

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut politologických studií

Katedra politologie



Faltová Zuzana

**Analýza volební strategie TOP 09
v Pardubickém kraji v roce 2012**

Diplomová práce

Praha 2013

Autor práce: **Bc. Faltová Zuzana**

Vedoucí práce: **Mgr. Anna Matušková, PhD.**

Oponent práce:

Rok obhajoby: 2013

Hodnocení:

Bibliografický záznam

FALTOVÁ, Zuzana. *Analýza volební strategie TOP 09 v Pardubickém kraji v roce 2012*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut politologických studií. Katedra politologie, 2013. 118 s. Vedoucí diplomové práce Mgr. Anna Matušková, PhD.

Anotace

Předkládaná diplomová práce „*Analýza volební strategie TOP 09 v Pardubickém kraji v roce 2012*“ pojednává o předvolební kampani TOP 09 ve volbách do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2012. TOP 09 je politickou stranou, která se na české politické scéně objevila poprvé v roce 2009. Volby do krajských zastupitelstev v roce 2012 pro stranu představovaly první velkou výzvu od jejího vstupu do Poslanecké sněmovny v roce 2010 a především možnost etablovat se i na regionální úrovni. V práci se tedy snažím volby do Zastupitelstva Pardubického kraje zkoumat z hlediska teorie voleb druhého řádu, pro jejíž výzkum se staly základem první přímé volby do Evropského parlamentu v roce 1979.

Cílem diplomové práce je představit teorii voleb druhého řádu a na jejím teoretickém konceptu provést analýzu volební strategie strany TOP 09 před volbami do krajských zastupitelstev v roce 2012 v Pardubickém kraji. Na základě této teorie se snažím zjistit, do jaké míry je možné tuto teorii aplikovat na volební strategii TOP 09 a zda volební manažeři TOP 09 při přípravě volební strategie reflektují teorii voleb druhého řádu či je volební strategie tvořena zcela nezávisle na tomto fenoménu.

Klíčová slova

Volby do Zastupitelstva Pardubického kraje, teorie voleb druhého řádu, volební strategie, TOP 09, volební kampaň.

Annotation

Diploma thesis „*Analysis of the TOP 09 Election Strategy in the Regional Elections 2012 - Region of Pardubice*“ deals with the election campaign TOP 09 in the elections to the Assembly of the Pardubice Region in 2012. TOP 09 is a political party in the Czech political scene first appeared in 2009. Regional elections in 2012 for the political party represented the first major challenge since its entry into the Chamber of Deputies in 2010 and the opportunity to establish themselves at the regional level. The thesis examines the elections in the Pardubice region in terms of the theory of second-order elections. The research of this theory was made in terms of the first direct elections to the European Parliament in 1979.

The aim of this thesis is to introduce the theory of second order elections and to analyze the election strategy of TOP 09 before the elections to the regional council in 2012 in Region of Pardubice. Based on this theory will be find out if it is possible to apply this theory on the election strategy of TOP 09 and if the election managers of TOP 09 reflect this theory or the election strategy is created independently on this phenomenon.

Keywords

The election to the Assembly of the Pardubice Region, the second order election, election strategy, TOP 09, election campaign.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci „*Analýza volební strategie TOP 09 v Pardubickém kraji v roce 2012*“ zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu, kterou jsem uvedla níže v seznamu literatury. Vlastní text diplomové práce bez anotací a příloh má celkem 127 833 znaků s mezerami, tj. 71 normostran. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 17. května 2013

.....

podpis

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí mé diplomové práce Mgr. Anně Matuškové, PhD. za vstřícný přístup při konzultacích, poskytnutí cenných rad a věcných připomínek. Zároveň bych také ráda poděkovala volebnímu manažerovi TOP 09 Mgr. Miroslavu Vohníkovi za poskytnutí volebních materiálů a osobních rozhovorů, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout.

Institut politologických studií

Projekt diplomové práce

Projekt diplomové práce

na téma

Analýza volební strategie TOP 09 v Pardubickém kraji v roce 2012

(Analysis of the TOP 09 Election Strategy in the Regional Elections 2012 - Region of Pardubice)

Bc. Faltová Zuzana

1. ročník navazujícího magisterského studia oboru Politologie

Akademický rok 2011/2012

Vedoucí práce: **Mgr. Anna Matušková, PhD.**

1. Popis projektu

Volby do krajského zastupitelstva jsou z hlediska volebního klání volbami nejmladšími. Doposud se na české politické scéně konaly troje krajské volby, které proběhly v letech 2000, 2004 a 2008 [Brtník 2009: 7]. Hlavním cílem ustanovení těchto vyšších územně samosprávných celků byla snaha přiblížit správu věcí veřejných co nejbliže občanům. Široká veřejnost však věnuje více pozornosti politice celostátní a krajskou politiku více méně opomíjí. To dokládají i výsledky volební účasti v posledních třech krajských volbách, která se vždy pohybovala okolo 40% [volby.cz].

Protože se volby do krajského zastupitelstva konají především v polovině funkčního období Poslanecké sněmovny, tak do jisté míry umožňují voličům vyjádřit svoji spokojenost se současnou vládou. Ve všech doposud konaných volbách nikdy nevíťezila vládnoucí politická strana [volby.cz]. Volby byly vždy doprovázeny špatnou

společenskou situací a značnou nespokojeností občanů se stávající politikou vlády [Věntus 2009: 5].¹ To do jisté míry negativně působí na obsah volebních kampaní, kdy jsou krajská témata upozadřována, a větší pozornost je věnována tématům celostátním.

Volby jsou spolu s volbami do Evropského parlamentu, Senátu a do obecních zastupitelstev řazeny mezi volby druhého řádu. Voliči těmto volbám přikládají nižší důležitost, projevující se nejvíce v jejich volebním chování. Samotná teorie voleb druhého řádu přisuzuje vyšší důležitost volbám do legislativního orgánu, tedy Poslanecké sněmovně a všem ostatním volbám přisuzuje důležitost nižší [Fillová 2010: 9].² Ve své diplomové práci se tedy snažím krajské volby v Pardubickém kraji zkoumat pomocí Reiffovy a Schmittovy teorie voleb druhého řádu.

2. Co je záměrem navrhované práce?

Cílem diplomové práce je snaha představit teorii voleb druhého řádu a na jejím teoretickém konceptu provést analýzu volební strategie strany TOP 09 před volbami do krajských zastupitelstev v roce 2012 v Pardubickém kraji. Na základě této teorie se snažím zjistit, do jaké míry je možné tuto teorii aplikovat na volební strategii TOP 09 a zda volební manažeři TOP 09 při přípravě volební strategie reflektují teorii voleb druhého řádu či je volební strategie tvořena zcela nezávisle na tomto fenoménu. Dále se budu snažit o operacionalizaci níže uvedených Reiffových a Schmittových teoretických výstupů voleb druhého řádu, které následně zpracuji tak, abych je mohla využít k samotné analýze volební strategie.

Karlheinz Reif a Hermann Schmitt ve své práci *Nine Second- Order National Elections a Conceptual Framework for the Analysis of European Election Results* došli k následujícím výstupům:

- a) *úspěch ve volbách druhého řádu zaznamenávají menší, regionální a radikální strany, které zdaleka nedosahují takových výsledků ve volbách prvního řádu,*³
- b) *participace voličů je podstatně nižší, nežli u voleb prvního řádu, v závislosti na přikládání a vnímání jejich důležitosti,*

¹ VĚNTUS, R. (2009). *Analýza použití politického marketingu ze strany ČSSD v krajských volbách 2008* [online]. [cit. 2013-05-12]. Olomouc: Univerzita Palackého, Filozofická fakulta. Dostupné z WWW: <http://theses.cz/id/c36z1y/59986-827422223.pdf>.

² FILLOVÁ, A. (2010). *Regionální volby v Itálii 2000 – 2005: Teorie druhořadých voleb a volební cyklus* [online]. [cit. 2013-05-12]. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Jakub Šedo. Dostupné z WWW: http://is.muni.cz/th/219669/fss_b/Italske_regionalni_volby_2000-2005_Teorie_druhoradych_voleb_a_volebni_cyklus.pdf?zpet=https:%2F%2Ftheses.cz%2Fvyhledavani%2F%3Fsearch%3Dfillov%C3%A1%26start%3D1.

³ Tedy ve volbách do Poslanecké sněmovny, jak již bylo zmíněno v úvodu práce.

c) ve volbách druhého řádu zaznamenávají propad strany vlády a vládní koalice v závislosti na právě probíhajícím cyklu vládnutí,

d) volební kampaně obsahují zejména témata regionální, ale také většinou prostoru prvního řádu [Reif 1984: 247].

Tyto základní hypotézy byly postupně autory doplněny dalšími komentáři, příspěvky a existuje tedy několik úprav této problematiky, které podrobněji zmíním v kapitole 1.3. Avšak pro operacionalizaci budou tyto čtyři stěžejní.

3. Zdůvodnění výběru tématu práce

Pardubický kraj je v diplomové práci vybrán proto, že v tomto regionu žiji a je mi dobře známa politická situace v tomto volebním obvodu. Volební kampaň TOP 09 a její výsledky mohu tedy lépe analyzovat a zhodnotit v patřičných souvislostech.

Pro získání relevantních informací potřebných k samotné analýze jsem se rozhodla podílet jako dobrovolník na volební kampani TOP 09 v Pardubickém kraji a to nezávisle na své politické orientaci. Tato účast bude pro můj výzkum velmi přínosná, protože budu moci snadněji získat všechny potřebné materiály. Konkrétněji se zaměřím na sběr propagačních materiálů, tiskových zpráv, zpráv z regionálních deníků a novin, dále na sběr fotografií z průběhu volební kampaně, záznamů z tiskových konferencí a výstupů z médií. Tyto volební materiály mi poslouží k detailní analýze volební strategie TOP 09 a umožní mi odpovědět na níže uvedené výzkumné otázky.

TOP 09 je politickou stranou, která se na české politické scéně objevila poprvé v roce 2009. Volby do krajských zastupitelstev v roce 2012 budou tedy pro stranu TOP 09 představovat první velkou výzvu od jejího vstupu do Poslanecké sněmovny v roce 2010 a možnost se etablovat i na krajské úrovni.

Dalším důvodem, proč se chci hlouběji věnovat tomuto tématu, je skutečnost, že politika na krajské úrovni v České republice není dosud v odborné literatuře podrobněji zpracována. Množství publikací zabývajících se touto problematikou jsou značně omezená [Mrklas 2001; Balík, Čaloud 2005; Šaradín 2006; Eibl 2008]. Můžeme se setkat pouze s publikacemi, které se zabývají jednotlivými volbami do krajských zastupitelstev, avšak širší studie zaměřené na volební strategie českých politických stran na regionální úrovni výrazně chybí.

4. Použitá metodologie

Z hlediska metodologie bude v diplomové práci uplatňován kvalitativní výzkum. K zodpovězení výzkumných otázek bude využita metoda případové studie, která je „*detailní studium jednoho případu nebo několika málo případů, který byl zvolen jako objekt výzkumu. Jejím cílem je zachycení složitosti případu, a popisu vztahů v jejich celistvosti*“ [Hendl 2005: 104]. Konkrétně se jedná o jedinečnou případovou studii, která mi umožní provést detailní analýzu volební strategie TOP 09 v Pardubickém kraji. V rámci této zvolené metody „*zkoumám konkrétní případ pro jeho jedinečnost, vnitřní povahu, nikoli, že bych jeho prostřednictvím usilovala o poznání obecnějšího fenoménu*“ [Kořán 2008: 33-34].

Dále ke sběru dat využívám techniku osobního dotazování, konkrétně polostrukturovaný rozhovor, kdy tazatel vede část rozhovoru ve stanoveném pořadí a znění otázek a zbytek dotazů volně doplňuje. Jeho hlavní výhodou je právě existence přímé zpětné vazby mezi tazatelem a respondentem [Kozel 2005: 142]. V celé práci se však budu snažit postupovat podle zvolené metodologie a dodržovat empiricko-analytický přístup. Práce se bude také opírat o obsahovou analýzu dokumentů a to konkrétně volebního programu, tiskových zpráv, průzkumů veřejného mínění a propagačních materiálů TOP 09.

Na základě takto zvolené metodologie se pokusím zodpovědět na tyto výzkumné otázky.

Do jaké míry je možné teorii voleb druhého řádu aplikovat na volební strategii TOP 09? Reflektují volební manažeři při tvorbě volební strategie teorii voleb druhého řádu či vzniká zcela nezávisle na tomto konceptu na základě jejich nevědomosti?

Předpokládaná struktura práce

Úvod

1. Teoretická východiska

1. 1 Teorie voleb druhého řádu

1. 2 Dimenzionální pojetí Reifa a Schmitta

1. 3 Reifovo upřesnění původních hypotéz

1.3.1 Pozice vládních a opozičních stran

1.3.2 Voličský zájem o druhořadé volby

1.3.3 Výhodnější pozice menších, nových nebo radikálních stran

1.3.4 Význam a vliv předvolebních kampaní

2. Politická strana TOP 09

2.1. Historie a vznik strany

2.2. Pozice strany před krajskými volbami 2012

3. Volby do krajského zastupitelstva v Pardubickém kraji 2012

3. 1 Charakteristika Pardubického kraje

3. 2 Volební trh

3. 3 Politická situace před krajskými volbami

3. 4 Aktéři voleb

3. 5 Výsledky voleb

4. Volební kampaň TOP 09 v Pardubickém kraji

4.1 Příprava a strategie volební kampaně

4.2 Harmonogram volební kampaně

4.3 Rozpočet kampaně

4.4 Volební program TOP 09

4.5 Prezentace volební kampaně a kandidáta

4.6 Zhodnocení volební kampaně

Závěr

Předpokládaný seznam pramenů a literatury:

Monografie

BALÍK, S., ČALOUD, D. (2005). *Krajské volby v České republice 2004*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita. 235 s. ISBN 80-210-3880-2.

EIBL, O. (2009). *Krajské volby 2008*. Vyd. 1. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK). 175 s. ISBN 978-80-7325-187-1.

MARSH, M. (2007). European Parliament elections and losses by governing parties. In: VAN DER BRUG, W., VAN DER EIJK, C. *European Elections & Domestic Politics. Lessons from the Past and Scenarios for the Future*. Notre Dame: University of Notre Dame Press, s. 51-72.

ROHRSCHEIDER, R.; CLARK, N. (2009). *Second-Order Elections versus First-Order Thinking: How Voters Perceive the Representation Process in a Multi-Layered*

System of the Governance. Department of Political Science: Indiana University.

Dostupné z WWW: (http://www.ees-homepage.net/papers/cadenabbia/rohrschneider_clark.pdf).

ŠARADÍN, P. (2007). *Evropské volby v postkomunistických zemích*. Vyd. 1. Olomouc: Periplum. 183 s. ISBN 978-80-86624-32-7.

ŠARADÍN, P. (2006). *Krajské volby v České republice*. Vyd. 1. Olomouc: VUP. 259 s. ISBN 8024415550.

ŠARADÍN, P. (2008). *Teorie voleb druhého řádu a možnosti jejich aplikace v České republice*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 162 s. ISBN 978-80-244-1876-6.

ŠARADÍN, P. (2004). *Volby do Evropského parlamentu v České republice*. Vyd. 1. Olomouc: Periplum. 317 s. ISBN 80-86624-22-6.

Odborné články

HEATH, A., MCLEAN, I., TAILOR, B., CURTICE, J. (1999). Between first and second order: A comparison of voting behaviour in European and local elections in Britain. *European Journal of Political Research*. Vol. 25, No. 3, s. 389-414.

KOEPKE, J. R., RINGE, N. (2006). The Second-order Election Model in an Enlarged Europe. *European Union Politics*. Vol 7, No 3, s. 321-346.

MARSH, M. (1998). Testing the Second-Order Election Model after Four European Elections. *British Journal of Political Science*. Vol 28, No 4, s. 591-607.

MILLER, W. L., MACKIE, M. (1973). The Electoral cycle and the asymmetry of Government and Opposition Popularity. *Political studies*. Vol. 21, No. 3, s. 263-279.

NORRIS, P. (1997). Nominations: Second-order elections revisited. *European Journal of Political Research*. Vol 31, No 1, s. 109-114.

REIF, K. (1984): National Electoral Cycles and European Elections 1979 and 1984. *Electoral Studies*. Vol 3, No. 3, s. 244-255.

REIF, K. (1979). Reflections: European elections as member state second-order elections revisited. *European Journal of Political Research*. Vol. 31, No 1, s. 115-124.

REIF, K., SCHMITT, H. (1980). Nine second-order national elections – A conceptual framework for the analysis of European election results. *European Journal of Political Research*. Vol 8, No 1, s. 3-44.

Internetové databáze

Český statistický úřad, www.cszo.cz

www.volby.cz

www.top09.cz

Volební materiály TOP 09

Zprávy z regionálních a celostátních deníků

Obsah

Úvod	21
1. Teoretická východiska.....	28
1.1. Teorie voleb druhého řádu	29
1.2. Dimenzionální pojetí Reifa a Schmitta	31
1.3. Reifovo upřesnění původních hypotéz.....	34
1.3.1. Pozice vládních a opozičních stran.....	35
1.3.2. Voličský zájem o druhořadé volby	35
1.3.3. Výhodnější pozice menších, nových nebo radikálních stran	36
1.3.4. Význam a vliv předvolebních kampaní	36
2. Politická strana TOP 09.....	38
2.1. Historie a vznik strany	38
2.2. Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010 a následný vývoj	41
3. Volby do krajského zastupitelstva v Pardubickém kraji 2012.....	45
3.1. Volební trh	46
3.1.1. Právní podmínky.....	47
3.1.2. Ekonomické a sociálně-demografické podmínky.....	49
3.1.3. Politické podmínky	50
3.2. Analýza výchozího postavení TOP 09.....	56
3.2.1. Charakteristika politického trhu.....	56
3.2.2. SWOT analýza politické strany TOP 09.....	57
3.2.3. Hodnocení strany podle průzkumů veřejného mínění	59
3.2.4. Voličská základna	61
4. Volební kampaň TOP 09 v Pardubickém kraji	64
4.1. Příprava volební kampaně.....	66
4.2. Harmonogram volební kampaně	67
4.3. Rozpočet volební kampaně	69

4.4. Volební program TOP 09.....	71
4.5. Prezentace volební kampaně a kandidáta.....	74
4.6. Zhodnocení.....	81
4.7. Výsledky voleb.....	84
Závěr	86
Summary	86
Seznam použité literatury	90
Přílohy	105

Seznam obrázků

Obrázek 1: Výsledky voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2010	42
Obrázek 2: Počet získaných mandátů pro jednotlivé strany	43
Obrázek 3: Struktura politického trhu	47
Obrázek 4: Hlasy pro politické strany získané v letech 2000, 2004 a 2008	55
Obrázek 5: "Jste Vy osobně spokojen (a) s naší současnou politickou situací?	60
Obrázek 6: "Myslíte si, že prováděná a připravovaná opatření vlády jsou správnou cestou k ozdravení státních financí?	61
Obrázek 7: Struktura voličů TOP 09 podle věku.....	62
Obrázek 8: Struktura voličů TOP 09 podle vzdělání	62
Obrázek 9: Kdo jsou voliči TOP.....	63
Obrázek 10: Prvky volební strategie.....	65
Obrázek 11: Logo TOP 09.....	75
Obrázek 12: Plakáty oslovující mladé voliče	77
Obrázek 13: Aplikace Oznamkuj se	78

Seznam tabulek

Tabulka 1: Složení přípravného výboru TOP 09	40
Tabulka 2: Výsledky voleb do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2000.....	53
Tabulka 3: Výsledky voleb do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2004.....	53
Tabulka 4: Výsledky voleb do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2008.....	54
Tabulka 5: SWOT analýza TOP 09	58
Tabulka 6: Volební preference TOP 09 v Pardubickém kraji	60
Tabulka 7: Harmonogram předvolebních akcí	69
Tabulka 8: Konečné vyúčtování celostátní volební kampaně TOP 09.....	70
Tabulka 9: Předpokládaný rozpočet volební kampaně TOP 09 v Pardubickém kraji	71
Tabulka 10: Výsledky voleb do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2012.....	84
Tabulka 11: Výsledky voleb do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2012 podle okresů.....	85

Seznam příloh

Příloha 1: Kandidátní listina TOP 09 a Starostové pro Pardubický kraj	105
Příloha 2: Programové priority TOP 09 a Starostové pro Pardubický kraj	108
Příloha 3: Celostátní vizuál.....	109
Příloha 4: Krajský vizuál	109
Příloha 5: Oficiální fotografie Jaroslava Zedníka.....	110
Příloha 6: Venkovní reklama - priority.....	111
Příloha 7: Plakát "Nekecáme u piva. Protože tvrdá práce se vyplácí.".....	112
Příloha 8: Volební noviny TOP Kurýr.....	112
Příloha 9: Plakát "Obýváky 2012"	112
Příloha 10: Plakát "Transparentní kraj"	115
Příloha 11: Webová stránka Obce lidem	115
Příloha 12: Přepis rozhovoru s Miroslavem Vohníkem.....	116

Seznam použitých zkratek

ČSSD	Česká strana sociálně demokratická
FOE	First order election - volby prvního řádu
KDU-ČSL	Křesťanská demokratická unie – Československá strana lidová
KPK	Koalice pro Pardubický kraj
KSČM	Komunistická strana Čech a Moravy
ODS	Občanská demokratická strana
SANEP	Středisko analýz a empirických výzkumů
SOE	Second order elections - volby druhého řádu
SPK	Sdružení pro Pardubický kraj
SPOZ	Strana práv občanů Zemanovci
STEM	Středisko empirických výzkumů
SZ	Strana zelených
TOP 09 pro PAK	TOP 09 pro Pardubický kraj
TOP 09	Tradice odpovědnost prosperita
VV	Věci veřejné

Úvod

Předmětem této předkládané diplomové práce je analýza volební strategie TOP 09 ve volbách do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2012. „Zavedení krajského uspořádání k 1. lednu 2000 představovalo nejen dovršení významné etapy reformy územní samosprávy v České republice, ale zároveň s sebou přineslo do českého prostředí i nový typ voleb“ [Brtník, Havlík 2009: 133]. Krajská politika se v průběhu uplynulých let stala plnohodnotnou součástí české politiky. Političtí aktéři během této doby pochopili, že je platformou, která nabízí širokou škálu nástrojů pro realizaci vlastního programu, aniž by nutně museli být součástí celorepublikové vlády [Balík, Čaloud 2005: 11].

TOP 09 je politickou stranou, která se na české politické scéně objevila poprvé v roce 2009. Volby do krajských zastupitelstev v roce 2012 pro stranu představovaly první velkou výzvu od jejího vstupu do Poslanecké sněmovny v roce 2010 a především možnost etablovat se i na regionální úrovni. Krajské volby jsou s volbami do Evropského parlamentu, Senátu a do obecních zastupitelstev řazeny mezi volby druhého řádu, vyznačující se nižší volební účastí, zájmem veřejnosti a celkově nižší důležitostí, jež jim přiřkládají samotní voliči. V práci se tedy snažím volby do Zastupitelstva Pardubického kraje zkoumat z hlediska teorie voleb druhého řádu, pro jejíž výzkum se staly základem první přímé volby do Evropského parlamentu v roce 1979.

Cíl diplomové práce

Cílem diplomové práce je představit teorii voleb druhého řádu a na jejím teoretickém konceptu provést analýzu volební strategie TOP 09 před volbami do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2012. Provedená analýza mi umožní zjistit, do jaké míry je možné teorii voleb druhého řádu aplikovat na volební strategii TOP 09 a zda volební manažeři TOP 09 při přípravě volební strategie reflektují teorii voleb druhého řádu či je tvořena zcela nezávisle na tomto fenoménu. Dále se snažím o operacionalizaci níže uvedených Reiffových a Schmittových teoretických výstupů voleb, které následně zpracuji tak, abych je mohla využít k samotné analýze volební strategie.

Karlheinz Reiff a Hermann Schmitt ve své práci *Nine Second-Order National Elections a Conceptual Framework for the Analysis of European Election Results* došli

k následujícím výstupům [Reif, Schmitt 1980]. Tyto čtyři základní aspekty voleb druhého řádu byly postupně autory doplněny dalšími komentáři, ale pro operacionalizaci budou tyto čtyři stěžejní.

1) Úspěch ve volbách druhého řádu zaznamenávají menší, regionální a radikální politické strany, které zdaleka nedosahují takových výsledků ve volbách prvního řádu⁴.

V rámci této hypotézy bude zkoumáno, zda na politickém trhu Pardubického kraje působila malá, radikální nebo regionální strana. Pokud ano, bude dále zkoumáno, zda se TOP 09 vůči této straně v průběhu předvolební kampaně vymezila nebo se jí snažila zdiskreditovat v očích veřejnosti.

2) Participace voličů je podstatně nižší, nežli u voleb prvního řádu, v závislosti na přikládání a vnímání jejich důležitosti.

Na základě této hypotézy bude zkoumáno, jakým způsobem se snažila TOP 09 oslovit voliče, aby v nich vzbudila větší zájem o volby a přesvědčila je jít k volbám.

3) Ve volbách druhého řádu zaznamenávají propad strany vlády a vládní koalice v závislosti na právě probíhajícím cyklu vládnutí.

V rámci této hypotézy bude zkoumáno, zda TOP 09 v průběhu předvolební kampaně reflektovala svoji pozici strany vládní koalice a jakým způsobem se snažila tuto pozici využít ve volební kampani.

4) Volební kampaně obsahují zejména témata regionální, ale také většinou prostoru prvního řádu [Reif 1984: 247].

Na základě této hypotézy bude zkoumána politická nabídka strany (volební program, prezentace kandidáta). Cílem je potvrdit či vyvrátit, zda se TOP 09 ve volební kampani věnovala tématům regionálním nebo zda se zaměřila i na prezentaci témat celostátních.

⁴ Tedy ve volbách do Poslanecké sněmovny, jak již bylo zmíněno v úvodu práce.

V úplném závěru zhodnotím celkové výsledky voleb, úspěšnost volební kampaně a to zda volební manažeři reflektovali teorii voleb druhého řádu.

Zhodnocení výběru tématu

Pardubický kraj je v diplomové práci vybrán proto, že v tomto regionu žiji a je mi dobře známa politická situace v tomto volebním obvodu. Volební kampaň TOP 09 a její výsledky mohu tedy lépe analyzovat a zhodnotit v patřičných souvislostech.

Vzhledem k mému zájmu o problematiku volebních kampaní jsem se zúčastnila některých předvolebních akcí strany. Tato účast mi umožnila získat více informací a poznatků o volební kampani TOP 09, a to pouze z důvodu zpracování mé práce, nikoli, že bych byla podporovatelem této politické strany. Konkrétněji jsem se zaměřila na sběr propagačních materiálů, tiskových zpráv, zpráv z regionálních deníků a celostátních novin, dále na sběr fotografií z volebních akcí, záznamů z tiskových konferencí a výstupů z medií. Tyto volební materiály mi posloužily k detailní analýze volební strategie TOP 09 a umožnily mi odpovědět na výzkumné otázky. Práce je časově vymezena od zahájení předvolební kampaně v létě 2012 po samotné volby konané v říjnu téhož roku.

Dalším důvodem, proč se chci hlouběji věnovat tomuto tématu, je skutečnost, že politika na regionální úrovni v České republice není dosud v odborné literatuře podrobněji zpracována. Množství publikací zabývajících se touto problematikou jsou značně omezená [Mrklas 2001; Balík, Čaloud 2005; Šaradín 2006; Eibl 2008]. Můžeme se setkat pouze s publikacemi, které reflektují jednotlivé volby do krajských zastupitelstev, avšak širší studie zaměřené na volební strategie politických stran na regionální úrovni výrazně chybí.

Použitá metodologie

V diplomové práci bude uplatňován empiricko-analytický přístup. K zodpovězení výzkumných otázek bude využita metoda případové studie, která představuje „*detailní studium jednoho případu nebo několika málo případů, který byl zvolen jako objekt výzkumu. Jejím cílem je zachycení složitosti případu, a popisu vztahů v jejich celistvosti*“ [Hendl 2005: 104]. Konkrétně se jedná o jedinečnou případovou studii, která mi umožní provést detailní analýzu volební strategie TOP 09 v Pardubickém kraji. V rámci této zvolené metody „*zkoumám konkrétní případ pro jeho*

jedinečnost, vnitřní povahu, nikoli, že bych jeho prostřednictvím usilovala o poznání obecnějšího fenoménu“ [Kořán 2008: 33-34].

Dále ke sběru dat využívám techniku osobního dotazování, konkrétně polostrukturovaný rozhovor, kdy tazatel vede část rozhovoru ve stanoveném pořadí a znění otázek a zbytek dotazů volně doplňuje. Jeho hlavní výhodou je právě existence přímé zpětné vazby mezi tazatelem a respondentem [Kozel 2005: 142].

Sběr dat probíhal pomocí osobního dotazování předem vybraného respondenta Mgr. Miroslava Vohníka, volebního manažera TOP 09 v Pardubickém kraji. Data byla pořízena v období září a říjen 2012. Rozhovor s respondentem jsem přepsala a v práci použila pouze relevantní pasáže, které mi umožnily odpovědět na výzkumné otázky. Přepis rozhovoru uvádím v Příloze 12.

Dále je nutné poznamenat, že výsledky výzkumu nelze brát jako stoprocentně platné, protože u metody polostrukturovanému rozhovoru lze předpokládat určitou míru subjektivity při odpovědích respondenta. Pro jeho pružný a nestrukturovaný charakter ho lze těžko replikovat a vznikají tak obtíže se zobecňováním výsledků [Hendl 2005: 52].

V celé diplomové práci se však snažím postupovat podle zvolené metodologie a dodržovat empiricko-analytický přístup.

Na základě takto zvolené metodologie se pokusím zodpovědět na tyto výzkumné otázky.

1) Do jaké míry je možné teorii voleb druhého řádu aplikovat na volební strategii TOP 09?

2) Reflektují volební manažeři při tvorbě volební strategie TOP 09 teorii voleb druhého řádu či vzniká nezávisle na tomto fenoménu na základě jejich nevědomosti?

Struktura práce

Diplomová práce je členěna do čtyř hlavních kapitol. První kapitola vymezuje teorii voleb druhého řádu. Nejprve se věnuje její typologizaci, tak jak ji představili němečtí politologové Karlheinz Reiff a Hermann Schmitt a následně představuje studie, které se věnují dalším výzkumům o vzájemných odlišnostech různých typů voleb. Další část popisuje Reiffovo a Schmittovo dimenzionální pojetí, ve kterém rozděluje teorii voleb druhého řádu do šesti dimenzí, které popisují podstatu teorie, a také to na jakém

základě by měly být druhořadé volby zkoumány. Poslední část této kapitoly se věnuje Reiffovu ověření a upřesnění původně formulovaných hypotéz z roku 1980.

Druhá kapitola se snaží o získání základního profilu strany TOP 09. Vymezuje zde počátek vzniku politické strany, její následný vývoj a postupné upevnění v českém stranickém systému.

Třetí kapitola se věnuje volbám do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2012. Je zde analyzován politický trh, který umožňuje politické straně vyvozovat volební strategii a metody, které zužitkuje ve své kampani. Dále je zde popsána výchozí pozice strany, kde byla zohledněna charakteristika politického trhu, swot analýza TOP 09, hodnocení strany v předvolebních průzkumech a její voličská základna.

Poslední kapitola přináší detailní analýzu volební kampaně TOP 09 v Pardubickém kraji. Zabývá se přípravou volební kampaně, jejím průběhem a rozpočtem. Co se týče volební nabídky strany, je zde analyzován volební program TOP 09, použitá reklama a také prezentace kandidáta a jeho role v celé kampani.

V závěru práce je zhodnocena volební kampaň TOP 09 v Pardubickém kraji a určeny její silné a slabé stránky. Dále jsou zde zodpovězeny výše stanovené výzkumné otázky. Na konci práce jsou umístěny přílohy zobrazující podobu volební kampaně strany. Obsahují především vizuály billboardů, reklamních letáků, tiskovin strany a také kandidátní listinu.

