

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut politologických studií

**Kristýna Slavičková**

**Financování prezidentských kampaní v USA:  
mizející role veřejného financování**

*Bakalářská práce*

Praha 2014

Autor práce: **Kristýna Slavičková**

Vedoucí práce: **PhDr. Věra Kotábová**

Rok obhajoby: 2014

## **Bibliografický záznam**

SLAVÍČKOVÁ, Kristýna. *Financování prezidentských kampaní v USA: mizející role veřejného financování*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut politologických studií, 2014. 64 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Věra Kotábová

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá systémem veřejného financování prezidentských kampaní ve Spojených státech amerických a faktem, že desítky let úspěšně fungoval, ale jeho využívání během posledních několika let prakticky úplně vymizelo. Cílem práce je identifikovat konkrétní důvody tohoto vývoje událostí a nabídnout návrhy na změny, které by systém udělaly opět funkčním a pro kandidáty lukrativním. Předkládá ucelený popis a analýzu vývoje legislativy a rozsudků Nejvyššího soudu, které se zabývají financováním prezidentských kampaní, stejně jako přehled v současnosti platné legislativy. Poté se zaměřuje na ty prezidentské volby, ve kterých některý z kandidátů odmítl veřejné financování, ať už pro primární nebo všeobecné volby, a hledá důvody stojící za jejich rozhodnutím. Na základě toho určí, které důvody byly pro různé kandidáty společným jmenovatelem a zapříčinily tak mizení veřejného financování, a rozdělí tyto do kategorií. V závěru navrhne možná řešení těchto problémů a možnosti reformy veřejného financování prezidentských kampaní.

## **Abstract**

This bachelor thesis focuses on public financing of presidential campaigns in the United States and the fact that after decades of functioning successfully the system's use by presidential candidates diminished and virtually vanished in recent years. The aim of the thesis is to identify the particular reasons for this development and to propose suggestions for changes that would eventually make the system functional and lucrative for the candidates again. It sets forth a comprehensive description and analysis of the legislation and Supreme Court rulings concerning presidential campaign financing as well as an overview of the current state of public campaign finance law. It then examines those presidential elections in which some candidate(s) opted out of the public financing, whether for primary or general elections, and tries to find the reason behind the candidates' decisions to opt out. Based on that it determines the reasons which were a common denominator among the presidential candidates and which caused the diminishment of

public financing and categorizes them. At the end it proposes possible solutions to these problems and the possibilities of reforming the public financing of presidential elections.

## **Klíčová slova**

prezidentské volby, USA, prezidentská kampaň, financování kampaní, veřejné financování, reforma financování kampaní, Federální volební komise

## **Keywords**

presidential election, USA, presidential campaign, campaign finance, public financing, campaign finance reform, Federal Election Commission

## **Seznam zkratek**

| <b>Zkratka</b> | <b>Název</b>                        | <b>Význam</b>   |
|----------------|-------------------------------------|---|
| BCRA           | Bipartisan Campaign Reform Act      | Reformní zákon o kampaních  |
| COLA           | Cos of Living Adjustment            | Valorizace platů v poměru k změnám životních nákladů  |
| FCPA           | Federal Corrupt Practices Act       | Zákon o federálních korupčních praktikách   |
| FEC            | Federal Election Commission         | Federální volební komise  |
| FECA           | Federal Election Campaign Act       | Zákon o federálních volebních kampaních   |
| PAC            | Political action committee          | Politický akční výbor – vytvořený obchodními, odborovými nebo jinými speciálními zájmovými skupinami za účelem vybírání peněz a jejich přispíváním na kampaně politických kandidátů |
| PECF           | Presidential Election Campaign Fund | Fond pro financování prezidentských kampaní   |
| SCOTUS         | Supreme Court of the United States  | Nejvyšší soud USA   |

**Rozsah práce: 101 189 znaků**

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 13. května 2014

Kristýna Slavičková

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí své práce PhDr. Věře Kotábové za trpělivost a cenné rady a připomínky při psaní této bakalářské práce.

**Institut politologických studií**  
**Projekt bakalářské práce**

**PROJEKT BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

**Jméno:**

Kristýna Slavíčková

**Název práce:**

Financování prezidentských kampaní v USA: mizející role veřejného financování

**Vedoucí práce:**

PhDr. Věra Kotábová

**Zdůvodnění výběru tématu práce:**

Spojené státy jsou proslulé svými prezidentskými kampaněmi, nicméně v posledních letech se čím dál více mluví o tom, kolik jaký kandidát za kampaň utratil a kolik na ní vybral, spíše než jaký je jeho předvolební program. Je jisté, že peníze mají určitý vliv na to, kdo nakonec zvítězí, byť jen ony samy k vítězství přirozeně nestačí. Narůstající objem finančních prostředků, které jednotliví kandidáti získávají, i složitý legislativní rámec nabízející některé skuliny, vyvolávají v posledních letech debaty o tom, zda stávající systém nedává prostor k tomu koupit si pomocí financování kampaní politický vliv, a zda (a případně) jak má smysl tento systém měnit.

**Předpokládaný cíl práce:**

Cílem práce je popsat a analyzovat vývoj legislativních regulací a rozhodnutí Nejvyššího soudu Spojených států, která se týkají financování prezidentských předvolebních kampaní v USA. Na základě tohoto popisu se pak pokusím určit, proč se stále více kandidátů rozhoduje nepřijmout na financování svých kampaní veřejný způsob financování a namísto toho dávají přednost financování z vlastních zdrojů a pomocí třetích stran. Dále bych chtěla zhodnotit, zda a nakolik je současný legislativní rámec v této oblasti ještě relevantní a životaschopný, a jaké možné úpravy v něm mohou být v budoucnu zavedeny.

## **Základní charakteristika tématu:**

Prezidentské předvolební kampaně ve Spojených státech se ve světě těší nebyvalé pozornosti, a to jak ze stran médií, tak odborné veřejnosti. Důležitou roli při nich přirozeně hrají finanční prostředky, kterými jednotliví kandidáti disponují, přičemž systém jejich kontroly a regulace v USA patří k velmi komplikovaným, a jeho základy byly položeny až v 70. letech 20. století s potřebou omezit enormní nárůsty útrat kandidátů i vliv bohatých organizací a jednotlivců, kteří je dotovali. Od té doby prošel systém několika změnami způsobenými rozhodnutími Nejvyššího soudu i Kongresu. V současné době vše nasvědčuje tomu, že ta část systému, která upravovala veřejný způsob poskytování prostředků na kampaně, přestává být relevantní, neboť kandidáti s rostoucí frekvencí veřejné financování odmítají. To však v mnohých ohledech začíná financování kampaní vracet do doby před 70. lety, neboť velké korporace, organizace i odbory dostávají (po rozhodnutí Nejvyššího soudu z roku 2010) opět možnost utratit velké částky na podporu jimi vybraných kandidátů.

## **Předběžná osnova práce:**

Úvod

1. Prezidentské volební kampaně v USA
2. Legislativa a rozhodnutí nejvyššího soudu upravující financování kampaní
  - 2.1 Financování kampaní do 70. let 20. st.
  - 2.2 Federal Election Campaign Act
    - 2.2.1 Vznik Federální volební komise
    - 2.2.2 Buckley vs. Valeo
  - 2.3 Bipartisan Campaign Reform Act
  - 2.4 Citizens United vs. FEC
  - 2.5 DISCLOSE Act
3. Ústup kandidátů od veřejného financování
  - 3.1 Prezidentská kampaň Baracka Obamy 2008
  - 3.2 Prezidentská kampaň 2012
4. Alternativní možnosti legislativních úprav

Závěr



## **Předběžná bibliografie:**

Primární zdroje

[www.fec.gov](http://www.fec.gov)

[www.supremecourt.gov](http://www.supremecourt.gov)

[www.senate.gov](http://www.senate.gov)

[www.house.gov](http://www.house.gov)

[www.opencongress.org](http://www.opencongress.org)

Sekundární zdroje

BAMMAN, Nicholas. Campaign Finance: Public Funding after Bennett. *Journal of Law & Politics*. 2012, roč. 27, č. 2.

BOTT, Alexander J. *Handbook of United States election laws and practices: political rights*. New York: Greenwood Press, 1990, xxi, 535 p. ISBN 03-132-5935-6.

CORRADO, Anthony. *Campaign finance reform: a sourcebook*. Washington, D.C.: Brookings Institution, 1997, xii, 402 p. ISBN 08-157-1581-1.

ESENBERG, Richard M. The Lonely Death of Public Campaign Financing. *Harvard Journal of Law & Public Policy*. 2010, roč. 33, č. 1. Dostupné z: <http://ssrn.com/abstract=1616693>

EWING, K a Samuel ISSACHAROFF. *Party funding and campaign financing in international perspective*. Portland, Oregon: Hart Pub., 2006, x, 330 p. ISBN 18-411-3570-4.

GARNETT, Richard W a Andrew KOPPELMAN. *First amendment stories*. New York, N.Y.: Foundation Press/Thomson/West, 2012, vi, 561 p. ISBN 978-1599417752.

GIERZYNSKI, Anthony. *Money rules: financing elections in America*. Boulder, CO: Westview Press, 2000, xv, 141 p. ISBN 08-133-6861-8.

GREEN, Mark J. *Selling out: how big corporate money buys elections, rams through legislation, and betrays our democracy*. 1st ed. New York: ReganBooks, c2002, 342 p. ISBN 00-605-2392-1.

JOHNSON, Dennis W. *Campaigning in the twenty-first century: a whole new ballgame?*. New York: Routledge, 2011, xi, 137 p. ISBN 978-0415800372.

KANG, Michael S. The End of Campaign Finance Law. *Journal of Law & Politics*. 2012, roč. 98, č. 1. Dostupné z: <http://ssrn.com/abstract=1829474>

KANG, Michael. The Campaign Finance Debate After Citizens United. *Georgia State University Law Review* [online]. 2010, roč. 27, č. 4 [cit. 2012-06-04]. Dostupné z: <http://digitalarchive.gsu.edu/gsulr/vol27/iss4/10>

LA RAJA, Raymond J. *Small change: money, political parties, and campaign finance reform*. Ann Arbor: University of Michigan Press, c2008, xiv, 287 p. ISBN 04-720-5028-1.

MALBIN, Michael J. *Life after reform: when the Bipartisan Campaign Reform Act meets politics*. Lanham, Md.: Rowman, c2003, xi, 225 p. ISBN 07-425-2833-2.

MALBIN, Michael J. *The election after reform: money, politics, and the Bipartisan Campaign Reform Act*. Lanham, Md.: Rowman, c2006, xiv, 293 p. ISBN 978-074-2538-702.

NELSON, Candice J. *Grant Park: the democratization of presidential elections, 1968-2008*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press, c2011, ix, 149 p. ISBN 08-157-2184-6.

SCOTT, Gregory M a Loren GATCH. *21 debated: issues in American politics*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2000, viii, 293 p. ISBN 01-302-1991-6.

SMITH, Bradley A. *Unfree speech: the folly of campaign finance reform : with a new preface by the author*. 4. printing, and 1. paperback printing, with a new preface. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 2001. ISBN 06-911-1369-6.

SMITH, Melissa M. *Campaign finance reform: the political shell game*. Lanham, Md.: Lexington Books, c2010, vi, 148 p. ISBN 978-073-9145-678.

THURBER, James A a Candice J NELSON. *Campaigns and elections American style*. Boulder: Westview Press, 1995, xx, 256 p. ISBN 08-133-1967-6.

WALLISON, Peter J a Joel M GORA. *Better parties, better government: a realistic program for campaign finance reform*. Blue Ridge Summit, PA: Distributed to the trade by National Book Network, c2009, xi, 172 p. ISBN 08-447-4271-6.

