkci – napomáhání politické soutěži a pluralitě, protože jeho samotná existence by nemohla pomoci kandidátům na výsluní. Druhou skutečností je fakt, že fond se potácí na pokraji kredibility, reforma tedy musí počítat s velmi omezenými prostředky. Jakýkoli efektivní systém znamená minimálně zvýšení limitů pro použité finanční prostředky, v maximální podobě pak také zvýšení federálních subvencí. Teze o snížení objemu peněz je proto třeba brát s rezervou, protože systém musí být schopen konkurovat těm kandidátům, kteří se jej rozhodou nevyužít a jsou schopni získat potřebné finance sami. Kromě dalších procesních změn, jakou je například umožnění čerpání financí dříve než k prvnímu lednu volebního roku, je zvýšení limitů nevyhnutelné pokud má být systém efektivní. Tohoto názoru jsou mimo jiné i komisaři Federální volební komise (FEC) Scott Thomas (D) a Michael Toner (R), kteří v roce 2003 navrhli zdvojení limitu i federálního financování pro primárky.

V posledních letech méně než desetiprocentní a stále klesající podíl těch, kteří zaškrtnou příslušné políčko ve svém daňovém přiznání, jednoznačně ukazuje na pokles zájmu o tuto možnost účasti ve volebním cyklu. V absolutních číslech neustálý pokles sice není znát, jelikož objem prostředků, se kterými fond hospodaří, se neustále zvyšuje, ale problém působí již fakt, jak obhájit desetimilionové částky na volební kampaně z veřejných peněz, když mají tak nízkou podporu mezi lidmi. Nízká podpora není reformátory a obháji systému vykládána jako jeho otevřené odmítnutí. Nezájem mezi

---

<sup>35</sup> Campaign Finance Institute: Reviving the Presidential Matching Fund System, str. 4.



voliči je připisován zpravidla především neznalosti faktu, že daňový poplatník nezvyšuje své daně přispěním do fondu nebo vůbec toho, co fond vlastně je a jak funguje. Lékem by proto měla být velká osvětová kampaň.

Jako jeden z pozitivních efektů zavedení systému si od něj mnozí slibují vyšší podíl malých přispěvatelů (do 200 nebo 250 dolarů). Tomu měly napomoci tzv. *matching funds* v primárkách. Jedná se o svázání malých příspěvků s federálním grantem. Během kampaně v primárkách se federální fondy rozdělují právě za použití *matching funds*. Za každých vybraných 250 dolarů od jednoho dárce dostane kandidát, který se kvalifikuje pro finance z fondu, dalších 250 federálních dolarů. Pokud dárce věnuje méně, např. 50 dolarů, může kandidát nárokovat pouze 50 dolarů. Ovšem v případě, že je dárce štedřejší a daruje více než 250 dolarů, může kandidát nárokovat pouze 250, jelikož tato částka byla nastavena jako horní mez pro přiřazování v rámci *matching funds*. Důvodem nastavení této hranice je právě snaha o podporu malých dárců a přesunutí těžiště finančních podporovatelů volebních kampaní mezi širší spektrum nejen bohatého obyvatelstva a zároveň garantování státní podpory. V roce 2008 byla maximální výše získaných finančních prostředků skrze *matching funds* stanovena na 21 milionů a maximální limit pro finanční výdaje v primárkách na dvojnásobek, tedy na 42 milionů dolarů.

Efekt zvyšujícího se počtu dárců věnujících malé částky se především ve volební kampani v roce 2004 výrazně zvýšil. Kampaň Howarda Deana byla přímo postavena na malých přispěvcích a podařilo se mu pokrýt z nich více než třetinu celkového objemu peněz, které vybral. Obdobný úspěch zaznamenali i dva hlavní kandidáti v těchto volbách – John Kerry i George W. Bush vybrali každý na 70 milionů dolarů v malých částkách. V nastaveném trendu pokračovaly i poslední prezidentské volby v roce

2008.<sup>36</sup> Mohlo by se tedy zdát, že v tomto ohledu splnil systém svůj účel. Faktem ovšem je, že všichni z výše uvedených kandidátů odmítli federální financování svých kampaní pro primárky a spolehli se na soukromé zdroje. Fond pro prezidentskou volební kampaň zde tedy nehrál žádnou roli. Je tedy státní podpora malých dárců vůbec ještě zapotřebí? Ano, protože problémem není samotný nedostatek malých dárců, ale načasování, kdy jsou ochotni své peníze věnovat na kampaň – s výjimkou Howarda Deana tvořili páteř finančních darů v primárkách v kampani roku 2004 velcí dárci. Malí se přidali až v hlavní volební kampani, kdy už byly jasné nominace obou velkých stran.<sup>37</sup> Celková hodnota darů se od roku 2000 znásobila: z 54 na 206 milionů o čtyři roky později. Vzrostl také jejich podíl z 25 na 34 procent. Zároveň se ovšem zvýšily také velké příspěvky nad 1000 dolarů, ale jejich podíl mírně klesl z 55 na 50%.<sup>38</sup>