Dále je zde důležité zmínit, že struktura práce se oproti původnímu projektu liší ve struktuře třetí kapitoly. Jednotlivé podkapitoly byly změněny z důvodu větší přehlednosti a logického uspořádání práce, přičemž jejich obsah se nezměnil.

Rozbor literatury

Problematika teorie voleb druhého řádu je komplexněji zmapována zejména zahraničními autory. Existuje zde nepřeberné množství zahraničních publikací věnujících se tomuto tématu. První studie mapující vzájemné rozdíly mezi jednotlivými volbami lze nalézt ve Spojených státech amerických na začátku 60. let 20. století. V roce 1960 publikoval americký politolog Angus Campbell článek *Surge and Decline: A Study of Electoral Change*, ve kterém přišel s tvrzením, že odlišnost voličského chování závisí na typu voleb, kterých se voliči účastní [Campbell 1960].

O další vysvětlení volební podpory prezidentské strany v parlamentních volbách mezi volbami prezidentskými se pokusil v 70. letech další americký politolog Edward

Tufte ve svém článku *Determinants of the Outcomes of Midterm Congressional Elections* [Tufte 1975].

První debata vyvolána na toto téma v evropském prostředí byla na počátku 80. let 20. století. Němečtí politologové Karlheinz Reif a Hermann Schmitt přišli s článkem *Nine Second-Order National Elections a Conceptual Framework for the Analysis of European Election Results*, ve kterém jako první představili základní aspekty teorie voleb druhého řádu, reflektující odlišnosti mezi jednotlivými druhy voleb a chováním voličů v nich a to na základě výsledků prvních voleb do Evropského parlamentu v roce 1979 [Reif, Schmitt 1980].

Právě tento odborný článek mi byl nejvíce přínosný a stal se stěžněním textem mé práce. Tato studie postupem času vzbudila reakce dalších politologů a byla postupně inovována. Samotný Karheinz Reif se problematice teorie voleb druhého řádu věnoval i po druhých přímých volbách do Evropského parlamentu v roce 1984, kdy přišel s ověřením a upřesněním původně formulovaných hypotéz ve studii *National Electoral Cycles and European Elections 1979 and 1984* [Reif 1984] a *Reflections: European elections as member state second-order elections revisited* [Reif 1997].

Oproti množství zahraničních zdrojů je politologický výzkum teorie voleb druhého řádu v České republice stále na samém začátku, a co se týče relevantní literatury značně omezený. Můžeme se setkat s celou řadou publikací, které se věnují volbám a volebním systémům, ale téměř všechny se věnují pouze výzkumu národní úrovně a problematika úrovní nižších je stále opomíjena. Pouze monografie Pavla Šaradína *Teorie voleb druhého řádu a možnosti jejich aplikace v České republice* představuje první pokus o ucelené zpracování teorie voleb druhého řádu, které v českém politologickém prostředí doposud chybělo [Šaradín 2008].

Mezi další ze série publikací věnujících se analýze krajských voleb v České republice lze zmínit *Krajské volby 2000 – fakta, názory, komentáře* od Ladislava Mrklase [Mrklas 2001], *Krajské volby v České republice 2004* od Stanislava Balíka a Dalibora Čalouda [Balík, Čaloud 2005] a *Krajské volby 2008* od Otty Eibla [Eibl 2009]. Zmíněné publikace zkoumají charakter krajských voleb jako druhořadých, pojednávají o předvolební kampani, volebních výsledcích a vzniku jednotlivých koalic v čele krajských samospráv. Analýzou všech doposud konaných krajských voleb se zabývá Vlastimil Havlík a Libor Hoskovec v odborném článku *Krajské volby v České republice v kontextu konceptu voleb druhého řádu. Analýza vybraných aspektů voleb do krajských zastupitelstev v letech 2000-2008*, ve kterém se snaží na základě volebních výsledků

zjistit, jak krajské volby vnímají samotní voliči a jakou jim přiřkládají důležitost [Havlík, Hoskovec 2009].

V analytické části textu vycházím především z osobního rozhovoru s volebním manažerem TOP 09 Mgr. Miroslavem Vohníkem, který mi poskytl veškerou volební dokumentaci TOP 09. Dále čerpám z článků z regionálních deníků a celostátních novin, tiskových zpráv a mediálních výstupů. V neposlední řadě také z vlastních materiálů, které jsem získala v průběhu účasti na volebních akcích strany.

1. Teoretická východiska

Vzhledem ke stanoveným cílům práce zde bude nejprve stručně definována teorie voleb druhého řádu a poté bude představen výchozí koncept, se kterým se v práci dále pracuje.

K politickému rozhodování (proces policy making) dochází jak na úrovni národní, tedy nejvyšší, tak i na úrovních nižších. Podoba těchto jednotlivých úrovní je zcela odlišná a závisí na jednotlivém institucionálním nastavení a na fungování konkrétního politického systému. Přijetí tvrzení, že politické rozhodování probíhá na několika různých úrovních, sebou přináší i otázky týkající se toho jaký význam jednotlivé úrovně, a tedy i typy voleb⁵ mají a jakým způsobem je vnímají samotní voliči a politické strany⁶[Havlík, Hoskovec 2009: 23].

Zodpovězení těchto otázek se stalo hlavním bodem výzkumu německých politologů Karlheinz Reifa a Hermanna Schmitta, kteří jako první představili teorii voleb druhého řádu, reflektující odlišnosti mezi jednotlivými druhy voleb a chováním voličů v nich. Předtím, než se budu důkladněji zabývat uceleným teoretickým rámcem teorie voleb druhého řádu, tak v první řadě nastíním některé další studie, které se vyvinuly ve zcela specifickém prostředí amerického politického systému a staly se prvními impulsy k dalším výzkumům o vzájemných odlišnostech různých typů voleb.

První studie mapující vzájemnou odlišnost mezi jednotlivými volbami lze nalézt ve Spojených státech amerických na začátku 60. let 20. století. V roce 1960 publikoval americký politolog Angus Campbell článek *Surge and Decline: A Study of Electoral Change*, ve kterém přišel s tvrzením, že odlišnost voličského chování závisí na typu voleb, kterých se voliči účastní [Campbell 1960: 418; Havlík, Hoskovec 2009: 23].

Základem Campbellovy představené práce je koncepce tzv. nárůstu a poklesu (*surge and decline*), která spočívá v tom, že odlišná úroveň volební účasti a podpora prezidentské politické strany ve volbách do Kongresu je přímo závislá na datu konání parlamentních voleb. Ve svém výzkumu došel k závěru, že volební účast a podpora prezidentské strany ve volbách konajících se v polovině prezidentského období, byly vždy nižší než v případě voleb, které se konaly od prezidentských voleb s menším odstupem. Volby konající se uprostřed prezidentského období byly voliči, které A. Campbell nazýval jako voliče příležitostné (*peripheral*), vnímány za méně důležité, což

⁵Typy voleb: prezidentské, národní, regionální, lokální či evropské.

⁶V českém prostředí koncept víceúrovňového vládnutí poprvé podrobněji představili brněnští politologové Petr Fiala a Maxmilián Strmiska ve své publikaci *Víceúrovňové vládnutí: teorie, přístupy, metody*, ve které popsali dílčí aspekty víceúrovňové perspektivy.

napomáhá k nižší volební účasti a ke ztrátě podpory prezidentské strany. Naopak prezidentské volby, které se konají nedlouho před volbami do Kongresu, vedou k tomu, že voliči dávají přednost volbě prezidentské straně. Naopak ve volbách do Kongresu konajících se mezi volbami prezidentskými se voliči vracejí k normální volbě na úkor volby strany prezidentské [Havlík, Hoskovec 2009: 23-24].

Sám A. Campbell byl přesvědčen o aplikovatelnosti svého konceptu i v jiných politických systémech mimo americký kontinent, a to i přesto, že si byl vědom odlišného institucionálního nastavení a fungování politického systému v těchto zemích. O další vysvětlení volební podpory prezidentské strany v parlamentních volbách mezi volbami prezidentskými se pokusil v 70. letech další americký politolog Edward Tufte. Autor vysvětluje proměny chování voličů na základě míry úspěšnosti politiky prezidentské administrativy⁷ [Havlík, Hoskovec 2009: 24].

I přes tyto první impulzy výzkumu odlišnosti typů voleb a chování voličů nemůžeme vnímat jakýkoliv přímý vliv těchto studií na vývoj teorie voleb druhého řádu, která vznikla v evropském prostředí.

1.1. Teorie voleb druhého řádu

Již první studie zabývající se výzkumem odlišného chování voličů v závislosti na typu voleb se začaly objevovat na evropském kontinentu na počátku druhé poloviny 70. let 20. století. Tyto studie se týkaly především srovnání národních a regionálních voleb ve Spolkové republice Německo. R. Dinkel, E. Tufte, Ch. Goodhart, R. J. Banshali a J. A. Stimson představili cyklický model o vztahu mezi výsledky federálních a národních voleb v západním Německu [Šaradín 2008: 31]. Ukázalo se, že v závislosti na etapě funkčního období získávají vládní strany zcela odlišnou volební podporu ve volbách méně důležitých tedy regionálních oproti té, kterou získávají ve volbách národních. Propad vládních stran závisí na délce doby, která uběhla od posledních proběhnuvších voleb [Reif 1997: 115].

O komplexnější výklad se pokusili až němečtí politologové K. Reif a H. Schmitt, kteří publikovali v roce 1980 v *European Journal of Political Research* článek zabývající se teorií voleb druhého řádu a výzkumem s ní související.⁸ Tato studie

⁷Bližší informace podává ve své práci *Determinants of the Outcomes of Midterm Congressional Elections* publikované v roce 1975.

⁸Nápad se zrodil na jaře roku 1978 v Reifově malém bytě ve čtvrti Marais v Paříži u příležitosti psaní recenze na článek od Max Kaase, který se zabýval konceptem cyklických vztahů mezi výsledky voleb v politickém systému Západního Německa [Brtník 2009: 10].

postupem času vzbudila reakce dalších politologů a byla postupně inovována v závislosti na vývoji politických systémů, výsledků voleb a vývoje Evropské unie [Brtník 2009: 10].

Autoři ve svém výzkumu vychází z prvních přímých voleb do Evropského parlamentu v roce 1979 konajících se v devíti zemích Evropského společenství.⁹ Hlavním cílem jejich práce bylo postihnout vztahy mezi jednotlivými úrovněmi volebního klání na základě stanovení základního vztahu mezi nimi [Strmiska 2009: 32].

Na základě této myšlenky stanovují základní vztahy mezi národními volbami prvního a druhého řádu. Podle autorů lze v každém z politických systémů rozeznat poměrně snadno, které volby jsou rozhodující, je jim přiřkládána větší důležitost, a které nikoli. Jako volby prvního řádu¹⁰ (*first order elections* dále jen FOE) jsou označovány v parlamentních systémech národní parlamentní volby a v prezidentských systémech národní prezidentské volby. FOE jsou autory považovány za mnohem důležitější, protože voliči mohou rozhodovat o vládní politice a mají možnost přímo ovlivnit exekutivní moc [Havlík, Hoskovec 2009: 25].

Podle autorů existuje mimo těchto voleb nepřeborné množství voleb druhého řádu (*second order elections* dále jen SOE). Do této kategorie řadí volby doplňovací, komunální, regionální, volby do druhých komor Parlamentu¹¹ a také volby do Evropského parlamentu, které se od ostatních SOE odlišují tím, že „*překračují národní hranice a všechny ostatní volby jsou sub-národními arénami a politickým a administrativním subsystémem*“ [Reif, Schmitt 1980: 11].

Výsledky SOE nelze zkoumat odděleně od FOE, protože jejich výsledky se mohou vzájemně ovlivňovat. Voliči se v SOE často rozhodují podle výsledků FOE a strategie politických stran je ovlivněna děním na národní úrovni [Eibl 2009: 14]. Podle autorů je hlavní rozdíl mezi oběma kategoriemi ve vnímání toho, co je v sázce. FOE voliči přiřkládají větší pozornost, protože v nich o něco jde, určují budoucí rozdělení moci. Naopak SOE nejsou pro voliče tak atraktivní, protože je méně v sázce, a to především proto, že neurčují složení vlády na národní úrovni [Reif, Schmitt 1980: 9].

Zajímavý pohled na evropské volby zaujímá politoložka Pippa Norris. Tvrdí, že volby do Evropského parlamentu představují volby ověřovací (*test-election*). Vzhledem k volebnímu cyklu vládní strany ztrácejí podporu v SOE většinou v polovině funkčního

⁹Členy Evropského společenství v té době byla Francie, Německo, Itálie, Lucembursko, Belgie, Nizozemí, Velká Británie, Irsko a Dánsko.

¹⁰Závisí na konkrétní podobě politického systému.

¹¹Do této kategorie jsou často řazena i referenda.

období, protože voliči se snaží upozornit na politiku vládnoucího aparátu a vymezit se vůči její stávající administrativě [Norris 1997: 112].

1.2. Dimenzionální pojetí Reifa a Schmitta

Jak již bylo zmíněno v předchozí podkapitole, K. Reif s H. Schmittem v roce 1980 přichází s článkem *Nine Second-order National Elections – A conceptual Framework for the Analysis of European Election Results*, ve kterém rozděluje teorii SOE do šesti dimenzí, které nejvýrazněji popisují pravidla, zvláštnosti a zejména podstatu SOE, a také to na jakém základě by měly být druhořadé volby zkoumány. Jedná se o následující dimenze:

Dimenze významu (*the „less-at-stake“ dimension*)

Snad nejdůležitějším aspektem SOE je to, že je méně v sázce. Výsledky SOE nemají přímý vliv na podobu exekutivy, nerozhoduje se v nich o nejdůležitějších politických tématech. Protože si voliči a politické strany velmi dobře uvědomují, že je v těchto volbách méně v sázce, přisuzují jím menší význam, což se projevuje v nižší volební účasti. Voliči se vzhledem k nevýrazné volební kampani politických kandidátů ani nemusí dozvědět, že se nějaké volby konají [Reif, Schmitt 1980: 9].

Konečné výsledky SOE ovlivňuje i samotný způsob hlasování voličů. Vzhledem k tomu, že je ve volbách méně v sázce, voliči se snaží volit méně strategicky. Neprojevuje se zde obava z propadnutí hlasu, kterou by dal volič politické straně, která má větší šanci překročit volební práh, či takové, která má naději se podílet na vládě a prosazovat vlastní politiku. Volič tedy raději projeví svojí skutečnou preferenci tzv. upřímné hlasování (*sincere voting*). Volič dává hlas straně, ke které má největší preference, je k ní nejbližší ideologicky [Koepke, Ringe 2006: 324-325].

V SOE mohou tedy uspět malé, anebo nové politické strany, které jsou ohroženy vyšší volebního prahu a v hlavní aréně by měly jen velmi malou šanci podílet se na vládě. Vládní strany ztrácejí podporu voličů a to v závislosti na volebním cyklu, tedy datu konání SOE vzhledem k datu konání FOE. V SOE je větší procento neplatných hlasů, kterými voliči vyjadřují nespokojenost s politikou politických stran v prvořadých volbách [Reif, Schmitt 1980: 9-10].

Dimenze specifické arény (*the specific arena dimension*)

I přesto, že je ve SOE méně v sázce, jak již bylo řečeno v první dimenzi, přece jenom o něco jde. Kandidáti zvolení do čela obecní a regionální samosprávy sice nedisponují legislativními pravomocemi, ale i přesto mohou výrazně ovlivňovat politické dění odehrávající se na prvořadě scéně. Dalším důležitým aspektem voleb jsou politické a institucionální podmínky, které představují politické strany, političtí kandidáti a též kontrolní funkce, které jsou k dispozici. Tyto podmínky se však liší v závislosti na podobě politického systému konkrétní země [Reif, Schmitt 1980: 11].

Institucionálně procedurální dimenze (*the institutional procedural dimension*)

Institucionální a procedurální nastavení prvořadě a druhořadě politické arény se často od sebe navzájem liší. Proto při interpretaci interakcí mezi jednotlivými volbami musíme postupovat s opatrností a brát v úvahu rozdílné aspekty volebních pravidel. Pokud jsou na obou úrovních rozdílné volební systémy, přispívá to k nižší volební účasti. Platí tedy, že čím větší je odlišnost volebního systému pro SOE od volebního systému, který se tradičně používá v prvořadě úrovni, tím nižší bude volební účast. Také regionalizace a personalizace volebního systému, kdy je země rozdělena do několika menších volebních obvodů nebo kdy je umožněno preferenční hlasování může zvýšit volební účast [Reif, Schmitt 1980: 12-13].

Dimenze volební kampaně (*the campaign dimension*)

V FOE je volební kampani věnována větší pozornost jak ze strany politických stran a kandidátů, tak ze strany veřejnosti a médií. Zcela naopak je tomu v SOE, kdy političtí kandidáti musí soupeřit o pozornost s jinými politickými tématy a událostmi. Politické strany musí investovat větší obnos finančních prostředků do volební kampaně, aby přesvědčily voliče jít k volbám. Čím méně aktivit a financí investují do volební kampaně, tím je pravděpodobnější nižší volební účast. Na druhou stranu je možné, že některá politická strana bude profitovat z nižší volební účasti díky struktuře svého volebního elektorátu (pevné voličské jádro) a bude tedy prosazovat méně intenzivní volební kampaň. Důležitou roli hrají i média, která svoji pozornost odvíjí od pozornosti politiků z prvořadě arény těmto volbám [Reif, Schmitt 1980: 13-14].

Dimenze politické změny v hlavní aréně (*the main-arena political chase dimension*)

Proměna podpory politických stran nebere v úvahu reálnou změnu stranických preferencí. Chceme-li vysvětlit výsledky voleb, musí být tato změna zohledněna [Eibl 2009: 19]. Tato změna musí být sledována ve vztahu mezi FOE a SOE a navíc ještě v několika dalších zemích, kde proběhly volby do Evropského parlamentu. Reálné zisky či ztráty politických stran by měly být poměřovány vzhledem k výsledkům předcházejících a nadcházejících prvořadých voleb, kde se volební zisky jednotlivých stran vrátí k běžným hodnotám [Brtník 2009: 12].

Dimenze sociálních a kulturních změn (*the social and cultural dimension*)

Chceme-li vysvětlit výsledky SOE, musíme vzít v úvahu dimenzi, která je společná pro všechny volby, ať už prvního nebo druhého řádu. Jedná se o sociální a kulturní změny, které jsou do značné míry nezávislé na volebních výsledcích. Anebo naopak mohou výsledky voleb výrazně ovlivnit. Politické strany často reprezentují určité socioekonomické a kulturní skupiny a změny ve složení této skupiny mohou změnit volební podporu politických stran, pokud se strany nechtějí nebo se jim nepodaří přizpůsobit novým podmínkám. K. Reiff s H. Schmittem v rámci této dimenze zmiňují příklad volební podpory agrárními stranami v důsledku poklesu počtu lidí pracujících v zemědělském sektoru a také vývoj podpory křesťansko-demokratických stran v důsledku procesu sekularizace společnosti [Reif, Schmitt 1980: 15].

Přestože autoři upozornili na řadu aspektů SOE, hlavní podstatou stále zůstává odlišné chování voličů na různých volebních úrovních. Tedy odlišnost volebních výsledků závisí na typu voleb, vlastnost, která vychází z první dimenze, která je stěžejní. Ostatní dimenze teorii pouze dokreslují a zpřesňují. Odlišná podoba SOE, menší význam, jež jí voliči a politické strany přisuzují, se odráží nejviditelněji ve volebních výsledcích. I když se voliči rozhodují odlišně než ve volbách FOE a politické strany k nim přistupují jinak, neznamená to, že je FOE neovlivňují. Právě naopak politické procesy odehrávající se ve FOE mohou významně ovlivnit výsledky voleb SOE. SOE tedy nelze analyzovat nezávisle na FOE, ale je třeba vždy propojovat obě roviny politického systému [Eibl 2009: 20].

Na základě těchto šesti dimenzí autoři identifikovali hlavní charakteristiky voleb do Evropského parlamentu, které jsou stěžejní pro teorii voleb druhého řádu.

- Je v nich nižší volební účast než ve volbách FOE.

- Větší šance pro úspěch malých a nových politických stran.
- Dochází k většímu procentu neplatných hlasů.
- Vládní strany nebo strany vládní koalice ztrácejí podporu.
- Voliči se rozhodují méně stranicky, ale dávají přednost volbě osobností.
- Překračují národní hranice.
- Čím jsou volební pravidla odlišná od národní tradice, tím je volební účast nižší.
- Význam a role kampaní je větší, protože SOE jsou vystaveny menší pozornosti veřejnosti a médií. Volební kampaň SOE musí soupeřit o pozornost s jinými politickými tématy [Šaradín 2008: 32-33].

1.3. Reifovo upřesnění původních hypotéz

Po druhých přímých volbách do Evropského parlamentu v roce 1984 přichází K. Reif s ověřením a upřesněním původně formulovaných hypotéz v práci z roku 1980. Ve své druhé práci *National Electoral Cycles and European Elections 1979 and 1984* přichází se základní myšlenkou, že v politickém systému existuje vzájemný vztah mezi výsledky FOE a SOE a tento vztah je určen postavením politických stran ve volbách, tedy zda jsou součástí vlády či v opozici. Při analyzování výsledků voleb musí být brána v úvahu existence tzv. volebních cyklů [Zacharníková 2009: 22]. Na základě této myšlenky došel k následujícím závěrům:

- V SOE vládní strany či strany vládní koalice zaznamenávají propad voličských hlasů v závislosti na jednotlivých fázích volebního cyklu.
- Volební účast je v SOE pravidelně nižší než ve volbách prvořadých vzhledem k vnímání jejich důležitosti ze stran veřejnosti.
- Menší, nové a protestní politické strany dosahující menších výsledků v FOE, mají větší šanci na úspěch v SOE než strany velké.
- Volební kampaně v SOE obsahují témata regionální, ale také většinou zaměřená na celostátní politiku, tedy prostotu prvního řádu [Reif 1984: 247].

Těmto jednotlivým revidovaným znakům SOE se budu v následujících podkapitolách věnovat podrobněji.

1.3.1. Pozice vládních a opozičních stran

Propad volební podpory vládní strany můžeme pozorovat v obou studiích K. Reifa. Naopak s novým pojetím přichází Michael Marsh, který tvrdí, že ve volbách do Evropského parlamentu se projevuje tendence tzv. antivládního hlasování, ovlivněná účinky volebních cyklů. Vládní strany získávají největší voličskou podporu asi v polovině svého funkčního období, poté mají tendenci se ustálit, spíše než slábnout a jejich ztráty se postupně nezvětšují [Marsh 1998: 606].

Clifford J. Carruba s Richardem Timpone zase vnímají evropské volby jako referendum o národní vládě. Jak již bylo řečeno, výsledky národních voleb výrazně ovlivňují vládní politiku. U voleb do Evropského parlamentu to však neplatí. Voliči využívají volby do Evropského parlamentu jako tzv. „volby doplňovací“, aby dali najevo svoji spokojenost nebo rozhořčení s politikou současné vlády [Carruba, Timpone 2005: 262-263].

Důležitou roli v konečných výsledcích voleb hrají i tzv. volební cykly, které André Freire rozdělil do třech období. V krátkém časovém období těsně po volbách dosahují vládní strany vysoké podpory voličů, dokonce získávají i více hlasů, než které získaly ve volbách. Toto období nazýváme termínem *honeymoon*, tedy období líbánek (období do 12 měsíců po volbách). V dalším období označované jako *mid-term* (období mezi 13 a 36 měsícem po volbách) vládní strany volební podporu ztrácejí. Tato podpora klesá úměrně s tím, pokud se volby uskuteční v polovině funkčního období vlády. V tomto období dosahuje volební podpora nejnižší úrovně a roste podpora opozičních stran. Poslední období se nazývá *later-term*, (od 37 do 48 měsíce po hlavních volbách) ve kterém dochází k opětovnému zvýšení podpory vládních stran [Freire 2004: 23-24; Hrabicová 2010: 10].

1.3.2. Voličský zájem o druhořadé volby

V souvislosti s SOE je vždy zmiňována nižší volební účast. Vyšší volební účast poskytuje volebnímu aktu mnohem větší legitimitu než nízká. To může svědčit o apatii, frustraci a nechuti angažovat se či o smyslu účinnosti a důvěry ve vládu. Toto však více platí pro FOE než pro SOE. Protože voliči v SOE nerozhodují o nejdůležitějších politických tématech, političtí kandidáti jsou ve volební kampani méně viditelní, v menším zájmu médií, jsou volby voliči častěji opomíjeny. Také četnost voleb způsobuje voličskou únavu [Šaradín 2008: 37-38].

1.3.3. Výhodnější pozice menších, nových nebo radikálních stran

Druhořadé volby jsou typické odlivem voličů od stran větších ke stranám menším. Voliči mají tendenci volit upřímně, snaží se vyjádřit své skutečné preference než jak to mu je na národní úrovni. Protože na národní úrovni mají politické strany pravomoc tvořit vládní politiku, voliči mají motivaci volit strategicky. Voliči nechtějí plýtvat hlasy ve volbách pro malé strany, které nemají šanci na sestavení vlády [Carrubba, Timpone 2005: 262-263].

Ve volbách do Evropského parlamentu dochází k přesunu voličských hlasů od větších politických stran ke stranám menším. Zisky jsou nejvíce patrné u velmi malých stran, které získaly podporu méně než 4 procenta ve volbách prvního řádu a naopak ztráty jsou nejzřetelnější u politických stran s podporou více než 30 procent v předchozích prvořadých volbách [Marsh 1998: 606].

1.3.4. Význam a vliv předvolebních kampaní

„V posledních letech se výzkum nesoustřeďuje pouze na chování voličů v jednotlivých volbách, ale také na odlišnosti ve volebních kampaních, programech, financování, regionálních rozdílech v podpoře jednotlivých subjektů“ [Šaradín 2008: 39].

Voliči v SOE nerozhodují o nejdůležitějších politických záležitostech, tudíž je kandidátům věnována menší pozornost voličů a sdělovacích prostředků. Volební kampaně jsou také méně nákladné a častěji obsahují témata regionální, ale také většinou zaměřená na celostátní politiku, tedy prostoru prvního řádu [Šaradín 2008: 38].

Problematiku voleb druhého řádu dále upřesnil M. Marsh ve své práci *Testing the Second-Order Election Model after Four European Elections* v roce 1998. Autor se snaží přezkoumat závěry K. Reifa a H. Schmitta a přichází s následujícími tezemi. Volby do Evropského parlamentu jsou ukazatelem pro příští národní volby FOE. Je prokazatelné, že v zemích, kde existuje pravidelné střídání vládních alternativ, se národní volby podobají více ideálu FOE. Rozdíl mezi SOE a volbami národními je více předvídatelný. Jsou jemnější antivládní výkyvy, slabší odliv voličů od velkých stran k menším a tak evropské volby více napovídají o výsledcích příštích FOE [Marsh 1998: 606-607].

Podle C. J. Carruba a R. Timpone je hlavní příčinou odlišného chování voličů preferování různých politik a sledování zájmů ve volbách. Dále přichází s teorií vyvažování. Voliči si nepřejí vládu jedné strany, a proto volí i jiné subjekty s cílem, aby politika fungovala na kompromisu všech subjektů než na prosazování krajností [Carrubba, Timpone 2005: 262-265].

V roce 1997 se K. Reif v konfrontaci s P. Norris snaží o upřesnění tezí ze svých studií z roku 1979 a 1980. Uvědomuje si, že ve své práci dostatečně podrobně nevysvětlil význam pojmu národní volby druhého řádu. Pojem národní volby odkazuje na skutečnost, že volební kampaň a výsledky SOE jsou silně ovlivněny politickou situací v hlavní aréně. Za další problém považuje to, že nebyla detailněji zpracována povolební euforie a její důsledky na výsledky SOE. Vládní strany mají větší šanci získat vyšší podíl hlasů v SOE, pokud se konají krátce po volbách prvořadých. Teprve po této fázi tzv. post-volební euforii mají tendenci získat nižší podíl hlasů v SOE ve srovnání s jejich výsledky v posledních volbách prvořadých. Tvrzení, že malé a nové politické strany mají větší šanci získat mandát ve volbách druhého řádu než strany velké a zavedené dále doplňuje o strany radikální, protestní a populistické [Reif 1997: 116-119].

2. Politická strana TOP 09

Po představení teorie voleb druhého řádu a bližším seznámením s jejími jednotlivými inovacemi, se nyní práce přesouvá do analytické roviny. Hlavním cílem této kapitoly je snaha o vymezení počátku vzniku politické strany TOP 09, jejího následného vývoje a postupného upevnění v českém stranickém systému. Tato analýza mi pomůže získat základní profil politické strany TOP 09, ze kterého budu vycházet v další části práce.

2.1. Historie a vznik strany

Za počátky vzniku politické strany TOP 09 lze považovat dlouhodobý spor uvnitř strany Křesťansko-demokratické unie Československé strany lidové (KDU-ČSL) mezi tzv. levostředovým a pravostředovým křídlem strany. Postupný posun KDU-ČSL do levého středu politického spektra vedl k rozštěpení strany a jejímu oslabení, které skončilo neúspěchem ve sněmovních volbách v roce 2010 [Havlík 2010: 22].

Počátky vnitrostranických rozepří lze vysledovat po sněmovních volbách v roce 2006, ve kterých lidovci obdrželi 7,2 procent hlasů [volby.cz 2006a] a 13 mandátů [volby.cz 2006b]. Ihned po zveřejnění volebních výsledků vyjádřila KDU-ČSL vůli podílet se na vytvoření pravostředové vládní koalice s Občanskodemokratickou stranou (ODS) a Stranou zelených (SZ). Významný zlom nastal v okamžiku, kdy se ODS pokusila o vyjednání koalice s Českou stranou sociálně demokratickou (ČSSD), poté co nedošlo ke shodě na společných programových cílech původně zamýšlené vlády. Obě politické strany se dohodly na vzniku menšinové vlády ODS s podporou ČSSD a společně zamýšlely změnu volebního zákona, který by znevýhodňoval pozici malých politických stran [Havlík 2010: 19].

V této situaci se předseda KDU-ČSL Miroslav Kalousek rozhodl vyjednat se sociální demokracií menšinovou vládu podporovanou Komunistickou stranou Čech a Moravy (KSČM). Proti Kalouskovu postupu se ohradily regionální organizace KDU-ČSL, které návrh předsedy nepodpořily, a zavázaly se do budoucna nespolupracovat s KSČM.¹² Poté vyzvaly M. Kalouska, aby rezignoval na post předsedy strany [Havlík 2010: 19]. M. Kalousek své jednání ospravedlňoval slovy: „*v okamžiku, kdy se zhroutil politický koncept, kterému jsem dlouhodobě věřil a ve kterém jsem spatřoval*

¹² Byť v říjnu 2006 Cyril Svoboda prohlásil, že menšinová vláda ČSSD opírající se o hlasy KSČM je jednou z možných variant.

budoucnost české politické scény, jsem se pokusil vyjednat nový koncept kvůli perspektivě KDU-ČSL na politické scéně“ [Kopecký 2006]. Poté se rozhodl rezignovat.

Výsledkem této situace bylo svolání mimořádného sjezdu v prosinci 2006, na kterém byl zvolen novým předsedou KDU-ČSL vsetínský starosta a senátor Jiří Čunek. Jak se později ukázalo zvolení J. Čunka do vedení strany nebylo pro lidovce šťastným krokem. Podezření z nezákonného pobírání sociálních dávek a korupční aféry se staly zdrojem rozporů uvnitř strany a ohrožovaly fungování samotné vlády. Další spory uvnitř KDU-ČSL se projevíly v otázkách personální obměny vlády. Předsednictvo KDU-ČSL požadovalo odvolání ministra financí M. Kalouska. Za toho se ovšem postavil premiér a místo toho vyzval k odchodu J. Čunka kvůli jeho nevyjasněným kauzám [Havlík 2010: 19-20].