# Obsah

|  |    |
|--|----|
| Úvod .....   | 14 |
| 1. Prezidentské volby ve Spojených státech amerických .....                      | 17 |
| 2. Legislativa .....   | 18 |
| 2.1 Vývoj legislativy v 18. a 19. století .....                                  | 18 |
| 2.2 Vývoj legislativy v 1. polovině 20. století .....                            | 19 |
| 2.3 Vývoj legislativy v 2. polovině 20. století .....                            | 23 |
| 2.3.1. FECA – Federal Election Campaign Act .....                                | 24 |
| 2.3.2 Dodatky FECA z roku 1974 .....   | 25 |
| 2.3.3 Buckley vs. Valeo .....  | 27 |
| 2.3.4 Dodatky FECA z roku 1976 .....   | 28 |
| 2.3.5 Dodatky FECA z roku 1979 .....   | 29 |
| 2.3.6 Vývoj po implementaci FECA .....   | 29 |
| 2.3.7 Bipartisan Campaign Reform Act .....                                       | 30 |
| 2.3.8 Citizens United v. FEC .....   | 31 |
| 2.3.9 McCutcheon v. FEC .....  | 32 |
| 2.4 Současný stav legislativy veřejného financování prezidentských kampaní ..... | 32 |
| 2.4.1 Primární volby .....   | 33 |
| 2.4.2 Všeobecné volby .....  | 34 |
| 3. Odmítnutí veřejného financování .....   | 34 |
| 3.1. Období 1976-1996 .....  | 37 |
| 3.2 Období 2000-2012 .....   | 38 |
| 3.2.1 Prezidentské volby 2000 .....  | 38 |
| 3.2.2 Prezidentské volby 2004 .....  | 39 |
| 3.2.3 Prezidentské volby 2008 .....  | 40 |
| 3.2.4 Prezidentské volby 2012 .....  | 41 |
| 4. Důvody selhání systému veřejného financování .....                            | 42 |
| 4.1 Problémy PECF .....  | 43 |
| 4.2 Zastaralost legislativy .....  | 44 |
| 4.3 Internet .....   | 46 |
| 4.4 Rozhodnutí Nejvyššího soudu .....  | 47 |
| 5. Možnosti reformy veřejného financování .....                                  | 47 |

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| Závěr.....                         | 50 |
| Summary.....                       | 52 |
| Použité prameny a literatura ..... | 53 |

## Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá financováním prezidentských kampaní ve Spojených státech amerických a zaměřuje se na systém veřejného financování a razantní úpadek jeho využívání mezi kandidáty v posledních několika volebních cyklech. Program veřejného financování byl vytvořen Kongresem v 70. letech 20. století za účelem omezit narůstající výdaje za kampaně, stanovit přísnější limity na to kdo a kolik může kandidátům přispívat, zavést systematický dohled nad tím, zda jsou zákonem stanovené limity dodržovány, a v neposlední řadě poskytnout kandidátům finanční podporu. Jeho cílem bylo jednak kandidátům ulehčit, aby nemuseli věnovat tolik času fundraisingovým aktivitám a mohli se věnovat voličům, a zároveň pomoci těm, kteří byli méně známí a neměli dostatek bohatých příznivců, aby i přesto dokázali vést konkurenceschopnou kampaň. Principiálně funguje systém tak, že kandidáti dostanou nejprve ve fázi primárních a pak i veřejných voleb příspěvek v hodnotě desítek milionů dolarů, a výměnou za to pak nesmí nepřekročit ve svých výdajích na kampaně zákonem stanovený limit. Veřejné financování pomohlo v průběhu let řadě kandidátů a někteří z bývalých prezidentů by bez jeho podpory na prezidentský post nikdy nedosáhli, neboť by jejich kampaň zbankrotovala ještě ve fázi primárních voleb. Do 2. pol. 90. let využívali veřejného financování (až na naprosté a ojedinělé výjimky) všichni kandidáti, a to bez jakýchkoli problémů. Od roku 2000 nicméně začali veřejné financování narůstajícím tempem odmítat a v posledních prezidentských volbách v roce 2012 jej již nikdo z kandidátů ve fázi primárních ani všeobecných voleb nepřijal. Díky tomu se také tyto volby staly bezkonkurenčně nejdražšími v historii, když jen u dvou kandidátů ve všeobecných volbách, Baracka Obamy a Mitta Romneyho, dosáhly výdaje částky přes jednu miliardu dolarů.

Téma veřejného financování je tedy před volbami v roce 2016 velice aktuální a diskutované v americkém mediálním a politickém diskurzu. Jen v první třetině roku 2014 proběhly dvě významné změny na poli legislativy týkající se financování kampaní. Kongres odhlasoval ukončení veřejného financování pro nominační sjezdy Demokratické i Republikánské strany a Nejvyšší soud zároveň zrušil limit na celkovou částku, kterou může jednotlivec věnovat kandidátům ve federálních (prezidentských a kongresových) volbách<sup>1</sup>. Tento rozsudek zapříčiní další příliv peněz do kampaní, což znepokojuje většinu

---

<sup>1</sup> Jednomu kandidátovi lze ve volebním cyklu 2013/2014 stále darovat maximálně 2 600 \$, ale nadále neexistuje strop 48 600 \$ na to, kolik je možno celkem darovat všem kandidátům a limit 123 600 \$ na celkové dary kandidátům, politickým stranám i PAC. (Sullivan 2014)

americké společnosti<sup>2</sup>. Navíc se díky kolapsu veřejného financování velmi snížila šance na úspěch pro méně známé a etablované prezidentské kandidáty, kteří nedisponují velkou sítí bohatých přispěvatelů. To vše jsou důvody, proč je veřejné financování kampaní a jeho budoucnost jedním z velkých a aktuálních témat americké politiky a rozhodně si zaslouží pozornost.

Práce si proto klade za cíl na základě analýzy historického vývoje legislativy a jednotlivých případů, kdy kandidáti veřejné financování odmítli, (1) identifikovat konkrétní důvody, které přispívají k tomu, aby se kandidáti programu veřejného financování neúčastnili a raději si kampaň financovali bez pomoci federální vlády a na následně (2) navrhnout změny, jejichž zavedení by kandidáty motivovalo k opětovnému zapojení do tohoto systému.

Celkem je práce tvořena pěti kapitolami. První z nich stručně představuje unikátní volební systém, jenž je používán ve Spojených státech v prezidentských volbách, a jehož základní znalost je důležitá pro pochopení systému, jakým veřejné financování funguje. Druhá se pak podrobně zabývá historií vývoje legislativy související s financováním kampaní a je rozdělena na období 18. a 19. stol., kdy žádné takové zákony neexistovaly, na období do 70. let 20. stol., kdy se začaly vyvíjet, na dobu po roce 1976, kdy bylo zavedeno veřejné financování a končí přehledem současného stavu legislativy. Třetí kapitola se chronologicky věnuje všem volbám, kdy některý z kandidátů odmítl veřejné financování, a to v jakékoli fázi voleb, a zkoumá důvody, které je k tomuto rozhodnutí vedly. Ve čtvrté kapitole práce na základě předchozích poznatků identifikuje nalezené důvody pro prakticky naprosté upuštění od veřejného financování ze strany kandidátů a pro přehlednost je rozděluje do čtyř kategorií. Obsahem poslední kapitoly jsou pak návrhy na reformní kroky, které by dokázaly systém revitalizovat, přimět kandidáty, aby jej opět začali využívat, a vrátili mu tak jeho původní význam.

Česká odborná literatura, která by se zabývala touto tematikou, prakticky vůbec neexistuje, a proto bylo nezbytné vycházet pouze z anglicky psaných zdrojů. Ty jsou navíc v mnohých případech naprosto aktuální, což je klíčové vzhledem k tomu, kolik změn se událo např. jen v letošním roce. Tématem veřejného financování se ve Spojených státech

---

<sup>2</sup> Svědčí o tom mimo jiné fakt, že 80 % Američanů nesouhlasilo s rozsudkem Nejvyššího soudu v případě *Citizens United v. FEC*, který povolil korporacím utrácet neomezené prostředky na podporu federálních kandidátů za podmínky, že nebude koordinovaná s kandidátovou oficiální kampaní. (Eggen 2010) polovina Američanů by souhlasila s veřejným financováním všech kampaní na federální úrovni, ze kterého by byly úplně vyloučeny příspěvky od jednotlivců i soukromých skupin – tedy mnohem restriktivnějším režimem, než stanovuje současná podoba veřejného financování prezidentských kampaní. Navíc by téměř 80 % souhlasilo s tím, aby byli kandidáti do Kongresu omezeni ve svých příjmech a výdajích na kampaň. (Saad 2013)

zabývají zejména dva odborníci, a to Anthony Corrado a John C. Green, kteří mu věnovali příspěvky v knihách, člancích i na konferencích, které byly v této práci využity. Dále práce vychází z konkrétních zákonů, které veřejné financování upravují (FECA, BCRA) a rozhodnutí Nejvyššího soudu (*Buckley v. Vale*, *Citizens United v. FEC*) a z tiskových zpráv a informací od Federální volební komise. Protože neexistuje ucelená publikace, která by se veřejným financováním zabývala, byly dále použity kapitoly z mnoha knih a články, jež se zabývají jednotlivými aspekty problematiky této práce. Vzhledem k tomu, že je toto téma aktuální a dynamicky se rozvíjející, bylo také čerpáno i z celé škály internetových příspěvků a článků z relevantních zpravodajských serverů, které poskytly informace, jež odborná literatura ještě nestihla reflektovat.

Díky tomu, že je toto téma poměrně specifické a chybí k němu odborná literatura v českém jazyce, jsou slova nebo slovní spojení, pro něž neexistuje vhodný český ekvivalent (např. *matching funds*, *front-loading*) ponechána v angličtině, neskloňují se a jsou psána kurzívou.



# 1. Prezidentské volby ve Spojených státech amerických

Volby amerického prezidenta se sice týkají primárně samotných Spojených států, nicméně jejich význam je ve světě stále vnímán jako vysoce přesahující hranice USA, a věnuje se jim proto velká mediální pozornost. (Vliegthart, Boomgaarden, Van Aelst, de Vreese 2010: 444-446) Kromě toho, že se v nich volí jeden z lídrů předních světových velmocí, jsou americké volby i předzvěstí toho, jaké novinky lze očekávat na poli politického marketingu. Právě v USA má totiž politický marketing své počátky a tamní prostředí stále funguje jako testovací laboratoř pro nové inovace ve vedení kampaní. (Knuckey 2009: 103)

Prezidentem Spojených států se může stát kdokoli, kdo je jejich občanem narozeným na území USA, starším 35 let, a který žije ve Spojených státech víc jak 14 let. Jeho funkční období je čtyřleté, s možností jednoho bezprostředního znovuzvolení, ale s omezením maximálně 10 let v úřadu prezidenta za celý život. Samotné volby pak probíhají ve fázi primárních a všeobecných voleb. V primárkách, nominační části voleb, si obě z hlavních politických stran – Demokratické a Republikánské – vybírají, kdo za ně bude kandidovat ve všeobecných volbách. Tato část trvá přibližně od ledna do června volebního roku a spočívá v tom, že každý z padesáti států zastupuje na Demokratickém a Republikánském národním sjezdu, jenž se koná v létě téhož roku, určitý počet delegátů. Voliči v jednotlivých státech si pak formou voleb (nebo v některých případech volebních shromážděních, tzv. *caucus*) vybírají, kolik delegátů, potažmo hlasů, který kandidát za jakou stranu dostane na národním sjezdu<sup>3</sup>. Na něm pak delegáti zvolí kandidáta, jenž bude stranu reprezentovat ve všeobecných volbách.

Všeobecné prezidentské volby se pak konají v úterý mezi 2. a 8. listopadem a jsou volbami nepřímými. Prezidenta ve skutečnosti technicky volí sbor 538 volitelů<sup>4</sup> a každý stát má předem stanoveno, kolik volitelů jej ve Sboru volitelů zastupuje<sup>5</sup>. Voliči v každém státě pak hlasují pro jednoho z kandidátů a většinovým volebním systémem (*first past the post*) získá vítěz v daném státě všechny jeho volitele<sup>6</sup>. Kandidát, který získá většinu z 538 volitelů, se pak stává americkým prezidentem. (Schantz c1996: 9-15)

---

<sup>3</sup> Pravidla pro primární volby i volební shromáždění se přitom liší jak v každém státě, tak pro delegáty Demokratické i Republikánské strany.

<sup>4</sup> To odpovídá počtu senátorů (100) + členů Sněmovny reprezentantů (435) + 3 zástupců District of Columbia-

<sup>5</sup> Toto číslo odpovídá počtu zástupců států v Kongresu. V případě District of Columbia jsou to pak tři volitelé.