Snaha podpořit malé dárce se proto zrcadlí v reformních návrzích na změnu fungování fondu. Campaign Finance Institute navrhuje změnit poměr přiřazování prostředků v rámci *matching funds* z 1:1 do výše 250 dolarů na 1:3 do 100 dolarů. Věří, že takto by byl vytvořen efektivní nástroj pro podporu malých dárců. Předpokládá se, že větší počet potenciálních dárců bude osloven, když jim kandidát vysvětlí, že díky tomuto systému pro něj má jejich 100 dolarů hodnotu 400. Existují různé variace tohoto návrhu lišící se výškou částky nebo maximálním limitem pro peníze připsané na kandidátův účet.

Federální financování má podle reformistů pomáhat hlavně těm, kteří pomoc potřebují, ne favoritům. Proto se objevují návrhy prosazující relativně nízké stropy pro celkový objem peněz, které může kandidát v primárkách získat. Jedním z nich je návrh na horní limit 20 milionů dolarů (který by podléhal pravidelnému přepočítání s ohledem na

---

<sup>36</sup> Campaign Finance Institute: Reviving the Presidential Matching Fund System, str. 9.

<sup>37</sup> Ibidem, str. 11.

<sup>38</sup> Ibidem.

inflaci).<sup>39</sup> Toto číslo zhruba odpovídá současnému, ve skutečnosti je ještě o něco nižší než byl limit v roce 2008. Argumentem je, že pokud kandidát považuje tuto hranici za příliš nízkou a bude přesvědčen, že je schopen získat více, pak tak jako tak nepotřebuje podporu s pomocí federálního financování. Na druhou stranu je to dostatečně vysoká částka pro vedení aktivní efektivní kampaně. Jako další výhodu pro ty, kteří se rozhodnou pro federální fond, nabízí některé verze návrhů zvýšení limitů na získávání peněz od dárců, ale tentokrát již bez využití *matching funds*. To by se mohlo stát za podmínky, že oponent kandidáta akceptujícího federální financování odmítne příspěvky a limity fondu a podaří se mu získat více než je určitá konkrétní částka. V tento moment by se měly uvolnit limity také pro ty, kteří čerpají z fondu, aby zůstali konkurenceschopnými. Důvodem je to, že někteří reformisté se domnívají, že příliš velký rozdíl mezi favoritem či favority a zbytkem peletonu škodí politické soutěži. Prakticky jakékoli reformátorské návrhy jsou doprovázeny požadavkem na zvýšení položky připisované na účet fondu ze tří na pět či sedm dolarů na osobu.<sup>40</sup>

### **Alternativa – *Voting for dollars***

V akademické obci proběhla v nedávné době diskuze, která se ovšem pohybovala na striktně teoretické úrovni, proto žádné z uvedených návrhů nebudou s největší pravděpodobností uvedeny do praxe. Se zajímavým návrhem přišla dvojice Ackerman a Ayres, kteří ve své knize *Voting for Dollars* navrhli, jak oddělit peníze od volebního procesu, resp. politického rozhodování. Jejich systém je založen na absolutním oddělení dárce od příjemce. Tento způsob je založen na anonymitě, kdy dárce přispívá na fond kandidáta, ale kandidát sám nemá přehled o tom, kdo a kolik přispěl, má pouze

---

<sup>39</sup> Ibidem, str. 14.

<sup>40</sup> Ibidem, str. 18.

oprávnění využívat prostředky, které jsou v něm nashromážděny<sup>41</sup>. V tomto do detailů propracovaném systému by bylo bezpochyby možné oddělit donory a příjemce, ale tento návrh se zdá v praxi nerealizovatelný, resp. je natolik odlišný od současné praxe, že jeho zavedení by pravděpodobně odradilo značný počet současných (i potenciálních) donorů od poskytování svých příspěvků.