Vnitrostranické spory vyvrcholily odchodem M. Kalouska ze strany před svoláním sjezdu předsednictva strany v květnu 2009. Své rozhodnutí odejít zdůvodnil nesouhlasem s politikou KDU-ČSL a jejím postupným směřováním do levého středu politického spektra. *„Je to politika, kterou já nemohu dělat a na tom, že se KDU-ČSL posunula na levici mezi socialistické strany a od socialistických stran se bude odlišovat pouze tím, že její členové chodí do kostela, na tom nic nezmění volba toho či onoho předsedy“ [Černý 2009].* Již před svým odchodem z KDU-ČSL avizoval vznik nové konzervativní středopravé strany. *„Bud' ty ideje, ve které věřím a které dnes už neprosazuje KDU-ČSL, se budu snažit prosazovat v rámci nějakého nového politického uskupení, nebo prostě z veřejného života odejdu“ [Černý 2009].*

Poté co opustil KDU-ČSL začal intenzivně pracovat na založení nové strany. Podporu pro svůj projekt našel u poslanců a senátorů KDU-ČSL. Vznik nové politické strany podpořili bývalá ministryně obrany Vlasta Parkanová, předseda poslanců Pavel Severa, poslanci Jan Husák, Ladislav Šustr a senátorka Ludmila Müllerová. KDU-ČSL opustila mimo významných představitelů i část členské základny a řada kvalifikovaných odborníků [Kutek 2009].

Dne 11. června 2009 proběhla tisková konference přípravného výboru TOP 09, na které byla veřejnost seznámena se vznikem nové politické strany, s jejími ideovými principy a programovými východisky [TOP 09 2009a]. Složení přípravného výboru TOP 09 uvádí Tabulka 1.

Tabulka 1: Složení přípravného výboru TOP 09

Karel Schwarzenberg	senátor a exministr zahraničí
Miroslav Kalousek	poslanec a exministr financí, bývalý člen KDU-ČSL
Jaromír Drábek	předseda Národního výboru Mezinárodní obchodní komory a čestný prezident Hospodářské komory ČR
Pavol Lukša	starosta obce Čeladná, bývalý člen KDU-ČSL
Josef Malý	bývalý náměstek karlovarského primátora a člen zastupitelstva a bývalý člen KDU-ČSL
Stanislav Motyčka	soudní znalec pražského městského soudu specializující se na pohřebnictví a tajemník občanského sdružení Společnost přátel žehu
Ludmila Müllerová	senátorka a bývalá členka KDU-ČSL
Vlasta Parkanová	bývalá ministryně obrany
Jaroslava Schejbalová	ředitelka regionálního sdružení ČSTV Břeclav a předsedkyně TJ Lokomotiva Břeclav
Evžen Uher	podnikatel a místostarosta Uherského Hradiště
Marek Ženíšek	vysokoškolský učitel a náměstek ministryně spravedlnosti, bývalý člen KDU-ČSL

Zdroj: vypracováno autorkou podle [Kutek 2009].

Politická strana TOP 09 (název odkazuje na první písmena názvu strany Tradice, Odpovědnost, Prosperita, přičemž devítka na konci označuje rok vzniku 2009) byla zaregistrována ministerstvem vnitra dne 26. června 2009 [TOP 09 2009a]. Ustanovující celostátní sjezd strany se konal dne 27. a 28. listopadu 2009 v pražském Top hotelu. Předsedou strany byl jednomyslně zvolen bývalý ministr zahraničí a senátor Karel Schwarzenberg a prvním místopředsedou byl zvolen M. Kalousek. Dalšími místopředsedy strany se stali Jaromír Drábek, Marek Ženíšek, Ludmila Müllerová a Pavol Lukša¹³ [Šesták 2009]. Na stranu TOP 09 se postavila řada bývalých poslanců a senátorů KDU-ČSL i ODS. Strana tak získala zastoupení v Poslanecké sněmovně a v

¹³ V roce 2011 sjezd pouze vyměnil Ludmilu Müllerovou za Helenu Langšádlovou.

Senátu, kde vznikl k 23. červenci 2009 senátorský klub¹⁴ TOP 09 a Starostové [TOP 09 2009b]. TOP 09 se rázem stala relevantní politickou stranou, aniž by absolvovala jediné volby.

Důležitým krokem v dalším směřování TOP 09 bylo podepsání „Smlouvy o dlouhodobé spolupráci a společném postupu ve volbách“ s hnutím Starostové a nezávislí [TOP 09 2009c]. Politické strany se dohodly představit společný program, vést ve volbách společnou kampaň a podat k registraci kandidátní listiny, na nichž budou společně nominovat osobnosti regionálně známé a úspěšné. Strany se zavázaly vést dialog se všemi parlamentními stranami, ale zakázaly si spolupracovat v jakékoli formě s KSČM a ostatními nedemokratickými a extrémistickými uskupeními [TOP 09 2009d]. Po spojení těchto dvou subjektů vystupovaly pod společnou značkou „TOP 09 s podporou Starostů“.

Předseda hnutí Starostové a nezávislí Petr Gazdík zdůraznil, že smlouva není projektem na jedno použití, ale základním kamenem k vybudování stabilní politické síly, která bude prosazovat programové zásady. „*Proto se smlouva netýká jen předčasných voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2009, ale všech následujících komunálních, regionálních i parlamentních voleb do roku 2012. Poté může být Smlouva prodloužena*“ [TOP 09 2009c]. Strategickým partnerstvím s hnutím Starostové a nezávislí TOP 09 rázem získala širokou reprezentaci jak na regionální, tak celostátní úrovni. Tato spolupráce zajistila TOP 09 potřebné zázemí a lidi v regionech, a poskytla straně výrazný potenciál k zisku poslaneckých křesel v následujících volbách, která by získala mnohem hůře bez podpory starostů v jednotlivých regionech.

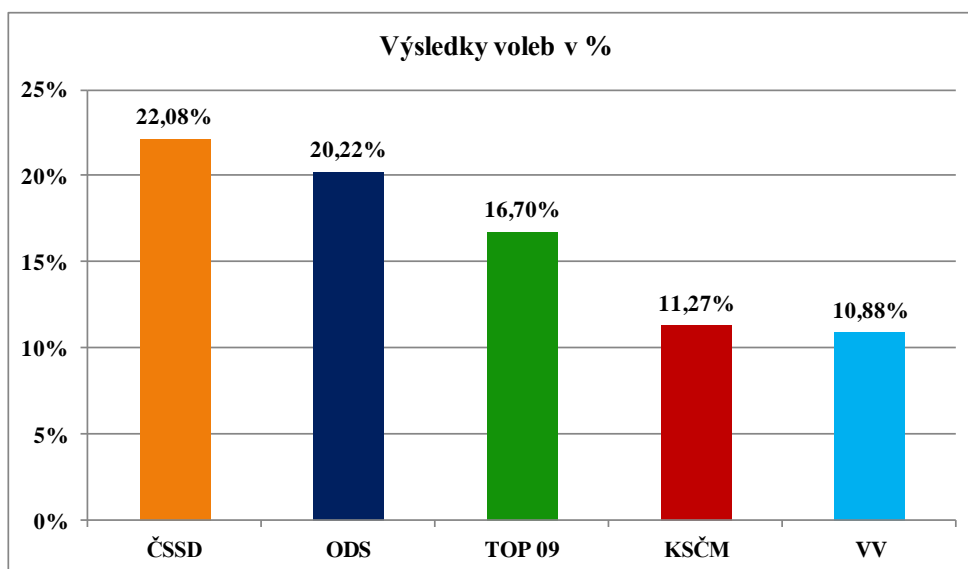
2.2. Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010 a následný vývoj

Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010 byly svým způsobem z hlediska teorie stranických systémů výjimečné. Poprvé v historii samostatné České republiky došlo k porušení tradičního modelu zastoupení v Poslanecké sněmovně ve složení čtyř hlavních politických stran ČSSD, ODS, KSČM, KDU-ČSL a pokaždé doplněné o jednu

¹⁴Přejmenováním Klubu otevřené demokracie. Klub otevřené demokracie vznikl v roce 2002 transformací senátorského klubu Unie svobody a Demokratické unie. Sdružoval především senátory z menších liberálních stran.

až dvě další politické strany [Havlík 2010: 33]. Poprvé od svého vzniku¹⁵ se do Poslanecké sněmovny neprobojovala KDU-ČSL, která se ziskem 4,39 procent nepřekročila volební klauzuli pěti procent [volby.cz 2010a]. Hlavními vítězi voleb se de facto staly nové politické strany TOP 09 a Věci veřejné (VV)¹⁶, které i když působily na české politické scéně teprve necelý rok, dokázaly dosáhnout velmi dobrého výsledku. Pro TOP 09 hlasovalo 16,7 procent voličů [volby.cz 2010a], což znamenalo zisk 41 mandátů [volby.cz 2010b]. (Obrázek 1 a 2) TOP 09 se tak stala třetí největší politickou stranou v České republice a také dokázala porazit KSČM a odsunout ji z tradičního třetího místa na místo čtvrté [Havlík 2010: 23].

Obrázek 1: Výsledky voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2010

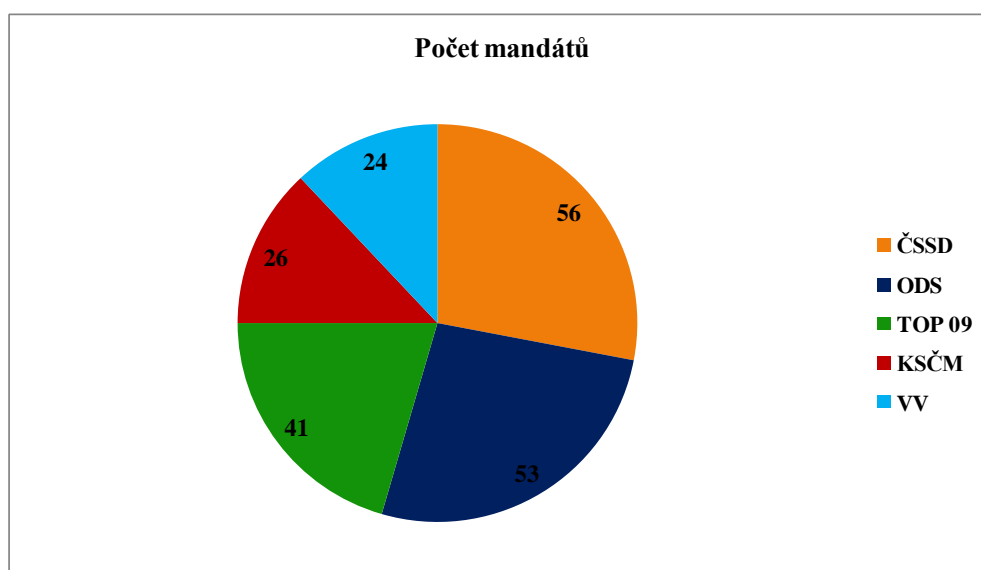


Zdroj: vypracováno autorkou podle <http://volby.cz/>.

¹⁵ A nikoli pouze polistopadové.

¹⁶ Jako politická strana VV byla zaregistrována ministerstvem vnitra 22. července 2002. Zpočátku působila jako lokální politické uskupení, které výrazně uspělo v Praze v komunálních volbách v roce 2006. Pro další směřování strany bylo klíčové zvolení Radka Johna předsedou strany v roce 2009, jehož popularita zajistila straně podporu veřejnosti.

Obrázek 2: Počet získaných mandátů pro jednotlivé strany



Zdroj: vypracováno autorkou podle <http://volby.cz/>.

Před volbami se představitelé TOP 09 opakovaně vyjádřili pro budoucí vznik koalice s ODS, naopak jednoznačně odmítli spolupráci s KSČM, ale i se sociální demokracií s tehdejší programem a pod vedením Jiřího Paroubka [Havlík 2010: 22]. Po volbách zahájili jednání s ODS a VV o vzniku budoucí vlády. Dne 12. července byla podepsána „Koaliční smlouva o vytvoření koalice rozpočtové odpovědnosti, vlády práva a boje proti korupci“. *„Koalice provede zásadní reformu veřejných financí s cílem zastavit zadlužování českých občanů, realizuje reformu důchodového systému a zdravotnictví. Bude důsledně realizovat zásadní opatření pro boj s korupcí a byrokracií. Za další priority koalice považuje podporu podnikatelského sektoru, který jako jediný vytváří dlouhodobě udržitelná pracovní místa, a zvýšení adresnosti sociálního systému tak, aby jeho zneužívání nevedlo k plýtvání prostředků pro skutečně potřebné“* [TOP 09 2010].

Vláda ODS, TOP 09 a VV byla jmenována 13. července 2010 a 10. srpna jí Poslanecká sněmovna vyslovila důvěru 118 hlasy. Nedůvěru vyjádřily kluby ČSSD a KSČM 82 hlasy [Kopecký 2010a]. *„Počínaje dneškem jsme plnohodnotnou vládou. Za hlavní úkoly vlády považujeme tato opatření: Reformovat veřejné finance, abychom v roce 2016 dosáhli vyrovnaných veřejných rozpočtů, provést důchodovou reformu, přijmout sadu reformních opatření vedoucích k větší efektivnosti zdravotnictví, reformu*

systemu terciálníhoho vzdělávání a opatření vedoucí k vyšší transparentnosti veřejných zakázek“ [Kopecký 2010b].

Složení vlády bylo pouze patnáctičlenné.¹⁷ Na základě volebních výsledků bylo dohodnuto rozdělení křesel v poměru šest křesel pro ODS, pět křesel pro TOP 09 a čtyři křesla pro VV. Za TOP 09 ve vládě zasedl K. Schwarzenberg (1. místopředseda vlády a ministr zahraničních věcí), M. Kalousek (ministr financí), Jaromír Drábek (ministr práce a sociálních věcí), Leoš Heger (ministr zdravotnictví), a Jiří Besser (ministr kultury) [iDnes.cz 2010].

¹⁷ Pro srovnání vláda Jiřího Paroubka nebo druhá vláda Mirka Topolánka měla 18 členů.

3. Volby do krajského zastupitelstva v Pardubickém kraji 2012

Krajské uspořádání je jednou z nejmladších struktur veřejné moci v České republice a v průběhu uplynulých let se stalo plnohodnotnou součástí české politiky [Čaloud, Balík 2005: 13]. Vytvoření vyšších územně samosprávných celků bylo poprvé deklarováno v Ústavě České republiky: „Česká republika se člení na obce, které jsou základními územními samosprávnými celky, a kraje, které jsou vyššími územními samosprávnými celky“ [Ústavní zákon č. 1/1993 Sb.]. I když se tvůrci ústavního textu dohodli na tom, že nějaké regionální celky musí v budoucnosti existovat, nedokázali se shodnout na jejich konkrétní podobě. Období let 1993-1997 je tedy charakteristické diskuzemi o hledání ústavního konsenzu o velikosti, počtu a kompetencích¹⁸ vyšších územně samosprávných celků [Cabada, Vodička 2007: 285].

Téměř sedm let trvající diskuzi o podobě regionálního uspořádání státu ukončilo přijetí ústavního zákona č. 347/1997 Sb. vytvářející 14 vyšších územně samosprávných celků (Ústecký, Karlovarský, Plzeňský, Středočeský, Liberecký, Pardubický, Královéhradecký, Jihočeský, Moravskoslezský, Olomoucký, Zlínský, Vysočina, Jihomoravský, včetně hl. města Prahy jako samostatného kraje¹⁹), přičemž pouze ve 13 celcích probíhá volba krajských zastupitelstev (výjimkou je hlavní město Praha, kde je zastupitelstvo voleno v komunálních volbách). Zákon nabyl účinnosti k 1. lednu 2000 a kompetence krajů jako vyšších územních samosprávných celků byly definovány zákonem z dubna 2000. V říjnu 2000 se pak konaly první volby do krajských zastupitelstev. Kraje tak oficiálně zahájily svoji činnost v lednu 2001 [icv.vlada.cz 2010].

¹⁸ ODS prosazovala centralizovaný stát a vyšší počet menších samosprávných celků. ODA, KDU-ČSL a ČSSD byly naopak zastánci větší decentralizace.

¹⁹ Zvláštní místo zaujímá Praha, která je zároveň obcí i krajem. Její postavení upravuje zákon 131/2000 Sb. o hlavním městě Praze.

3.1. Volební trh

Při tvorbě volební kampaně je důležité nejprve provést analýzu politického trhu, která politické straně umožní vytvořit kvalitní politickou nabídku a připravit efektivní volební strategii.

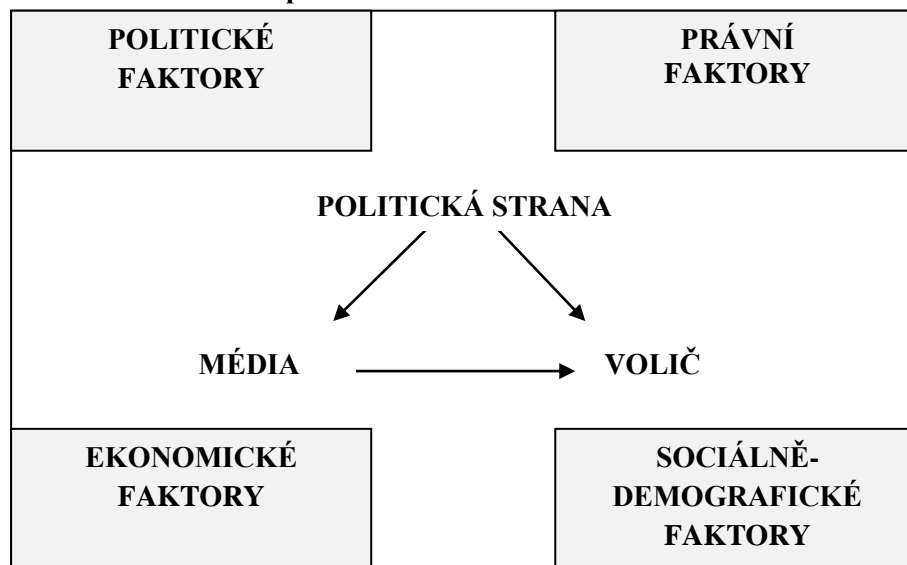
Podle polské politoložky Marzeny Cichosz „*politický trh představuje část společenského prostoru, ve kterém se uzavírají politické transakce: kupují se, prodávají se a vyměňují politické produkty (volební program) mezi aktéry politického života, tedy mezi prodejci (politická strana) a kupujícími (voliči)*“ [Cichosz 2006: 49; Faltová 2011: 16]. Nezbytnou podmínkou existence politického trhu je soutěž dvou nebo více politických stran o hlasy voličů, všeobecné volební právo a soubor pravidel upravující politickou soutěž [Wring 1997: 7; Bradová 2005: 62].

Specifickým druhem politického trhu je trh volební, který je zároveň místem, kde se politické transakce uzavírají nejčastěji. V tomto prostoru mezi sebou soutěží politické strany o hlasy voličů a voliči směřují svůj hlas za politické statky, které představují přesvědčení, že při podpoře politické strany se zvýší zisk voliče a statkem si politické strany dále konkurují v boji o moc. Pojetí politického trhu je tak možné chápat jako komunikační prostor, ve kterém politické strany sehrávají roli prodejců, a prostřednictvím informačních kanálů posílají kupujícím (voličům) své sdělení [Cichosz 2006: 49-51; Faltová 2011: 17].

Na politickém trhu existují tři hlavní skupiny aktérů: 1) politické strany, které prodávají politické statky, 2) voliči, kteří představují roli kupujícího politických statků a jsou vystaveni marketingovému působení ze strany prodejců a 3) média, která plní zpravidla roli prostředníka, distribučního kanálu v politické směně [Cichosz 2006: 52; Faltová 2011: 17].

Strukturu politického trhu ovlivňují podmínky prostředí, v němž trh funguje. Jedná se o podmínky politické (politický systém, politické instituce), právní (platná právní úprava), sociálně-demografické (struktura a rozmístění obyvatelstva, vzdělání, věk) a ekonomické (výše národního důchodu, příjmy a výdaje obyvatel) [Cichosz 2006: 51-52; Faltová 2011: 17]. (Obrázek 3)

Obrázek 3: Struktura politického trhu



Zdroj: vypracováno autorkou podle schéma [Cichosz 2006: 51].

Podrobná analýza podmínek prostředí před zahájením volební kampaně umožní politické straně zjistit, jakou volební strategii je vhodné použít ve volební kampani, aby byla schopna, co nejlépe pokrýt poptávku voličů a zvýšit svoji šanci na vítězství ve volbách. Přípravu volební strategie TOP 09 ovlivňovaly následující podmínky prostředí:

3.1.1. Právní podmínky

Volební systém

„Volby do zastupitelstev krajů se konají tajným hlasováním na základě všeobecného, rovného a přímého volebního práva, podle zásad poměrného zastoupení“ [Ústavní zákon č. 1/1993 Sb.].

Volby do krajských zastupitelstev probíhají ve vícemandátových obvodech, kde každý volební obvod představuje jeden kraj České republiky. Podle počtu obyvatel jednotlivých krajů se liší velikost krajských zastupitelstev a počet přidělovaných mandátů. Existují zastupitelstva o 45, 55 a 65 mandátech.²⁰ Celkem je v krajských volbách přidělováno 675 mandátů, jejichž rozdělení probíhá v jediném skrutiniu pomocí tzv. modifikované D'Hondtovy formule.²¹ Uzavírací klauzule činí pět procent z celkového počtu platných hlasů [Chytílek, Lebeda 2009: 317].

²⁰ Nejméně jich má nejmenší Karlovarský kraj, nejvíce zastupitelů má naopak kraj Moravskoslezský.

²¹ Jedná se o tzv. Koudelkův volební dělitel. První číslo v řadě začíná 1,42 a poté následuje řada 2, 3, 4 atd.

Volič hlasuje pro kandidátní listinu jedné strany, na které jsou seřazeni kandidáti v pořadí, v jakém je strana nominovala. Na rozdíl od voleb do obecních zastupitelstev volič nemůže vybírat napříč politickým spektrem. Jedná se tedy o vázanou kandidátní listinu. Volič může přidělit kandidátům nejvýše čtyři preferenční hlasy, které mohou změnit konečné pořadí kandidátů na listině. Pokud některý kandidát získá více než pět procent preferenčních hlasů, přesouvá se na první místo [Cabada, Vodička 2007: 292-295].

Snížení hranice preferenčních hlasů z deseti procent na pět procent zavedla novela č. 222/2012 Sb. o změně zákona o volbách do zastupitelstev krajů v minulém roce. Hlavním důvodem této změny byla snaha o sjednocení hranice preferenčních hlasů s ostatními typy voleb, zvýšení demokratičnosti voleb (možnost voličů ovlivnit složení zastupitelského sboru) a zvýšení motivace voličů k větší účasti ve volbách [Litomiská 2012]. Dále tato novela zavedla možnost použít voličský průkaz, s kterým lze hlasovat pouze na území volebního obvodu tedy kraje, ve kterém je volič přihlášen k trvalému pobytu, ovšem nikoli jinde v České republice [Zákon č. 222/2012 Sb.].

Volební zákon

Volby do krajských zastupitelstev se řídí zákonem číslo 130/2000 Sb. o volbách do zastupitelstev krajů a o změně některých zákonů. Volby do zastupitelstev krajů vyhláší prezident republiky nejpozději 90 dnů před jejich konáním. Volby se konají ve dvou dnech, kterými jsou vždy pátek a sobota a ve všech krajích se konají v tytéž dny. Právo volit a být volen do zastupitelstva kraje má státní občan České republiky, který alespoň ve druhý den voleb dosáhl věku nejméně 18 let a je přihlášen k trvalému pobytu v obci, která náleží do územního obvodu kraje. Kandidovat mohou pouze politické strany či hnutí a jejich koalice, kandidatura nezávislých kandidátů je vyloučena.²² Každá politická strana, politické hnutí a jejich koalice mohou podat pro volby do téhož zastupitelstva kraje pouze jednu kandidátní listinu. Kandidátní listiny se podávají nejpozději 66 dnů přede dnem voleb do zastupitelstva kraje krajskému úřadu. Politická strana může na listině uvést až o pět kandidátů více, než kolik činí počet členů zastupitelstva [Zákon č. 130/2000 Sb.].

Popsaný volební systém výrazně ovlivňuje šanci jednotlivého kandidáta na zvolení, která je výrazně determinována jeho pořadím na kandidátní listině. Kandidáti

²² Totéž platí i ve volbách do Poslanecké sněmovny.

na předních místech listin mají výrazně větší šanci být zvoleni než kandidáti na zadních místech, kteří musí spoléhat na své preferenční hlasy [Bernard 2012: 621].

Dále je pro kandidátní listinu výhodné, je-li zaplněna maximálním možným počtem kandidátů, protože hlas pro určitou listinu znamená hlas pro každého jejího kandidáta, listiny s menším počtem kandidátů se tak o hlasy připravují [Bernard 2012: 624].

Podrobná analýza volebního zákona je tedy nutná pro zvolení vhodné strategie, protože nastavené právní podmínky na volebním trhu (volební systém, volební práh, velikost volebních obvodů atd.) nejsou příliš příznivé pro novou politickou nabídku, ale zároveň ji nevylučují [Matušková 2010: 70].

3.1.2. Ekonomické a sociálně-demografické podmínky

Pardubický kraj se nachází ve východní části České republiky. Svojí polohou sousedí s krajem Středočeským, Královéhradeckým, Olomouckým, Jihomoravským a krajem Vysočina. Svou rozlohou 4 519 km², která představuje 5,7 procent rozlohy celé České republiky, je Pardubický kraj pátým nejmenším krajem. Jedná se o tradičně zemědělský region, z celkové rozlohy kraje tvoří 60,2 procent zemědělská půda [ČSÚ 2012a].

Pardubický kraj je tvořen čtyřmi okresy: Chrudim, Pardubice, Svitavy a Ústí nad Orlicí. K 1. lednu 2012 měl celkem 451 obcí, což představuje šestý nejvyšší počet obcí mezi ostatními kraji. Sídlním městem kraje je statutární město Pardubice, ve kterém bydlí 17,3 procent obyvatel kraje. V porovnání s ostatními kraji žije v Pardubickém regionu nadprůměrný počet obyvatel v malých obcích, téměř 60 procent obyvatel bydlí v obcích do 10 000 obyvatel. Pouze devět měst obývá více než 10 000 obyvatel. Největší koncentrace obyvatel je v okrese Pardubice a v jeho blízkém okolí a okolo města Ústí nad Orlicí a České Třebové [ČSÚ 2012a].

Ke 12. prosinci 2012 v kraji žilo 516 383 obyvatel, což představuje 4,9 procent celkového počtu obyvatel České republiky. Nejlidnatějším okresem Pardubického kraje je okres Pardubice, následují okresy Ústí nad Orlicí, Svitavy a Chrudim. Počtem obyvatel se Pardubický kraj řadí na jedenácté místo, méně obyvatel žije pouze v krajích Vysočina, Libereckém a Karlovarském [ČSÚ 2011].

Z hlediska ekonomických ukazatelů patří Pardubický kraj mezi méně vyspělé oblasti České republiky. Průměrná hrubá měsíční mzda zaměstnanců v Pardubickém

kraji dosáhla v roce 2012 hodnoty 21 445 korun, což představuje druhou nejnižší mzdu po Karlovarském kraji. Míra registrované nezaměstnanosti podle údajů Ministerstva práce a sociálních věcí v Pardubickém kraji činila ke konci roku 2012 9,16 procent. Nejnižší míru nezaměstnanosti vykazuje okres Pardubice, naopak nejvyšší nezaměstnanost v kraji je v okrese Svitavy, která činí přibližně 11,73 procent. V mezikrajském srovnání je v Pardubickém kraji šestá nejnižší míra nezaměstnanosti [ČSÚ 2012b].

Nejvyšší úroveň vzdělanosti je v okrese Pardubice a Ústí nad Orlicí, kde činil podíl osob s ukončeným středoškolským a vysokoškolským vzděláním 44 procent. K rozvoji vzdělání přispívá zejména Univerzita Pardubice. Naopak ve struktuře vzdělanosti obyvatelstva okresu Svitavy a Chrudim je největší skupina obyvatel se základním a středním vzděláním včetně vyučení bez maturity [ČSÚ 2012c].

3.1.3. Politické podmínky

Politická situace v kraji

K přípravě kvalitní politické nabídky, reflektující aktuální problémy kraje, je pro politickou stranu důležité zjistit informace o současné politické situaci.

K posouzení hlavních témat, které obyvatelé Pardubického kraje vnímali jako důležité, mi poslouží sociologický předvolební průzkum agentury SC & C spol. s r.o. a STEM/MARK, který byl speciálně vypracován pro pořad České televize Otázky Václava Moravce Speciál. Sběr dat probíhal v období 31. 8. – 2. 9. 2012 na výběrovém vzorku 1008 respondentů [SC & C, STEM/MARK 2012].

Z průzkumu, ve kterém respondenti hodnotili činnost krajské samosprávy, se ve většině sledovaných oblastí zvýšila nespokojenost veřejnosti. Největší zvýšení se projevilo v oblasti sociální, kde svou nespokojenost vyslovilo 55 procent obyvatel a v oblasti zdravotnictví, kde zhoršení uvedlo 49 procent respondentů. Negativně se lidé vyjádřili také v hodnocení oblasti dopravní obslužnosti a školství. Pozitivně občané hodnotili pouze činnost krajské samosprávy v oblasti životního prostředí, kde zlepšení vnímalo 27 procent lidí. Přesto 2/3 dotázaných respondentů považovali ekonomickou situaci své domácnosti za dobrou a s fungováním krajské samosprávy byli spokojeni [SC & C, STEM/MARK 2012].

Mezi stěžejní problémy Pardubického kraje patřila oblast zdravotnictví, dopravy a školství.

Zdravotnictví

Podobně jako jiné regiony byl také Pardubický kraj nucen zefektivnit chod nemocnic. Hlavním cílem byla stabilizace ekonomické situace v krajských nemocnicích, protože hrozilo, že se nemocnice, vytvářející každoročně ztrátu přes sto milionů korun, ocitnou v insolvenční. Tyto obrovské ztráty nemocnic vedly k reorganizaci, spojení všech zařízení pod jedno vedení, omezení či zrušení některých oddělení a ke snížení počtu akutních lůžek [Pulpán 2012].

Zatímco v roce 2008 skončilo pět nemocnic s celkovou ztrátou 127 milionů korun, minulý rok vytvořily ztrátu zhruba 28 milionů korun. Zlepšení bylo dosaženo jen pomocí intervence kraje, který jim poskytl z rozpočtu kraje 117 milionů korun formou takzvaných vyrovnávacích plateb. Minulý rok krajský zastupitelé schválili nemocnicím další platby v celkové výši 210 milionů korun [Ceskenoviny.cz 2012].

Školství

Oblast vzdělávání na Pardubicku výrazně poznamenal úbytek počtu studentů středních škol. Mezi lety 2007 a 2011 klesl počet středoškoláků z 25 700 na zhruba 23 000. Kraj se snažil splýváním a slučováním škol reagovat na neustálý úbytek dětí, vycházejících z devátých tříd základních škol, pomoci stabilizovat méně naplněné školy a zachránit potřebné obory. Přes nesouhlas studentů, rodičů i starostů obcí došlo ke sloučení gymnázia a učiliště v Přelouči, střední školy Poděbradské a střední školy potravinářské v Pardubicích a obchodní akademie a střední školy cestovního ruchu v Chocni [Doušová 2011].

Na rozdíl od škol zůstala síť sociálních zařízení v kraji zachována, někde se dokonce mírně rozšířila, přestože stát dotace na tuto oblast stále snižoval. Některá města, například Vysoké Mýto, dobudovala s pomocí dotací své domovy seniorů, v Chrudimi vznikl jediný hospic v regionu [Ct24.cz 2012].

Doprava

Také dopravní obslužnost poznamenaly úspory a vynucené omezení spojů. Navzdory protestům starostů obcí a občanů musel kraj zrušit některé vlakové tratě, které nahradily levnější autobusy. Málo využívané spoje vedení kraje úplně zrušilo. Zrušené

spoje přepravovaly málo cestujících nebo jezdily souběžně s jinými. Vlakové spoje byly tedy v plné výši nahrazeny autobusovými [Hubený 2011].

Velkým tématem Pardubického kraje se staly také opakující se změny jízdních řádů. Pardubický kraj si loni najal firmu OREDO, která organizuje autobusovou dopravu v kraji, aby zavedla dlouho připravovaný integrovaný dopravní systém. Na organizátora změn se ale posléze snesla silná kritika obcí [Ct24.cz 2012].