<sup>6</sup> Až na Maine a Nebrasku, které mají specifický, více poměrný systém.

## 2. Legislativa

Zákony, které formovaly současný systém a regulaci financování kampaní na federální úrovni, byly ve Spojených státech schváleny až v 70. letech 20. stol. (Garrett 2014b: 3) Nicméně již mnoho desetiletí předtím se začaly objevovat obavy o to, jaký vliv na demokratický volební proces mohou mít peníze, kterými se kampaně platí, stejně jako způsob jakým jsou získávány. (Dudley, Gitelson c2002: 62) Při bližším pohledu na ranou legislativu, která se na tyto obavy snažila reagovat, pak vidíme, že už od počátku je její vznik a implementace spojena s problémem jejich neočekávaných důsledků. (Esenberg 2010: 284; Fleming 2000: 115) Následkem toho jsou pak zákony ve své podstatě „reaktivní, spíše než aktivistické či iniciativní“<sup>7</sup> a jsou schvalovány primárně ze tří důvodů: (1) za účelem napravit neočekávané důsledky způsobené zákony předešlými, (2) reagovat na politický skandál, (3) schvalovat reformy, které ztíží opoziční straně získávání prostředků. Tento trend je přitom patrný až do současnosti. (Beniak 2011: 5, La Raja 2008: 45)

### 2.1 Vývoj legislativy v 18. a 19. století

Již George Washington byl v roce 1757 obviněn z neregulérních výdajů na kampaň, když ve snaze získat křeslo ve virginské *House of Burgesses*<sup>8</sup> nakoupil tolik alkoholu, aby každému z 391 voličů ve svém okrsku poskytl alespoň 1,5 litru. (Wassom 2002: 1781) V počátcích americké federace nicméně nelze mluvit o politických kampaních v dnešním slova smyslu, neboť naprostá většina kandidátů si výdaje hradila sama, maximálně s finančním příspěvkem členů rodiny nebo politické strany, přičemž náklady se nepohybovaly ve vysokých částkách vzhledem k tomu, že zahrnovaly zejména tisk letáků a ve volební den pohoštění voličů jídlem či pitím. K změnám došlo až s jacksonovskou demokracií<sup>9</sup>, která v 19. století přinesla významné rozšíření elektorátu. Díky tomu narostly i náklady na kampaně, takže politické strany musely přijít s novou a efektivní taktikou jak získávat prostředky na jejich financování. (Corrado 2005a: 8) Hlavním zdrojem se tak během 30. let 19. stol. stali státní a federální úředníci, kteří byli na své posty dosazováni čistě na základě stranické příslušnosti, a byli proto stranami nuceni odevzdávat jim část svého příjmu.

---

<sup>7</sup> „...reactive rather than proactive...“ (Beniak 2011 :5)

<sup>8</sup> První lidem volený legislativní orgán v tehdejších amerických koloniích.

<sup>9</sup> Označení pro demokratické reformy v 2. pol. 19. stol., které zahrnovaly rozšíření volebního práva, rozvoj masových politických stran a restrukturalizaci federálních institucí vedoucí k většímu rovnostářství v rámci politického života. (von Dehsen 2013: 222)

Tento systém byl mnohými kritizován, ale k jeho změně se podařilo dospět až v roce 1883. V červenci roku 1881 totiž Charles Guiteau, pravděpodobně psychicky narušený muž, který nebyl přijat na pozici federálního zaměstnance, postřelil tehdejšího prezidenta Jamese Garfielda, jenž na následky zranění o dva měsíce později zemřel. (Shi, Tindall 2013: 853-587) Liberální část Republikánské strany, která považovala tehdejší způsob obsazování pozic státní správy za zkorumpovaný, pak Guiteaua vykreslila jako muže dohnaného k zoufalství *statem quo*, což napomohlo k získání podpory pro reformu. V roce 1883 byl tak Kongresem schválen Zákon o reformě státní služby (*Civil Service Reform Act*), nazvaný podle svého předkladatele též Pendletonův zákon, který zaváděl nové podmínky pro federálních státní úředníky. Jejich posty začaly být obsazovány na základě kvalifikačních výběrových řízení – ne podle stranické příslušnosti – a bylo jim zakázáno darovat politickým stranám jakékoli příspěvky.<sup>10</sup> Výše zmíněný problém nezamýšlených důsledků pak po Pendletonově zákoně nabral prvních konkrétních obrysů. Stranám totiž zmizel významný zdroj příjmů, který bylo potřeba nahradit jiným, a tak se obrátily s žádostí o finance na korporace, zejména pak na ty, které měly vlastní zájmy na směřování vládní politiky, a měly tak dostatečnou motivaci pomoci té či oné straně.<sup>11</sup> Tento trend vyvrcholil při prezidentské kampani roku 1896, kdy Mark Hanna, volební manažer Williama McKinleyho, dokázal od korporací získat za příslib „přístupu“ k vládě tehdy horentních 7 milionů dolarů<sup>12</sup>. (Maisel, Brewer c2012: 135-6)

## 2.2 Vývoj legislativy v 1. polovině 20. století

Negativní ohlas veřejnosti, novinářů i některých politiků na sebe nedal dlouho čekat a začaly se ozývat hlasy požadující legislativu, která by finanční příspěvky od korporací zakázala, nebo alespoň omezila. Čtyři státy sice přijaly zákony zakazující korporátní peníze v politice, nicméně na federální úrovni nemohla být o něčem takovém řeč až do počátku 20. století. Po prezidentských volbách 1904 proběhla série vyšetřování, která odhalila závažné nesrovnalosti ve stranických účetních knihách i tajné příspěvky mimo ně. Nejenže tento skandál vyvolal další negativní reakce voličů, ale sám prezident Theodore Roosevelt začal podporovat ideu reformy financování kampaní. (Corrado 2005a: 9-11) Ve svých Zprávách o stavu Unie z let 1905 a 1906 proto apeloval na Kongres, aby přijal patřičná opatření. Ten jej v roce 1907 vyslyšel a schválil tzv. Tillmanův zákon, který

---

<sup>10</sup> 22 Stat. 403 (1883)

<sup>11</sup> Jako např. ty, které podnikaly s ropou, ocelí, financemi či železnicemi. (Corrado 2005a: 10)

<sup>12</sup> To by v dnešní době činilo přibližně 193 milionů dolarů (<http://www.westegg.com/inflation/>)

zakazoval všem korporacím a bankám dávat jakékoli prostředky na kampaně k prezidentským i kongresovým volbám. (Dudley, Gitelson c2002: 62) Byl to také prezident Roosevelt, kdo na půdě Kongresu poprvé představil ideu veřejného financování kampaní, nicméně sám si uvědomoval, že na tak převratnou změnu ještě neuzrál čas<sup>13</sup>.

Efekt nezamýšlených důsledků se objevil i v případě Tillmanova zákona a projevil se tím, že místo aby peníze na kampaň věnovaly korporace, činili tak často přímo členové jejich vedení, přičemž jim prostředky k těmto darům byly předem poskytnuty z korporátní pokladny. (Smith 2001: 29-30)

Dalším prostředkem ke zprůhlednění financování kampaní bylo zavedení finančních přiznání. Opět to byl prezident Roosevelt, kdo ve své Zprávě o stavu Unie s touto myšlenkou apeloval na Kongres, jenž nakonec roku 1910 přijal Zákon o federálních korupčních praktikách (FCPA) (*Federal Corrupt Practices Act*), známý také jako Zákon o veřejném zájmu (*Publicity Act*). Ten ukládal stranický komisím, které vykonávají činnost ve dvou a více státech, aby nahlásily veškeré příspěvky a výdaje. Jeho účinek ovšem nebyl nijak převratný, neboť tato přiznání se musela odevzdávat jednorázově a po volbách. Proto byl zákon o rok později (1911) doplněn o povinnost finančních přiznání pro primární, všeobecné i kongresové volby, která se musela odevzdávat bezprostředně před volbami a po nich. Dále byly vůbec poprvé v historii stanoveny první limity na výdaje kampaní, opět jak pro primárky, tak všeobecné volby. (Binning, Esterly 1999: 169) Nejvyšší soud (SCOTUS) ale roku 1921 shledal omezování výdajů v primárkách federální vládou za protiústavní a veškeré limity zrušil.<sup>14</sup>

Brzy ovšem americkou politickou scénou otrásl skandál tak velkých rozměrů, že do aféry Watergate neměl obdoby. (Lippman 1989) Tzv. aféra Teapot Dome se týkala státem vlastněných ložisek se zásobami ropy, k nimž bez povinného výběrového řízení získali přístup soukromí podnikatelé, kteří přispěli velkými finančními obnosy Republikánské straně před kandidaturou Warrena G. Hardinga na prezidenta. Na tyto dary se několik let nepřišlo jen proto, že k nim došlo v mimo volební rok, a stranický výbor tudíž nemusel vykazovat příjmy a výdaje. Tyto skutečnosti vypluly na povrch během první poloviny 20.

---

<sup>13</sup> „Je zde jedno radikální opatření, které by, jak věřím, bylo značným vylepšením našeho systému vedení kampaní, ačkoli jsem si dobře vědom, že ještě nějakou dobu potrvá, než se lidé obeznámí s takovým návrhem natolik, aby byli ochotni uvážít jeho přijetí. Potřeba shromažďovat velké zdroje na kampaně by zmizela, kdyby Kongres poskytl dotace na řádné a legitimní výdaje každé z velkých národních stran, dotace postačující na to, aby uspokojily nutnost pečlivé organizace a aparátu, což vyžaduje velké výdaje peněz.“ (Theodore Roosevelt: "Seventh Annual Message," December 3, 1907)

<sup>14</sup> *Newberry v. United States*, 256 U.S. 232 (1921)

let a vedly roku 1924 až k federálnímu vyšetřování. Pobouření, které to vzbudilo mezi veřejností i politiky, bylo pro Kongres dostatečnou motivací, aby v roce 1925 schválil novelizaci FCPA. (Baldino, Kreider c2011: 65) Ta ukládala všem stranickým komisím působícím ve více státech, stejně jako kandidátům do Kongresu, aby čtvrtletně zveřejňovali všechny příspěvky nad 100 \$. Navíc stanovil limit pro výdaje na kampaň k všeobecným volbám, a to 25 000 \$ pro senátní volby a 5 000 \$ pro kandidáty do Sněmovny reprezentantů. FCPA byla v této upravené podobě hlavním zákonem týkajícím se financování federálních kampaní až do počátku 70. let. Nezaváděla však účinné mechanismy, kterými by šlo kontrolovat, zda ji kandidáti opravdu dodržují, a proto lze těžko soudit, zda byla ve skutečnosti tak efektivní, jak si kladla za cíl. (Binning, Esterly 1999: 169)

Na poli legislativních úprav se během 20. let odehrála ještě jedna významná změna – 19. dodatkem Ústavy bylo rozšířeno volební právo i na ženy. (Mead c2004: 170) To přirozeně znamenalo další významné rozšíření elektorátu, a tedy i nutnost rozšířit kampaně a s tím i objem prostředků do nich investovaný.

Ve 30. a 40. letech pokračoval vznik a vývoj legislativy týkající se financování kampaní, ale na rozdíl od předešlého období, které se neslo ve znamení celospolečenské snahy o určitou reformu politických stran a jejich pole působnosti, šlo spíše o stranické soupeření mezi republikány a demokraty. (La Raja 2008: 45-46)

Vítězství demokratického kandidáta Franklina Delano Roosevelta v prezidentských volbách roku 1932 pak odstartovalo implementaci jeho politiky New Deal, díky níž se během 30. let odehrály – mimo jiné – dvě důležité změny.