Lze jej vnímat jako určitou obdobu současného Fondu pro prezidentskou volební kampaň. Na rozdíl od něj si však dárce může vybrat, kterému konkrétnímu kandidátovi přispěje. Na druhou stranu, však také do určité míry omezuje efektivní možnosti fundraisingu, protože nedává kandidátovi, resp. jeho týmu, přehled o tom, kdo již věnoval kolik peněz. Nemohl by se tak uplatnit postup, který byl uplatňován v rámci Obamovy kampaně, kdy ten, kdo daroval např. 50 dolarů, dostal po určité době adresný e-mail s prosbou o dalších 50 dolarů. Tato vysoce personalizovaná komunikace s dárci se ukázala nanejvýše efektivní.

## Závěr

Mezi obhájci Fondu pro prezidentskou kampaň se sotva najde některý, který by tvrdil, že vše funguje tak, jak má. Po více než třiceti letech od doby jeho vzniku jsou k dispozici dostatečná data pro objektivní zhodnocení jeho přínosu. Reformátoři se od odpůrců systému liší tím, že věří ve smysl a možnost efektivního fungování fondu, zároveň však prosazují různé méně či více zásadní reformy, které mají v současnosti upadající federální financování pozvednout. Důvody nespokojenosti a kritiky jsou zpravidla stejné jako u jeho odpůrců: malá podpora mezi lidmi, jejímž důsledkem jsou

---

<sup>41</sup> Strauss, D.A., What's the Problem? Ackerman and Ayres on Campaign Finance Reform in Callifornia Law Review, 2003.

omezené finanční prostředky fondu, a zastaralý způsob přidělování peněz, který již neodpovídá potřebám současné volební kampaně.

Historie ukázala, že toky peněz do volebních kampaní jsou nevypočitatelné, ale cestu tam si vždycky najdou. Ani návrhy reformátorů se nesnaží nějak razantně snížit objem peněz, který tam směřuje. Ti, kteří usilují o to, aby všichni kandidáti včetně favoritů akceptovali peníze z fondu, jsou proto ochotni dokonce násobně navýšit jak federální dotace, tak limity pro výdaje.

Debata o penězích v politice se táhne ve Spojených státech už minimálně od počátku 20. století. Se vznikem Fondu pro prezidentskou volební kampaň se zdálo, že toto bude cesta, kterou se budou ubírat všichni kandidáti hlavních politických stran. Ani po té, co George W. Bush odmítl federální financování v primárách, se nezdálo, že by čas federálních financí ve volebních kampaních pominul. Nabídka více než desítek milionů dolarů „zadarmo“ byla jednoduše příliš lákavá a bezpečná. Zdálo se velice nepravděpodobné, že by ji některý z kandidátů odmítl. Fakt, že odmítnutí peněz z fondu je reálnou možností, ukazuje, že existuje solidní voličská základna, která je ochotna učinit příspěvek ve prospěch kandidáta dle své volby. To je pozitivní zpráva.

Nyní je třeba zhodnotit, která z nabízených tří cest se jeví nejefektivněji při zohlednění v úvodu stanovených dvou hlavních kritérií: většího podílu malých donorů a podpory politické soutěživosti. Ze statistik a dat uvedených výše jednoznačně vyplývá, že pokud ponechán systém bez zásahu, nebude schopen dostát těmto požadavkům. Co může nabídnout fond kandidátovi? Peníze „zadarmo“, jistotu – kandidát není vydán libovůli dárců, a více času pro kampaň. Naproti tomu stojí nejistota představující velmi náročnou fundraisingovou kampaň, která ovšem nabízí vidinu získání mnohem více peněz a nulových limitů při jejich utrácení. Prezident Obama ukázal, že tato možnost je s pomocí fundraiserů a internetu realizovatelná a může zajistit velmi výrazný náskok

oproti konkurentům. Otázka do jaké míry jsou peníze ve volební kampani rozhodujícím faktorem, zůstává nevyřešena a nebyla ani tématem této práce. Faktem nicméně je, že výrazná finanční převaha je zvýhodňujícím faktorem, který také vypovídá něco o všeobecné podpoře kandidáta, zvláště pokud je výrazná část jeho zdrojů čerpána od malých dárců. Oproti očekávání původních tvůrců federálního systému financování také odmítnutí fondu není veřejností chápáno jako potenciálně korupční – zvolení kandidáta, který se takto rozhodl jako jediný je toho dostatečným důkazem. Zdá se, že, aby se federální financování stalo znovu atraktivním, muselo by nabídnout víc. Především více peněz nebo alespoň za výhodnějších podmínek – aby byly dostupné během celé doby kampaně a případně zvýšení limitů pro utrácení. Více peněz ovšem ve fondu není a stávající trend naznačuje, že ani nebude.

## Použitá literatura

### Primární zdroje

Presidential Funding Act of 2007.