Hospodářství

Pardubický kraj patřil v posledním volebním období ke spořivějším krajům. V letech 2010 a 2011 hospodařil s přebytkem. Přesto region kvůli hospodářské krizi přišel od roku 2009 až do současnosti o 250 milionů ročně oproti roku 2008. Pardubický kraj v posledních čtyřech letech investoval zejména do projektů podpořených dotacemi z Evropské unie. V rámci Regionálního operačního programu Severovýchod byly od roku 2007 ze strukturálních fondů schváleny více než čtyři miliardy korun. Mezi největší investice Pardubického kraje v posledních čtyřech letech patřila například modernizace silnice mezi Sečí a Běstvinou na Chrudimsku za 170 milionů korun, sportovní areál Dašická za 45 milionů korun, rekonstrukce pardubického zámku nebo kardiologie v Pardubické krajské nemocnici [Chrudimskydenik.cz 2012].

Politická konkurence

K tomu, aby politická strana mohla efektivně plánovat volební strategii, potřebuje zjistit informace o politické konkurenci, která na politickém trhu působí. Největšími soupeři byli pro TOP 09 politické strany, které v regionu měly stabilní voličskou podporu a byly schopny opakovaně překonat pětiprocentní hranici k zisku mandátu. Těmito subjekty byla ODS, ČSSD, KSČM a regionální subjekt Koalice pro Pardubický kraj (KPK). Analýza konkurence bude provedena na základě výsledků voleb do zastupitelstva kraje v roce 2000, 2004 a 2008.

Výsledky voleb v roce 2000

Prvních krajských voleb se v Pardubickém kraji zúčastnilo deset politických subjektů. Ziskem jedné třetiny hlasů zvítězila Čtyřkoalice (KDU-ČSL, Unie svobody a Demokratická unie) před ODS, KSČM, ČSSD a Sdružením pro Pardubický kraj [volby.cz 2000]. (Tabulka 2)

Tabulka 2: Výsledky voleb do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2000

Subjekt	Platné hlasy/%	Mandáty
Čtyřkoalice	41 679/29,37%	15
ODS	34 825/24,54%	12
KSČM	24 790/17,46%	9
ČSSD	18 985/13,37%	7
SPK	7 948/5,60%	2

Zdroj: volby.cz

Krajskou koalici sestavily Čtyřkoalice a ODS. V devítičlenné radě zasedlo pět příslušníků Čtyřkoalice a čtyři příslušníci ODS. Hejtmánem byl zvolen Roman Línek ze Čtyřkoalice [Balík, Čaloud 2005: 129].

Výsledky voleb v roce 2004

V krajských volbách v roce 2004 kandidovalo v Pardubickém kraji 11 subjektů (o jeden více než v roce 2000). Ve volbách zvítězila se ziskem jedné třetiny hlasů ODS před KPK (KDU-ČSL a US-DEU), KSČM a ČSSD [volby.cz 2004]. (Tabulka 3)

Tabulka 3: Výsledky voleb do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2004

Subjekt	Platné hlasy/%	Mandáty
ODS	44 423/34,45%	18
KPK	29 384/22,79%	12
KSČM	22 363/17,34%	9
ČSSD	17 052/13,22%	6

Zdroj: volby.cz

Oproti roku 2000 ODS navýšila své volební zisky v průměru o deset procent. Ve volbách strana zaznamenala doposud nejlepší volební výsledek. Volební výsledek KPK byl v porovnání s výsledkem Čtyřkoalice horší v průměru o šest procent. Výsledek KSČM byl poměrně stabilní, i když strana zaznamenala menší propad hlasů, rozdíly oproti roku 2000 nečinily více než čtyři procenta. Také ČSSD zaznamenala propad

hlasů, ale i přesto získala jen o jeden mandát méně a rozdíl hlasů nečinil víc než dvě procenta oproti roku 2000 [Balík, Čaloud 2005: 137-138].

Po volbách vznikla krajská koalice ve složení ODS a KPK, jednalo se o pokračování předchozí koalice ODS a Čtyřkoalice. Poměr sil mezi oběma subjekty byl opačný. V devítičlenné radě zasedlo pět příslušníků ODS a čtyři příslušníci KPK. Hejtmánem byl zvolen Michal Rabas z ODS [Balík, Čaloud 2005: 139].

Výsledky voleb v roce 2008

V předposledních krajských volbách v roce 2008 kandidovalo 16 politických uskupení (o pět více než v roce 2004). Ve volbách zvítězila ČSSD před ODS, KPK (KDU-ČSL, SNK-ED a Nezaníci) a KSČM [volby.cz 2008]. (Tabulka 4)

Tabulka 4: Výsledky voleb do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2008

Subjekt	Platné hlasy/%	Mandáty
ČSSD	61 900/35,73%	19
ODS	36 042/20,80%	11
KPK	32 219/18,59%	9
KSČM	22 524/13,00%	6

Zdroj: volby.cz

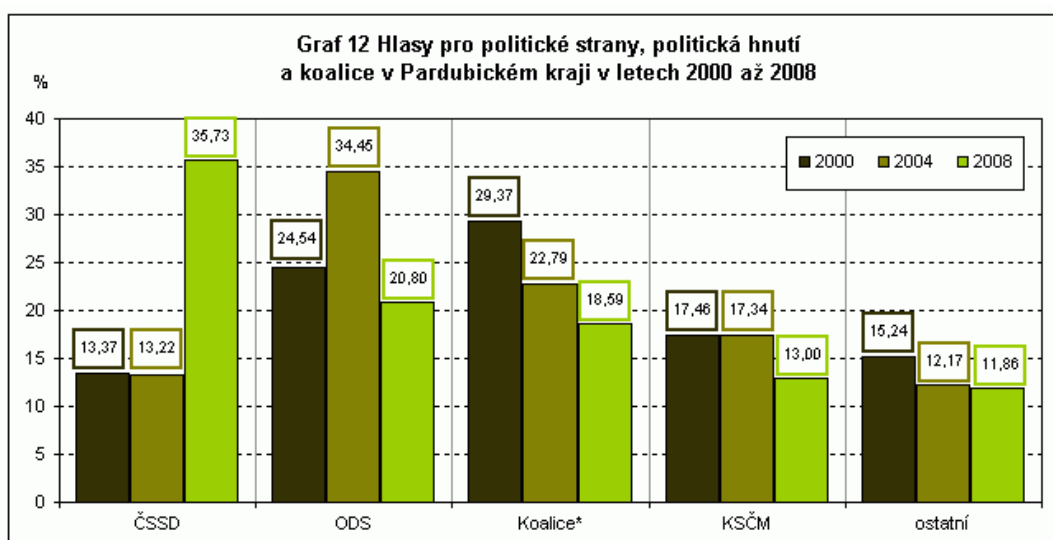
Oproti roku 2004 ČSSD navýšila své volební zisky v průměru o dvanáct procent. Ve volbách strana zaznamenala doposud nejlepší volební výsledek. Naopak ODS ztratila své volební zisky v průměru o čtrnáct procent. ODS nedokázala zopakovat volební úspěch z roku 2004 a se ziskem 11 mandátů skončila poprvé v opozici. Volební výsledek KPK byl v porovnání s výsledkem z roku 2004 horší o čtyři procenta. KSČM ve volbách v roce 2008 zaznamenala nejhorší volební výsledek, který se oproti roku 2004 zhoršil o sedm procent [volby.cz 2008].

Krajskou koalici sestavily ČSSD a KPK. V devítičlenné radě zasedlo šest příslušníků ČSSD a tři příslušníci KPK. Hejtmánem byl zvolen Radko Martínek z ČSSD [Dubský 2008].

Shrnutí:

Z analýzy výsledků krajských voleb vyplývá, že ODS působila v politice na krajské úrovni již od prvních voleb v roce 2000. Pravidelně se podílela na správě Pardubického kraje, a po dvě volební období byla v čele krajské koalice. Působení ČSSD na krajské úrovni bylo vždy stabilní, ale bez účasti ve vedení kraje. Zlom nastal v roce 2008, kdy strana zvítězila a poprvé se podílela na krajské koalici. KPK jako jediná politická strana působila ve vedení kraje od jeho vzniku a vždy byla součástí krajské koalice. KSČM jako jediná politická strana byla vždy v opozici.

Obrázek 4: Hlasy pro politické strany získané v letech 2000, 2004 a 2008



* v roce 2000 Čtyřkoalice (KDU-ČSL, ODA, DEU, US); v roce 2004 Koalice pro Pardubický kraj (KDU-ČSL, US-DEU);
v roce 2008 Koalice pro Pardubický kraj (KDU-ČSL, SNK-ED, Nezaníci)

([volby do zastupitelstev krajů](#))

Zdroj: ČSÚ

3.2. Analýza výchozího postavení TOP 09

Sběr základních informací o struktuře politického trhu umožňuje přechod k analýze umístění politické strany na politickém trhu ve vztahu ke konkurentům. Politická strana si musí uvědomit svoji velikost a postavení na volebním trhu a poté se rozhodnout, jakou pozici si zvolí, aby získala největší možnou výhodu oproti konkurenci [Kotler 2007: 69].

3.2.1. Charakteristika politického trhu

Politické trhy mohou být různé a nastaveny podle odlišných parametrů. Nejčastěji se klasifikace politického trhu určuje podle následujících kritérií: prostor, počet působících subjektů, stupeň organizovanosti, otevřenosti a velikosti.

Z hlediska kritéria prostoru lze rozlišovat trh lokální (volby do obecního zastupitelstva), regionální (volby do krajského zastupitelstva) a celostátní (volby do poslanecké sněmovny a senátu). Druh trhu lze určit rovněž počtem subjektů, které na politickém trhu působí. Pokud se jedná o velký počet subjektů s přibližně podobnou podporou, lze hovořit o polypolu. Pokud se počet subjektů snižuje a několik politických uskupení střední velikosti ovládne trh, jedná se o oligopol. Jestliže na trhu dominuje jeden subjekt, hovoříme o monopolu [Cichosz 2006: 54].

Pokud použijeme kritérium stupně otevřenosti, lze vymezit trhy více nebo méně otevřené. O stupni otevřenosti rozhodují omezení, na něž mohou strany narazit v přístupu na trh. Absolutně omezený politický trh představuje situaci, kdy volební systém používá uzavírací klauzuli pěti procent, nebo je ke kandidatuře nutné získat určitý počet podpisů. Relativně omezený trh je ovlivňován pevností stranické identifikace, existencí sociopolitických konfliktních linií atd. Z hlediska otevřenosti lze hovořit o trhu otevřeném, který je charakteristický nízkou úrovní stranické loajality a velkým přeléváním elektorátu mezi politickými stranami. Naopak uzavřený trh je charakteristický stabilními voličskými preferencemi a voličskou loajalitou [Cichosz 2006: 54-55].

Jak vyplývá z analýzy politického trhu, v případě Pardubického kraje se jedná o trh relativně malý, regionální, který je vymezen volebním obvodem, tedy hranicemi Pardubického kraje. Na politickém trhu neexistuje jeden subjekt s dominantním postavením, ale počet subjektů se ustálil na čtyřech relevantních stranách, které si

vzájemně konkurují a mají v regionu stabilní voličskou podporu. Jedná se o zavedené politické strany ODS, ČSSD, KSČM a regionální subjekt KPK. Politický trh dostává podobu tzv. oligopolu. Reálně zde chybí prostor pro nové politické subjekty a politické strategie stran, které dominují na trhu, jsou orientované především na udržení stávající podpory [Cichosz 2006: 55]. Z hlediska stupně otevřenosti se jedná o trh absolutně omezený, protože volební systém používá uzavírací klauzuli pěti procent, která znesnadňuje vstup na trh menším politickým stranám.

Uspěť na takto definovaném politickém trhu nebylo pro stranu vůbec jednoduché. TOP 09 musela hledat takové strategie a taktiky, které by ji pomohly dosáhnout vstupu na politický trh a určily výslednou, stabilní a výhradní pozici politické strany ve srovnání s ostatními politickými rivaly.

3.2.2. SWOT analýza politické strany TOP 09

Jednoduchým nástrojem pro stanovení pozice strany na politickém trhu je swot analýza. Tato analýza podává informace jak o silných (*strength*) a slabých (*weakness*) stránkách politické strany, tak rovněž stanovuje možné příležitosti (*opportunities*) a hrozby (*threats*), které plynou z okolního prostředí. Vlastní zdroje politické strany rozhodují o silných a slabých stránkách. Naopak příležitosti a hrozby vycházejí z politických, společenských a ekonomických podmínek okolního prostředí a z potenciálů konkurentů [Kozel 2005: 39].

Cílem politické strany by mělo být omezit své slabé stránky, podporovat své silné stránky, využívat příležitostí okolí a snažit se předvídat a jistit proti případným hrozbám. Pouze tak politická strana dosáhne konkurenční výhody nad ostatními [Kozel 2005: 39].

Tabulka 5: SWOT analýza TOP 09

SWOT ANALÝZA TOP 09
SILNÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none">• Zkušenost kandidátů s politikou na komunální a krajské úrovni• Většina kandidátů je starosty měst a obcí• Odbornost a nezatíženost kandidátů skandály• Nová témata (transparentnost)• Známé osobnosti na kandidátní listině• Volební program
SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none">• Malá členská základna v regionu• První kandidatura na regionální úrovni• Součástí vládní koalice• Vnitřní nejednotnost krajské organizace• Nižší voličská podpora
PŘÍLEŽITOSTI
<ul style="list-style-type: none">• Pozitivní volební kampaň• Vyšší míra využití interaktivních medií a sociálních sítí• Méně stranické vedení kampaně, více osobnější – kontaktní kampaň• Předvolební diskuze
HROZBY
<ul style="list-style-type: none">• Nespokojenost veřejnosti s vládní koalicí• Útoky politické konkurence• Silná pozice KPK• Vysoká míra nezaměstnanosti v kraji• Volební účast

Zdroj: vypracováno autorkou na základě poskytnutých informací volebním manažerem.

Silné a slabé stránky:

Mezi silné stránky TOP 09 patřila dlouholetá zkušenost kandidátů s politikou na komunální a krajské úrovni. Téměř třetinu kandidátní listiny tvořili starostové měst a obcí, kteří měli zkušenosti s politikou na komunální úrovni, nebyli zatíženi skandály a mezi veřejností byli známi [TOP 09 2012a]. (Příloha 1) Další silnou stránku představoval volební program, který přinášel nová témata jako transparentnost a

otevřenost kraje a reflektoval nejdůležitější témata kraje, jako bylo zdravotnictví, dopravní obslužnost a školství [TOP 09 2012b]. (viz Podkapitola 4.3.)

Mezi slabé stránky strany patřila její účast ve vládní koalici, jejíž reformní kroky byly veřejností negativně hodnoceny [STEM 2012b]. (viz Podkapitola 3.2.3) Dále nízká podpora voličů, protože strana v kraji kandidovala poprvé a neměla na regionální úrovni dostatečně upevněnou členskou základnu. Jako nevýhodu lze považovat nejednotnost krajské organizace, ve které převládal vliv regionální organizace Ústí nad Orlicí, což se mohlo projevit v nejednotném vedení volební kampaně [Vohník 2012].

Příležitosti a hrozby:

Za příležitosti strany lze považovat vedení pozitivní volební kampaně, která se vyhýbala agresivním útokům proti politickým konkurentům a zaměřila se na bezprostřední kontakt s voliči. Další výhodou lze spatřovat ve viditelně vyšší míře využívání interaktivní reklamy (sociální síť Facebook, Twiter a webové stránky) a v předvolební diskuzi, ve které mohli kandidáti předvést své odborné znalosti a zkušenosti z působení ve veřejné správě. (viz Podkapitola 4.4.)

Největší hrozbu pro stranu představovala nespokojenost veřejnosti s politikou vládní koalice, ve které strana působila. (viz Podkapitola 3.2.3.) Dále vyšší míra nezaměstnanosti v kraji, která mohla být veřejností přisuzována právě politice této koalice. V neposlední řadě také negativní útoky politické konkurence, které mohli snížit důvěryhodnost strany v očích veřejnosti a nízká volební účast, která mohla straně uškodit, protože její voliči nepatří mezi disciplinované voliče, jako voliči KSČM a KDU-ČSL.

3.2.3. Hodnocení strany podle průzkumů veřejného mínění

Krátce před volbami byly provedeny průzkumy mapující volební preference voličů přímo ve vztahu ke krajským volbám. Přestože zmíněné předvolební průzkumy probíhaly v týdenním rozestupu, volební preference strany TOP 09 v Pardubickém kraji se výrazně lišily [Prvnizpravy.cz 2012].

Jak ukazuje Tabulka 6 v průzkumu společnosti STEM/MARK SC&C (Otázky Václava Moravce) a společnosti PPM Factum (Český rozhlas) jsou uváděny vyšší preference, než jaké jsou v šetření společnosti SANEP (Blesk). Budoucí pozice TOP 09 na politickém trhu tedy byla málo předvídatelná. Volební manažer zdůraznil, že se při plánování volební strategie těmito předvolebními průzkumy neřídili a jejich výsledky

nepovažovali za relevantní. „Průzkumy zcela opomíjely vliv regionálního uskupení KPK, které v regionu dosahuje opakovaně velmi dobrých výsledků“ [Vohník 2012].

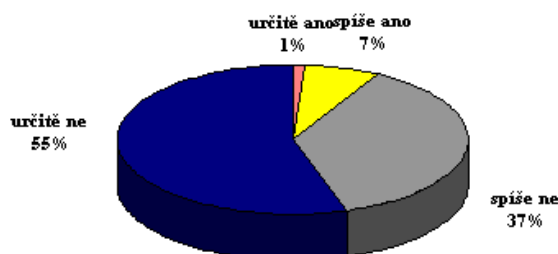
Tabulka 6: Volební preference TOP 09 v Pardubickém kraji

	Výsledky	Česká televize STEM/MARK SC&C	Pořadí	Český rozhlas PPM Factum	Pořadí	Deník Blesk SANEP	Pořadí
ODS	10,9	10,9	4.	20,8	1.	16,8	3.
ČSSD	21,31	23,5	1.	17,6	2.	22,4	1.
KSČM	18,86	18	2.	10,7	3.	20,8	2.
KPK	17,74	8,5	5.	10,7	3. - 4.	9,2	4.
TOP 09	6,25	11,4	3.	12,4	5.	6	5.
SPOZ	5,31	4,5	6.	5,3	6.	6,2	6.

Zdroj: vypracováno autorkou na základě průzkumu PPM Factum, SANEP a STEM/MARK SC&C.

Nespokojenost občanů s TOP 09 se projevila i v hodnocení politické situace a reformních opatření vlády. Míra spokojenosti lidí se současnou politickou situací byla velmi nízká (8 %), více než polovina populace vyjádřila svoji kritiku současného politického dění (55 %). Pozitivní očekávání po volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2010, která sdíleli hlavně mladí lidé a lidé s vyšším vzděláním, se nenaplnila [STEM 2012a].

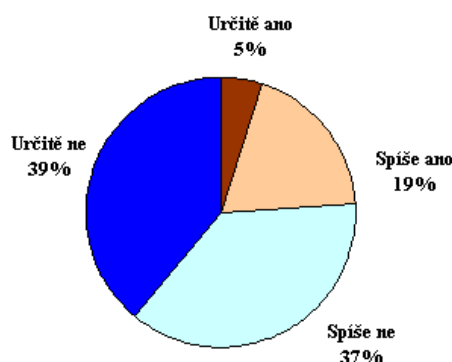
Obrázek 5: "Jste Vy osobně spokojen (a) s naší současnou politickou situací?"



Zdroj: STEM

Zatímco krátce po nástupu Nečasovy vlády považovalo skoro 40 % občanů připravovaná opatření vlády za správnou cestu k ozdravení státních financí, před krajskými volbami to byla již pouze čtvrtina (24 %). Prováděná a připravovaná opatření vlády velká většina lidí (76 %) nepovažovala za správnou cestu k ozdravení státních financí. Lidí, kteří jednoznačně z tohoto pohledu vládní opatření podporovali, bylo pouze 5 % [STEM 2012b].

Obrázek 6: "Myslíte si, že prováděná a připravovaná opatření vlády jsou správnou cestou k ozdravení státních financí?"



Zdroj: STEM

3.2.4. Voličská základna

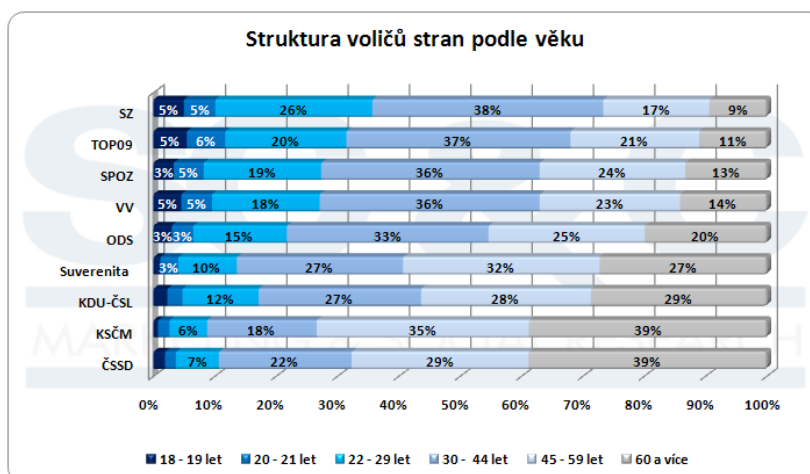
Vzhledem k tomu, že strana TOP 09 kandidovala v krajských volbách poprvé, a protože výsledky průzkumu Focus Agency, který si strana nechala vypracovat před krajskými volbami, nejsou veřejně dostupné, budu při analýze elektorátu TOP 09 vycházet ze sociologického výzkumu agentury SC&C a SPSS CR vypracovaného pro Českou televizi před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2010. Přičemž jsem si vědoma, že nelze srovnávat sněmovní volby s volbami krajskými a z těchto výsledků voleb vyvozovat dlouhodobější platné závěry.

Voličskou základnu TOP 09 tvoří z většiny bývalí voliči ODS. Hlasy získala strana také od voličů SZ a ČSSD. Z hlediska pohlaví má TOP 09 velmi stabilní podporu, jak u žen, tak u mužů. Obě skupiny tvoří okolo 17 procent. V případě profilu podle věkových skupin se ke straně nejčastěji přiklánějí mladí lidé do 29 let a lidé středního věku do 45 let. Podpora TOP 09 klesá se vzrůstajícím věkem. Starší věkové kategorie od 45 do 60 let a senioři nad 60 let mají zcela mizivé zastoupení. Z hlediska vzdělání ke straně inklinují v největší míře lidé s vysokoškolským a středoškolským

vzděláním s maturitou. Podpora výrazně klesá se snižujícím se vzděláním. Pokud se podíváme na ekonomický status, tak jsou voliči TOP 09 z 23 procent tvořeni podnikateli a živnostníky, z 15 procenty studenty a z 50 procent zaměstnanci [SC&C, SPSS CR 2010].

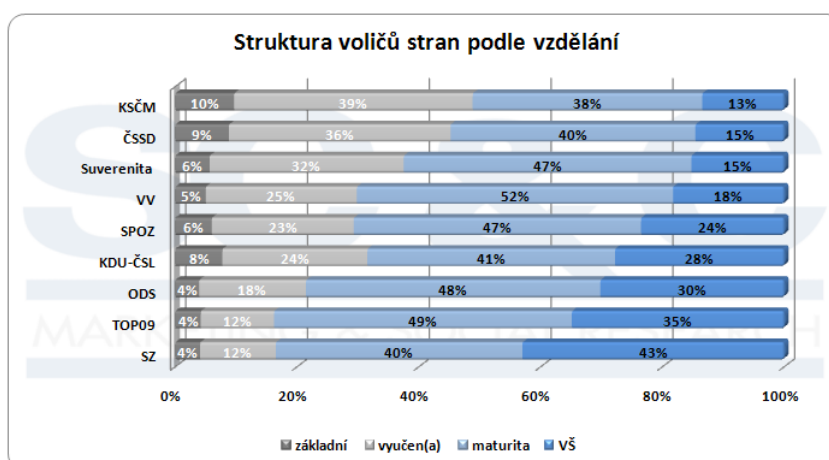
Z hlediska územního rozložení volební podpory v Pardubickém kraji strana zaznamenává největší podporu v okrese Pardubice (Pardubice) a Ústí nad Orlicí (Ústí nad Orlicí, Letohrad, Žamberk, Česká Třebová), tedy ve větších městech a okresech, kde tradičně dosahuje dobrých výsledků pravice. Naopak slabší podpora je v okresech Svitavy a Chrudim, které se vyznačují nižší životní úrovní a nezaměstnaností [volby.cz 2010c].

Obrázek 7: Struktura voličů TOP 09 podle věku



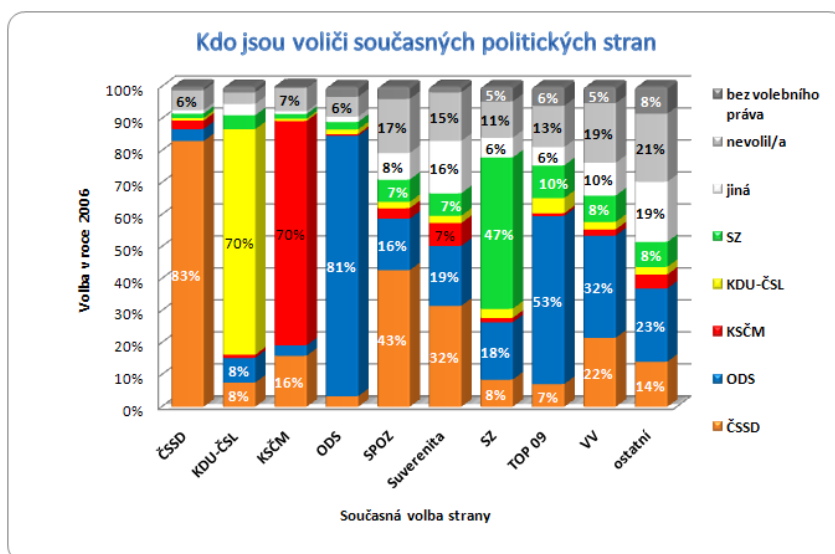
Zdroj: Exit poll České televize

Obrázek 8: Struktura voličů TOP 09 podle vzdělání



Zdroj: Exit poll České televize

Obrázek 9: Kdo jsou voliči TOP



Zdroj: Exit poll České televize

4. Volební kampaň TOP 09 v Pardubickém kraji²³

Volební kampaně představují nepostradatelnou součást voleb a mají nezanedbatelný vliv na rozhodování voličů a samotné volební výsledky. Volby jsou především komunikačním procesem, ale také způsobem mobilizace občanů k podpoře politiků. Politické strany nebo kandidáti se snaží informovat voliče o svých politických cílech a současně je chtějí přesvědčit, že právě ony mohou nejlépe hájit jejich zájmy [Bradová 2005: 1].

Podle Davida Denvera a Gordona Handse mají volební kampaně čtyři hlavní cíle:

- informovat voliče (o konání voleb, o kandidátech, o volebním programu),
- přesvědčit voliče (aby podpořili jejich stranu pomocí volebních mítinků, osobních kontaktů s voliči),
- posílit stávající podporu,
- mobilizovat voliče [Bradová 2005: 20-21].

K hlavním úkolům politických stran patří příprava volební strategie, jež je komplexním plánem strany, jak získat co nejlepší pozici na politickém trhu. Strategie má straně zajistit maximální podporu voličů, a v konečném důsledku ji pomoci dosáhnout strategického cíle, kterým je získání zastupitelského křesla. Včasná příprava volební strategie se významně promítá do volebního úspěchu [Jablonski 2006: 33].

V rámci volební strategie lze rozlišit tzv. parciální strategie, které dohromady tvoří jeden celek. Jedná se o strategii personální, finanční, komunikační a mezistranických vztahů.

Cílem personální strategie, je zvolit na kandidátní listinu takové osobnosti, které jsou schopny politické straně zajistit volební úspěch. Kandidáti mohou být vybírání podle několika hledisek. Může se jednat o osobnosti, které reprezentují významné oblasti daného volebního obvodu, nebo o osobnosti z různých profesních skupin, od nichž se očekává, že získají podporu svých kolegů (např. učitelé, lékaři aj.) [Skrzypinski 2006: 98-99].

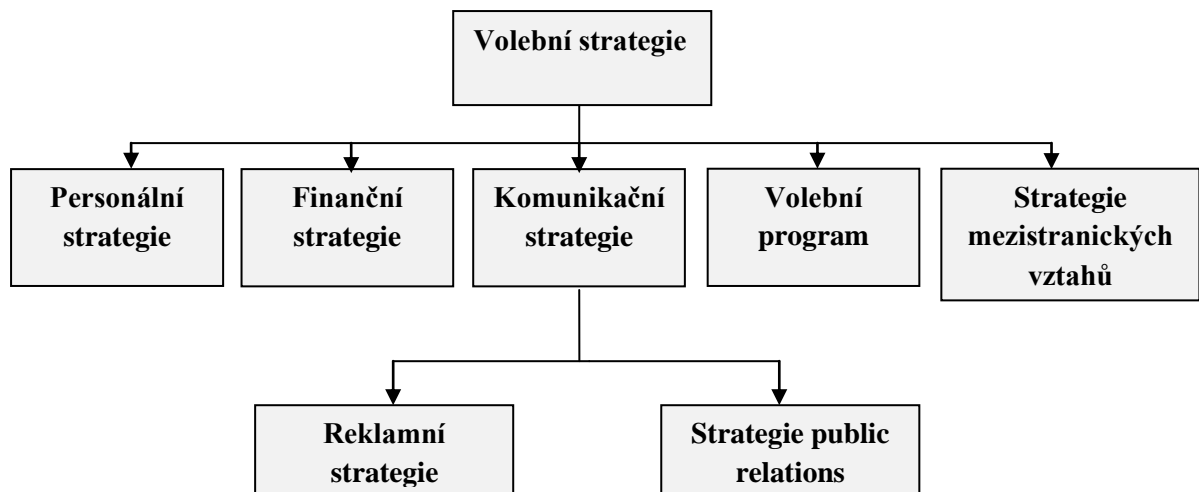
²³ Při analýze předvolební kampaně TOP 09 čerpám především z osobního rozhovoru s volebním manažerem Miroslavem Vohníkem ze dne 8. října 2012 ve Vysokém Mýtě a z tiskových prohlášení a dokumentů strany.

Finanční strategie by měla zajistit optimální poměr finančních prostředků vynaložených na kampaň k získanému volebnímu výsledku. Politická strana může volební kampaň zahájit od nenákladných činností a se stoupajícím zájmem voličů přecházet k dražším formám a technikám vedení kampaně. Nebo může zvolit strategii komplexního zahlcení všech médií vlastními informacemi ve velmi krátké době. V neposlední řadě může politická strana vést aktivní kampaň a v důsledku nedostatku finančních prostředků ji následně silně omezit [Skrzypinski 2006: 99].

Strategie mezistranických vztahů je založena na vypracování takového vztahu politické strany k jejím konkurentům, který ji přinese maximální možný volební výsledek. Politická strana může zvolit strategii vytvoření pozitivní image strany, vytvoření negativní image soupeře, vytvářet koalice, podporovat sebe sama na základě poukázání na odlišnost od ostatních stran aj [Skrzypinski 2006: 99].

Cílem komunikační strategie je získání co nejlepšího hodnocení veřejného mínění. V rámci této strategie politická strana definuje, o čem bude v průběhu kampaně hovořit, jak bude vypadat její vizuální podoba, jak bude kampaň řízena a kde bude umístěna reklama [Skrzypinski 2006: 99].

Obrázek 10: Prvky volební strategie



Zdroj: vypracováno autorkou podle schéma [Skrzypinski 2006: 97].

Je nesporné, že v průběhu přípravy volební strategie jsou tyto parciální strategie na sobě závislé. Jenom tak bude volební strategie odpovídat na výzvy z okolního prostředí a bude tvořit jednotný celek, který umožní politické straně získat, co největší počet voličských hlasů a rovněž ji zajistí více mandátů než konkurenci [Skrzypinski 2006: 100-101].