Jednak se díky sociálním programům rapidně zvýšil počet lidí placených federální vládou, aniž by se na ně však vztahoval Pendletonův zákon z roku 1883. To znepokojovalo zejména republikány, kteří se obávali, že tito zaměstnanci budou štedře financovat Demokratickou stranu, a to buď z vlastní vůle ve snaze zajistit jí vítězství ve volbách, nebo v horším případě pod nátlakem svým nadřízených<sup>15</sup>. (Corrado 2005a: 16) Republikáni se proto roku 1939 v Kongresu spojili s konzervativními jižanskými demokraty, aby prosadili Zákon na prevenci škodlivých politických aktivit (*An Act to Prevent Pernicious Political Activities*), známější podle svého předkladatele jako Hatchův zákon. (Smith 2001: 27) Ten zakazoval veškerou politickou činnost (od finanční podpory kampaní po jejich organizaci)

---

<sup>15</sup> Tak jak tomu bylo před zavedením Pendletonova zákona.

všem těm federálním zaměstnancům, na které se nevztahoval Pendletonův zákon. Hatchův zákon byl ještě o rok později doplněn o limit 5 000 \$ za rok na individuální příspěvek jednomu volebnímu stranickému výboru či kandidátovi a 3 miliony dolarů, které může jeden stranický výbor ročně vybrat a zároveň utratit. (Fleming 2000: 118) Zákon měl však opět silné nedostatky, neboť nezaváděl žádný kontrolní systém a strany ho mohly velmi jednoduše obejít tím, že vytvořily paralelně několik volebních komisí, z nichž každá mohla vybrat/utratit 3 miliony dolarů a každé mohlo být dárcem poskytnuto 5 000 \$. (Dudley, Gitelson c2002: 63)

Druhou změnou pak bylo postavení odborů, které za Rooseveltova New Dealu dramaticky nabyly na síle a staly se důležitým zdrojem peněz, které šly prakticky výhradně na podporu Demokratické strany. Republikáni si proto přirozeně připadali znevýhodnění a žádali, aby se na odbory vztahovala stejná omezení jako na korporace, které před prosazením Tillmanova zákona naopak dotovaly Republikánskou stranu. V roce 1943 se tak Kongresu podařilo, a to i přes veto prezidenta Roosevelta<sup>16</sup>, schválit Smithův-Connallyův zákon (*War Labor Disputes Act*), jenž odborům mimo jiné zakazoval přispívat na politické kampaně stejným způsobem, jako to bylo 36 let předtím zakázáno korporacím<sup>17</sup>. Zákon byl nicméně jen dočasným válečným opatřením, které mělo vypršet 6 měsíců po skončení války. (Arnesen 2007: 1279; Smith 2001: 28-29) Když však republikáni získali ve volbách v roce 1946 kontrolu nad oběma komorami Kongresu – poprvé od roku 1928 – zmobilizovali se a i přes veto prezidenta Trumana schválili o rok později Zákon o pracovních vztazích (*Labor Management Relations Act*). Ten vešel ve známost jako Taftův-Hartleyův zákon a dále výrazně omezoval práva odborů, např. nedovoloval federálním zaměstnancům stávkovat či nařizoval státní kontrolu nad chodem odborových organizací. Co se financování kampaní týče, stvrdil odborům zákaz přispívat finančními dary stranám i kandidátům. Protože se však zákonodárci obávali, že korporace a odbory toto nařízení obejdou jednoduše tím, že nedají peníze politikům, ale vytvoří vlastní iniciativy a zasadí se o prohru nebo vítězství kandidáta, vložili do zákona navíc i zákaz jakýchkoli výdajů spojených s federálními volbami, který se vztahoval jak na korporace, tak na odbory. (Corrado 2005: 17-18; Grier 2003: 311)

Stejně jako u předchozích zákonů chyběly i zde efektivní způsoby kontroly jeho dodržování v praxi. A jako u předchozích zákonů zafungoval i zde efekt nezamýšlených

---

<sup>16</sup> Prezidentské veto se povedlo přehlasovat díky celostátní stávce horníků z jara 1943, která svým rozsahem a dopady mobilizovala politiky ve snaze regulovat sílu odborů. (Malsberger 2000: 104)

<sup>17</sup> Hlavním cílem tohoto zákona bylo zamezit stávkám a minimalizovat jejich případné dopady na válečnou výrobu a akceschopnost Spojených států v průběhu druhé světové války. (Kersten 2006: 39)

důsledků, tentokrát ve formě politických akčních výborů (*political action committee*) známých pod zkratkou PAC. Ty byly inovativním nápadem odborů, jak legálně obejít Taftův-Hartleyův zákon a přispívat na kampaně. Místo aby peníze šly z odborových pokladen, což zákon zakazoval, vytvořily PAC přidružený k odborům, který financovali z dobrovolných příspěvků odborářů a členů jejich rodin. Skrz PAC pak odbory podporovaly vybrané kandidáty, přirozeně primárně z Demokratické strany, ať už přímými finančními dary nebo čistě vlastními nezávislými aktivitami na podporu kandidáta. Korporace se k tomuto trendu zpočátku nepřipojily, jednak proto, že – jak bylo již výše zmíněno – byly od dob Tillmanova zákona zvyklé obcházet zákaz spíše posíláním peněz individuálně přes členy vedení, ale také z toho důvodu, že panovaly pochybnosti, zda korporace mohou legálně PAC vůbec vytvořit. Jakmile se však časem ukázalo, že PAC korporacím nikdo nezakazuje, začal jejich počet s počátkem 60. let rychle narůstat. (Beniak 2011: 8-9; La Raja 2008: 65)

### **2.3 Vývoj legislativy v 2. polovině 20. století**

Během 50. a 60. let pak proběhlo několik změn, jež měly vliv jak na vedení, tak financování prezidentských kampaní. Byl to zejména nástup televize jakožto klíčového masmédia v 50. letech spolu s obrovským a náhlým nárůstem počtu televizních stanic. Ten souvisel s koncem období známého jako „zmrazení“ (angl. *The Freeze*), ve kterém mezi lety 1948 a 1952 Federální komise pro komunikace nevydávala žádné nové licence na kanály, čímž byl jejich počet omezen pouze na přibližně 100 v celých Spojených státech. (Medoff, Kaye 2011: 234; Norris 2000: 164) Kandidáti začali přirozeně využívat nových možností jak ovlivnit potenciální voliče, které jim televize nabízela<sup>18</sup>. To ovšem znamenalo dramatické zvýšení nákladů jednak díky poplatkům za vysílací čas a jednak díky profesionalizaci kampaní i kandidátů samotných tak, aby obstáli v novém, specifickém televizním prostředí. Spolu s tím se celá organizace kampaní začala odvíjet primárně od osob kandidátů místo od politických stran, což znamenalo, že každý kandidát si založil vlastní volební výbor a sháněl si sám finance, místo aby to za něj organizovala strana. (Dalton, Wattenberg 2002: 105-106, Gierzynsky 2000: 42)

---

<sup>18</sup> Už v roce 1952 odpověděla třetina respondentů v národním volebním průzkumu, že informace o kampaních a kandidátech získávají hlavně z televize.

Nárůst nákladů<sup>19</sup> ale znamenal i nárůst dárců, kteří byli ochotni kampaně financovat. Právě k tomu se začaly hojně využívat přidružené PAC zakládané odbory (a v 60. letech i korporacemi), neboť ty nebyly do 70. let zákonem nijak regulovány, ba ani rozeznávány, a jejich počet i vliv tak rychle rostl. K tomu zdatelně stoupal i objem peněz od bohatých sponzorů. Byl sice v platnosti Hatchův zákon se svým pětistícovým limitem, ale jak bylo již výše řečeno, ten se dal velmi snadno obejít pouhým ustavením více volebních výborů, které mohly příspěvky vybírat. Absurdních rozměrů toto obcházení zákona dosáhlo při prezidentských volbách v roce 1968, kdy W. Clement Stone, pojišťovací magnát, věnoval plejádě volebních výborů na podporu kampaně Richarda Nixona 2,8 milionu dolarů, což tvořilo přes 11 % z celých nákladů na Nixonovu kampaň. (Ornstein, Pope 1997: 3)

Už během 60. let se prezident Kennedy pokusil problém peněz úzce spjatých s politikou reflektovat a ustavil Komisi pro výdaje kampaní a Komisi pro ekonomický rozvoj, které měly představit návrhy jak výdaje omezit. Komise pro výdaje kampaní ve své zprávě dokonce navrhovala, aby kampaně byly na federální úrovni částečně veřejně financovány, ale Kongres se tímto tématem odmítl zabývat a veřejnost ho také nepovažovala za dostatečně důležité. (Seidle 1991: 73) Prezidentské volby 1968 se nakonec ukázaly býti zlomovými. Role bohatých donorů i způsoby, kterým někteří z nich obcházelí zákony, vyvolala negativní reakce u většiny voličů, snížila jejich důvěru v Kongres, a měla za následek i vznik některých občanských lobbistických skupin (Common Cause, Public Citizen), stejně jako si vysloužila velkou pozornost ze strany médií. Demokratická strana navíc po prohraných volbách skončila s dluhem přes 8 milionů dolarů a obavami o to, jak zvládne ufinancovat příští prezidentské volby. To vše přimělo Kongres konečně jednat. (Savage 2004: 180)

### 2.3.1. FECA – *Federal Election Campaign Act*

Demokratičtí politici byli na počátku 70. let motivováni špatnou finanční situací vlastní strany, ale i systémem samotným, neboť zpravidla nedokázali přilákat tolik bohatých donorů jako konkurenční republikáni. Navíc měla Demokratická strana v obou komorách Kongresu většinu, takže mohla v roce 1971 přijmout Zákon o federálních volebních kampaních (FECA) (*Federal Election Campaign Act*) a Daňový zákon (*Revenue*

---

<sup>19</sup> V roce 1948 stály prezidentské kampaně republikánů i demokratů dohromady asi 5 milionů dolarů. O čtyři roky později už to byl dvojnásobek a v roce 1960 utratil jak Kennedy, tak Nixon 10 milionů. A v kampani 1968 stála jen samotná Nixonova kampaň 25 milionů. (Davies 1999: 79)



Act), které znamenal revoluci ve financování kampaní. Za oběma stál předpoklad, že náklady na kampaně rostou zejména díky zvyšujícím se výdajům na mediální propagaci, a ty je proto potřeba regulovat.

FECA přinesla nová pravidla ve třech oblastech. Jednak to byla finanční příznání, která musel podávat jakýkoli kandidát nebo politický volební výbor participující ve federální kampani. Čtvrtletně musel hlásit všechny příjmy a výdaje nad 100 \$<sup>20</sup> včetně jména, adresy, zaměstnání a druhu podnikání dárce/příjemce. Před volbami bylo navíc nutné nahlásit každý dar nad 5000 \$ během 48 hodin. To je také stejná doba, během které všechna příznání musela být zpřístupněna příslušnými úřady veřejnosti. Dále FECA omezovala objem peněz, jenž mohl kandidát a členové jeho rodiny darovat na vlastní kampaň – v případě prezidentských a viceprezidentských kandidátů tato částka činila 50 000 \$.<sup>21</sup> Poslední regulovanou oblastí pak byly výdaje na média a telekomunikace<sup>22</sup>, které nesměly v primárních/všeobecných volbách/doplňkových volbách (každé počítány zvlášť) přesáhnout limit 50 000 \$ nebo 0.10 \$ krát počet způsobilých voličů – podle toho, která z částek byla vyšší. Zároveň nesměli kandidáti utratit za reklamu v rádiu a televizi více jak 60 % ze svých celkových mediálních nákladů<sup>23</sup>.

Daňový zákon zároveň zaváděl omezené daňové pobídky pro ty, kteří přispěli na politické kampaně. Ustanovil také Fond pro prezidentské volební kampaně (PECF) (*Presidential Election Campaign Fund*), do kterého mohli daňoví poplatníci delegovat 1 \$ ze svých daní<sup>24</sup> zaškrtnutím příslušného políčka na daňovém příznání a ze kterého se mělo v budoucnu hradit veřejné financování prezidentských kampaní. To bylo v zákoně také rozpracováno, jakkoli nijak podrobně, nicméně v praxi se v takové podobě nikdy neuplatnilo, neboť bylo nahrazeno systémem z dodatků FECA z roku 1974. Způsob financování PECF prostřednictvím daňových příznání ovšem zůstal a funguje dodnes.