(<http://www.govtrack.us/congress/billtext.xpd?bill=s110-436>) ověřeno k 20. 5. 2010

### Články v odborných periodikách a zprávy

Cantor, J.: CRS Report: The Presidential Election Campaign Fund and Tax Checkoff: Background and Current Issues, 2005.

(<http://fpc.state.gov/documents/organization/105185.pdf>) ověřeno k 20. 5. 2010

Cantor, J.: CRS Report: Campaign Finance An Overview, 2003

(<http://fpc.state.gov/documents/organization/28105.pdf>) ověřeno k 20. 5. 2010

The Campaign Finance Institute, 2010: All CFI Funding Statistics Revised and Updated for the 2008 Presidential Primary and General Election Candidates.

([http://www.cfinst.org/Press/PReleases/10-01-08/Revised\\_and\\_Updated\\_2008\\_Presidential\\_Statistics.aspx](http://www.cfinst.org/Press/PReleases/10-01-08/Revised_and_Updated_2008_Presidential_Statistics.aspx)) ověřeno k 20. 5. 2010

Coleman, J. J.: The Benefits of Campaign Spending, CATO Institute, 2003.

(<http://users.polisci.wisc.edu/coleman/colemancato.pdf>) ověřeno k 20. 5. 2010

Democratic Presidential Candidate Moral 1980-2004

([http://www.electionstudies.org/nesguide/toptable/tab7c\\_3.htm](http://www.electionstudies.org/nesguide/toptable/tab7c_3.htm)) ověřeno k 11. 5. 2008

Federal Election Commission, Presidential Election Campaign Fund (PECF)

(<http://www.fec.gov/press/bkgnd/fund.shtml>) ověřeno k 20. 5. 2010

Federal Election Commission: The \$3 Tax Checkoff, 1993

(<http://www.fec.gov/pages/brochures/checkoff.shtml>) ověřeno k 20. 5. 2010

Federal Election Commission: Public Funding of Presidential Elections, 2009

(<http://www.fec.gov/pages/brochures/pubfund.shtml>) ověřeno k 20. 5. 2010

Federal Election Commission: Chapter 1, Primary Matching Funds: How the Matching Fund System Works.

(<http://www.fec.gov/info/chone.htm>) ověřeno k 20. 5. 2010

Federal Election Commission: 2004 Presidential Campaign Financial Activity Summarized, 2005

(<http://www.fec.gov/press/press2005/20050203pressum/20050203pressum.html>) ověřeno k 11.5.2008

Garrett, R. S.: CRS Report: Campaign Finance Policy After Citizens United v. Federal Election Commission: Issues and Options for Congress, 2010.

([http://assets.opencrs.com/rpts/R41054\\_20100201.pdf](http://assets.opencrs.com/rpts/R41054_20100201.pdf)) ověřeno k 20. 5. 2010

Capt. Horton, M.: AFFTC Legal Office Explains the Presidential Election Campaign Fund, 2010.

(<http://www.edwards.af.mil/news/story.asp?id=123190010>) ověřeno k 20. 5. 2010

The NES Guide to Public Opinion and Electorate: Behavior Republican Presidential Candidate Moral 1980-2004

[http://www.electionstudies.org/nesguide/toptable/tab7c\\_7.htm](http://www.electionstudies.org/nesguide/toptable/tab7c_7.htm) k 11. 5. 2008

Malbin, M. J.: Small Donors, Large Donors and the Internet: The Case for Public Financing after Obama, CFI, 2009.

([http://cfinst.org/president/pdf/PresidentialWorkingPaper\\_April09.pdf](http://cfinst.org/president/pdf/PresidentialWorkingPaper_April09.pdf)) ověřeno k 20. 5. 2010

Mann, T. E: Deregulating Campaign Finance: Solution or Chimera? , Brookings, 2010.

(<http://www.campaignfinancesite.org/book/html/300.html>) ověřeno k 20. 5. 2010

Mann, T. E: A Collapse of the Campaign Finance Regime? in The Forum, Vol. 6, Issue 1, Brookings, 2008.

([http://www.brookings.edu/articles/2008/04\\_campaignfinance\\_mann.aspx](http://www.brookings.edu/articles/2008/04_campaignfinance_mann.aspx))

ověřeno k 20. 5. 2010

Mann, T. E: Suppressing Political Speech?, Opportunity 08, Brookings, 2007.

([http://www.brookings.edu/opinions/2007/0709\\_campaignfinance\\_mann\\_opp08.aspx](http://www.brookings.edu/opinions/2007/0709_campaignfinance_mann_opp08.aspx))

ověřeno k 20. 5. 2010

Mann, T. E: Repealing the Limitation on Party Expenditures on Behalf of Candidates in General Elections, Brookings, 2007.