4.1. Příprava volební kampaně

V krajských volbách TOP 09 vytvořila volební uskupení s hnutím Starostové a nezávislí a kandidovala pod společným názvem TOP 09 a Starostové pro Pardubický kraj (PAK). Cílem volební strategie bylo upevnění pozice strany na regionální úrovni, překročení uzavírací klauzule pěti procent a získání minimálně pěti mandátů v Zastupitelstvu Pardubického kraje [Vohník 2012].

Celostátní přípravy na volební kampaň začaly v polovině roku 2011, kdy proběhlo první školení volebních týmů a krajských manažerů pod vedením volebního manažera strany Jaroslava Poláčka [Krajskevolby.cz 2012a]. TOP 09 v Pardubickém kraji začala s přípravou volební kampaně v listopadu téhož roku a to vymezením volebního programu a jeho hlavních devíti priorit [Vohník 2012].

Strana si také nechala vypracovat rozsáhlý kvantitativní předvolební výzkum od agentury Focus Agency, který měl straně poskytnout informace o profilu typického voliče strany a další sociálně-demografické údaje [Krajskevolby.cz 2012a]. TOP 09 zvláštní průzkum pro Pardubický region nerealizovala, vycházela ze zjištěných informací průzkumu celostátního [Vohník 2012].

Volební kampaň byla národně-koordinovaná s částečně decentralizovanou podobou. Mezi hlavní úkoly krajské organizace TOP 09 patřilo sestavení kandidátní listiny, navržení kandidáta na hejtmana, vytvoření volebního programu, který by reflektoval problémy kraje a zároveň respektoval hlavní priority strany, příprava harmonogramu předvolebních akcí a sestavení volebního štábu [Vohník 2012].

Kandidátní listina se skládala z osobností, které reprezentovali nejdůležitější místa volebního obvodu, a to proto, aby mohli jejich občané hlasovat pro svého člověka. Na přední místa kandidátní listiny TOP 09 nominovala osobnosti, které měli dlouholeté zkušenosti s politikou na komunální a regionální úrovni, byli v regionu známí a nezatíženi skandály. Naopak na zadní místa kandidátní listiny umístila osobnosti, které o své zvolení do zastupitelstva de facto neusilovali a to proto, aby byla složena z nejvyššího možného počtu 45 kandidátů [TOP 09 2012a]. (Příloha 1)

Kandidátem na hejtmana byl zvolen Jaroslav Zedník, starosta České Třebové a zastupitel Pardubického kraje. Vzhledem k nízké důvěryhodnosti vládní koalice²⁴, se snažila TOP 09 získat pozornost voličů tím, že na kandidátní listinu umístila lídra bez politické příslušnosti. Strana se tímto krokem snažila ve voličích vzbudit dojem, že

²⁴ Jak již bylo řečeno v podkapitole 3.2.3.

krajská politika je zcela odlišná od té celostátní a větší důraz je kladen na odborné kvality a známost kandidátů než na jejich politickou příslušnost [Vohník 2012].

Na přípravě volební kampaně se podílely dva volební štáby:

- volební štáb koaliční, který tvořilo šest lidí (tři lidé z TOP 09 a tři lidé z hnutí Starostové a nezávislí), štábu předsedal líder kandidátní listiny J. Zedník,
- volební štáb TOP 09, který byl složen z 15 lidí, především z předsedů jednotlivých regionálních organizací. Konkrétně se na činnosti volebního štábu podílel předseda krajské organizace Miroslav Nádvorník, regionální manažer TOP 09 Ondřej Müller, předseda místní organizace Přelouč Miroslav Tyč, předseda místní organizace Vysoké Mýto Miloš Fogl a další. Volební štáb se scházel jednou týdně, kde domlouval podrobnosti volební kampaně, plánoval předvolební akce a hodnotil předešlé aktivity. Vše probíhalo pod kontrolou volebního manažera Miroslava Vohníka, který byl zároveň předsedou regionální organizace Ústí nad Orlicí [Vohník 2012].

Dále se na přípravě volební kampaně podíleli externí pracovníci, kteří byli najímáni na činnosti, spojené s tvorbou a distribucí reklamních brožur, letáků, polepů aut a také jednotliví kandidáti a líder J. Zedník.

4.2. Harmonogram volební kampaně

Celostátní předvolební kampaň byla oficiálně zahájena dne 30. srpna 2012 v Hostivicích, ve středočeské obci, která se nedobrovolně stala symbolem netransparentního hospodaření hejtmanů sociální demokracie. „*Hostivice je symbolem toho, jak se krajská politika dělat nemá. My ji chceme dělat jinak*“ [Válková, Rokosová 2012]. TOP 09 se v rámci předvolební kampaně zaměřila na navrácení důvěry v kraje. Prezentovala „21 programových vizí“ transparentního kraje, jehož hlavním motivem byla maximální veřejná kontrola jako nejefektivnější opatření proti korupčnímu chování. Hlavním tématem předvolební kampaně se stal otevřený a transparentní kraj [TOP 09 2012c].

Volební kampaň v Pardubickém kraji byla zahájena dne 14. září 2012 v Pardubicích při příležitosti promítání českého filmu Markéta Lazarová od Františka

Vláčila. „TOP 09 nevsadila na kýčovitě estrády, ale na skutečné top umění, laciné balonky, pivo a guláš zdarma, vyměnila za opravdový klenot české kinematografie“ [Dubský, Dvořák 2012]. TOP 09 zde představila hlavní priority volebního programu a seznámila voliče s jednotlivými kandidáty v okresech a lídrem J. Zedníkem. Samotnému promítání předcházela tisková konference za účasti ministryně kultury Aleny Hanákové.

TOP 09 cílila na mladší, dobře situované voliče s vyšším dosaženým vzděláním, kteří žijí ve větších městech a ve vyspělejších oblastech regionu. Předvolební kampaň TOP 09 byla zaměřena na kontaktní kampaň. Strana se snažila o bezprostřední kontakt s voliči v rámci návštěv větších měst regionu, na kterých kandidáti debatovali o konkrétních tématech, které voliči považovali za důležité [Pardubickydenik.cz 2012]. „*Chceme-li vysvětlit občanům naši politiku a situaci v Pardubickém kraji, nemáme jinou možnost než oslovit je přímo na ulicích. Volební kampaň si představujeme jako rozhovor s občany o jejich starostech a obavách*“ [Vohník 2012].

Lídr kandidátky spolu s volebním manažerem a dalšími kandidáty navštěvoval jednotlivá města v kraji, debatoval s občany o problémech kraje a dobrovolníci ve stejnokrojích (trička s logem strany) rozdávali propagační letáky. Jednalo se především o místa společenského dění (poutě, jarmarky, oslavy založení měst a další kulturní akce) Na těchto akcích byl umístěn volební stánek s propagačními materiály a dětským koutkem, kde dobrovolníci kreslili dětem na obličej a rozdávali nafukovací balonky. Návštěvníci jednotlivých akcí byli zváni na posezení nejen s lídrem strany, ale i s ostatními členy kandidátky a debatovali o konkrétních problémech v kraji [Vohník 2012].

Pro osobní setkání s voliči ve větších městech zvolila TOP 09 akci s názvem „Grilování s Topkou“, na které kandidáti diskutovali s občany při grilování klobás a točení piva Schwarzenberg. Pro děti bylo připraveno dětské hřiště se skákacím hradem, výtvarné dílny a trampolíny. „*Akce měla působit v přátelském duchu a nikoli volební agitací*“ [Vohník 2012]. Harmonogram předvolebních akcí shrnuje Tabulka 7.

Tabulka 7: Harmonogram předvolebních akcí

1. 9.	Staročeská pouť v Žamberku
8. 9.	Oslavy 750 let ve Vysokém Mýtě
9. 9.	Grilování s TOP09 ve Svitavách
14. 9.	Návštěva ministryně kultury v Pardubicích
15. 9.	Francouzský den
22. 9.	Ceny dabingu v Přelouči Kontaktní kampaň v Litomyšli Grilování s TOP09 v Litomyšli
30. 9.	TOP karneval v Chrasti
5. 10.	Beseda s kandidáty v Chrudimi
6. 10.	Víkend s úsměvem v Chrudimi Blešák-akce na podporu záchrany letního kina v Chrudimi Dětský den v Mraveništi – Chrudim Pěší pochod Chrudim-Slatiňany
6. 10.	Plavání s TOP09 ve Svitavách
7. 10.	Kontaktní kampaň Přelouč
8. 10.	Plavání s TOP 09 v Ústí nad Orlicí
11. 10.	Kontaktní kampaň v Pardubicích

Zdroj: archiv autorky.

V průběhu volební kampaně se lídr J. Zedník zúčastnil předvolební debaty Radiožurnálu „Volební speciál Martina Veselovského“ a debaty České televize „Otázky Václava Moravce – Speciál“. Podle exkluzivního internetového průzkumu společnosti SANEP, který u diváků monitoroval hodnocení kandidátů, vyplynulo, že nejméně diváky zaujal právě J. Zedník [SANEP 2012].

4.3. Rozpočet volební kampaně

Původně plánované náklady na celostátní kampaň byly 28 milionů korun. Skutečnou výši finančních prostředků vynaložených na kampaň strana zveřejnila na konci roku 2012. Do celostátní volební kampaně TOP 09 investovala 24 548 000 korun. Straně se tak podařilo uspořít pět milionů korun [TOP 09 2012d]. Tyto výdaje byly pokryty financemi z předchozích let a k této částce přispělo hnutí Starostové a nezávislí. Podrobné vyúčtování volební kampaně je uvedeno v Tabulce 8.

Tabulka 8: Konečné vyúčtování celostátní volební kampaně TOP 09

Druh propagace	Kč
Venkovní reklama	8 930 000
Podporovatelé	232 000
Inzerce	5 049 000
Grafika	1 701 000
Online reklama	3 143 000
Dárkové předměty	836 000
Fotograf	196 000
Video	341 000
Výzkumy	592 000
Direct mail	1 379 000
Vlastní tisk	987 000
Kontaktní kampaň	1 158 000
Ostatní	4 000
CELKEM	24 548 000

Zdroj: vypracováno autorkou podle <http://www.top09.cz/>.

Podle vyúčtování TOP 09 tvořil nejvyšší náklady nákup reklamního prostoru. Nejvíce finančních prostředků strana vynaložila na venkovní reklamu, za kterou utratila necelé dvě pětiny svého rozpočtu. Přičemž náklady na billboardy byly pouze necelé čtyři miliony korun. „Volební kampaně již nejsou založeny na invazi billboardů. Pilířem kampaně se naopak stává přímý kontakt politiků s voliči,“ poznamenal Jaroslav Poláček [TOP 09 2012d]. Druhou nejvyšší položku představovaly náklady na inzerci. Ty dosáhly více než pěti milionů korun. Strana také výrazně zvýšila investice do online reklamy, která se tak výrazně přiblížila inzerci v tištěných médiích.

Volební kampaň v Pardubickém kraji byla financována z rozpočtu centrálního vedení TOP 09 a z rozpočtu krajské organizace. Část finančních prostředků poskytli podporovatelé a členové strany. Vzhledem k dluhu ze sněmovních voleb v roce 2010 byl předpokládán rozpočet volební kampaně 1 200 000 korun [TOP 09 2012e]. Podrobné vyúčtování volební kampaně TOP 09 v Pardubickém kraji uvádí Tabulka 9.

Tabulka 9: Předpokládaný rozpočet volební kampaně TOP 09 v Pardubickém kraji

Druh propagace	Kč
Bannery	25 000
Volební noviny a jejich distribuce	300 000
Letáky (skládačka), plakáty A2, A3	44 000
Inzerce	66 000
Online komunikace	78 000
Kontaktní kampaň Pardubice	120 000
Kontaktní kampaň v dalších městech	250 000
Plachty, polepy automobilů	37 000
Reklamní předměty	80 000
Podporovatelé	200 000
CELKEM	1 200 000

Zdroj: vypracováno autorkou podle archivu volebního manažera.

Nejvyšší náklady tvořila direct mail reklama, za kterou krajská organizace utratila necelou třetinu finančních prostředků. Druhou největší položku tvořily náklady spojené s kontaktní kampaní v Pardubicích a v ostatních městech regionu.

Celkové výdaje na volební kampaň v Pardubickém kraji byly v porovnání s ostatními kandidujícími subjekty úspornější.²⁵ Volební kampaň byla skromnější a ve větší míře soustředěna na online komunikaci (webové stránky, sociální síť Facebook a Twiter). (viz Podkapitola 4.5.)

4.4. Volební program TOP 09

Významnou součástí politické nabídky je politický program, od jehož kvality se do značné míry odvíjí podpora politické strany. Cílem programu je oslovit voliče a informovat je o postojích k nejrůznějším tématům a prioritám, se kterými se strana pokouší ve volbách uspět [Eibl 2010: 69].

TOP 09 a Starostové pro PAK kraj nazvala svůj volební program velmi jednoduše „Volební program - Krajské volby 2012“. Volební program vycházel z „21 programových tezí“ strany a akcentoval hlavní problémy Pardubického kraje, problematiku zdravotnictví, dopravní obslužnosti a školství, jak již bylo řečeno v předchozí kapitole. Program byl členěn do devíti tematických kapitol, které byly

²⁵ Na volební kampaň KPK vynaložila čtyři miliony korun, ODS 1,5 milionu.

uvozeny preambulí. *“Máme dlouholeté zkušenosti s vedením obcí a měst. Díky těmto zkušenostem známe potřeby občanů, víme, co je trápí a co je potřeba zlepšit. Chápeme politiku jako službu veřejnosti, a tak k ní i přistupujeme. Proto je naším cílem transparentní, vzdělaný a zdravý kraj“* [TOP 09 2012b].

Do voleb strana vstupovala s volebním programem, který byl nepopulistický, splnitelný a reálný. Mottem volebního programu se stal slogan „transparentní, vzdělaný a zdravý kraj“, který vyjadřoval snahu o napravení nespravedlivého rozdělování peněz obcím díky zákonu o rozpočtovém určení daní, který strana prosadila [Orlickynet.cz 2012]. Volební program se skládal z následujících devíti priorit: (Příloha 2)

Transparentní a otevřený kraj:

První prioritu TOP a Starostové pro PAK představoval transparentní a otevřený kraj. Pokud by strana uspěla ve volbách, jejím hlavním cílem by bylo prosadit opatření, která povedou k větší transparentnosti kraje. Například zajištění online přenosů z jednání zastupitelstva, zveřejnění seznamu plánovaných investičních akcí a zpřísnění výběrových řízení na veřejné zakázky [TOP 09 2012b].

Zdravotnictví:

Druhou prioritou strany byla oblast zdravotnictví. TOP 09 a Starostové pro PAK reagovala na špatné hospodaření nemocnic v Pardubickém kraji a prosazovala model řízený odborníky, nikoli politiky. Finanční stabilitu nemocnic by zajistila přeskupením oborů, centrálními nákupy léků a vybavení a vyjednáváním výhodnějších smluvních podmínek se zdravotními pojišťovny pro všechny [TOP 09 2012f].

Doprava:

Ve volebním programu se v oblasti dopravy strana zaměřila na podporu obchvatů obcí a vytvoření plánu údržby silnic II. a III. třídy. Dalším požadavkem bylo prověření a upravení smluvních vztahů s firmou OREDO a urychlení přípravy na výstavbu silnice R35 [TOP 09 2012f].

Školství:

Mezi hlavní priority TOP 09 a Starostové pro PAK v oblasti školství patřilo vytvoření jasné koncepce rozvoje středního školství s ohledem na počty žáků a sladění roztržštěné nabídky oborů na středních školách. Strana prosazovala, aby ve spolupráci s

úřady práce došlo k rozvoji nedostatkových učebních oborů s tradičními řemesly. Hlavní prioritou by měla být větší spolupráce středních škol a firem [TOP 09 2012b].

Průmysl, podnikání a podpora zaměstnanosti:

Další část volebního programu tvořilo řešení nezaměstnanosti a tvorba nových pracovních míst. Do budoucna se strana chtěla zaměřit na podporu firem, které zaměstnávají kvalifikované dělníky a techniky, na spolupráci s podnikatelskými svazy, Hospodářskou komorou a se zahraničními subjekty a regiony [TOP 09 2012b].

Bezpečnost a prevence kriminality:

Další částí volebního programu byla bezpečnost lidí v Pardubickém kraji. Prioritou strany bylo zefektivnění podpory hasičských záchranných sborů a širší posílení požární bezpečnosti, stejně jako výraznější podpora projektů prevence patologických jevů ve společnosti. Strana do budoucna prosazovala prověření účinnosti protipovodňových opatření v kraji a podporu projektů prevence kriminality [TOP 09 2012f].

Cestovní ruch, kultura a místní rozvoj:

TOP 09 a Starostové pro PAK si kladla za cíl, aby oblast cestovního ruchu v Pardubickém kraji opustila poslední místa v míře návštěvnosti a jako kraj s bohatou historií a množstvím jedinečných kulturních a přírodních památek této skutečnosti výrazně využil. Jako hlavní oblasti rozvoje vidí strana v dobudování sítě cyklostezek a hyposteze a podpoře významných kulturních projektů [TOP 09 2012b].

Zemědělství a rozvoj venkova:

Další oblastí volebního programu strany byla podpora venkova. Cílem TOP 09 a Starostové pro PAK byla podpora tradičního venkova a návrat Pardubického kraje k tradici zemědělského regionu. Proto prosazovala změnu podmínek, které domácí farmáře omezují v jejich činnosti a tím zvýhodňují zahraniční potravinové řetězce. Podporovala venkovské trhy jako jednoduchou cestu zdravých potravin od pěstitele přímo ke spotřebiteli a rozvoj agroturistiky [TOP 09 2012f].

Životní prostředí:

Poslední prioritou strany byla problematika životního prostředí. TOP 09 a Starostové pro PAK prosazovala další regulaci spalování odpadů v domácnostech a rozvoj odpadového hospodářství. Strana kladla důraz na výstavbu dalších zařízení protipovodňové ochrany, výstavbu kanalizací a čističek odpadních vod i mimo chráněné oblasti [TOP 09 2012b].

4.5. Prezentace volební kampaně a kandidáta

Propagace představuje nejviditelnější součást volební kampaně. Politická strana ani tak nevyžaduje vytvoření kvalitního volebního programu, jenž má atraktivní cenu a je přístupný voličům, ale především jeho efektivní propagaci. Politické strany běžně najímají externí agentury, které jim pomáhají vytvářet politickou reklamu a vypracovávají image politické strany [Janik-Wiszniowska 2006: 123-124].

Při vytváření politické reklamy musí politické strany nejdříve identifikovat cílový trh a motivy voličů a poté stanovit pět základních rozhodnutí, známých jako 5M:

- jaké jsou cíle politické strany (*mission*),
- kolik finančních prostředků je schopna vynaložit (*money*),
- jakou informaci chce voličům sdělit (*message*),
- jaká média chce použít (*media*),
- jakým způsobem chce vyhodnocovat účinky politické reklamy (*measurement*) [Kotler, Keller 2007: 606; Janik-Wiszniowska 2006: 138].

TOP 09 při přípravě volební kampaně nevyžívala služeb zahraničních poradců, na realizování jednotlivých částí kampaně byly najímány české firmy. Grafickou podobu zajišťovala reklamní agentura Lavmi. V oblasti komunikace strana spolupracovala s agenturou Cream Prague Davida Brady, která se podílela na přípravě volební kampaně již v roce 2010 [Novotný 2012]. Ve volbách do Zastupitelstva Pardubického kraje byly použity následující formy propagace.

Vizuální reklama

Logo

Logo představuje prostředek, který slouží k vytváření vizuální identity politické strany [Janik-Wiszniowska 2006: 127]. Ústřední logo volební kampaně bylo složeno z loga TOP 09 a z loga hnutí Starostové a nezávislí. Bylo tvořeno přechodem červené a modré barvy na světlém podkladu, tedy v barvách národní trikolory, kterými strana zdůrazňovala potřebu vlastenectví. Logo bylo použito na všech volebních materiálech, ovšem v Pardubickém regionu doplněné o text „pro Pardubický kraj“. Strana si ho vybrala pro jeho jednoduchost a srozumitelnost [TOP 09 2012g]. Zde můžeme vidět jeho podobu:

Obrázek 11: Logo TOP 09



Zdroj: <http://www.top09.cz>.

Slogan

K dalším reklamním prostředkům, jež rozlišují identitu politické strany, patří slogan. Jeho úkolem je upoutat pozornost voličů a podsunout jim určité politické chování [Janik-Wiszniowska 2006: 128]. Volební kampani dominoval ústřední slogan „Víc, než si myslíte“, který strana využívala již ve sněmovních volbách v roce 2010. Tento slogan byl použit na všech volebních materiálech. Krajská organizace vlastním sloganem nedisponovala, v celé volební kampani byl použit pouze tento jeden celostátní. Volební slogan nerefletoval volební program a nevyplývalo z něho jasné programové obsahové sdělení.

Vizuály

Volební kampaň dodržovala jednotný vizuální styl. Veškerá podoba vizuálů vycházela z grafického manuálu TOP 09. Základními barvami pro komunikaci byly zvoleny barvy trikolory, červená, modrá a bílá. Celostátní vizuály obsahovaly fotografii kandidáta, slogan „Víc než si myslíte“, logo TOP 09 a Starostové, známku s portrétem K. Schwarzenberga a razítko DOPORUČENĚ [TOP 09 2012g]. (Příloha 3)

Krajský vizuál se značně lišil. Vizuál obsahoval logo TOP 09 a Starostové doplněné o text „pro Pardubický kraj“, slogan „Víc než si myslíte“ a fotografii kandidáta. Místo známky K. Schwarzenberga a razítka DOPORUČENĚ vizuál obsahoval fotografii kandidátů strany se známkou „osobně pana Zedníka doporučuji“. (Příloha 4) Fotografie J. Zedníka byla na obou typech vizuálů stejná. Zobrazovala horní polovinu těla kandidáta ve formálním oblečení v levém profilu [TOP 09 2012g]. (Příloha 5)

Inzertní reklama

Inzertní reklama představuje formu reklamy, která umožňuje čtenářům předat obsáhlé a podrobné sdělení. Hlavními výhodami reklamy v tisku je vysoká flexibilita, možnost pravidelného opakování inzerce a tudíž pravidelného kontaktu s cílovou skupinou. Dále využívání regionálního tisku pro regionálně orientované kampaně, oslovení širokého spektra čtenářů a poměrně vysoká důvěryhodnost. Inzertní reklama zahrnuje reklamu v denním tisku a v časopisech [Machková 2009: 174].

Celostátní reklamu TOP 09 tvořila inzerce v krajské příloze deníku MF Dnes, která inzerovala pouze ve dvou termínech 4. a 10. října. Zároveň probíhala inzerce v regionálních denících (Orlický deník, Pardubický deník, Svitavský deník a Chrudimský deník) a v městských zpravodajích. Dále byly v regionálním tisku zdarma publikovány články a názory jednotlivých kandidátů [TOP 09 2012h].

Venkovní reklama

Venkovní reklama slouží k pohotovému předání jednoduchých myšlenek, k opakování a připomínání. Předností venkovní reklamy je dlouhodobé a pravidelné působení na voliče. Je vhodná pro budování povědomí o produktech a image značky. Venkovní reklama zahrnuje billboardy, bigboardy, citylight vitríny a plakátové plochy [Machková 2009: 174].

Ve volební kampani byl počet billboardů omezen. Strana se rozhodla, že do 1. října nebude centrálně inzerovat. Od tohoto data reklamu zintenzivnila [Bláhová 2012]. Billboardy obsahovaly volební hesla: „Pardubický kraj potřebuje R 35“, „Schopní umí léčit bez dluhů“, „Chytří investují do vzdělání“, které upozorňovaly na hlavní problémy kraje.

Konečná fáze volební kampaně byla vedena s důrazem na krizovou situaci v kraji a byla zaměřena na propagaci pěti priorit, které vycházely z programu a dlouhodobých priorit strany. Jednalo se o následující priority:

- Top priorita č. 1: Donutit kraje k transparentnímu hospodaření,
- Top priorita č. 2: Neslibovat nespelnitelné,
- Top priorita č. 3: Nezadlužovat vlastní děti,
- Top priorita č. 4: Nerozkrádat evropské dotace,
- Top priorita č. 5: Víme jak zastavit zadlužování krajů [Novotný 2012]. (Příloha 6)

Kromě sociálních sítí se strana snažila oslovit mladé voliče prostřednictvím pivních podtáček a plakátů v hudebních klubech, jejímž cílem bylo s nadhledem a vtipem mladé příznivce neodradit od politiky. Plakáty byly doplněné známkou s K. Schwarzenbergem a sloganem „Mladí chtějí utrácet ne uplácet“ či „Mladí chtějí mít kocovinu z piva ne z politiky“ [Michl 2012]. (Obrázek 12)

Obrázek 12: Plakáty oslovující mladé voliče



Zdroj: <http://www.top09.cz>.

Venkovní reklamu představovaly také plakáty na osobních automobilech a plachty na plotech a domech podporovatelů strany, jejíž distribuce byla přes komunitní portál my.top09.cz zdarma. Rozmístění jednotlivých podporovatelů strany bylo možné

sledovat pomocí aplikace TOP lokátor, která umožňovala podporovatele najít, tzv. top lokalizovat. Podporovatelé a příznivci TOP 09 si mohli také na svůj osobní automobil nalepit samolepku s textem „Jedu s TOP 09“. Podporovatelé TOP 09 hráli ve volební kampani podstatnou roli [Mediaguru.cz 2012a].

Interaktivní reklama

Interaktivní reklama je nejmladší a zároveň nejdynamičtější se rozvíjející reklamou. Od jiných druhů reklamy se odlišuje tím, že umožňuje trvalé a přesné zacílení, vysokou flexibilitu, přesné a snadné vyhodnocení účinnosti reklamní kampaně a nepřetržitost zobrazení [Machková 2009: 181].

TOP 09 je známa svými inovativními přístupy ke komunikaci. Na sociální síti Facebook je se svými šedesáti tisíci fanoušky nejaktivnější politickou stranou [https://www.facebook.com/top09cz?fref=ts]. Ve volební kampani aktivně využívala interaktivní reklamy. Klíčovým prvkem online komunikace se stala sociální síť Facebook, Twitter, webové stránky a videa na Youtube.

Na Facebooku svým příznivcům mimo informací o předvolebních akcích, programových prioritách a názorů kandidátů také nabízela zábavnou aplikaci „Oznámkuj se“, díky které si mohl každý vyrobit známku s jakýmkoliv motivem, a použít ji třeba jako ikonu svého profilu. (Obrázek 13) Motiv známky se stal velmi populárním. Příznivci tak mohli velmi jednoduše vyjádřit podporu TOP 09. Kompletní online kampaň zastřešoval komunitní portál my.top09.cz, tedy webové stránky pro podporovatele této strany [Mediaguru.cz 2012a].

Obrázek 13: Aplikace Oznámkuj se



Zdroj: <http://www.top09.cz>.

Podstatnou roli v online komunikaci sehrála i webová stránka „Nekecáme u piva, protože tvrdá práce se vyplácí“, která sdružovala lidi, kteří se snažili aktivně ovlivňovat dění v Pardubickém kraji. Většinu z nich tvořili členové TOP 09 a Starostů a nezávislých. Webová stránka návštěvníkům nabízela informace o předvolebních akcích strany, názory kandidátů a podporovatelů strany, články z medií a místo pro dotazy [<http://www.nekecame-u-piva.cz/>]. (Příloha 7)

Ve jménu transparentnosti strana spustila webovou stránku „Transparentní kraj“, na které si každý díky speciální kalkulačce mohl navrhnout krajský rozpočet v jeho hlavních oblastech či získat informace o současné finanční situaci krajů prostřednictvím interaktivních grafů [Mediaguru.cz 2012b]. (Příloha 8)

Dále lze zmínit webové stránky „Obce lidem“, které měly veřejnosti přístupnou formou přiblížit problematiku rozpočtového určení daní. Voliči si zde mohli vypočítat, potenciální přínos novely RUD (rozpočtového určení daní) pro jejich město a iniciovat diskuzi o této problematice s jejich starosty a zastupiteli [<http://www.obcelidem.cz/>]. (Příloha 9)

Direct mail reklama

Direct mail reklama představuje nástroj přímého marketingu, který zahrnuje zasílání nabídek pomocí poštovních služeb nebo distribuční sítě přímo osobě, které chce strana produkt nabídnout. Nevýhodou této reklamy jsou relativně vysoké náklady na distribuci a rovněž skutečnost, že příjemci ji mohou vnímat jako obtěžující [Kotler 2007: 936].

V rámci přímého marketingu byly použity volební noviny TOP Kurýr, které obsahovaly programové priority a představení jednotlivých kandidátů a jejich názory. (Příloha 10) K rozvozu volebních novin byla najata Česká pošta, která většinu volebních novin do domácností nedoručila. Volební manažer nabyl podezření, že se nejednalo o nedopatření poštovních doručovatelek, ale o úmysl, aby lidé nebyli novinami natolik ovlivněni a TOP 09 nevolili v takovém počtu. Podle volebního manažera šlo o cílené zdiskreditování TOP 09 ze strany politické konkurence, zejména ČSSD, jejíž člen byl ředitelem České pošty [Vohník 2012].

Obýváky 2012

TOP 09 ve volební kampani spustila v České republice doposud nevyzkoušený projekt s názvem „Obýváky 2012“,²⁶ ve kterém si voliči mohli kandidáta na hejtmána pozvat přímo domů a pokládat mu otázky, které je zajímají. Projekt byl propagován logem s domácími papučkami a sloganem „Politika začíná doma – víc, než si myslíte“. (Příloha 11) Projekt nebyl spuštěn plošně. TOP 09 analyzovala voličské preference jednotlivých oblastí a projekt byl realizován pouze v oblastech se silnou voličskou základnou [Novinky.cz 2012]. Pardubický kraj byl vyhodnocen jako region s nižší volební podporou, proto se J. Zedník do tohoto projektu nezapojil.

Prezentace lídra Jaroslava Zedníka

Volební kampaň byla ve velké míře zaměřena na propagaci lídra J. Zedníka, který představoval značku strany. Účastnil se všech předvolebních akcí a byl součástí většiny volebních materiálů. Ve volební kampani byl J. Zedník prezentován jako obyčejný člověk, který má dlouholeté zkušenosti s politikou na komunální a krajské úrovni. Strana vyzdvihovala jeho úspěchy ve funkci starosty České Třebové a zastupitele Pardubického kraje [Vohník 2012]. *„Znám dobře starosti a radosti lidí v Pardubickém kraji a do krajských voleb jdu proto, že chci lidem sloužit. Správa kraje je veřejná služba a lidé mají nárok na její kvalitu. Jsem osm let krajským zastupitelem a zajímají mne otázky spojené s financováním samosprávy kraje“* [TOP 09 2012ch].

„Chci uplatnit své dosavadní zkušenosti ve veřejné správě. Politiku vnímám jako službu lidem. Za deset let v křesle starosty České Třebové jsem se naučil vnímat problémy dlouhodobě, nikoli v rámci volebního období. Proto dokázala Českou Třebovou proměnit v moderní kulturní a sportovní město. Nyní nabízím svou službu obyvatelům celého Pardubického kraje z pozice lídra kandidátky“ [Krajskevolby.cz 2012b].

Pro voliče byla k dispozici osobní webová stránka a profil na sociální síti Facebook. Obě stránky obsahovaly informace o volebním programu, názory lídra strany a harmonogram předvolebních akcí, včetně fotodokumentace.

²⁶ Po vzoru slovenského ministra vnitra Daniela Lipšice.

4.6. Zhodnocení

Jak již bylo řečeno v úvodu, práce analyzovala volební strategii TOP 09 pomocí konceptu teorie voleb druhého řádu. Zhodnocení volební kampaně mi umožnilo zjistit, zda strana při tvorbě volební strategie tuto teorii reflektovala a umožnilo mi odpovědět na stanovené výzkumné otázky. Tato práce testovala tyto základní znaky teorie voleb druhého řádu.

1) Úspěch ve volbách druhého řádu zaznamenávají menší, regionální a radikální politické strany, které zdaleka nedosahují takových výsledků ve volbách prvního řádu.