### 2.3.2 Dodatky FECA z roku 1974

FECA byla schválena v roce 1971 s platností od 7. dubna 1972, což vedlo strany a kandidáty zejména k tomu, aby do té doby nashromáždili co možná největší objem peněz, které nebudou povinni hlásit ve finančních příznáních. Místrem v této technice byl Richard Nixon, který ve svých fundraisingových dopisech vyměřil korporacím 0,5 % jejich čistého

<sup>20</sup> Není proto překvapením, že stranické pokladny byly plné šeků na 99,99 \$. (Green c2002: 51)

<sup>21</sup> U kandidátů do Senátu 35 000 \$ a do Sněmovny reprezentantů pak 25 000 \$.

<sup>22</sup> Definovaná jako rádio, televize, kabelová televize, noviny, časopisy a automatem ovládané telefony.

<sup>23</sup> Všechny limity byly během let navyšovány podle indexu spotřebitelských cen.

<sup>24</sup> 2 \$ pro společné daňové příznání manželů.

jmění jakožto částku, kterou by mu měly přispět a to nejpozději do 7. dubna. Byly to právě peníze z Nixonových tajných fondů, které pomáhaly financovat vloupání do komplexu Watergate, jehož odhalení v létě 1972 nakonec ukončilo Nixonovu kariéru<sup>25</sup>. Následná vyšetřování odhalila další přestupky proti federálním zákonům, stejně jako podezření, že dárci si za peníze kupovali posty velvyslanců a další výhody. To vše vyvolalo obrovské pohoršení ve společnosti a zákonodárci usoudili, že bude třeba zavést mnohem přísnější a komplexnější systém kontroly financování kampaní. (Smith 2001: 32-33)

V roce 1974 proto Kongres schválil dodatky k FECA<sup>26</sup>, jež zformovaly podobu financování kampaní až do současnosti a představují „nejsouhrnnější balík reforem financování kampaní, který kdy Kongres přijal“ (Corrado 2005: 22).

V první řadě byla ustanovena Federální volební komise (FEC) (*Federal Election Commission*), jakožto orgán implementující FECA a dohlížející nad jejím dodržováním. Měla být vedena šesti pověřenci z obou politických stran, mířila k ní všechna finanční přiznání, jež bylo nutno prověřit a zpřístupnit veřejnosti, a mezi její pravomoci patřilo vydávat nařízení a omezení, stejně jako provádět namátkové audity.

Zároveň byla zpřísněna pravidla pro finanční přiznání – aby měla FEC přehlednější práci, musel si každý kandidát ustanovit jeden centrální volební výbor, který řídil všechny příspěvky i výdaje a musel je čtvrtletně hlásit FEC<sup>27</sup>, pokud ročně utratil nebo vybral více jak 1 000 \$. Dále byly stanoveny nové limity na příspěvky – jednotlivec směl darovat kandidátovi v jedné volbě<sup>28</sup> maximálně 1 000 \$ a zároveň nesměl překročit roční limit 25 000 \$ na celkové dary kandidátům nebo politickým výborům. Politické (akční) výbory pak nesměly přispět více než 5 000 \$ za jedny volby, avšak bez jakéhokoli celkového ročního limitu. V zájmu omezení korupce, či jen zdání korupce, také byly zakázány jakékoli hotovostní dary nad 100 \$. Nezávislé výdaje (*independent expenditures*), tedy výdaje na podporu kandidáta nekoordinované s jeho oficiální volební kampaní pak byly jak u jednotlivců, tak skupin omezeny stropem 1 000 \$ za rok. Z roku 1971 zůstala zachována omezení pro obnos, který do vlastní kampaně může investovat sám kandidát a jeho blízká rodina. Úplnou novinkou potom byly stropy na celkové výdaje kandidátů (které nahradily restrikce na mediální výdaje z roku 1971). Uchazeči o post prezidenta tak mohli utratit

---

<sup>25</sup> John Gardner, ministr zdravotnictví v administrativě Lyndona Johnsona a zakladatel Common Cause (lobbistické organizace na zprůhlednění politiky) řekl k Watergate následující: „Watergate není primárně příběh politické špionáže, ani intrik Bílého domu. Je to obzvláště zápachající kapitola v análech financování kampaní. Peníze zaplacené Watergate spiklencům před vloupáním – a ty které jim byly dodány později – byly peníze z darů na kampaň.“ (Samples 2006: 233)

<sup>26</sup> Pub. L. 93-443

<sup>27</sup> Navíc ještě 10 dní před volbami a 15 dní po nich.

<sup>28</sup> Všeobecné, primární i doplňující volby se počítají každé zvlášť.

maximálně 10 milionů dolarů během nominačního procesu a dalších 20 milionů během všeobecných voleb.

Nejzásadnější a nejnovativnější změnou ale bylo zavedení nového systému veřejného financování prezidentských kampaní. Jeho účelem bylo finančně podpořit kandidáty tak, aby nemuseli věnovat tolik času (a potenciálně politických slibů) jen těm, kdo mají bohaté finanční zdroje k příspěvní na kampaň a dát rovnou šanci i méně známým či etablovaným kandidátům, kteří nedisponovali velkými finančními prostředky. Systém fungoval na třech úrovních – přednomináční fáze primárních voleb, nominační sjezd a všeobecné volby.

Během nominačního procesu (primárek) mohou kandidáti získat tzv. *matching funds*. Ty představují pobídky, jež činí malé dary lukrativnějšími, neboť kandidát získá za prvních 250 \$ individuálního daru tu samou částku od státu. Hodnota všech příspěvků do výše 250 \$ je tak rázem dvojnásobná, zatímco cokoli nad tuto hranici kandidátovi žádné další prostředky nepřinese. Touto metodou lze z veřejných financí získat až polovinu limitu na výdaje v primárkách, tedy 5 milionů dolarů. Aby však byl kandidát k získání *matching funds* způsobilý, musí získat nejméně 100 000 \$ formou minimálně 5 000 \$ vybraných alespoň ve dvaceti různých státech a to v příspěvcích nepřekračujících 250 \$. Samotné politické strany mají mimoto nárok na pokrytí nákladů na nominační sjezd z veřejných financí – částku maximálně 2 miliony dolarů. Ve všeobecných volbách mohou kandidáti hlavních politických stran<sup>29</sup> získat plnou částku, jež lze dle limitů za kampaň utratit – tedy 20 milionů dolarů, ovšem jen za podmínky, že nebudou vybírat žádné jiné peníze ze soukromých zdrojů<sup>30</sup>.

Veškeré veřejné financování je přitom hrazeno z PECF, do něhož proudí peníze skrz daňová přiznání a všechny výše zmíněné limity jsou vázány na index spotřebitelských cen a s každými volbami se úměrně navyšují.

### 2.3.3 *Buckley vs. Valeo*

Implementace nových dodatků byla ovšem nečekaně zkomplikovaná žalobou, kterou ve snaze zrušit FECA jako takovou, podala poněkud kuriózní skupina složená z Jamese Buckleyho (velmi konzervativního senátora), Eugena McCarthyho (velmi

---

<sup>29</sup> Hlavní politická strana je definována jako strana, jejíž kandidát získal v předchozích volbách alespoň 25% hlasů. (Epstein 1986: 315)

<sup>30</sup> Menší politické strany, případně nezávislí kandidáti, mohou získat alespoň část veřejného financování, v závislosti na tom, jakých výsledků dosáhli v předchozích volbách.

liberálního bývalého senátora) a Ira Glassera (výkonného ředitele *New York Civil Liberties Union*). Tvrdili, že jakékoli limity týkající se peněz jsou v rozporu s prvním dodatkem Ústavy, zaručujícím svobodu projevu, a žádali jejich zrušení. Příklad se v roce 1976 dostal až před Nejvyšší soud, jenž svým rozhodnutím ovlivnil další čtvrtstoletí vývoje financování kampaní. Soudci rozhodli těsnou většinou 5:4, že je opravdu protiústavní zavádět jakékoli limity na výdaje použité k vyjádření politického názoru – zrušil proto limity na tzv. nezávislé výdaje, stejně jako limity na to, kolik prostředků může kandidát vložit do své vlastní kampaně a kolik se může utratit celkem za kampaň jako takovou<sup>31</sup>. Avšak zároveň bylo rozhodnuto, že v případě, kdy kandidát přijal veřejné financování, může být omezen limity na výdaje i příspěvek z vlastních financí, neboť za to získává peníze z federálních daní a je s touto podmínkou předem obeznámen a sám na ni dobrovolně přistupuje. Na druhou stranu ovšem SCOTUS obecně podpořil omezení darů, jež mohou jednotlivci nebo výbory dávat kandidátům, a to s odůvodněním, že velké finanční dary mají korupční potenciál, nebo minimálně budí jeho zdání. Stejně tak podpořil i veřejné financování a přísná pravidla pro finanční přiznání.

Odborníci charakterizují tento verdikt jako „směs paradoxu, dobrých úmyslů a pragmatismu“ (Fleming 200: 121), „postrádající koherentní jednotící myšlenku“ (Green c2002: 57) či „vytvářející konceptuální dichotomii“ (University of Denver Strategic Issues Panel on Campaign Finance 2013: 9), neboť bohatí kandidáti mohli do svých kampaní investovat libovolnou částku, zatímco těm méně bohatým mohli voliči přispět jen omezeným množstvím peněz.

#### 2.3.4 Dodatky FECA z roku 1976

Kongres musel rychle jednat a rychle aktualizovat FECA, pokud chtěl, aby odpovídal rozhodnutí Nejvyššího soudu, a mohl se podle něj řídit už volby v roce 1976.

Dodatky FECA 1976<sup>32</sup> byly nuceny změnit systém jmenování komisařů FEC tak, aby všech šest jmenoval prezident se souhlasem Senátu<sup>33</sup>. Dále stanovily, že stropy na výdaje na vlastní kampaň se vztahují jen pro ty, kdo přijmou veřejné financování a zpřísnily pravidla pro finanční přiznání vztahující se na nově neomezené nezávislé výdaje.

---

<sup>31</sup> Soudce Potter Stewart řekl „Mluvíme tu o projevu, peníze jsou projev a projev jsou peníze, ať už je to kupování prostoru v televizi či rádiu nebo reklama v novinách, nebo dokonce kupování tužek, papíru a mikrofonu.“ (Collins, Skover 2014: kapitola 3)

<sup>32</sup> Pub. L. 94-283

<sup>33</sup> Původně jmenoval dva prezident, dva předseda Sněmovny a dva předseda Senátu, ale Nejvyšší soud to shledal protiústavním, protože FEC vykonává exekutivní činnost, a není proto možné, aby část jeho předsednictva byla jmenována Kongresem jakožto orgánem legislativy.

Zákonodárci také využili faktu, že Nejvyšší soud schválil limity na peněžní dary a nově zavedli limity obnosů, jež mohl dát jednotlivec PAC (5 000 \$ za rok), národnímu stranickému výboru (20 000 \$ za rok) a jež mohl dát PAC národnímu stranickému výboru (15 000 \$ za rok).

### 2.3.5 *Dodatky FECA z roku 1979*

FECA byl dodatky<sup>34</sup> upraven ještě o tři roky později, aby reflektoval zkušenosti z několika proběhnutých voleb – zejména byly navýšeny hranice, od kterých se musely příspěvky kandidátům nahlašovat FEC (ze 100 \$ na 200 \$), stejně jako hranice, od které bylo nutno hlásit nezávislé výdaje (ze 100 \$ na 200 \$), neboť se ukázalo, že původní částky byly nastaveny moc nízko a znamenaly nezvladatelnou byrokratickou zátěž pro volební výbory. Na poli veřejného financování byla pouze navýšena dotace pro nominační sjezd ze dvou na tři a v roce 1984 následně na čtyři miliony dolarů. Změna se týkala také FEC, neboť jí byla odebrána pravomoc provádět náhodné finanční audity<sup>35</sup>; výjimka se v tomto vztahovala jen na ty kandidáty, kteří přijali veřejné financování.

### 2.3.6 *Vývoj po implementaci FECA*

Ani FECA se přirozeně nevyhnul efekt nezamýšlených důsledků. Jak se píše v jednom z rozsudků Nejvyššího soudu k financování kampaní: „Peníze si, stejně jako voda, vždy najdou cestu.“<sup>36</sup>. Celé dvě dekády po schválení FECA a jeho dodatků se nesly přesně v tomto duchu a přinesly dvě inovativní cesty, jak i přes zákonné limity a omezení napumpovat do federálních kampaní velké finanční obnosy.