([http://www.brookings.edu/testimony/2007/0418uspolitics\\_mann.aspx](http://www.brookings.edu/testimony/2007/0418uspolitics_mann.aspx))

ověřeno k 20. 5. 2010

Mann, T. E: Money in the 2008 Elections: Bad News or Good?, The Chautauquan Daily, Brookings, 2008.

([http://www.brookings.edu/opinions/2008/0701\\_publicfinance\\_mann.aspx](http://www.brookings.edu/opinions/2008/0701_publicfinance_mann.aspx))

ověřeno k 20. 5. 2010

Ornstein, N. J. and Mann T. E.: Credibility for a Collapsed System in The Washington Post, , Brookings, 1996.

([http://www.brookings.edu/opinions/1996/1216campaignfinancereform\\_mann.aspx?rssid=campaign+finance](http://www.brookings.edu/opinions/1996/1216campaignfinancereform_mann.aspx?rssid=campaign+finance)) ověřeno k 20. 5. 2010

Ornstein, N. and Mann, T. E: So Far, So Good on Campaign Finance Reform in The Washington Post, , Brookings, 2004.

([http://www.brookings.edu/opinions/2004/0301campaignfinancereform\\_mann.aspx](http://www.brookings.edu/opinions/2004/0301campaignfinancereform_mann.aspx))

ověřeno k 20. 5. 2010



Potter, T. Brookings: Time to Restore Trust in our Campaign System in The Christian Science Monitor, 2001.

([http://www.brookings.edu/opinions/2001/0712campaignfinancereform\\_potter.aspx](http://www.brookings.edu/opinions/2001/0712campaignfinancereform_potter.aspx))

ověřeno k 20. 5. 2010

Rauch, J.: Here 's a New Campaign Finance Reform Plan: Just Stop in National Journal, Brookings, 2005.

([http://www.brookings.edu/opinions/2005/0507uspolitics\\_rauch.aspx](http://www.brookings.edu/opinions/2005/0507uspolitics_rauch.aspx))

ověřeno k 20. 5. 2010

Strauss, D.A, What's the Problem? Ackerman and Ayres on Campaign Finance Reform in Callifornia Law Review, 2003.

Samples, J.: Government Financing of Campaings, Public Choice and Public Values, CATO Institute, 2002.

([http://www.cato.org/pub\\_display.php?pub\\_id=1307](http://www.cato.org/pub_display.php?pub_id=1307))

ověřeno k 20. 5. 2010

Samples, J.: The Failures of Taxpayer Financing of Presidential Campaigns, CATO Institute, 2003.

(<http://www.cato.org/pubs/pas/pa500.pdf>)

ověřeno k 20. 5. 2010

Sen. Russell Feingold: Statements on Introduced Bills and Point Resolutions, The United States Senate, Jan 30, 2007, Section 29.

(<http://www.govtrack.us/congress/record.xpd?id=110-s20070130-29&bill=s110-436#sMonofilemx003Ammx002Fmmx002Fmmx002Fmhomemx002Fmgovtrackmx002Fmdatamx002Fmusmx002Fm110mx002Fmcrmx002Fms20070130-29.xmlElementm13m0m0m>)

ověřeno k 11. 5. 2008

Task Force on Financing Presidential Nominations (Campaign Finance Institute): So Voters May Choose: Reviving the Presidential Matching Fund System, 2005.

(<http://www.cfinst.org/pdf/federal/president/VotersChoose.pdf>)

ověřeno k 20. 5. 2010

Whitaker, L.P, Lunder, E. K., Manuel, K. M., Maskell, J., Seitzinger, M. V.CRS Report: Legislative Options After Citizens United v.FEC: Constitutional and Legal Issues, 2010.

(<http://www.fas.org/sgp/crs/misc/R41096.pdf>)

ověřeno k 20. 5. 2010

### Knihy

Levy, R. A., Mellor, W.: The Dirty Dozen, Sentinel HC, 2008

### Tištěná periodika

Graff, G. M. Inside the Obama Machine in Internationale Politik und Gesellschaft, Vol. 2, 2009, Berlin.

CQ Researcher: Campaign Finance Reform, Vol. 18, Nb: 22, 2008

Moore, J. L and Preimesberger, J. P.: Congressional Quarterly's: Guide to U. S. Elections, Vol. 1, Fourth Edition, CQ Press, A Division of Congressional Quarterly Inc., Washington D. C. 2001.