V rámci této hypotézy bylo zkoumáno, zda na politickém trhu Pardubického kraje působila malá, radikální nebo regionální strana. Pokud ano, zda se TOP 09 nějakým způsobem vůči této straně vymezila nebo se ji naopak snažila zdiskreditovat v očích veřejnosti.

Z analýzy politické konkurence (viz Podkapitola 3.1.3) vyplynulo, že v Pardubickém kraji působila regionální strana KPK²⁷, která v regionu disponovala stabilní voličskou podporou. Od prvních krajských voleb v roce 2000 byla vždy součástí krajské koalice, a její příslušníci byli zastoupeni v krajské radě.

TOP 09 se ve volební kampani snažila o vytvoření pozitivní image kandidátů vlastní strany. Předvolební kampaň byla nekonfliktní a vedena v pozitivním duchu. TOP 09 se snažila získat voliče věcnými argumenty a programovými projekty, nikoli negací či dokonce účelovou diskreditací svých konkurentů. Po celou dobu předvolební kampaně se strana neuchylovala k využití prvků negativní kampaně a k útokům vůči politickým konkurentům. (viz Podkapitola 4.4.)

Z provedené analýzy lze konstatovat, že TOP 09 při přípravě volební strategie nebrala v úvahu vliv regionálního uskupení KPK a žádným způsobem se vůči ní nevymezovala a nesnažila se ji zdiskreditovat v očích veřejnosti použitím negativní kampaně. TOP 09 při plánování volební strategie tento znak nereflektovala.

²⁷ V roce 2000 kandidovala jako volební aliance Čtyřkoalice.

2) Participace voličů je podstatně nižší, nežli u voleb prvního řádu, v závislosti na příkládání a vnímání jejich důležitosti.

Na základě této hypotézy bylo zkoumáno, jakým způsobem se snažila TOP 09 oslovit voliče, aby v nich vzbudila větší zájem o volby a přesvědčila je jít k volbám.

Z provedené analýzy volební kampaně (viz Kapitola 4) lze konstatovat, že TOP 09 zvolila k oslovení voličů do jisté míry decentralizovanou kampaň, výrazně orientovanou na jednotlivé problémy kraje. Strana dokázala nabídnout kvalitní volební program, který přinášel nová témata a reflektoval hlavní problémy kraje, oblast zdravotnictví, dopravní obslužnosti a školství. TOP 09 odmítala vést populistickou politiku, neslibovala nespelnitelné, pouze konstatovala fakta. Volební kampaň rozhodně nestavěla na billboardech, prioritou strany byla kontaktní kampaň zaměřená na bezprostřední kontakt s voliči. Kampaň byla také výrazně vedena online za pomoci internetových nástrojů. Dále TOP 09 vsadila na kandidátní listinu, která byla složena především ze starostů měst a obcí. Strana se snažila lidem nabídnout výrazné osobnosti, které znají ze svého okolí, aby tak mohli hlasovat pro svého člověka. TOP 09 při plánování volební strategie tento znak reflektovala.

3) Ve volbách druhého řádu zaznamenávají propad strany vlády a vládní koalice v závislosti na právě probíhajícím cyklu vládnutí.

Na základě této hypotézy bylo zkoumáno, zda si TOP 09 byla vědoma své pozice strany vládní koalice a jakým způsobem se snažila tuto pozici využít ve volební kampani.

Z provedené analýzy volební kampaně (viz Kapitola 4) lze říci, že TOP 09 si byla vědoma své pozice strany vládní koalice a tuto pozici se snažila ve volební kampani, co nejméně zdůrazňovat.

Vzhledem k působení strany ve vládní koalici, jejíž vládní opatření byla veřejností neoblíbená, se snažila TOP 09 přitáhnout pozornost voličů tím, že na kandidátní listinu umístila lídra bez politické příslušnosti. TOP 09 se tímto krokem snažila ve voličích vzbudit dojem, že krajská politika je zcela odlišná od té celostátní a že větší důraz je kladen na odborné kvality kandidátů a jejich známost v regionu než na politickou příslušnost. Volební kampaň byla výrazně zaměřena na propagaci lídra J.

Zedníka, který byl v regionu známý a měl zkušenosti z politiky na komunální a regionální úrovni. Samotný volební výsledek J. Zedníka²⁸ dokazuje, že lidé chtějí ve volební kampani výrazné osobnosti, které znají ze svého okolí, a právě ty jim strana dokázala nabídnout.

Dále strana odmítla prezentovat celostátní témata a raději se zaměřila na problematiku témat regionálních. (viz Hypotéza 4) TOP 09 při plánování volební strategie tento znak reflektovala.

4) Volební kampaně obsahují zejména témata regionální, ale také většinou prostoru prvního řádu.

V rámci této hypotézy byla zkoumána politická nabídka strany (volební program, prezentace kandidáta). Cílem bylo potvrdit či vyvrátit, zda se TOP 09 ve volební kampani věnovala tématům regionálním nebo zda se zaměřila i na prezentaci témat celostátních.

Na základě analýzy politické nabídky (viz Podkapitola 4.3) lze konstatovat, že TOP 09 při přípravě volební strategie pracovala pouze s tématy regionálními. Volební program vycházel z „21 programových tezí“ strany a akcentoval hlavní problémy Pardubického kraje, problematiku zdravotnictví, dopravní obslužnosti a školství. Strana se snažila přesvědčit voliče, že krajská témata, jsou zcela jiná než ta celostátní, i když si byla vědoma, že nepopularita vlády, rozhodnutí mnoha voličů ovlivní. TOP 09 při plánování volební strategie tento znak nereflektovala.

²⁸ J. Zedník celkově obdržel 20 procent preferenčních hlasů a ve městě Česká Třebová dokonce 53,16 procent [volby.cz 2012].

4.7. Výsledky voleb

Posledních krajských voleb v roce 2012 se v Pardubickém kraji zúčastnilo devatenáct politických subjektů. Ve volbách zvítězila ČSSD, před KSČM, KPK, ODS, TOP 09 a Stranou práv občanů – Zemanovci (SPOZ). Žádný z dalších kandidujících subjektů nepřekročil pětiprocentní klauzuli pro přidělení mandátu [volby.cz 2012]. (Tabulka 10)

Tabulka 10: Výsledky voleb do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2012

Subjekt	Platné hlasy/%	Mandáty
ČSSD	33 130/21,31%	12
KSČM	29 332/18,86%	11
KPK	27 582/17,74%	10
ODS	16 953/10,90%	6
TOP 09	9 722/6,25%	3
SPOZ	8 256/5,31%	3

Zdroj: volby.cz

TOP 09 a Starostové pro PAK obsadili páté místo se ziskem 6,25 procent hlasů [volby.cz 2012]. Tento volební výsledek se tak nejvíce přiblížil říjnovému šetření společnosti SANEP (viz Podkapitola 3.2.3) oproti průzkumům společností STEM/MARK - SC&C a PPM Factum konaných ve stejném období.

Krajskou koalici sestavily ČSSD, KPK a SPOZ. V devítičlenné radě zasedlo pět příslušníků ČSSD, tři příslušníci KPK a jeden příslušník SPOZ. Hejtmanem Pardubického kraje byl zvolen Martin Netolický z ČSSD. TOP 09 a Starostové pro PAK spolu s KSČM přešli do opozice [Pulpán, Růžička 2012].

Nejvyšší volební podporu strana zaznamenala v okrese Ústí nad Orlicí, kde získala dva mandáty. Třetí mandát strana získala v okrese Svitavy. Volební účast byla 39,47 procent, což byla druhá nejvyšší volební účast od prvních krajských voleb [volby.cz 2012]. (Tabulka 11)

Tabulka 11: Výsledky voleb do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2012 podle okresů

Okres	Platné hlasy/%	Mandáty
Chrudim	1 103/3,44%	0
Pardubice	2 671/5,38%	0
Ústí nad Orlicí	4 077/9,56%	2
Svitavy	1 871/5,98%	1

Zdroj: volby.cz

Přestože strana získala pouze tři mandáty, využila možnosti etablovat se na regionální úrovni a vytvořila si tak dobrou výchozí pozici pro příští krajské volby. Volební výsledek straně zajistil finanční odměnu za získání mandátů, která výrazně posílí rozpočet krajské organizace.

Závěr

Volby do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2012 znamenaly pro stranu TOP 09 a Starostové pro Pardubický kraj zisk tří mandátů. V mezikrajském srovnání se jednalo o druhý nejhorší volební výsledek po kraji Vysočina [volby.cz 2012]. Nelze ovšem říci, zda to byl pro stranu úspěch či neúspěch, protože strana doposud v žádných krajských volbách nekandidovala. Ve volbách strana využila možnosti etablovat se na regionální úrovni a vytvořila si dobrou výchozí pozici pro příští krajské volby.

Tato diplomová práce se zabývala volební kampaní TOP 09 ve volbách do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2012 a vytkla si za cíl představit teorii voleb druhého řádu a na jejím teoretickém konceptu provést analýzu volební strategie TOP 09. Pomocí této teorie jsem se snažila zjistit, do jaké míry je možné teorii voleb druhého řádu aplikovat na volební strategii TOP 09 a zda volební manažeři při její přípravě reflektují tuto teorii či je volební strategie tvořena zcela nezávisle na tomto teoretickém konceptu. Práce tak testovala tyto čtyři základní znaky teorie voleb druhého řádu:

1) Úspěch ve volbách druhého řádu zaznamenávají menší, regionální a radikální politické strany, které zdaleka nedosahují takových výsledků ve volbách prvního řádu.

2) Participace voličů je podstatně nižší, nežli u voleb prvního řádu, v závislosti na příkládání a vnímání jejich důležitosti.

3) Ve volbách druhého řádu zaznamenávají propad strany vlády a vládní koalice v závislosti na právě probíhajícím cyklu vládnutí.

4) Volební kampaně obsahují zejména témata regionální, ale také většinou prostoru prvního řádu.

V rámci první hypotézy bylo zkoumáno, zda na politickém trhu Pardubického kraje působila malá, radikální nebo regionální strana. Pokud ano, zda se TOP 09 nějakým způsobem vůči této straně vymezila nebo se ji naopak snažila zdiskreditovat v očích veřejnosti. Z provedené analýzy lze konstatovat, že TOP 09 při přípravě volební strategie nebrala v úvahu vliv regionálního uskupení KPK a žádným způsobem se vůči ní nevymezovala a nesnažila se ji zdiskreditovat v očích veřejnosti použitím negativní kampaně. TOP 09 při plánování volební strategie tento znak nereflektovala.

Pomocí druhé hypotézy bylo zkoumáno, jakým způsobem se snažila TOP 09 oslovit voliče, aby v nich vzbudila větší zájem o volby a přesvědčila je jít k volbám. Z provedené analýzy volební kampaně vyplynulo, že TOP 09 zvolila k oslovení voličů kvalitní volební program, který přinášel nová témata a reflektoval hlavní problémy kraje. Dále byl kladen důraz na kontaktní kampaň zaměřenou na bezprostřední kontakt s voliči. Kampaň byla také výrazně vedena online za pomoci internetových nástrojů. Strana se snažila lidem nabídnout výrazné osobnosti, které znají ze svého okolí, aby tak mohli hlasovat pro svého člověka. TOP 09 při plánování volební strategie tento znak reflektovala.

Na základě třetí hypotézy bylo zkoumáno, zda si TOP 09 byla vědoma své pozice strany vládní koalice a jakým způsobem se snažila tuto pozici využít ve volební kampani. Z provedené analýzy volební kampaně lze říci, že TOP 09 si byla vědoma své pozice strany vládní koalice a tuto pozici se snažila ve volební kampani, co nejméně zdůrazňovat. TOP 09 při plánování volební strategie tento znak reflektovala.

V rámci poslední hypotézy byla zkoumána politická nabídka strany. Cílem bylo potvrdit či vyvrátit, zda se TOP 09 ve volební kampani věnovala tématům regionálním nebo zda se zaměřila i na prezentaci témat celostátních. Na základě analýzy politické nabídky lze konstatovat, že TOP 09 při přípravě volební strategie pracovala pouze s tématy regionálními. TOP 09 při plánování volební strategie tento znak nereflektovala.

V úvodu práce jsem si stanovila dvě výzkumné otázky, na které jsem se snažila v průběhu práce odpovědět pomocí zvolené metodologie. Práci jsem rozdělila do čtyř hlavních kapitol.

V první kapitole jsem ve stručnosti nastínila teorii voleb druhého řádu. Hned v úvodu této kapitoly jsem se krátce věnovala studiím, které se vyvinuly ve zcela specifickém prostředí amerického politického systému a staly se prvními impulsy k dalším výzkumům o vzájemných odlišnostech různých typů voleb. Poté byla představena teorie voleb druhého řádu, tak jak ji představili němečtí politologové Karlheinz Reiff a Hermann Schmitt. Dále bylo popsáno Reiffovo a Schmittovo dimenzionální pojetí, ve kterém rozdělili teorii voleb druhého řádu do šesti dimenzí, které popisovali podstatu teorie, a také to na jakém základě by měly být druhořadá volby zkoumány. Poslední část této kapitoly se věnovala Reiffovu ověření a upřesnění původně formulovaných hypotéz z roku 1980.

Druhá kapitola vymezila počátek vzniku politické strany TOP 09, její následný vývoj po volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2010 a postupné upevnění strany

v českém stranickém systému. Tato analýza mi umožnila získat základní profil politické strany TOP 09, ze kterého jsem vycházela v další části práce.

Ve třetí kapitole jsem se věnovala analýze politického trhu, konkrétně podrobné analýze podmínek prostředí (právní, ekonomické, sociálně-demografické, politické), která politické straně umožnila vytvořit kvalitní politickou nabídku a připravit efektivní volební strategii. V této části práce byla dále provedena analýza výchozího postavení TOP 09, kde byla zohledněna charakteristika politického trhu a swot analýza, která straně umožnila stanovit pozici umístění na politickém trhu ve vztahu ke konkurentům.

Poslední kapitola si kladla za cíl podrobně popsat volební kampaň TOP 09 v Pardubickém kraji. Zabývala se přípravou volební kampaně, jejím průběhem a rozpočtem. Co se týče volební nabídky strany, byl zde analyzován volební program TOP 09, použitá reklama a také prezentace kandidáta. Poté zde byla zhodnocena volební kampaň na základě čtyř znaků teorie voleb druhého řádu. Toto zhodnocení mi posloužilo jako doplnění k zodpovězení v úvodu stanovených výzkumných otázek. Kombinací třetí a této kapitoly jsem získala odpověď na tyto výzkumné otázky.

1) Do jaké míry je možné teorii voleb druhého řádu aplikovat na volební strategii TOP 09?

2) Reflektují volební manažeři při tvorbě volební strategie TOP 09 teorii voleb druhého řádu či vzniká nezávisle na tomto fenoménu na základě jejich nevědomosti?

První výzkumná otázka se zabývala tím, zda lze teorii voleb druhého řádu aplikovat na volební strategii TOP 09 ve volbách do Zastupitelstva Pardubického kraje. Tato otázka byla zodpovězena na základě analýzy volební kampaně TOP 09. Provedená analýza prokázala, že volební strategie TOP 09 odrážela teorii voleb druhého řádu pouze z 50 procent. Při tvorbě volební strategie strana reflektovala pouze dva znaky voleb druhého řádu. Prvním znakem byla hypotéza, že participace voličů je podstatně nižší, nežli u voleb prvního řádu, v závislosti na přikládání a vnímání jejich důležitosti. Druhý znak představoval hypotézu, že ve volbách druhého řádu zaznamenávají propad strany vlády a vládní koalice v závislosti na právě probíhajícím cyklu vládnutí. Zbylé dva znaky voleb druhého řádu nebyly ve volební strategii TOP 09 reflektovány.

Druhá výzkumná otázka se zabývala tím, zda volební manažeři při tvorbě volební strategie reflektují teorii voleb druhého řádu nebo zda volební strategie vzniká

nezávisle na tomto konceptu na základě jejich nevědomosti. Tato výzkumná otázka byla zodpovězena ve čtvrté kapitole. Z provedené analýzy volební kampaně nelze stoprocentně konstatovat, že volební manažeři TOP 09 při přípravě volební strategie brali v úvahu existenci teorie voleb druhého řádu. Jsem si vědoma, že volební manažeři nemuseli znát teorii voleb druhého řádu, ale z praxe věděli, jak funguje a byli si vědomi některých jejích znaků. Proto při tvorbě volební strategie nereflektovali všechny znaky teorie, ale jen některé.

Je důležité zmínit, že realizovaná volební strategie TOP 09 nebyla v práci popsána zcela podrobně, protože jsem v průběhu celé předvolební kampaně pracovala s velmi citlivými informacemi, které si strana střeží jako své know how. V práci jsem se tedy věnovala pouze takovým okamžikům volební kampaně, které výstižně popsaly jednotlivé prvky volební strategie a umožnily mi odpovědět na výzkumné otázky.

Použitá literatura mi poskytla dostatek teoretických poznatků o teorii voleb druhého řádu. V práci mi byly přínosné především zahraniční zdroje, protože literatura zabývající se politikou na regionální úrovni, není dosud v české odborné literatuře podrobněji zpracována. Množství publikací zabývajících se touto problematikou jsou značně omezená. Můžeme se setkat pouze s publikacemi, které reflektují jednotlivé volby do krajských zastupitelstev, avšak širší studie zaměřené na volební strategie politických stran na regionální úrovni výrazně chybí.

Proto by předmětem budoucího výzkumu mohlo být, jakým způsobem politické strany při tvorbě volební strategie využívají teorii voleb druhého řádu a to ve volbách do krajských zastupitelstev nebo obecně ve volbách druhého řádu.

Summary

The diploma thesis „*Analysis of the TOP 09 Election Strategy in the Regional Elections 2012 - Region of Pardubice*“ deals with the election campaign TOP 09 in the elections to the Assembly of the Pardubice Region in 2012. The aim of this thesis is to introduce the theory of second order elections and to analyze the election strategy of TOP 09 before the elections to the regional council in 2012 in Region of Pardubice. Based on this theory will be find out if it is possible to apply this theory on the election strategy of TOP 09 and if the election managers of TOP 09 reflect this theory or the election strategy is created independently on this phenomenon.

The thesis was divided into two main parts. The first one was theoretical and the second was analytical. The first chapter introduced the theory of second-order elections, and its main characters. The second chapter presented the beginning of a political party TOP 09, its development after the elections to the Chamber of Deputies in 2010 and the gradual consolidation in the Czech party system. In the following chapters, the theory was applied to electoral strategy of TOP 09. The thesis tested the four main characters theory of second order elections.

The analysis showed that electoral strategy of TOP 09 reflects the theory of second-order elections only 50 percent. Political party reflects only two characters of second-order elections. The first sign was the hypothesis that voter participation in the elections is considerably lower than at the election of the first order. The second character represented the hypothesis that in the election of the second-order the government and the ruling coalition recorded slump, depending on the ongoing cycle of governance. The other two characters of second order elections are not reflected in electoral strategy of TOP 09.

Furthermore, you can not absolutely say that electoral managers TOP 09 in the preparation of electoral strategies take into consideration the existence of the theory of second-order elections. I am aware that the election managers did not know the theory of second-order elections, but in practice they knew how it worked and they were aware of some of their characters. In the electoral strategy the election managers did not reflect all the features of the theory, but only a few.

Seznam použité literatury

Monografie

CABADA, L., VODIČKA, K. (2007). *Politický systém České republiky: historie a současnost*. Vyd. 2. Praha: Portál. 374 s. ISBN 978-80-7367-337-6.

CICHOSZ, M. (2006). Metody analýzy a diagnostiky politického trhu. In: JABŁOŃSKI, A. *Politický marketing: úvod do teorie a praxe*. Vyd. 1. Brno: Barrister & Principal, s. 49-68. ISBN 80-7364-011-2.

BALÍK, S., ČALOUD, D. (2005). *Krajské volby v České republice 2004*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita. 235 s. ISBN 80-210-3880-2.

BRADOVÁ, E. (2005). *Od lokálních mítinků k politickému marketingu: teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita. 106 s. ISBN 80-210-3800-4.

EIBL, O. (2009). *Krajské volby 2008*. Vyd. 1. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK). 175 s. ISBN 978-80-7325-187-1.

EIBL, O. (2010). Volební programy. In: BALÍK, S. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010*. Vyd. 1. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), s. 69-96. ISBN 978-80-7325-224-3.

HAVLÍK, V. (2010). Politické strany a jejich systém v letech 2006-2010. In: BALÍK, S. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010*. Vyd. 1. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), s. 11-38. ISBN 978-80-7325-224-3.

HENDL, J. (2005). *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 407 s. ISBN 80-7367-040-2.

CHYTÍLEK, R., LEBEDA, T. (2009). *Volební systémy*. Vyd. 4. Praha: Portál. 317s. ISBN 978-80-7367-548-6.

- JABŁOŃSKI, A. (2006). Politický marketing v USA: koncepce a uplatnění v prezidentských kampaních. In: JABŁOŃSKI, A. *Politický marketing: úvod do teorie a praxe*. Vyd. 1. Brno: Barrister & Principal, s. 27-48. ISBN 80-7364-011-2.
- JANIK-WISZNIOWSKA, M. (2006). Politická propagace a politická reklama. In: JABŁOŃSKI, A. *Politický marketing: úvod do teorie a praxe*. Vyd. 1. Brno: Barrister & Principal, s. 123-142. ISBN 80-7364-011-2.
- KOŘÁN, M. (2008). Jednopřípadová studie. In: DRULÁK, P. *Jak zkoumat politiku: kvalitativní metodologie v politologii a mezinárodních vztazích*. 1. Vyd. Praha: Portál, s. 29-62. ISBN 8073673851
- KOTLER, P. (2007). *Moderní marketing*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing. 1048 s. ISBN 978-80-247-1545-2
- KOTLER, P., KELLER, K. L. (2007). *Marketing management*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing. 816 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- KOZEL, R. (2005). *Moderní marketingový výzkum*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing. 277 s. ISBN 80-247-0966-X.
- MACHKOVÁ, H. (2009). *Mezinárodní marketing*. Vyd. 3. Praha: Grada Publishing. 200 s. ISBN 978-80-247-2986-2.
- MATUŠKOVÁ, A. (2010). *Politický marketing a české politické strany*. Vyd. 1. Brno: MPÚ. 174 s. ISBN 9788021051690.
- SKRZYPINSKI, D. (2006). Strategie politických stran. In: JABŁOŃSKI, A. *Politický marketing: úvod do teorie a praxe*. Vyd. 1. Brno: Barrister & Principal, s. 83-102. ISBN 80-7364-011-2.
- STRMISKA, M. (2009). *Volební komplexy zemí V4: studie k pojetí víceúrovňového volebního prostoru*. Vyd. 1. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK). 224 s. ISBN 978-80-7325-201-4.

ŠARADÍN, P. (2008). *Teorie voleb druhého řádu a možnosti jejich aplikace v České republice*. Vyd. 1. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. 162 s. ISBN 978-80-244-1876-6.

Odborná periodika

BERNARD, J. (2012). Individuální charakteristiky kandidátů ve volbách do zastupitelstev obcí a jejich vliv na volební výsledky. *Sociologický časopis*. Roč. 48, č. 4, s. 613-640. ISSN 0038-0288.

HAVLÍK, V., BRTNÍK, R. (2009). Personalizace volby v kontextu konceptu voleb druhého řádu. Příklad voleb do zastupitelstva Jihomoravského kraje v roce 2008. *Středoevropské politické studie*. Roč. 11, č. 2-3, s. 133-162. ISSN 1212-7817. Dostupné z WWW: <http://www.cepsr.com/clanek.php?ID=369>.

CAMPBELL, A. (1960). Surge and Decline: A Study of Electoral Change. *Public Opinion Quarterly*. Roč. 24, č. 3, s. 397-418.

CARRUBBA, C.; TIMPONE, R. J. (2005). Explaining Vote Switching Across First- and Second-Order Elections Evidence From Europe. *Comparative Political Studies*. Roč. 38, č. 3, s. 260-281. Dostupné z WWW: <http://cps.sagepub.com/content/38/3/260>.

FREIRE, A. (2004). Second order elections and electoral cycles in democratic Portugal. *South European Society & Politics*. Roč. 9, č. 3, s. 54-79. Dostupné z WWW: <http://www.ics.ul.pt/publicacoes/workingpapers/wp2003/WP3-2003.pdf>.

HAVLÍK, V., HOSKOVEC, L. (2009). Krajské volby v České republice v kontextu konceptu voleb druhého řádu. Analýza vybraných aspektů voleb do krajských zastupitelstev v letech 2000-2008. *European Electoral Studies*. Roč. 4, č. 1, s. 22-47. ISSN 1801-6545. Dostupné z WWW: http://ispo.fss.muni.cz/uploads/EVS/007/EVS_4_1.pdf.

KOEPKE, J. R., RINGE, N. (2006). The Second-order Election Model in an Enlarged Europe. *European Union Politics*. Roč. 7, č. 3, s. 321-346. Dostupné z WWW: http://users.polisci.wisc.edu/ringe/PDF/KoepkeandRinge_EP-EE.pdf.

LITOMISKÁ, L. (2012). Novela zákona o volbách do krajských zastupitelstev. *Cevro: Liberálně konzervativní akademie*, č. 9. Dostupné z WWW: http://www.cevro.cz/web_files/soubory/237072/239549_D_cs_14denik_2012_9.pdf.

MARSH, M. (1998). Testing the second-order election model after four European Elections. *British Journal of Political Science*. Roč 28, č. 4, s. 591-607. Dostupné z WWW: http://www.tcd.ie/Political_Science/elections/Marsh_SOE.pdf.

NORRIS, P., (1997). Nomination: Second Order Elections Revisited. *European Journal of Political Research*. Roč. 31, č. 1, s. 109-124. ISSN 0304-4130.

REIF, K. (1984). National Electoral Cycles and European Elections 1979 and 1984. *European Electoral Studies*. Roč. 3, č. 3, s. 244-255. ISSN 0261-3794.

REIF, K., SCHMITT, H. (1980). Nine Second-order National Elections: a Conceptual Framework for the Analysis of European Election Results. *European Journal of Political Research*. Roč. 8, č. 1, s. 3-44. ISSN 0304-4130. Dostupné z WWW: http://moduly.outly.cz/vvs/zdroje_pro_studium/Reif-Schmitt-SOE.pdf.

REIF, K. (1997). Reflections: European elections as member state second-order elections revisited. *European Journal of Political Research*. 1997, Roč. 31, č. 1, s. 115-124. ISSN 0304-4130.

TUFTE, E. R. (1975). Determinants of the Outcomes of Midterm Congressional Elections. *The American Political Science Review*. Roč. 69, č. 3, s. 812-826. ISSN 0003-0554.

WRING, D. (1997). Reconciling marketing with political science: theories of political marketing. *Journal of Marketing Management*. Roč. 13, č. 7, s. 651-663. ISSN 0267-

257X. Dostupné z WWW: <https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/bitstream/2134/1089/3/WRING09.pdf>.

Tištěná a online média

BLÁHOVÁ, M. (2012). Politici letos staví na kontaktu s voliči [online]. *Marketing Media*. 24. září 2012. [citováno 2013-04-04]. Dostupné z WWW: <http://mam.ihned.cz/c1-57598350-politici-letos-stavi-na-kontaktu-s-volici>.

ČERNÝ, J. (2009). Kalousek u lidovců balí kufry. Tady už kandidovat nebudu, řekl [online]. *iHned.cz* 19. května 2009. [citováno 2013-02-04]. Dostupné z WWW: <http://zpravy.ihned.cz/cesko/c1-37173210-kalousek-u-lidovcu-bali-kufry-tady-uz-kandidovat-nebudu-rekl>.

CESKENOVINY.CZ (2012). Hlavním tématem voleb do Pardubického kraje je zdravotnictví [online]. *Ceskenoviny.cz* 26. srpna 2012. [citováno 2013-01-13]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskenoviny.cz/domov/volby/zpravy/hlavnim-tematem-voleb-do-pardubickeho-kraje-je-zdravotnictvi/832644>.

DOUŠOVÁ, Z. (2011). Gymnázium se sloučí s učilištěm, aby v Přelouči zůstala silná škola [online]. *iDnes.cz*. 18. března 2011. [citováno 2013-01-13]. Dostupné z WWW: http://pardubice.idnes.cz/gymnazium-se-slouci-s-ucilistem-aby-v-prelouci-zustala-silna-skola-1fi-/pardubice-zpravy.aspx?c=A110318_1550978_pardubice-zpravy_klu.

DUBSKÝ, K. (2008). Jsme vláda zelenáčů, přiznal hejtman Martínek [online]. *Pardubickydenik.cz*. 15. listopadu 2008. [citováno 2013-03-30]. Dostupné z WWW: <http://pardubicky.denik.cz/volby-2008/radko-martinek-byl-zvolen-hejtmanem-pardubickeho-k.html>.

DUBSKÝ, L., DVOŘÁK, T. (2012). Kampaň zahájili netradičně. Promítáním na „Pernštýňáku“ [online]. *Pardubickydenik.cz* 18. září 2012. [citováno 2013-03-30]. Dostupné z WWW: http://pardubicky.denik.cz/zpravy_region/kampan-zahajili-netradicne-promitanim-na-pernstynaku-20121002.html.

HUBENÝ, J. (2011). Nesahejte nám na lokálky, protestují tisíce lidí proti rušení vlaků [online]. *iDnes.cz*. 26. dubna 2011, [citováno 2013-01-13]. Dostupné z WWW: http://pardubice.idnes.cz/nesahejte-nam-na-lokalky-protestuji-tisice-lidi-proti-ruseni-vlaku-1fy-/pardubice-zpravy.aspx?c=A110426_1573388_pardubice-zpravy_meb.

CHRUDIMSKYDENIK.CZ. (2012). Pardubický kraj si mne ruce. Hospodařil s přebytkem [online]. *Chrudimskydenik.cz*. 25. června 2012. [citováno 2013-04-01]. Dostupné z WWW <http://chrudimsky.denik.cz/z-regionu/pardubicky-kraj-si-mne-ruce-loni-hospodaryl-s-prebytkem-20120625-turb.html>.

KOPECKÝ, J. (2006). Lidovci ukončili jednání s ČSSD, Kalousek rezignoval [online]. *iDnes.cz*. 25. srpna 2006. [citováno 2013-02-04]. Dostupné z WWW: http://zpravy.idnes.cz/lidovci-ukoncili-jednani-s-cssd-kalousek-rezignoval-f9c-/domaci.aspx?c=A060825_181056_domaci_sfo.

KOPECKÝ, J. (2010a). Klaus jmenoval Nečasovu vládu. Hlasování o důvěře bude 10. srpna [online]. *iDnes.cz*. 13. července 2010. [citováno 2013-01-13]. Dostupné z WWW: http://zpravy.idnes.cz/klaus-jmenoval-necasovu-vladu-hlasovani-o-duvere-bude-10-srpna-pud-/domaci.aspx?c=A100713_100007_domaci_kop.

KOPECKÝ, J. (2010b). Vláda získala důvěru. Nečas slíbil reformy, pak mluvila už jen opozice [online]. *iDnes.cz*. 10. srpna 2010. [citováno 2013-01-13]. Dostupné z WWW: http://zpravy.idnes.cz/vlada-ziskala-duveru-necas-slibil-reformy-pak-mluvila-uz-jen-opozice-1is-/domaci.aspx?c=A100810_144430_domaci_kop.

KRAJSKEVOLBY.CZ (2012a). TOP 09: Do krajů posíláme zkušené a úspěšné [online]. *Krajskevolby.cz*. 14. června 2012. [citováno 2013-01-13]. Dostupné z WWW: <http://krajskevolby.cz/cs/content/showArticle/articleId/top-09-do-kraju-posilame-zkusene-a-uspesne-22>.

KRAJSKEVOLBY.CZ (2012b). Jaroslav Zedník u Moravce – Politika je zodpovědná služba [online]. *Krajskevolby.cz*. 11. září 2012. [citováno 2013-04-13]. Dostupné z WWW: <http://krajskevolby.cz/clanek/pardubicky/jaroslav-zednik-u-moravce-politika-je-zodpovedna-sluzba-98>.