Prvním z nich byly PAC, které sice existovaly již dříve, ale díky tomu, že FECA pro ně stanovovala vyšší limit než pro individuální dary a hlavně neuzákonila žádný celkový limit na to, kolik může PAC utratit, zažily PAC v 80. letech masivní nárůst. Pro ilustraci, jejich počet vzrostl z 608 v roce 1974 na 4009 v roce 1984 a jejich dary kongresovým kandidátům se zvýšily z 22,6 milionů dolarů z roku 1976 na 111,6 milionů v roce 1984, což činilo plných 27 % všech darů na kampaně. Týkalo se to však zejména kandidátů do Kongresu, neboť prezidentští kandidáti měli omezené pole působnosti, poněvadž všichni přijímali veřejné financování.

---

<sup>34</sup> Pub. L. 96-187

<sup>35</sup> Poté, co po volbách 1976 provedla FEC náhodný audit u 10 % kandidátů do Kongresu, který odhalil „méně závažné, ale nepřijemné nedostatky u mnohých úřadujících zákonodárců“, kongresmani a senátoři jí raději tuto pravomoc odňali. (Association of the Bar of the City of New York 2000: 82)

<sup>36</sup> *McConnell v. FEC*, 540 U.S. 93 (2003), 118

Druhou novinkou pak byly tzv. *soft money*<sup>37</sup> (měkké peníze), které se staly velkým tématem 90. let. Díky několika posudkům FEC z 2. pol. 70. let totiž měly strany na státní a místní úrovni dovoleno neomezeně vydávat peníze na aktivity, které se týkají činností podporujících party-building, zapojení dobrovolníků či propagace povědomí a základních informací o volbách samotných, stejně jako o názorech strany na různá témata. To vše proto, aby se posílila role stran na lokální úrovni. Nejvyšší soud stanovil, že strany na federální úrovni mohou na tyto aktivity vybírat neomezené prostředky, ale jen státní a místní úroveň stran je může utrácet. Zde začíná hrát zásadní roli rozdíl mezi *express advocacy* – tedy volební agitací na podporu nebo naopak porážku některého z kandidátů, a *issue advocacy*, kterým je propagován pouze názor na nějaké téma/problém<sup>38</sup>. (Storey 2010: 159) *Soft money* mohly být totiž použity pouze na *issue advocacy*, čemuž se strany kreativně přizpůsobily tím, že na federální úrovni získávaly obrovské (a stále zvyšující se) částky peněz, které posílaly svým státním a místním organizacím, jež za ně v hojném počtu produkovaly takové *issue advocacy*, kterým sice dodržovaly podmínku „osmi magických slov“, nicméně z nich bylo naprosto jasné, koho voliči podle nich mají nebo nemají podporovat. Příjmy stran v podobě *soft money* se zvýšily z 19,1 milionů dolarů v roce 1980 na 86 milionů dolarů v roce 1992, pak rapidním skokem ve volbách 1996, kdy činily 263,5 milionů až na 508 milionů v roce 2002, který byl poslední rokem, kdy byly *soft money* legální. Zákodáři se totiž, znepokojeni stále stoupajícím objemem neregulovaných příspěvků, konečně shodli na tom, že je potřeba jednat a znovu zásadnějším způsobem upravit legislativu pro financování kampaní. (Johnson 2011: 48)

### 2.3.7 *Bipartisan Campaign Reform Act*

Snahy aktualizovat zákony tak, aby regulovaly výše zmíněné nové procesy, existovaly v Kongresu již od poloviny 90. let, nicméně neměly nikdy dostatečně širokou podporu, byť byly vedeny zákonodárci z obou politických stran – Johnem McCainem (R) a Russellem Feingoldem (D) v Senátu a Christopherem Shaysem (R) a Martinem Meehanem (D) ve Sněmovně reprezentantů. Pro svůj návrh sice získali na konci 90. let většinu v oboru komorách, ale jeho schválení zablokoval republikánský senátor Mitch McConnell.

---

<sup>37</sup> Opakem jsou *hard money*, kterými se rozumí peníze regulované FEC.

<sup>38</sup> Nejvyšší soud stanovil v *Buckley v. Valeo* pravidla pro rozlišení *express* a *issue advocacy*. Těmi bylo tzv. osm magických slov, jejichž použití dělalo z reklamy *express advocacy*. Tato slova (slovní spojení) jsou „hlasujte pro“, „zvolte“, „podporujte“, „vhodte hlasovací lístek pro“, „...do Kongresu“ (případně Bílého domu), „hlasujte proti“, „porazte“, „odmítněte“. (SCOTUS, *Buckley v. Valeo*, 424 U.S. 1 (1976), poznámka 52)

Po volbách v roce 2000, kdy se objem *soft money* zdvojnásobil oproti roku 1996 a také v souvislosti s kolapsem energetického gigantu Enron, který, jak média zjistila, sponzoroval jak demokratické, tak republikánské kandidáty obřími částkami, se Kongres rozhodl jednat, a v roce 2002 se tak podařilo schválit *Bipartisan Campaign Reform Act*<sup>39</sup> (BCRA), známější pod názvem McCainův-Feingoldův zákon. (Fife c2010: 100-101)

Hlavními opatřeními tohoto zákona byl úplný zákaz *soft money* a snaha zabránit zneužívání *issue advocacy* tím, že veškerá strana financovaná veřejná sdělení, která obsahují jméno kandidáta na federální post a podporují, propagují, útočí nebo oponují kandidatuře na federální post, musí být financovány *hard money*. Zároveň byly navýšeny limity, které může jedinec celkem darovat za rok kandidátům, stranám a PAC na 95 000 \$ za dvouletý volební cyklus (z toho kandidátům lze darovat maximálně 37 500 \$). Zejména však zvýšil hranici daru pro federálního kandidáta od jednotlivce z 1 000 \$ na 2 000 \$ za rok. Také řešil problém obrovského množství neregulovaných *issue advocacy* reklam a to tím, že nahradil kritéria pro *express advocacy* („osm magických slov“) novým termínem *electioneering communication* (volební sdělení), který zahrnuje jakékoli vysílané sdělení, které odkazuje na federálního kandidáta a to během 60 dní před všeobecnými volbami a 30 dní před primárními. Tato volební sdělení nesmí být financována z pokladen korporací nebo odborů. (Corrado 2006: 5-11)

Ústavnost některých částí BCRA byla sice napadena u Nejvyššího soudu již zmíněným Mitchem McConnellem, nicméně SCOTUS na nich neshledal nic protiústavního<sup>40</sup>.

### 2.3.8 *Citizens United v. FEC*

K rozdílnému závěru však nejvyšší soud došel v roce 2010, kdy posuzoval žalobu konzervativní lobbistické skupiny *Citizens United*, která chtěla nechat odvysílat nelichotivý dokument o Hillary Clintonové, který by odpovídal definici *electioneering communication* z BCRA a nemohl by se vysílat, neboť byl placen obchodní společností (korporací), což zákon neumožňoval. *Citizens United* se proto rozhodli podat žalobu, ve které se odvolávali na první dodatek, a Nejvyšší soud jim dal v případě *Citizens United v. FEC*<sup>41</sup> za pravdu, čímž způsobil revoluci ve financování kampaní. Jeho rozhodnutí totiž prakticky znamenalo, že od té chvíle mohou korporace i odbory utrácet neomezené množství peněz za nezávislé výdaje a stejně tak mohou bez jakýchkoli limitů financovat

---

<sup>39</sup> Pub. L. 107-155

<sup>40</sup> *McConnell v. FEC*, 540 U.S. 93 (2003), 118

<sup>41</sup> *Citizens United v. FEC*, 558 U.S. 310 (2010)

*electioneering communications*. Tedy aktivity, jež jim (v případě korporací) byly zakázány již od dob Tillmanova zákona (1907). Prakticky tak korporace a odbory získaly ničím neomezenou možnost přesvědčovat voliče o tom, koho (ne)mají volit. (Dowling, Miller 2014: 11-15)

Toto rozhodnutí vzal poté za precedent soud nižší instance, jenž v případě *SpeechNow.org v. FEC* rozhodl o zrušení limitů na příspěvky pro ty organizace, které se věnují nezávislým výdajům. Výroky soudů v *Citizens United* a *SpeechNow.org* měly pak za následek vznik nových entit, nazvaných (lidově) super PAC, oficiálně *independent-expenditures only committees*. Ty nesmí sice nijak přímo darovat peníze na kampaně, nicméně mohou bez jakýchkoli limitů přijímat peníze a utrácet je za nezávislé výdaje, které z podstaty věci nesmí být jakkoli koordinovány s kandidátovou kampaní. Není však ojedinělým jevem, že super PAC na podporu určitého kandidáta zakládá člen jeho rodiny, nebo bývalý člen jeho volebního týmu, což zavdává důvody k pochybnostem o tom, jak konkrétně může taková „nekoordinace“ fungovat. (Dunbar 2012; Sullivan 2014) Super PAC musí samozřejmě také podávat finanční přiznání<sup>42</sup>.

### 2.3.9 *McCutcheon v. FEC*

Sérii rozhodnutí Nejvyššího soudu, která poněkud podřývají už tak ojedinělé snahy Kongresu zmenšovat objem peněz kolem politických kampaní, pak završuje jeho nejnovější výrok v případě *McCutcheon v. FEC* z dubna 2014. V něm Nejvyšší soud zrušil limit na celkovou částku, kterou může jedinec za jeden volební cyklus (2 roky) věnovat kandidátovi, stranickému výboru nebo PAC. To v důsledku umožňuje další velký nárůst příspěvků od bohatých jedinců, kteří mají dostatek finančních prostředků. (Sullivan 2014)

## 2.4 ***Současný stav legislativy veřejného financování prezidentských kampaní***

Přestože se styl vedení federálních kampaní za posledních čtyřicet let od zavedení FECA znatelně proměnil, zůstala legislativa týkající se veřejného financování až na tři výjimky bez rozdílů. Jen dvě z nich se navíc týkaly přímo veřejného financování jako takového.

---

<sup>42</sup> Musí hlásit, stejně jako jiné politické akční výbory, veškeré příspěvky nad 200 \$, spolu s informacemi o dárci, datu a částce.



V roce 1993 zvýšil Kongres částku, kterou mohou daňoví poplatníci delegovat prostřednictvím daňového přiznání do PEFCF, a to z 1 \$ (2 \$ u společných přiznání manželů) na 3 \$ (6 \$)<sup>43</sup>. BCRA pak zvedl limit na příspěvek jednotlivce kandidátovi za jedny volby z 1 000 \$ (+ COLA<sup>44</sup>) na 2 000\$ (+ COLA), což je však limit vztahující se na všechny federální kandidáty, ať už veřejné financování přijmou nebo ne.

Zatím poslední změnou pak byl zákon z března 2014 rušící veřejné financování nominačních sjezdů. Každá z hlavních stran na něj v posledních prezidentských volbách (2012) získala z PEFCF 18,2 milionu dolarů<sup>45</sup>, což bylo také maximum, jež mohly za své sjezdy oficiálně utratit. Nicméně poradatelská města, korporace i odbory mají k dispozici různé, byť omezené způsoby, jak na sjezdy darovat obrovské množství vlastních prostředků<sup>46</sup>, které mnohonásobně převyšují 18milionový federální grant. Panoval proto konsenzus na tom, že je zbytečné, aby se z již tak poloprázdného PEFCF dotovalo něco, co vlastně není potřeba. (Overby 2014)

System tedy nyní funguje na dvou úrovních – *matching funds* pro kandidáty v primárkách a plné financování pro kandidáty ve všeobecných volbách.

#### 2.4.1 Primární volby

Aby se kandidát mohl kvalifikovat pro *matching funds* musí vybrat alespoň ve 20 různých státech prostřednictvím maximálně 250\$ darů po 5 000 \$, tedy celkem minimálně 100 000 \$ a musí akceptovat limity na výdaje. Ty činí 10 milionů dolarů, které jsou ovšem vázány na ukazatel životních nákladů (COLA<sup>47</sup>) (*cost-of-living expenses*), který reflektuje inflaci podobně jako index spotřebních cen. Ve volbách v roce 2012 tak kandidát mohl v primárních volbách utratit 45,6 milionu dolarů. Mimoto může každý kandidát vydat na další fundraisingové aktivity částku odpovídající 20 % z celkového limitu na výdaje stanoveného pro daný volební cyklus.