KUTEK, L. (2009). Do čela TOP 09 se postaví Karel Schwarzenberg [online]. *Ct24.cz*. 11. června 2009. [citováno 2013-01-13]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/57712-do-cela-top-09-se-postavi-karel-schwarzenberg/>.

MEDIAGURU.CZ (2012a). Jak politicky cílit na mladé [online]. *Mediaguru.cz*. 14. října 2012. [citováno 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.mediaguru.cz/2012/10/pripadova-studie-jak-politicky-cilit-na-mlade/#.UXJOarU9JJM>.

MEDIAGURU.CZ (2012b). Kampaně letošních podzimních voleb [online]. *Mediaguru.cz*. 10. září 2012. [citováno 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.mediaguru.cz/2012/09/kampane-letosnich-podzimmich-voleb/#.UXJO3bU9JJM>.

IDNES.CZ (2010). Zrodila se vláda bez žen. ODS pustila finance Kalouskovi, John má vnitro [online]. *iDnes.cz*. 30. června 2010. [citováno 2013-01-13]. Dostupné z WWW: http://zpravy.idnes.cz/zrodila-se-vlada-bez-zen-ods-pustila-finance-kalouskovi-john-ma-vnitro-1zd/domaci.aspx?c=A100629_200916_domaci_taj.

MICHL, P. (2012). TOP 09 oslovuje mladé voliče. Karel is not dead a co bylo pod tričkem [online]. *M-journal.cz*. 22. října 2012. [citováno 2013-04-01]. Dostupné z WWW: http://www.m-journal.cz/cs/marketing/marketing-challenge-forum---dil-prvni--jak-oslovit-mlade-volice--sportovni-fanousky-i-ty-ostatni__s277x9473.html.

NOVINKY. CZ (2012). TOP 09 zkouší nový typ kampaně, lidé si mohou politiky zvat domů [online]. *Novinky.cz*. 11. srpna 2012. [citováno 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.novinky.cz/domaci/275646-top-09-zkousi-novy-typ-kampane-lide-si-mohou-politiky-zvat-domu.html>.

NOVOTNÝ, P. P. (2012). Kampaň ke krajským volbám bude chudší a od českých reklamek. *Mladá fronta dnes*. 11. října 2012. s. 15. [citováno 2013-04-01].

ORLICKÝ NET. CZ (2012). Programové priority TOP 09 a Starostové pro Pardubický kraj [online]. *Orlickynet.cz*. 27. září 2012. [citováno 2013-04-01]. Dostupné z WWW: http://www.orlicky.net/?id_zpravy=12831564731348723334.

CT24.CZ (2012). OVM Speciál - Krajské volby-Pardubický kraj [online]. *Ct24.cz* [citováno 2013-02-04]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskatelevize.cz/volby/pardubicky-kraj/informace-o-kraji/>.

PARDUBICKYDENIK. CZ (2012). Na volební kampaň dá nejvíce Koalice, nejméně Nezávislí [online]. *Pardubickydenik.cz*. 30. září 2012. [citováno 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://pardubicky.denik.cz/z-regionu/na-volebni-kampan-da-nejvice-koalice-nejmene-nezavisli-20120929.html>.

PRVNIZPRAVY. CZ (2012). Průzkumy se liší. Jiná metodika nebo manipulace [online]. *Prvnizpravy.cz*. 10. září 2012. [citováno 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.prvnizpravy.cz/zpravy/z-domova/pruzkumy-se-lisi--jina-metodika-nebo-manipulace/>.

PULPÁN, D. (2012). Nemocnice v kraji omezí péči. Nechceme další škrty, nařikají v Chrudimi [online]. *iDnes.cz*. 2. července 2012. [citováno 2013-01-13]. Dostupné z WWW: http://pardubice.idnes.cz/zmeny-v-nemocnicich-v-pardubickem-kraji-fcr-/pardubice-zpravy.aspx?c=A120702_1799392_pardubice-zpravy_mav.

PULPÁN, D., RŮŽIČKA, J. (2012). Pardubický kraj povede koalice sociálních demokratů, Zemanovců a lidovců [online]. *iDnes.cz*. 23. října 2012. [citováno 2013-04-01]. Dostupné z WWW: http://zpravy.idnes.cz/v-pardubickem-kraji-bude-vladnout-koalice-cssd-zemanovcu-a-lidovcu-10s-/domaci.aspx?c=A121023_190805_pardubice-zpravy_zt.

ŠESTÁK, M. (2009). Předsedou TOP 09 je Schwarzenberg, 1. místopředsedou Kalousek [online]. *Ct24.cz*. 28. listopadu 2009. [citováno 2013-01-13]. Dostupné z WWW: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/73809-predsedou-top-09-je-schwarzenberg-1-mistopredsedou-kalousek/>.

VÁLKOVÁ, H.; ROKOSOVÁ, A. (2012). Jeho kraj je rozkradený, zahájila TOP 09 kampaň v Rathově Hostivici [online]. *iDnes.cz*. 30. srpna 2012. [citováno 2013-03-30]. Dostupné z WWW: http://zpravy.idnes.cz/top-09-a-stan-zahajily-predvolebni-kampan-fdp-/domaci.aspx?c=A120830_140052_domaci_hv.

Tisková prohlášení a dokumenty strany

TOP 09 (2009a). *Stranický dokument „Zásady ne výsady“*. Dostupné z WWW: <http://www.top09.cz/files/soubory/zasady-ne-vysady.pdf> [citováno 2013-01-15].

TOP 09 (2009b). *V Senátu vznikl klub TOP 09 a Starostové*. [online]. Praha: TOP 09. 22. července 2009. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/v-senatu-vznikl-klub-top-09-a-starostove-72.html>.

TOP 09 (2009c). *Strana TOP 09 a hnutí Starostové a nezávislí podepsaly smlouvu o spolupráci* [online]. Praha: TOP 09. 9. července 2009. [citováno 2013-01-13]. Dostupné z WWW: <http://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/strana-top-09-a-hnuti-starostove-a-nezavisli-podepsaly-smlouvu-o-spolupraci-69.html>.

TOP 09 (2009d). *Smlouva o dlouhodobé spolupráci*. Dostupné z WWW: <http://www.top09.cz/files/soubory/smlouva-o-dlouhodobe-spolupraci-mezi-top-09-a-stan.pdf> [citováno 2013-01-15].

TOP 09 (2010). *Koaliční smlouva o vytvoření koalice rozpočtové odpovědnosti, vlády práva a boje proti korupci*. Dostupné z WWW: <http://www.top09.cz/files/soubory/koalicni-smlouva-2.pdf> [citováno 2013-01-15].

TOP 09 (2012a). *Kandidátní listina TOP 09 a Starostové pro Pardubický kraj*. Archiv autorky.

TOP 09 (2012b). *Volební program TOP 09 – Krajské volby 2012*. Archiv autorky.

TOP 09 (2012c). *Ne 7 ale 21. Máme víze pro transparentní kraj.* [online]. Praha: TOP 09. 30. srpna 2012. [cit. 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/ne-7-ale-21-mame-vize-pro-transparentni-kraj-10737.html>.

TOP 09 (2012d). *TOP 09 a Starostové uspořili pět milionů a zveřejnili faktury* [online]. Praha: TOP 09. 14. prosince 2012. [citováno 2013-04-04]. Dostupné z WWW: <http://www.top09.cz/co-delame/tiskove-zpravy/top-09-a-starostove-usporili-5-milionu-a-zverejnili-faktury-11750.html>.

TOP 09 (2012e). *Předpokládaný rozpočet volební kampaně v Pardubickém kraji.* Archiv autorky.

TOP 09 (2012f). *Programové priority TOP 09 a Starostové pro Pardubický kraj.* Archiv autorky.

TOP 09 (2012g). *Grafický manuál TOP 09 – Krajské volby 2012.* Archiv autorky.

TOP 09 (2012h). *Seznam použité inzertní reklamy TOP 09.* Archiv autorky.

TOP 09 (2012ch). *Znám dobře starosti a radosti lidí v Pardubickém kraji* [online]. Praha: TOP 09. 3. října 2012. [citováno 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://www.top09.cz/regiony/pardubicky-kraj/tiskove-zpravy/znam-dobre-starosti-a-radosti-lidi-v-pardubickem-kraji-11149.html>.

Zákony

Ústavní zákon č. 1/1993 Sb., ve znění ústavního zákona č. 347/1997 Sb., 300/2000 Sb., 448/2001 Sb., 395/2001 Sb., 515/2002 Sb., 319/2009 Sb. a 71/2012 Sb. Dostupné z WWW: <http://www.psp.cz/docs/laws/constitution.html>.

Zákon č. 130/2000 Sb., o volbách do zastupitelstev krajů a o změně některých zákonů. Dostupné z WWW: <http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?o=3&t=344>.

Zákon č. 222/2012 Sb., kterým se mění volební zákony a zákon č. 326/1999 sb., o pobytu cizinců na území české republiky a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Dostupné z WWW:
<http://www.psp.cz/sqw/sbirka.sqw?cz=222&r=2012>.

Bakalářské a diplomové práce

BRTNÍK, R. (2009). *Krajské volby v Jihomoravském kraji v kontextu teorie voleb druhého řádu* [online]. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Vlastimil Havlík. Dostupné z WWW:
http://is.muni.cz/th/219452/fss_b/Krajske_volby_v_Jihomoravskem_kraji_v_kontextu_teorie_voleb_druheho_radu.pdf [citováno 2013-04-23].

FALTOVÁ, Z. (2011). *Analýza volební kampaně do Senátu PČR v roce 2010: Případová studie kandidáta za ČSSD Ing. Miloslava Souška* [online]. Olomouc: Univerzita Palackého, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Eva Lebedová. Dostupné z WWW: http://theses.cz/id/zba58z/bakalsk_prce_-_Zuzana_Faltov.pdf [cit. 2013-05-10].

HRABICOVÁ, Z. (2010). *Volby do Evropského parlamentu v nových členských zemích: aplikace teorie voleb druhého řádu* [online]. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Roman Chytílek. Dostupné z WWW:
http://is.muni.cz/th/136169/fss_m/diplomova_prace_Hrabicova.pdf [citováno 2013-05-10].

ZACHARNÍKOVÁ, V. (2009). *Aplikovatelnost teorie voleb druhého řádu ve volbách na komunální úrovni* [online]. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd. Vedoucí práce. Dostupné z WWW:
<https://is.cuni.cz/webapps/UKSESSION12F77E20FCFD4E98D3B1C6BB752B319C/zzp/detail/8001127653/?file=8800033948> [citováno 2013-05-10].

Rozhovory

VOHNÍK, M. (2012): Polostrukturovaný rozhovor pořizený autorkou dne 8. října 2012 ve Vysokém Mýtě. Přepis rozhovoru viz Příloha 12.

Internetové zdroje

ČSÚ (2011). *Věkové složení obyvatelstva Pardubického kraje v roce 2011*. Dostupné z WWW:

http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/vekove_slozeni_obyvatelstva_pardubickeho_kraje_v_roce_2011 [citováno 2013-02-15].

ČSÚ (2012a). *Statistická ročenka Pardubického kraje*. Dostupné z WWW:

[http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/D0003FCA66/\\$File/53101112chcz.pdf](http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/t/D0003FCA66/$File/53101112chcz.pdf) [citováno 2013-02-15].

ČSÚ (2012b). *Nezaměstnanost v Pardubickém kraji k 31. prosinci 2012*. Dostupné z WWW:

http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/nezamestnanost_v_pardubickem_kraji_k_31_prosinci_2012 [citováno 2013-02-15].

ČSÚ (2012c). *Charakteristiky správních obvodů Pardubického kraje*. Dostupné z WWW:

[http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristiky_spravnich_obvodu_obci_s_rozsirenou_pusobnosti_\(so_orp\)_pardubickeho_kraje](http://www.czso.cz/x/redakce.nsf/i/charakteristiky_spravnich_obvodu_obci_s_rozsirenou_pusobnosti_(so_orp)_pardubickeho_kraje) [citováno 2013-02-15].

Icv.vlada.cz (2010). *Systém veřejné správy ČR*. Dostupné z WWW

<http://icv.vlada.cz/cz/pro-skoly/materialy/politicky-system/system-verejne-spravy-cr-75891/> [citováno 2013-02-12].

SANEP (2012). *Exkluzivní internetový průzkum „Kdo Vás nejvíce zaujal z hejtmanských kandidátů vystupujících v OVM Speciál“*. Dostupné z WWW:

<http://www.sanep.cz/pruzkumy/volebni-studio-ovm-special-z-pardubickeho-kraje-publikovano-10-9-2012/> [citováno 2013-03-23].

SC & C a STEM/MARK (2012). *Sociologický předvolební průzkum pro OVM Speciál*. Dostupné z WWW: <http://img3.ct24.cz/multimedia/documents/40/3930/392992.pdf> [citováno 2013-04-15].

SC&C a SPSS CR (2010). *Sociologický výzkum pro Českou televizi – exit poll*. Dostupné z WWW: <http://img7.ct24.cz/multimedia/documents/17/1699/169810.doc> [citováno 2013-04-20].

STEM (2012a). *Tisková zpráva výzkumu Trendy 10/2012*. Dostupné z WWW: <http://www.stem.cz/clanek/2611> [citováno 2013-02-20].

STEM (2012b). *Tisková zpráva výzkumu Trendy 11/2012*. Dostupné z WWW: <http://www.stem.cz/tisk.php?id=2594> [citováno 2013-02-20].

Volby.cz (2000). *Celkové výsledky hlasování – volby do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2000*. Dostupné z WWW: <http://volby.cz/pls/kz2000/kz21?xjazyk=CZ&xdatum=20001112&xkraj=8> [citováno 2013-02-20].

Volby.cz (2004). *Celkové výsledky hlasování – volby do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2004*. Dostupné z WWW: <http://volby.cz/pls/kz2004/kz21?xjazyk=CZ&xdatum=20041105&xkraj=8> [citováno 2013-02-20].

Volby.cz (2006a). *Celkové výsledky hlasování – volby do PS ČR v roce 2006*. Dostupné z WWW: <http://volby.cz/pls/ps2006/ps2?xjazyk=CZ> [citováno 2013-04-20].

Volby.cz (2006b). *Přehled zisku mandátů – volby do PS ČR v roce 2006*. Dostupné z WWW: <http://volby.cz/pls/ps2006/ps53?xjazyk=CZ> [citováno 2013-04-20].

Volby.cz. (2008). *Celkové výsledky hlasování – volby do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2008*. Dostupné z WWW:

<http://volby.cz/pls/kz2008/kz311?xjazyk=CZ&xdatum=20081017&xkraj=8> [citováno 2013-04-20].

Volby.cz (2010a). *Celkové výsledky hlasování – volby do PS ČR v roce 2010*. Dostupné z WWW: <http://volby.cz/pls/ps2010/ps2?xjazyk=CZ> [citováno 2013-04-20].

Volby.cz (2010b). *Přehled zisku mandátů – volby do PS ČR v roce 2010*. Dostupné z WWW: <http://volby.cz/pls/ps2010/ps53?xjazyk=CZ&xv=1> [citováno 2013-04-20].

Volby.cz (2010c). *Celkové výsledky hlasování – volby do PS ČR v roce 2010 v Pardubickém kraji*. Dostupné z WWW: <http://volby.cz/pls/ps2010/ps311?xjazyk=CZ&xkraj=9> [citováno 2013-04-20].

Volby.cz (2012). *Celkové výsledky hlasování – volby do Zastupitelstva Pardubického kraje v roce 2012*. Dostupné z WWW: <http://volby.cz/pls/kz2012/kz311?xjazyk=CZ&xdatum=20121012&xkraj=8> [citováno 2013-04-20].

<http://www.czso.cz/>

<http://www.nekecame-u-piva.cz/>

<http://www.obcelidem.cz/>

<http://www.transparentni-kraj.cz/>

<https://www.facebook.com/TOP09.Pardubicky.kraj?fref=ts>

www.facebook.com/top09cz

www.my.top09.cz

www.top09.cz

www.volby.cz

Přílohy

Příloha 1: Kandidátní listina TOP 09 a Starostové pro Pardubický kraj

Kandidátka pro volby: 2012 zastupitelstva krajů

Kraj: **Pardubický**

Volební strana: **TOP 09 a Starostové pro Pardubický kraj** (koalice TOP 09 a STAN)

Poř.	Jméno	Věk	Povolání	Bydliště	Polit. přísl.	Navrhovatel
1.	Jaroslav Zedník	50	Starosta	Česká Třebová	bezpp	STAN
2.	Ing. Libor Slezák, CSc.	59	Vedoucí produktu v radarové firmě	Pardubice	TOP 09	TOP 09
3.	Mgr. Hana Štěpánová	53	Starostka	Morašice	STAN	STAN
4.	Mgr. Luboš Bäuichel	55	předseda Orlického sportovního sdružení okresu Ústí nad Orlicí	Ústí nad Orlicí	TOP 09	TOP 09
5.	Ladislav Mlateček	63	Starosta	Býšť	bezpp	STAN
6.	Jan Němec	41	OSVČ, radní, zastupitel, člen představenstva EBA, člen SR Nadace pro rozvoj města Pardubic,	Pardubice	TOP 09	TOP 09
7.	Ing. Miroslav Nádvořník	46	vedení MD Logisitika, dozorčí rada ČD	Litomyšl	TOP 09	TOP 09
8.	Jan Macháček	34	Starosta	Proseč	bezpp	STAN
9.	Vladislava Michalová	35	zdravotní sestra	Chrudim	TOP 09	TOP 09
10.	Ing. Jiří Kosel	57	Starosta	Horní Ředice	bezpp	STAN
11.	Mgr. Tomáš Kalousek	29	Zaměstnanec	Pardubice	TOP 09	TOP 09
12.	Luboš Netolický	47	Starosta	Rosice	bezpp	STAN
13.	Mgr. Jan Štangel	34	Advokát	Vysoké Mýto	TOP 09	TOP 09
14.	Jiří Švihel	64	starosta, OSVČ	Banín	bezpp	STAN

15.	Ing. Miloš Mička	55 ředitel střední školy	Moravská Třebová	TOP 09	TOP 09
16.	Jaroslav Kašpar	61 Starosta	Dlouhá Třebová	bezpp	STAN
17.	PhDr. Miroslav Tyč	36 vědecký pracovník	Břehy	TOP 09	TOP 09
18.	Oldřich Koblížek	54 Starosta	Vraclav	bezpp	STAN
19.	Ing. Petr Mareš	33 vysokoškolský učitel	Červená Voda	TOP 09	TOP 09
20.	Josef Škeřík	56 Starosta	Sloupnice	bezpp	STAN
21.	Ing. Martin Soudek, Ph.D.	40 vedoucí projekční kanceláře	Chrast	TOP 09	TOP 09
22.	Martin Staněk	48 Místostarosta	Sezemice	STAN	STAN
23.	MVDr. Lubomír Horák	55 veterinární lékař	Svitavy	TOP 09	TOP 09
24.	Pavel Neumeister	64 stavební-investiční technik	Dolní Dobrouč	bezpp	STAN
25.	Ing. Dana Šťastná	49 manažer projektů ESF	Chrudim	TOP 09	TOP 09
26.	Zuzana Tvrzníková	50 Starostka	Zámorsk	bezpp	STAN
27.	Bc Jan Mlynář	31 vedoucí provozní jednotky	Králíky	TOP 09	TOP 09
28.	Bohuslav Kopecký	62 Starosta	Sezemice	bezpp	STAN
29.	Ing. Karel Pícka	56 překladatel, tlumočník	Holice	TOP 09	TOP 09
30.	Ing. Josef Racek	47 Starosta	Němčice	bezpp	STAN
31.	Milena Švábová	33 Účetní	Litomyšl	TOP 09	TOP 09
32.	Ing. Zdeněk Zabilanský	34 OSVČ - projektový konzultant	Staré Jesenčany	bezpp	STAN
33.	MUDr. Petr Valeš	59 lékař, ortodontista, soukromá praxe v Chrudimi	Luže	TOP 09	TOP 09

34.	Josef Jebousek	65	Starosta		Desná	bezpp	STAN
35.	Ing. Stanislav Cukor	51	Učitel		Žamberk	TOP 09	TOP 09
36.	Miloš Vlasák	48	Starosta		Ostřetín	bezpp	STAN
37.	Jiří Urválek	55	Podnikatel		Slatiňany	TOP 09	TOP 09
38.	Vladimír Buchta	55	Starosta		Vendolí	bezpp	STAN
39.	Ing. Soňa Večeřová, Ph.D.	34	vedoucí obchodního úseku ve Slévárně KHGM, s.r.o.		Polička	TOP 09	TOP 09
40.	Mgr. Tomáš Bolek	42	Starosta		Choltice	bezpp	STAN
41.	Ing. Jiří Horák	45	výrobní ředitel		Ostřešany	TOP 09	TOP 09
42.	Miroslav Dašek	56	starosta, OSVČ		Borek	bezpp	STAN
43.	Bc. Martina Lorencová	33	projektová manažerka a koordinátorka mateřského centra		Běstovice	bezpp	TOP 09
44.	Zdeněk Kadlec	45	starosta, technický pracovník		Chrastavec	bezpp	STAN
45.	Miloš Fogl	42	obchodní zástupce		Vysoké Mýto	TOP 09	TOP 09

Příloha 2: Programové priority TOP 09 a Starostové pro Pardubický kraj

PROGRAMOVÉ PRIORITY Koalice TOP 09 a Starostové

Transparentní kraj:	<ol style="list-style-type: none">1. Připravíme on-line přehledy z jednání zastupitelstva Pardubického kraje2. Zpřesníme výběrová řízení na veřejné zakázky3. Zveřejníme seznam plánovaných investičních akcí
Zdravotnictví:	<ol style="list-style-type: none">1. Navrhujeme řízení nemocnic odborníky, ne politiky2. Udržíme dostupnost zdravotnické záchranné služby3. Zlepšíme spolupráci kraje s neziskovým sektorem
Doprava:	<ol style="list-style-type: none">1. Prověříme a upravíme smluvní vztahy s OREDEM2. Urychlíme přípravy na výstavbu R35 a podpoříme dochvaty obcí3. Vytvoříme plán údržby silnic 2. a 3. třídy
Školství:	<ol style="list-style-type: none">1. Prioritou je větší spolupráce středních škol a firem2. Udržíme učební obory tradičních českých řemesel3. Vytvoříme komunitní centra na základních školách v menších obcích
Průmysl:	<ol style="list-style-type: none">1. Plánujeme nový život zanedbaným průmyslovým objektům2. Rozvineme spolupráci s podnikatelskými svazy a Hospodářskou komorou3. Podpoříme spolupráci se zahraničními subjekty a regiony
Bezpečnost:	<ol style="list-style-type: none">1. Prověříme účinnost protipovodňových opatření v kraji2. Podpoříme projekty prevence kriminality3. Budeme jednat o navýšení objemů financí pro HZS a sbory dobrovolných hasičů
Cestovní ruch a kultura:	<ol style="list-style-type: none">1. Dobudujeme síť cyklostezek a hyposteze2. Opustíme poslední místo v návštěvnosti kraje3. Podpoříme významné kulturní projekty
Zemědělství:	<ol style="list-style-type: none">1. Budeme prosazovat podporu místních zemědělců a venkovských trhů2. Podpoříme další rozvoj agroturistiky3. Budeme věnovat pozornost ochraně půdy
Životní prostředí:	<ol style="list-style-type: none">1. Připravíme dostavbu kanalizací a ČOV a likvidaci černých skládek2. Dokončíme likvidaci starých ekologických zátěží3. Nedopustíme spuštění spalovny toxických odpadů v Rybitví

Centrální kancelář TOP 09, Újezd 460/40, 11 000 Praha 1 – Malá Strana, info@top09.cz, www.top09.cz

Příloha 3: Celostátní vizuál

TOP09  **STAROSTOVÉ**

PRO PARDUBICKÝ KRAJ

**SCHOPNÍ UMÍ
LÉČIT BEZ DLUHŮ
VÍC, NEŽ SI MYSLÍTE**

Jaroslav Zedník / kandidát na hejtmana
Přijďte 12.–13. 10.

DOPORUČENÉ



Příloha 4: Krajský vizuál

TOP09  **STAROSTOVÉ**

PRO PARDUBICKÝ KRAJ

**CHYTRÍ INVESTUJÍ
DO VZDĚLÁNÍ
VÍC, NEŽ SI MYSLÍTE**

Jaroslav Zedník
kandidát na hejtmana
Přijďte 12.–13. 10.



**OSOBNĚ PANA ZEDNÍKA
DOPORUČUJI
MARTIN SOUDEK
VEDOUcí PROJEKČNÍ KANCELÁŘE**

Příloha 5: Oficiální fotografie Jaroslava Zedníka



Příloha 6: Venkovní reklama - priority

TOP09 STAROSTOVÉ **TOP PRIORITY Č.1**
**DONUTIT KRAJE
K TRANSPARENTNÍMU
HOSPODAŘENÍ** *Přijďte 12.–13. 10.*

TOP09 STAROSTOVÉ **TOP PRIORITY Č.2**
**NESLIBOVAT
NESPLNITELNÉ** *Přijďte 12.–13. 10.*

TOP09 STAROSTOVÉ **TOP PRIORITY Č.3**
**NEZADLUŽOVAT
VLASTNÍ DĚTI** *Přijďte 12.–13. 10.*

TOP09 STAROSTOVÉ **TOP PRIORITY Č.4**
**NEROZKRÁDAT
EVROPSKÉ DOTACE** *Přijďte 12.–13. 10.*

TOP PRIORITY Č. 5
**VÍME, JAK ZASTAVIT
ZADLUŽOVÁNÍ KRAJŮ**
*Vláda schválila návrh finanční ústavy, která v budoucnosti zastaví
nezodpovědné zadlužování veřejných rozpočtů, včetně těch krajských.
Špatně hospodařící politici si budou muset povinně snížit plat.*

**Přijďte 12. a 13. října zvolit kandidáty,
kteří odmítají zadlužit Vás i Vaše děti.**

Příloha 7: Plakát "Nekecáme u piva. Protože tvrdá práce se vyplácí."

Nekecáme u piva
Protože tvrdá práce se vyplácí

TOP09 STAROSTOVÉ

www.nekecame-u-piva.cz

Příloha 8: Volební noviny TOP Kurýr

TOP KURÝR

TOP09 STAROSTOVÉ

DOPORUČENÉ

VOLEBNÍ NOVINY TOP 09 a STAROSTOVÉ PRO PARDUBICKÝ KRAJ

ZNÁM DOBRĚ STAROSTI A RADOSTI LIDÍ V PARDUBICKÉM KRAJI

Jaroslav Zedník, úspěšný starosta České Třebové a člen zastupitelstva Pardubického kraje. Politiku vnímá jako službu lidem. Za deset let v křesle starosty České Třebové se naučil vnímat problémy dlouhodobě, nikoli v rámci volebního období. Proto dokázal Českou Třebovou proměnit v moderní kulturní a sportovní město. Nyní nabízí svou službu obyvatelům celého Pardubického kraje z pozice lídra kandidátky TOP 09 a Starostové pro Pardubický kraj.

pokračování na str. 2

Volím zaměstnanost v regionech

S jakým cílem kandidujete do Senátu, co považujete za nejpalčivější problém regionu?

Jsem rád za podporu stran, které kladou důraz na vlastní zodpovědnost a tradici. Přestože podporuji základní principy a orientaci TOP 09 a STAN, zejména v oblasti makroekonomiky a podpory podnikání, nejsem plně loajálním partnerem celé vládní koalice, neboť ne na všechny reformní změny mám shodný názor. Například v otázce zvyšování DPH a v oblasti její registrační povinnosti. Před vlastním zvýšením této daně upřednostňuji její řádný a spravedlivý výběr a zajištění rovných podmínek pro podnikání všech tržních subjektů. To se týká zejména vztahu zaměstnanec versus OSVČ. Preferuji však, stejně jako TOP 09, upřednostnění zvýšení DPH před zvýšením daně z příjmu. Nicméně z vlastní zkušenosti vím, že je hodně daňových rezerv v daňových únicích a je potřeba se na tuto oblast soustředit. Mým základním cílem je podporovat zaměstnanost v regionu a kvalitní české, lokální výrobce a prodávce. Jako velký problém považuji zejména vyřizování venkova a zhoršené pracovní možnosti v regionech. Náš region si zasluhuje podporu coby tradiční výrobce regionálních produktů.

Jaké je vaše povolání? Čím se ve vaší profesi můžete pochlubit?

V říjnu roku 2004 jsem byl zvolen předsedou Svazu českých a moravských spotřebních družstev, což je vyvrcholení mého dlouhodobého působení ve spotřebních družstvech České republiky. Ve své funkci iniciuji a řídím strategické projekty zaměřené na lepší

využití potenciálu spotřebních družstev, které jsou největší národní maloobchodní aliancí v ČR. COOP nabízí největší zastoupení regionálních potravin ze všech řetězců a pomocí doplňkových služeb se snažíme našim zákazníkům usnadnit život i na vesnicích a malých městech.

V dubnu 2008 jsem byl po několika letech ve funkci viceprezidenta zvolen prezidentem Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR. I v této pozici se snažím propagovat rozvoj regionů a udržení regionální zaměstnanosti.

Za úspěšnou implementaci strategických projektů získala skupina COOP pod mým vedením prestižní ocenění Zlatý dukát 2009 v kategorii „Obchod“. Osobně jsem získal v roce 2009 cenu Velký modrý delfín – Markéťer roku 2008 a dále cenu Anežky Žaludové za rok 2009 udělenou za mimořádný osobní přínos k rozvoji a péči o kvalitu v ČR.

Co Vám v poslední době udělalo radost?

V profesní oblasti mi udělala radost poměrně fundovaná a odpovědná diskuse nad kvalitou potravin v České republice. Jako představitel největšího českého maloobchodního řetězce již dlouhou dobu propaguji kvalitní, české a zejména regionální potraviny a jsem rád, že zákazníci tento druh potravin čím dál více vyhledávají. Výroba a prodej regionálních potravin totiž slouží i jako podpora zaměstnanosti a vyšší životní úrovně obyvatel naší republiky.

Zdeněk Juračka
předseda Svazu českých a moravských spotřebních družstev (Skupina COOP) a prezident Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky, kandidát do Senátu v obvodu Chrudim

JASNĚ NE spalovně nebezpečných odpadů v Rybitví

Ve volebním programu TOP 09 jak do obecních voleb ve městě Pardubice, tak do krajských voleb pro Pardubický kraj vyhlásujeme, že nechceme spustit spalovnu nebezpečných odpadů v Rybitví u Pardubice.

Před časem bohužel došlo k dohodě mezi bývalým vedením Pardubického kraje a firmou AVE, že je možno si v nevyužitém objektu u Pardubice založit byznys na spalování toxických odpadů pocházejících odkudkoliv na komerčním principu. Firma AVE později prohlásila, že bez souhlasu místní politické reprezentace by do toho nikdy nešla. To jí nelze nevěřit.

Jsem již 5 let členem občanského sdružení Lány, které se zabývá hlavně tímto problémem. Tak jsem zjistil, že AVE ani nepočítá s nejlepší dosažitelnou technologií spalování, dokonce snížila teplo spalování proti svým předchůdcům v objektu původně plánované spalovny.

pokračování na str. 3

Naše TOP PRIORITY

TRANSPARENTNÍ KRAJ

V případě úspěchu v nadcházejících krajských volbách bude naším cílem prosadit opatření, která povedou k větší transparentnosti. Je třeba začít okamžitě a jednotlivé kroky naplánovat podle jejich důležitosti a náročnosti. Prvním krokem by například mohlo být zajištění přenosu zastupitelstva on-line na internetu a také umožnit přístup k tomuto zastupitelstvu tak, aby každý viděl, co zastupitelé prosazují a jak hlasují. Zároveň zveřejnění zpráv pro jednání zastupitelstva, rady i jednotlivých výborů včetně zápisů a výsledků hlasování.