Při výdajích je pak kandidát navíc omezen i limity v jednotlivých státech, kde může v každém utratit buď 200 000 \$ + COLA nebo počet způsobilých voličů x 0,16 \$, podle toho, která částka je větší.

---

<sup>43</sup> Pub. L. 103-66

<sup>44</sup> Ukazatel životních nákladů, díky kterému se částka mění spolu s inflací.

<sup>45</sup> Oficiálně 4 miliony dolarů + COLA, počítáno od roku 1984.

<sup>46</sup> Často materiálních, jako například poskytnutí aut, budovy, kde se bude sjezd konat či technologické vybavení.

<sup>47</sup> Stanovuje jej každoročně Ministerstvo práce.

Peníze na kampaň může získat darem od jednotlivců (případně PAC), kteří smí darovat max. 2 000 \$ + COLA (2 600 \$ pro volební cyklus 2013-2014). Za každý jeden dolar od jednotlivce až do výše 250 \$ mu pak FEC poskytne ten samý obnos z veřejných financí<sup>48</sup>, přičemž nejvyšší částka, kterou lze tímto způsobem získat, činí 50 % celkových limitů na výdaje. Mezi příspěvky, na které se vztahují *matching funds* se počítají všechny ty, které kandidát získal od ledna roku předcházejícího volebnímu roku. Navíc smí kandidát ze svých peněz investovat do kampaně až 50 000 \$. (Potter 2005: 61)

#### 2.4.2 Všeobecné volby

Když kandidát jedné z hlavních politických stran získá stranickou nominaci, je automaticky způsobilým k získání plného veřejného financování. To činí 20 milionů dolarů + COLA, což v prezidentských volbách v roce 2012 odpovídalo 91,2 milionu dolarů. Musí se však zavázat, že neutratí víc, než mu bylo veřejnými financemi poskytnuto, a nebude ani přijímat žádné soukromé příspěvky. Může do kampaně vložit pouze 50 000 \$ z vlastních zdrojů. K tomu mohou politické strany utratit 0,02 \$ x celkový počet způsobilých voličů v USA + COLA za aktivity koordinované se svým kandidátem.

Co se všeobecných voleb týče, mohou v některých případech získat částečné veřejné financování i kandidáti třetích<sup>49</sup> a menších<sup>50</sup> stran. V případě, že přijmou omezení vztahující se na kandidáty hlavních stran a získají ve volbách přes 5 % hlasů, dostanou zpětně částečné veřejné dotace v závislosti na tom, kolik hlasů získali. Navíc, rozhodnou-li se kandidovat v dalších volbách znovu, budou způsobilí k získání veřejného financování již *před* volbami. (Corrado 2005b: 62)

### 3. Odmítnutí veřejného financování

Kterýkoli kandidát se může samozřejmě rozhodnout, že i když je způsobilý pro veřejné financování, nemá o něj zájem. To pro něj znamená, kromě toho, že nedostane peníze od PEFCF, že pro něj neplatí žádné limity na to, kolik peněz může v primárkách/všeobecných volbách utratit. Stejně tak není omezen v tom, kolik může pro svou kampaň vybrat, až na všeobecná omezení vztahující se na jakékoli dary. Může také

---

<sup>48</sup> 100 \$ tak má automaticky hodnotu 200 \$, 250 \$ hodnotu 500 \$, ale 2 000 \$ hodnotu 2 250 \$

<sup>49</sup> Strana, která není ani hlavní, ani menší.

<sup>50</sup> Strana, jejíž kandidát získal v minulých volbách 5-25 % hlasů.

udělat to, že odmítne *matching funds* v primárkách, ale přijme veřejné finance ve všeobecných volbách, nebo naopak.

**Tabulka 1:** Limity pro dary prezidentským kandidátům

|   | Limit příspěvků pro kandidáta nebo kandidátní výbor za jedny volby |
|---|--|
| Jednotlivec   | 2 000 \$ + COLA <sup>*)</sup>                                      |
| Národní stranický výbor                               | 5 000 \$   |
| Státní, okresní a lokální stranický výbor (dohromady) | 5 000 \$   |
| PAC (multikandidátní) <sup>**)</sup>                  | 5 000 \$   |
| PAC   | 2 000 \$ + COLA  |

<sup>\*)</sup> Základní rok pro výpočet 2002.

<sup>\*\*)</sup> Multikandidátní PAC je takový, jenž zahrnuje více jak 50 přispěvatelů, kteří jsou v něm registrovaní více jak 6 měsíců, a který přispěl více jak 5 kandidátům na federální úrovni.

*Zdroj: FEC*

Od počátku je systém veřejného financování postaven tak, aby umožnil i méně bohatým kandidátům či počátečním outsiderům vést dostatečně kompetitivní kampaň, aby se udrželi ve volbách (hlavně v primárních) a případně vyhráli. To mělo za cíl jednak udržovat konkurenční prostředí a jednak zamezit vlivu těch nejbohatších donorů. To, že *matching funds* se vztahují maximálně na prvních 250 \$ z příspěvku, má fungovat jako pobídka kandidátům, aby rozšířili svou fundraisingovou základnu na co největší počet malých dárců.

Do roku 2008 fungovalo veřejné financování veskrze úspěšně. Několika kandidátům zachránily *matching funds* kampaň, potažmo celou kandidaturu, neboť se vyplácí až v lednu volebního roku, kdy již někteří byli na pokraji bankrotu. Ronald Reagan měl v roce 1976 na účtu jen něco přes 43 tisíc dolarů, než mu přišly na účet 2 miliony dolarů z PECEF. V primárkách sice neporazil tehdy úřadujícího prezidenta Geralda Forda, ale dokázal vést velmi silnou kampaň a na republikánském nominačním sjezdu získal 1 070 hlasů, jen o 117 hlasů méně než vítězný Ford, čímž se zapsal do povědomí a o čtyři roky později dokázal prezidentské volby vyhrát. (Mears 1976) Jimmy Carter,

demokratický kandidát, který v roce 1976 získal prezidentský post, by to bez veřejných peněz nedokázal vůbec. V lednu toho roku měl pouze něco přes 40 000 \$ a nebýt *matching funds*, rozhodně by nevyhrál důležitá klání v Iowě a New Hampshiru a z primárek by musel odstoupit. (Associated Press 1979) Když měl na začátku prosince 1979 republikánský kandidát George H. W. Bush na kontě pouze necelých 70 000 \$, pomohly mu zas federální peníze vydržet až do května a být důstojným soupeřem svého stranického soka Ronalda Reagana, který si jej později vybral jako svého viceprezidenta a dvojice Reagan-Bush vládla v Bílém domě až do roku 1989. Podobně na tom byl i John McCain ve volbách 2000, kdy mu na konci ledna zbývalo 350 000 \$, což sice není malá částka, ale v porovnání s 31 miliony dolarů jeho hlavního soupeře George W. Bushe byl prakticky bez prostředků. Veřejné dotace pomohly jeho kampani vydržet až do března, což pomohlo i jeho další politické kariéře. A to jsou jen nejvýraznější z případů, kdy *matching funds* pomohly kandidátovi v nefavorizované pozici buď vyhrát, nebo se alespoň udržet v souboji dostatečně dlouho, aby se jeho jméno minimálně etablovalo mezi voliči a on mohl v příštích volbách získat více zdrojů, hlasů a případně i kandidaturu.

V 70. i 80. letech fungovalo veřejné financování bez problému, což se však začalo pomalu měnit v 90. letech. Profesor Anthony Corrado, který se dlouhodobě problematikou veřejného financování a reformy financování kampaní zabývá, určil, že je pravděpodobné, že se kandidát rozhodne federálních dotací vzdát, má-li pocit, že nastanou následující podmínky: (1) bude mít dostatek vlastních zdrojů, které dokáží nahradit ty, jež by mu veřejné financování mohlo poskytnout, (2) dokáže utratit prostředky, které vysoce převyšují limity spojené s přijetím veřejného financování, (3) bude moct odmítnout veřejné financování, aniž by tím dokázal vyvolat negativní publicitu. Avšak jen tehdy, když jsou všechny tři podmínky splněny i v reálu, je šance, že se kandidátovi skutečně vyplatí vzdát se federálních zdrojů. (Green, Corrado 2003: 177-8)

S počátkem nového milénia se začalo ukazovat, že stávající systém nadále není schopný plnit svůj účel a dá se říci, že s prezidentskými volbami v roce 2012 (podle některých už 2008) prakticky zkolaboval. Kandidáti začali postupně systém opouštět a v současnosti značí přijetí veřejných financí více než cokoli jiného slabost kandidáta a malou životaschopnost jeho kampaně. (Farrar-Myers 2012: 138)

### 3.1. *Období 1976-1996*

Během prvních dvaceti let se našlo 65 kandidátů, kteří měli vážný zájem i reálnou šanci ucházet se o prezidentské křeslo a z nich pouze tři odmítli veřejné financování – většinou to bylo pouze na úrovni *matching funds*. (Association of the Bar of the City of New York 2000: 101)

Prvním z nich byl republikán John Connally v roce 1980, jenž věděl, že bude muset v primárkách soupeřit s favoritem voličů Ronaldem Reaganem. Oznámil tedy svou kandidaturu extrémně brzy – již na začátku roku 1979, zatímco Reagan až v listopadu téhož roku – a začal s kampaní, aby stihl získat co nejvíce peněz a investovat je do celonárodní kampaně. *Matching funds* proto odmítl, aby se na něj nevztahovaly žádné limity, ale jeho snaha nebyla úspěšná, protože se mu podařilo utratit jen přibližně 12 milionů dolarů, i když limit v rámci veřejného financování byl téměř 15 milionů, a na nominačním sjezdu získal pouhý jeden hlas. Tento neúspěch, spolu s negativní publicitou, které se díky němu Connallymu dostalo, na dalších 12 let odradil všechny kandidáty od toho, aby se do podobných experimentů pouštěli. (Mason 2011: 257)

V roce 1992 se však prezidentského klání ve všeobecných volbách zúčastnil nezávislý kandidát Ross Perot, který se rozhodl nepřijmout podmínky veřejného financování, neboť by ho to omezovalo ve výdajích a navíc jakékoli prostředky, které by díky němu mohl dostat, by získal stejně až po konci voleb. Ve volbách však získal jen 19% hlasů, a jeho kampaň stála 13,7 milionu dolarů, přičemž kdyby veřejné financování přijal, byl by limitován částkou 55 milionů. Perot nicméně kandidoval i o 4 roky později a díky svému relativnímu úspěchu z roku 1992 byl způsobilý k získání prostředků z veřejného financování již před volbami a v roce 1996 již tuto možnost přijal. (Clymer 1992; Holmes 1992; Wayne 2007: 57)

Klíčovými se pak staly právě prezidentské volby v roce 1996 a to ze dvou souvisejících důvodů. Prvním byl Steven Forbes, multimilionář a vydavatel, který chtěl získat republikánskou nominaci a protože měl dostatek vlastních zdrojů, rozhodl se odmítnout *matching funds*. Za kampaň utratil jen z vlastních prostředků téměř 41,6 milionů dolarů, čímž několikanásobně převýšil všechny ostatní republikánské kandidáty, až na Roberta (Boba) Dola. Ten, jednak přirozeně ve snaze vyhrát primárky, ale taky s cílem nenechat se převálcovat Forbesovou intenzivní kampaní, utratil ještě v průběhu přednominační fáze celý limit na výdaje – a to přes 37 milionů dolarů. Problémem nicméně bylo, že jakkoli měl nakonec Dole svou nominaci zajištěnou, bylo to celé čtyři

měsíce před republikánským sjezdem a on už nesměl utratit ani cent. Prostředky veřejného financování na všeobecné volby totiž kandidát může získat, až když je nominován oficiálně. Za Demokratickou stranu proti Doleovi ovšem stál úřadující prezident Bill Clinton, který v primárkách nemusel utratit nic, neboť proti němu nikdo nekandidoval. Za ušetřené peníze z primárek pak Clinton v čtyřměsíčním okně mezi Doleovým teoretickým zajištěním nominace a jejím oficiálním vyhlášením rozjel kampaň, která – ač technicky v před-nominačním období – byla už prakticky pro všeobecné volby. A právě fakt, že Clintonova kampaň začala o čtvrt roku dříve, byl jedním z hlavních důvodů Doleovy prohry. (FEC 1996; Malbin 2009: 7; Polsby, Wildavsky, Hopkins 2012: 70)

### 3.2 *Období 2000-2012*

Začátkem konce veřejného financování se staly prezidentské volby v roce 2000, ve kterých se kandidátovi, jenž odmítl *matching funds* podařilo zajistit stranickou nominaci a nakonec i zvítězit ve všeobecných volbách. Do té doby veřejné financování odmítali jenom extrémně bohatí kandidáti, kteří si mohli dovolit hradit kampaň převážně z vlastních zdrojů. Úspěch George W. Bushe byl však milníkem, který ukázal všem dalším kandidátům, že odmítnutí veřejného financování v přednominační fázi se ze strategického hlediska stává výhodným, a časem dokonce i nezbytným krokem, chtějí-li mít reálnou šanci na vítězství.