Všechny konání musí být pod veřejnou kontrolou a to bez nutnosti dožadovat se jednotlivých informací individuálně. Jako další úkol chceme prosadit nový zadávací řád podlimitních zakázek umožňující zveřejňování výzev a výsledků těchto řízení přehledně na Internetu. Musíme prosadit osobní odpovědnost jednotlivých úředníků za cenu, termín a kvalitu výtěžné zakázky a to jak pozitivní motivací formou odměn, tak negativní formou snížení osobního ohodnocení. Každý zástupce krajského úřadu bude muset jednat s péčí řádného hospodáře. Všechny plánované investiční akce budou předloženy k veřejné diskusi. Každá takováto věc akce bude mít svého garanta, který zodpovídní její přínos a smysluplnost a bude zodpovědný za úspěšnou realizaci. Stejná pravidla budeme prosazovat i v akciových společnostech vlastněných krajem.

Jan Němec

ZDRAVOTNICTVÍ

Období vlády ČSSD nepřineslo slibovaný obrát v efektivitě nemocnic. Kraj nebyl schopem nemocnice koncepčně řídit. Svým přístupem zakonzervoval 5 samostatných nemocnic, které dlouhodobě hospodaří se ztrátami a nekonceptně je řeší snížením vlastního kapitálu. Máme řešení, kde se kraj chová jako majitel všech pěti nemocnic, řídit je jako celek. Ne konkurenčním boji-ano spolupráci. Máme model, který řídí odborníci – profesionálové spolu s majitelem (krajem). Finanční stability dosáhneme přeskupením oborů, vyjádřením co nejvyšších smluvních podmínek k poskytovatelům, společnými nákupy. Maximálně zachováme zaměstnanost.

Podporujeme zařízení poskytující sociální lůžka, služby pro dlouhodobě nemocná a hospici. Naši prioritou je zvýšení kvality a dostupnosti péče o seniory.

Podporujeme osvojení a péčovskou péči, vznik denních stacionářů poskytující zdravotní a sociální služby. Zachováme ústavní péči pro děti, které nelze umístit do rodin. Zachováme spolupráci s neziskovými organizacemi zabývajícími se zdravotní péčí. Zajistíme dlouhodobé plánování a kontrolu celoročních služeb, které kraj objednává nebo které podporuje.

Vladislava Michalová

DOPRAVA

Dopravní obslužnost odladíme v návaznosti na potřeby většiny cestujících a s cílem zajištění co možná nejvyšší provozní i finanční efektivnosti. Dopravní systém musí být pro cestujícího srozumitelný a dlouhodobě stabilizovaný. Jen tak bude masivně využíván cestujícími.

Při opravách a rekonstrukcích silnic II. a III. třídy budou upřednostněny páteřní silnice s vysokou hustotou provozu a vysokým zatížením. Pro zklidnění provozu v centrech obcí bude uplatňována politika obchvatů. Za systematickou údržbu silnic i návrh nových obchvatů bude na úrovni kraje odpovídat referent rozvoje odpravy. Tak společně s transparentními výběrovými řízeními na dodávky oprav, údržby i výstavby dosáhneme efektivního zhodnocení vynaložených prostředků kraje.

S cílem co největšího odlehčení silnic I., II. a III. třídy vytvoříme všechny předpoklady pro včasné zahájení i rychlou realizaci R 35 včetně přivaděčů.

Pro bezpečnou dopravu cyklistů budeme podporovat výstavbu dopravních cyklostezek podél silnic s vysokým dopravním zatížením.

Jan Němec

Nemocnice našeho kraje = potápějící se Titanik



Neumím léčit, neumím opravovat lidská těla, na to nejsem expert. Ekonomika a chodů firmy se stovkami zaměstnanců však rozumět mohu, protože jednu takovou řídím. Jako člen vedení této firmy za hospodaření zodpovídám. Ve financování spolupěháme jenom sami na sebe, není žádný strýček „kraj“ ani žádný stranický aparát, který nás v případě hrozící insolvence zachrání. Mámi-li dobře hospodařit, musím se řídit zlatými a jednoduchými pravidly. Patří mezi ně i notoricky známá rovnice „má dáti = dáti“. Jinak řečeno, utratit mohu jen tolik, kolik mám. Na dluh se hospodařit dlouho nedá. Tímto se koneckonců odpradáva řídil

každý hospodář spravující byt jen malé hospodářství přiléhající k jeho chalupě. Řídí se jím dnes i každý rozumný soukromník, který nemůže spoléhat na to, že ho někdo shora „obalí vatou“.

Bohužel se zdá, že nemocnice v Pardubickém kraji jsou jeden velký „Titanik“, do kterého už dlouho teče voda. Pomalu se potápí, zatímco na luxusních palubách se stále tančí. Tančí zde různé skupiny podnikatelů, zaměstnanci požadující zvýšení plátů (nic proti tomu, ale firma na to musí mít) a k tanci hraje kraj svými dotacemi bez strategie. Zajímá mě, čím je ztráta způsobena, zda vedení nemocnic má podnikatelský plán, jakou koncepci má krajské vedení? Je však zřejmé, že krajská politika, jejichž jedinou kvalifikací je počet obdržovaných hlasů, neumí řídit společností o velikosti nemocnic. Za vlády ČSSD a Koalice pro

Pardubický kraj (zejména KDU-ČSL) se vedení kraje od roku 2008 zmohlo pouze na populistické proplácení regulačních poplatků za pacienty v krajských zdravotnických zařízeních (které evropská komise označila za diskriminační), za které utratilo desítky milionů. Ukazuje se, že nekompetentní krajské vedení umí jen platit. Další peníze nalité do nemocnic jsou toho důkazem. Jenom letos je to cca 210 milionů Kč!

A nejsou to peníze poslední...

Ing. Miroslav Nádvořník

ředitel MD logistika, a.s.

předseda krajské TOP 09 Pardubický kraj

kandidát č. 7 do krajských voleb za TOP 09 a Starostové



TAN BY SE DAL TAKY NADČIT SERIAL... MOHL BY SE JHELOVAT „NEHODNOCENÍ NA KRAJI HĚSTĚ...“

Sport se hlásí o peníze z hazardu



Předseda Orlického sportovního sdružení přiblížil, jak se budou potýkat sportovci v našem okrese s novelou zákona o loteriích.

Sportovní prostředí přišlo vlastní vinou o Sazku, což je hrubá chyba, která se už nikdy neopraví. Přišlo o ní díky managementu Sazky a.s. i vrolehých představitelů středních sportovních organizací. Ti mají spolutzodpovědnost za ztrátu „zlatého“ podniku. Financování se nyní částečně nasměrovalo přes sportovní svazy, tato cesta krom fotbalu ale nefunguje. Ztráta Sazky byl hlavní důvod změn ve vedení ČSTV na lednové valné hromadě ČSTV. Struktura ČSTV je dobrá a nemá cenu ji bourat. Je třeba získat zpět pozice a autoritu pro ČSTV a to jak u veřejnosti, tak u klíčových ministerstev. Novela zákona o loteriích říká, že dvě třetiny zisku z hazardu a loterií půjdou do rozpočtu měst a obcí. Rady a zastupitelstva rozhodnou zda dají peníze sportovcům, kultuře, neziskovým organizacím nebo zda tím „zalepi“ nějakou investiční akci. Dle prvotních informací se bude jednat o velmi zajímavé částky. Sportovci si část těchto peněz zaslouží a musí se o ně hlásit

na obcích. Byl bych špatným předsedou Orlického sportovního sdružení, kdybych tyto informace neposkytl všem sdruženým TJ, SK. Navštívil jsem starosty a starosty a požádal je, aby si vzpomněli na sport a nepoužili peníze mimo toto prostředí. Nebyla a nesmí to být žádná nátlaková akce, je to přímé jednání, je to prosba ve prospěch dobré věci.

Myslím si, že v současné době sportovce nejvíce trápí nedostatek peněz na svá zařízení, která musí držet v provozu. Nejde jen o udržení majetků tělovýchovných jednot, ale například také o tělocvičny, které patří školám, tedy obcím a městům. Druhá oblast kam nasměrovat peníze je samozřejmě mládež. Třetí a velmi důležitá věc je podpora práce dobrovolných trenérů, cvičitelů a také organizátorů akcí. Poprosil jsem jednoty, aby nevytvářely žádné nátlakové akce, a aby se s vedením města spojily a slušně s ním jednaly.

Jednání se všem představiteli měst byla příjemná, vstřícná a věcná. Mám důvod spolu se sportovním prostředím věřit, že sport nezustane na kraji zámru.

Mgr. Luboš Bäuichel

předseda Orlického sportovního sdružení

kandidát č. 4 do krajských voleb za TOP 09 a Starostové

Jak podpořit podnikání v Pardubickém kraji



Pardubický kraj patří mezi TOP10 investičně nejatraktivnějších regionů východní Evropy. Je zřejmé, že podnikatelský duch je zde přítomen a nemáme nouzi o šikovné a podnikavé lidi. Jak jim může tedy budoucí vedení kraje pomoci a přispět k rozvoji a prosperitě? Možností je hodně, já jsem si vybral tři, které považují za nejdůležitější:

1. Nepřekážet a nebránit rozvoji

Nejčastější reakce majitelů a manažerů firem při osobním jednání na otázku jak pomoci, je tato. Myslím si, že je to zcela logické. Samotný fakt, že se někdo rozhodne vybočit z řady a vzít odpovědnost na sebe, předpokládá schopnosti, odvahy a umění si poradit v různých situacích. Je tedy důležité, aby tyto schopnosti mohly být využity správným směrem a ne pro boj s papírovým šlím a neodbytným úředním aparátem.

2. Komunikace

V jakémkoliv podnikání je důležité umět správně komunikovat

s obchodními partnery. Současné vedení kraje bohužel aktivní komunikaci nepodporuje a v některých případech jí dokonce cíleně brání. Pokud komunikují, vím, co druhá strana potřebuje a mohu tomu přizpůsobit své jednání. Pokud ne, dostávám se do zbytečných problémů. Je však třeba si uvědomit, kdo platí daně, z kterých je fungování kraje financováno.

3. Vzdělávání

V současné době jsme svědky situace, kdy školy chrlí absolventy, kteří velice těžko hledají uplatnění na trhu práce a na druhé straně výrobním podnikům schází klíčoví zaměstnanci. Zde vidím nejvyšší rezervu v učňovském školství a technických oborech. Cílem vyspělé ekonomiky je podporovat výroby s vysokou přidanou hodnotou a taková výroba potřebuje kvalifikované zaměstnance. Kraj by tedy měl zajistit vzdělávání v souladu s požadavky místních firem a podniků

Jan Němec

radní města Pardubice

kandidát č. 6 do krajských voleb za TOP 09 a Starostové



Že tu vedeme zabovný válku? Ale pane redaktore, to je jenom povmlu!

JASNĚ NE spalovně nebezpečných odpadů v Rybitví

pokračování ze str. 7

Ti právě kvůli teplotě povolení k provozu nedostali. Naše intervence u místních politických reprezentací byly bohorovně přehlíženy. To se samozřejmě změnilo s odporem obyvatel, za kterým stála tehdy jen občanská sdružení mimo volné struktury. Tyto struktury se pak sice v pudu sebezáchovy probudily, ale příliš pozdě. AVE už věnovalo do projektu příliš mnoho peněz, času a úsilí.

Firma AVE ale hlavně rozšířila do povědomí mnoha občanů a většiny politiků tvrzení, že toxické odpady tu jsou tak jako tak a zlikvidovat se musí. To ale neplatí u průmyslového odpadu, který může, nebo také nemusí vznikat. Může odpadu vznikat stále více, pokud zvolím levnější starou technologii čínského typu a najdu nějakého likvidátora, třeba spalovnu v Rybitví. Nemusí ale jeho produkce dále růst, pokud budou kapacity spalování omezené (stávající kapacity v ČR) a vyplní se přežit na technologie moderní, kde je množství odpadu příslušně menší. V současné době se nelegálně v ČR nelikviduje ani 1 kg toxického odpadu. Pokud někdo tvrdí opak, nechť se obrátí na inspekci životního prostředí.

Ing. Libor Slezák, ČSc.

předseda městské organizace TOP 09 Pardubice

kandidát č. 2 do krajských voleb za TOP 09 a Starostové



DEJTE SE MOHLÍM, AŽ JAKY TO NEVRAŤÍTELI...



ZÁDA V MŇCI RESTITUCE V VRAŤENÍ VÍŠHO. CELÉ PLANETI...

O co jiného pečovat než o naše přírodní a kulturní dědictví?



Z průzkumů vyplývá, že Pardubický kraj může být velmi atraktivním místem pro dovolenou a trávení volného času, přesto mnohé zarazí fakt, že zde cestovní ruch příliš nefunguje. Návštěvníci stráví v kraji většinou jeden den, pro dlouhodobou návštěvu jim chybí lepší provázanost turistických cílů, jejich značení a přehledná paragistická. Rodiny s dětmi a senioři, kteří se stávají novou turistickou kategorií tak často mnoho zajímavých míst ani nenavštíví.

Nejsme jen krajem peníku, ale jsme také krajem dýmkařů, kameníků, sklářů a mnoha jiných profesí a jsme především také krajem s bohatou historií. Máme krásnou přírodu a také mnoho nemovitých kulturních památek. Jen ta pomocná ruka kraje s jejich uchováním a obnovou jaksi nepřichází. Kraj je tím prvním místem, na které se starostové obcí a měst obrací s žádostí o pomoc, protože nám není hořejší, co se s naším přírodním a kulturním dědictvím stane. Nechceme se pouze koukat, až nám to jediné co můžeme předat našim dětem a dalším generacím zmizí před očima.

Jan Macháček

starosta města Proseč

kandidát č. 8 do krajských voleb za TOP 09 a Starostové

Kandidátní listina číslo 79

TOP 09 a Starostové

pořadí	jméno	věk	zaměstnání	obec	okres	název strany
1	Zedník Jaroslav	50 let	starosta	Česká Třebová	ÚO	STAN
2	Ing. Slezák Libor, CSc.	59 let	vedoucí produktu	Pardubice	PA	TOP 09
3	Mgr. Štěpánová Hana	53 let	starostka	Morašice	SY	STAN
4	Mgr. Bäuichel Luboš	55 let	předseda Orlického sportovního sdružení	Ústí nad Orlicí	ÚO	TOP 09
5	Mláteček Ladislav	63 let	starosta	Býšř	PA	STAN
6	Němec Jan	41 let	podnikatel	Pardubice	PA	TOP 09
7	Ing. Nádvořník Miroslav	46 let	ředitel firmy	Litomyšl	SY	TOP 09
8	Macháček Jan	34 let	starosta	Proseč	CR	STAN
9	Michalová Vladislava	35 let	zdravotní sestra	Chrudim	CR	TOP 09
10	Ing. Kosel Jiří	57 let	starosta	Horní Ředice	PA	STAN
11	Kaloušek Tomáš	29 let	člen dozorčí rady	Pardubice	PA	TOP 09
12	Netolický Luboš	47 let	starosta	Rosice	CR	STAN
13	Mgr. Štágl Jan, Dis.	34 let	advokát	Vysoké Mýto	ÚO	TOP 09
14	Švihel Jiří	64 let	starosta	Barán	SY	STAN
15	Mička Miloš	55 let	ředitel školy	Moravská Třebová	SY	TOP 09
16	Kašpar Jaroslav	62 let	starosta	Dlouhá Třebová	ÚO	STAN
17	PhDr. Tyč Miroslav	36 let	vědecký pracovník	Břehy	PA	TOP 09
18	Koblížek Oldřich	54 let	starosta	Vraclav	ÚO	STAN
19	Ing. Mareš Petr, Ph.D.	32 let	vysokoškolský učitel	Červená Voda	ÚO	TOP 09
20	Škeřík Josef	56 let	starosta	Sloupnice	SY	STAN
21	Ing. Soudek Martin, Ph.D.	40 let	vedoucí projekční kanceláře	Chrast	CR	TOP 09
22	Staněk Martin	48 let	místostarosta	Sezemice	PA	STAN
23	Horák Lubomír	55 let	veterinární lékař	Svitavy	SY	TOP 09
24	Neumaister Pavel	64 let	stavební technik	Dolní Dobrouč	ÚO	STAN
25	Ing. Štátná Dana	49 let	manažer projektů ESF	Chrudim	CR	TOP 09
26	Tvrzníková Zuzana	50 let	starostka	Zámorsk	ÚO	STAN
27	Bc. Mlynář Jan	31 let	vedoucí provozní jednotky	Králíky	ÚO	TOP 09
28	Kopecný Bohuslav	62 let	starosta	Sezemice	PA	STAN
29	Picka Karel	56 let	překladatel	Holice	PA	TOP 09
30	Ing. Racek Josef	47 let	starosta	Němčice	SY	STAN
31	Švábová Milena	33 let	účetní	Litomyšl	SY	TOP 09
32	Ing. Zabilanský Zdeněk	34 let	projektový konzultant	St. Jesenčany	PA	STAN
33	MUDr. Valeš Petr	59 let	lékař	Luže	CR	TOP 09
34	Jeboušek Josef	65 let	starosta	Desná	SY	STAN
35	Ing. Cukor Stanislav	51 let	učitel	Zámberk	ÚO	TOP 09
36	Vlašák Miroslav	46 let	starosta	Čeství	PA	STAN
37	Urválek Jiří	55 let	podnikatel	Slatiňany	CR	TOP 09
38	Buchta Vladimír	55 let	starosta	Vendolí	SY	STAN
39	Ing. Večeřová Soňa, Ph.D.	34 let	vedoucí obchodního úseku	Polička	SY	TOP 09
40	Mgr. Bolek Tomáš	42 let	starosta	Choltice	PA	STAN
41	Ing. Horák Jiří	45 let	výrobní ředitel	Ostřešany	PA	TOP 09
42	Dašek Miroslav	56 let	starosta	Borek	PA	STAN
43	Lorenecová Martina	50 let	projektivní manažerka mateřského centra	Běstovice	ÚO	TOP 09
44	Kadlec Zdeněk	45 let	starosta	Chrastavec	SY	STAN
45	Fogel Miloš	42 let	obchodní zástupce	Vysoké Mýto	ÚO	TOP 09

Jaroslav Zedník

Narozen v Zámberku, odmaturoval na Střední textilní škole v Ústí nad Orlicí. Po základní vojenské službě zaměstnan v textilním závodě Perla, v roce 1992 nastoupil k firmě HH corporation, 1995 ředitelem Technických služeb města Česká Třebová. Po provedení transformace na EkoBi, s. r. o., pracoval jako jednatel této společnosti až do voleb v roce 2002. V listopadu 2002 uspěl v komunálních volbách a je starostou Města Česká Třebová. Jaroslav Zedník žije s bývalou manželkou a dvěma syny ve společné domácnosti v České Třebově. Intenzivně se věnuje sportu, zejména atletice, běhu na lyžích a ve vodáctví je několikanásobným přeborníkem republiky.



Ing. Libor Slezák, CSc.

Je mi 59 let, bydlíme s manželkou na vesnici ve svépomocně postaveném domku na okraji Pardubic. Mám technické univerzitní vzdělání a pracuji dodnes ve svém oboru jako zaměstnanec. Tři roky po revoluci mi ale život na vesnici ukázal, že svět nekonečně jen pracovními povinnostmi a plotem vlastní zahrádky, ale určitě má smysl se angažovat veřejně. Od té doby jsem členem rad města Pardubice, či místní části Svítkov a jedno volební období jsem byl jako primátor města Pardubice. Moje krédo je, že krást se nemá, i když je přiležitost a kradou jiní. Vim, že to funguje a už vim, že tak lze i vychovávat děti.



Mgr. Hana Štěpánová

Studium na Pedagogické fakultě v HK, do roku 2002 učitelkou na Základní škole v Morašicích, nyní 10 let starostkou obce Morašice. Místopředsedkyně Mikroregionu Litomyšlsko, členka a od roku 2011 třetí místopředsedkyně hnutí Starostové a nezávislí. Zlatá stuha pro Vesnici roku Pardubického kraje pro Morašice v roce 2007. Osobní životní úspěch je, že jsem vychovala dvě skvělé děti. Má přidaná hodnota - pracovitost, cítělost, zodpovědnost, řídící schopnosti, smysl pro spravedlnost, vytrvalost, smysl pro humor. Ráda sportuji, nejvíce mne baví turistika a vycházky do přírody, jízda na kole, plavání, a občas brusle. Ráda zajdu do divadla, čtu knihy, mám ráda psychologii.



Mgr. Luboš Bäuichel

Narozen: 29. 5. 1957 v Litomyšli. Vzdělání: Fakulta tělesné výchovy a sportu na UK. Od r.1994 zastupitel Ústí n.O., od r. 1998 uvolněným místostarostou města do roku 2010, 8 let předsedou Regionu Orlicko-Třebovsko, úspěch: 50 km cyklostezky v regionu. Má geese na radnici: cestovní ruch, školství, mládež, sport, kultura, sociální oblast. Více než 20 let pracuji pro mezinárodní závod Zactva v alpském lyžování SKIINTERKRIERIUM v Ríčkách v Orli. horách, od roku 1992 jako předseda Organizačního výboru. Dlouhá léta jsem hrál fotbal, rekreačně lyžování, kdysi gymnastika a basketbal, v poslední době kolo. Jsem ženatý, manželka Alice-učitelka ZŠ, 2 vdané dcery a 1 vnouček. Má dvě děti a dva vnoučata.



Ladislav Mláteček

Mám zkušenosti ze svého dvaadvacetiletého působení v komunální politice. Třetí volební období jsem starostou obce Býšř. 30 let jsem pracoval v energetice jako vývojář nebo vedoucí oddělení. V roce 1970 jsem ukončil středoškolské vzdělání a v roce 1990 pomaturitní studium. Ztotožňuji se s nutností provedení reform, není možné dál zadlužovat naši zemi. Vítám spravedlivé nastavení rozpočtového určení daní z dílny TOP 09 a Starostové. Každý by měl být co nejlepší hospodářem, tedy i samosprávný celek, jakým je kraj. Budu prosazovat co nejtransparentnější postupy při využívání veřejných zdrojů.



Nekecáme u piva

Protože tvrdá práce se vyplácí

TOP09 STAROSTOVÉ

www.nekecame-u-piva.cz

Jsmo lidé, kteří se snaží aktivně ovlivňovat dění v Pardubickém kraji. Máme odpovědnost vůči sobě samým a našim dětem. Chápeme politiku jako službu veřejnosti, a tak k ní i přistupujeme. O problémech „nekecáme u piva“. Problémy řešíme a máme výsledky.

Ing. Miroslav Nádvořník

Narodil jsem se v Litomyšli, jsem ženatý, mám dvě dospělé dcery. Jsem strojní inženýr, pracuji v potravinářském průmyslu. Od roku 2002 řídím společnost MD logistika, a.s. (bývalé Mrazimý Dašice). Zkušenosti uplatňuji v dozorčí radě Českých drah a Městských službách Litomyšl. Aktivně sportuji, běhám, lyžuji. Jsem realista, analytik, hledám a nacházím řešení, přijímám odpovědnost za jeho realizaci. Jsem přesvědčen o tom, že politik musí být člověk, jenž musí mít životní a pracovní zkušenosti. V politice chybí odpovědnost za přijatá rozhodnutí a selský rozum. V TOP 09 se od dubna roku 2010 snažím výše uvedené principy a zkušenosti uplatňovat, zučastňuji se zasedání představenstva strany. Stojím si za názorem, že nemocnice musí začít řídít odborníci s praxí řízení firem podobné velikosti a rozpočtu. Lékař léčí, manažer řídí. Své zkušenosti rád uplatním i při zlepšování organizace veřejné dopravy, jak z pohledu občana, tak z pohledu nákladů.



Jan Němec

Nyní je radním a zastupitelem za TOP 09 v Pardubicích. Jeho životním krédem je dělat věci dobře a nebyť lhostejný k společenským problémům. V rámci práce na pardubickém magistrátu si klade za cíl uplatňovat obecné platné zásady používané v businessu také v politice. Nejprve pracoval jako manažer v Pojišťovně České spořitelny. Následně po čtyři roky zastával funkci oblastního ředitele společnosti Generali v Pardubicích. V zahraničí nejprve pracoval ve společnosti First Somerset and Avon v Bathu. V letech 2006 – 2008 byl managerem pobočky HSBC Bank plc. také v Bathu. Po návratu do ČR pracoval 4 roky jako provozní ředitel společnosti zabývající se personalistikou v oblasti farmacie.



Jan Macháček

Narodil se 14. března 1978 v Poličce a od narození žije v Proseči. Vystudoval ISŠT v České Třebově, více než 3 roky pracoval jako elektrotechnik u Českých drah, 11 let úspěšně podnikal v IT oboru a souběžně 4 roky vyučoval děti na základní škole předmět Vypočítání technika. Studoval obor Informatika ve veřejné správě na Fakultě ekonomicko-správní Univerzity Pardubice, studium ve 4 semestru ukončil. Nyní studuje obor Veřejná správa a regionální rozvoj na Provozně-ekonomické fakultě České zemědělské univerzity v Praze. V roce 2006 byl zvolen do zastupitelstva a od roku 2010 je starostou města Proseč. Od roku 2010 vykonává také funkci předsedy mikroregionu Touloucovy Maštale. Je ženatý, má dvě děti, syna a dceru. Kromě rodiny se věnuje technice, historii a rád sleduje filmy z dob starého Hollywoodu.



Vladislava Michalová

Žiji a pracuji v Chrudimí. Jsem vdaná, mám dceru Annu. 16 let pracuji jako zdravotní sestra v Chrudimské nemocnici. V období let 2010-2012 jsem se stala radní města. V současnosti jsem zastupitelkou města Chrudim. Od mládí se podílím na práci v Občanském sdružení Paľučiny. Denně se setkávám s bolestí a smrtí. proto si vážím dne kdy mohu žít a pracovat naplno. Budoucnost vidím v realizaci všech vladních reform. Jen tak nebudou naše děti muset splácet dluhy svých rodičů. Ani finanční, ani morální. „Zajímám se o budoucnost, protože v ní hodlám strávit zbytek života.“



Příloha 9: Plakát "Občiváky 2012"



Příloha 10: Plakát "Transparentní kraj"



Příloha 11: Webová stránka Obce lidem

Obce lidem

HLAS, CO ROZHODNE, JE VÁŠ

ROZPOČTOVÉ URČENÍ DANÍ (RUD)

Teoretický propočer sdílených daňových příjmů obcí a srovnání současného systému RUD s návrhem Ministerstva financí ČR.

Vyhledávání údajů pro konkrétní obec

Zadejte název obce

spočítat

DOPORUČIT E-MAILEM

Zadejte e-mailovou adresu

Obce lidem on Facebook

16 people like **Obce lidem**.

Kolik peněz dostává nyní vaše obec? A kolik by férově měla dostat?

Na této stránce si můžete zjistit, o kolik peněz by Vaše obec dostala více peněz do svého rozpočtu, pokud bude novela zákona o Rozpočtovém určení daní (RUD) odsouhlasena. Stačí do okénka vyplnit jméno své obce a kliknout na tlačítko "spočítat". Na další stránce můžete napsat e-mail Vašemu starostovi, či paní starostce, aby návrh novely podpořila a co do Vaší obce má za tyto peníze pořídít.

Příloha 12: Přepis rozhovoru s Miroslavem Vohníkem

Jakou strategii jste zvolili k oslovení voličů?

K oslovení voličů jsme zvolili předvolební kampaň, zaměřenou na kontaktní kampani. Snažili jsme se o bezprostřední kontakt s voliči v rámci návštěv větších měst regionu. Na jednotlivých akcích byl umístěn volební stánek s propagačními materiály a dětským koutkem. Návštěvníci akcí byli zváni na posezení nejen s lídrem strany, ale i s ostatními členy kandidátky a debatovali o konkrétních problémech v kraji. Pro větší města byla zvolena akce „Grilování s Topkou“, která měla působit v přátelském duchu a nikoli volební agitací. Chceme-li vysvětlit občanům naši politiku a situaci v Pardubickém kraji, nemáme jinou možnost než oslovit je přímo na ulicích. Volební kampaň si představujeme jako rozhovor s občany o jejich starostech a obavách.

Jaká byla ústřední témata volební kampaně?

Ve volební kampani jsme se zaměřili na prezentaci témat regionálních, na oblast zdravotnictví, dopravy a školství.

Co považujete za hlavní nevýhody TOP 09 ve volební kampani?

Za hlavní nevýhody TOP 09 považuji nízkou podporu voličů, protože strana v kraji kandiduje poprvé a nemá na regionální úrovni dostatečně upevněnou členskou základnu. Jako nevýhodu lze považovat také nejednotnost krajské organizace, ve které převládá vliv regionální organizace Ústí nad Orlicí, což se může projevit v nejednotném vedení volební kampaně.

Byla volební kampaň postavena na osobě J. Zedníka?

Ano. Volební kampaň byla ve velké míře zaměřena na propagaci lídra J. Zedníka, který představoval značku strany. Ve volební kampani byl J. Zedník prezentován jako obyčejný člověk, který má dlouholeté zkušenosti s politikou na komunální a krajské úrovni. Strana vyzdvihovala jeho úspěchy ve funkci starosty České Třebové a

zastupitele Pardubického kraje. Ovšem obličej J. Zedníka nebyl zdaleka jediným, který byl v kampani vidět.

Vzhledem k nízké důvěryhodnosti vládní koalice jsme se snažili získat pozornost voličů tím, že jsme na kandidátní listinu umístili lídra bez politické příslušnosti. Strana se tímto krokem snažila ve voličích vzbudit dojem, že krajská politika je zcela odlišná od té celostátní a větší důraz je kladen na odborné kvality a známost kandidátů než na jejich politickou příslušnost.

Zaznamenali jste v průběhu kampaně útoky ze strany konkurence?

V průběhu kampaně jsme zaznamenaly pouze útok ze strany ČSSD. Ve volební kampani jsme použili volební noviny TOP Kurýr k, jejichž rozvozu byla najata Česká pošta, která většinu volebních novin do domácností nedoručila. Nabyli jsme podezření, že se nejednalo o nedopatření poštovních doručovatelek, ale o úmysl, aby lidé nebyli novinami natolik ovlivněni a TOP 09 nevolili v takovém počtu. Šlo o cílené zdiskreditování TOP 09 ze strany politické konkurence, zejména ČSSD, jejíž člen byl ředitelem České pošty.

Přikládali jste pozornost předvolebním průzkumům?

Při plánování volební strategie jsme se těmito předvolebními průzkumy neřídili a jejich výsledky nepovažovali za relevantní. Průzkumy zcela opomíjely vliv regionálního uskupení KPK, které v regionu dosahuje opakovaně velmi dobrých výsledků.

Kdy byla zahájena volební kampaň?

TOP 09 v Pardubickém kraji začala s přípravou volební kampaně v listopadu roku 2011 vymezením volebního programu a jeho hlavních devíti priorit. TOP 09 zvláštní průzkum pro Pardubický region nerealizovala, vycházela ze zjištěných informací průzkumu celostátního.

Jaký byl cíl vaší kampaně?

Cílem volební strategie bylo upevnění pozice strany na regionální úrovni, překročení uzavírací klauzule pěti procent a získání minimálně pěti mandátů v Zastupitelstvu Pardubického kraje.

Jaké hlavní úkoly měla krajská organizace TOP 09?

Mezi hlavní úkoly krajské organizace TOP 09 patřilo sestavení kandidátní listiny, navržení kandidáta na hejtmana, vytvoření volebního programu, který by reflektoval problémy kraje a zároveň respektoval hlavní priority strany, příprava harmonogramu předvolebních akcí a sestavení volebního štábu.

Na přípravě volební kampaně se podílely dva volební štáby: volební štáb koaliční, který tvořilo dohromady šest lidí (tři lidé z TOP 09 a tři lidé z hnutí Starostové a nezávislí), a volební štáb TOP 09, který byl složen z 15 lidí, především z předsedů jednotlivých regionálních organizací.

V čem jste se lišili od konkurence?

Snažili jsme se být nepopulističtí a vyhýbali jsme se negativní kampani a útokům proti politické konkurenci.

Jakou jste zvolili komunikační strategii?

Ve volební kampani jsme se zaměřili především na interaktivní reklamu (Facebook, Twitter a webové stránky). Dále jsme upřednostňovali kontaktní kampaň zaměřenou na bezprostřední kontakt s voliči. Outdoorovou reklamu jsme spustili až 14 dní před volbami.