#### 3.2.1 *Prezidentské volby 2000*

Už v červenci roku 1999 potvrdil republikánský guvernér Texasu George W. Bush svou kandidaturu, ale zároveň oznámil, že nemá v plánu přijmout *matching funds*. Už tehdy se totiž vědělo, že Steve Forbes, který se chystal opět ucházet o republikánskou nominaci, je taktéž přijímat nebude a navíc existovala šance (která se nakonec stala realitou), že za demokraty bude kandidovat tehdejší viceprezident Al Gore. Bushovi bylo jasné, že bude-li muset soupeřit s Forbesem, hrozí, že skončí jako Dole. Bude muset investovat maximum možných výdajů a skončí v dubnu s nominací, ale bez možnosti reagovat na případnou Goreovu kampaň, ve které by jeho viceprezidentský post sehrál nemalou roli<sup>51</sup>. „Mám na paměti, co se stalo v roce 1996 a nedovolím, aby se to stalo mě,“ řekl Bush novinářům (Glover 1999). Vzdal se proto veřejného financování s vědomím, že

---

<sup>51</sup> „Je šance, že budu kandidovat proti někomu, kdo bude moci naskočit do vládního letadla, cestovat po celé zemi a předvolební sliby. Chci být schopný na to reagovat. A nejlepším způsobem jak to udělat je nepřijímat peníze daňových poplatníků,“ řekl doslova Bush.

mu nehrozí limity na celkové výdaje, ale ani na výdaje v jednotlivých státech, zejména Iowa a New Hampshiru, jejichž výsledkům se přikládá velký, byť zejména mediální, význam. Bushovi se následně povedlo něco unikátního. Využil síť svých finančních podporovatelů, kterou si vybudoval v Texasu a použil i fundraisingovou základnu svého otce, bývalého prezidenta. Zároveň dokázal efektivním způsobem využít tzv. *bundling*, tedy fundraisingový postup, při kterém kandidát požádá některé ze svých donorů, aby se snažili získat co nejvíce dalších (pokud možno co nejvyšších) příspěvků od svých rodinných příslušníků, kolegů i přátel. Ti, kterým se takto povedlo překročit určitou finanční hranici, pak získali ke kandidátovi přístup, případně jiné výhody. Bushovi se tímto způsobem podařilo získat přes 22 milionů dolarů a celkem na příspěvcích vybral neuvěřitelných 95,6 milionů. Jeho straničtí soupeři přitom mohli utratit maximálně 49,4 milionů a někteří z nich, zejména John McCain, by bez *matching funds* museli už v únoru odstoupit z kampaně. Když Bush získal republikánskou nominaci, tak ale veřejné financování pro všeobecné volby přijal, neboť se tehdy zdálo nemyslitelné, aby se kdokoli rozhodl jinak. (Hasen 2009: 5-9) Bush ve své kampani jako první splnil úspěšně všechny tři podmínky, jež zmiňuje Corrado, což otřásl celým systémem veřejného financování. Ten je postaven na tom, že kandidáti sami sebe dobrovolně omezují výměnou za určité výhody, jenže ve chvíli, kdy by jen jeden kandidát tyto výhody (a limity) odmítl, a přesto dokáže získat nominaci, stává se přijetí veřejného financování pomalu ale jistě spíše přítěží než výhodou.

### 3.2.2 Prezidentské volby 2004

Přesně to se projevilo hned v příštích prezidentských volbách v roce 2004. Prezident Bush, který obhájoval post a v primárkách neměl žádného vyzyvatele, opět odmítl *matching funds*, ale tentokrát se k němu připojili i dva demokraté. Howard Dean to oznámil již v listopadu 2003 a stal se tak prvním kandidátem Demokratické strany vůbec, jenž se k tomuto kroku rozhodl. (Justice 2003) Mohlo by se to zdát jako odvážně rozhodnutí, protože jako bývalý guvernér Vermontu nebyl příliš známý, jenže Dean postavil svůj fundraising i kampaň naprosto revolučním způsobem. Byl totiž prvním kandidátem, který naplno a systematicky využil nových možností, jež skýtal internet. Jako první významný politik si založil pro svou kampaň blog a snažil se o maximální interaktivitu, díky čemuž se mu tímto způsobem povedlo vybrat na 27 milionů dolarů a zdál se být favoritem. (Maarek 2011) Druhým kandidátem, který šel v Bushových šlépějích, byl John Kerry, kterému se ovšem na poli fundraisingu tak dobře nedařilo.

V listopadu 2003 dokonce propustil manažera své kampaně, a aby ji uchránil od bankrotu, musel do ní investovat 6 milionů dolarů z vlastních peněz, což by při přijetí *matching funds* nemohl a musel by kampaň předčasně ukončit. Pro většinu politických pozorovatelů proto bylo obrovským překvapením, když se Kerry mu povedlo vyhrát volební shromáždění v Iowě. Díky obrovské mediální publicitě, které se mu díky tomuto vítězství dostalo, vyhrál i volby v New Hampshiru, což opět nastartovalo jeho kampaň a dovedlo ho na konci února k zajištění demokratické nominace. Všem třem kandidátům, kteří veřejné financování v primárkách odmítli, se však podařilo získat a utratit mnohonásobně větší částky, než limit 37,3 milionu dolarů, kterým by jinak byli omezeni. (Polsby, Wildavsky, Hopkins 2012: 108-109)

### 3.2.3 Prezidentské volby 2008

V prezidentských volbách 2008 poprvé od roku 1952 nekandidoval žádný stávající prezident ani bývalý (či stávající) viceprezident, a voliči proto mohli vybírat ze široké plejády kandidátů na obou stranách politického spektra. (Newport a kol. 2009: x) Pět z nich, Barack Obama, Hillary Clintonová, John Edwarda, Mitt Romney a Mike Huckabee se rozhodlo, že odmítne veřejné financování pro primární volby<sup>52</sup>. Kdyby ho přijali, museli by své výdaje omezit maximálně na 42 milionů dolarů. Takhle však dokázali vybrat a vydat 336,7 milionů, 207 milionů, 120,8 milionů, 59,7 milionů a 15,9 milionů dolarů (v odpovídajícím pořadí). Celkem dokázali kandidáti v přednominačním období získat 1,2 miliardy dolarů, což je dvojnásobek toho, co v roce 2004. (Public Citizen 2012)

Díky unikátní kampani využívající síly nových médií a efektivnímu získávání tzv. mikro darů (*micro donations*<sup>53</sup>) dokázal Barack Obama již v přednominačním období získat výrazně více prostředků než kdokoli z jeho soupeřů a – jakkoli po poměrně dlouhém boji s Hillary Clintonovou – se mu podařilo zajistit si demokratickou nominaci. Na straně republikánů se po tzv. volebním super úterý<sup>54</sup> stal kandidátem John McCain. Ten původně veřejné financování sice přijal, ale protože se jeho kampaň v listopadu 2003 ocitla na pokraji naprostého finančního vyčerpání, musel si McCain vzít třímilionovou půjčku, a tak nakonec od *matching funds* raději také odstoupil, aby mohl své kampani poskytnout dostatečnou finanční injekci. (Kuhnhen 2008)

---

<sup>52</sup> Dalších osm kandidátů *matching funds* přijalo. Byli to za Demokratickou stranu Jo Biden, Christopher Dodd, John Edwards a Dennis Kucinich, za Republikánskou stranu Duncan Hunter, Thomas Tancredo, John McCain a za Stranu zelených Ralph Nader. (Garrett c2009: 11-12)

<sup>53</sup> Jednorázové dary nepřevyšující 200 \$.

<sup>54</sup> Den kdy se konají primární volby v nejvíce státech najednou.



Volby z roku 2008 se však do dějin financování kampaní zapsaly zejména tím, že Barack Obama, jako první kandidát od vzniku celého systému veřejného financování v roce 1974, nepřistoupil na veřejné financování ve všeobecných volbách. Původně sice tvrdil, že se bude systému držet, ale objem peněz, který dokázal vybrat, byl tak veliký, že podřídit se limitům by bylo proti jeho vlastnímu zájmu. (Garrett c2009: 11) Jeho soupeř John McCain federální dotace přijal a jeho maximální výdaje tak byly omezeny na částku 84,1 milionů dolarů. Naproti tomu Obama, který mohl utrácet, jak uznal za vhodné, dal za kampaň jen mezi zářím a listopadem 2008 čtyřnásobek toho, co McCain. Celkem Obamu nakonec kampaň vyšla na 740,6 milionů, což byla do té doby naprosto bezprecedentní suma, zatímco McCain utratil „pouhých“ 227,7 milionů dolarů. Všichni kandidáti navíc poprvé v historii utratili za kampaň dohromady přes 1 miliardu dolarů<sup>55</sup>. Fakt, že Obama dokázal McCaina porazit a stát se prezidentem bez toho, aby přijal jakékoli prostředky z PECF, otřásl celým systémem financování a pozorovatelé očekávali, že nedojde-li k přijetí nebo modifikaci legislativy, veřejné financování se v roce 2012 stane úplně irelevantním. (Luo 2008, Salant 2008)

#### 3.2.4 Prezidentské volby 2012

Jedinými změnami, které se mezi lety 2008 a 2012 odehrály na poli financování kampaní, byla rozhodnutí soudů v případech *Citizens United* a *SpeechNow.org* a nezamýšlené důsledky, jež tyto rozsudky měly. Těmito byl primárně veliký nárůst negativních reklam<sup>56</sup>, způsobený vznikem super PAC s neomezenými limity pro utrácení bez koordinace s kandidáty. PAC pak vynaložily velkou část peněz na negativní reklamu, protože její účinnost je ověřená, a zároveň jim přijde výhodnější nechat pozitivní reklamy spíše pro samotné kandidáty, aby ti nevypadali moc agresivně. (Center for American Politics and Citizenship; Parker 2014; Westen 2012) Kandidáti, zejména ve všeobecných volbách, se proto museli připravit na to, že budou muset vynaložit ještě další zdroje na to, aby efekt negativních reklam alespoň zmírnili.

Nebylo proto překvapením, když žádný z kandidátů dvou hlavních stran nepřijal *matching funds* a podmínky s tím spojené, přičemž limit na celkové výdaje v primárkách činil 45,6 milionů. (Dinan 2012) A stejně tak nebylo velkým překvapením ani to, když se Mitt Romney, který vyhrál republikánskou nominaci, rozhodl odmítnout i veřejné finance

---

<sup>55</sup> Pro srovnání, v roce 2004 dělaly tyto celkové náklady všech kandidátů 820,3 milionů a ještě čtyři roky předtím dokonce 500,9 milionů dolarů.

<sup>56</sup> Takové reklamy, jejichž hlavní zprávou není to, koho voliči mají volit, ale proti komu mají volit.

ve všeobecných volbách. Rok 2012 se tak stal v historii voleb prvním, kdy veřejné financování nehrálo naprosto žádnou roli. Při pohledu na limit 91,2 milionů, který by oba soupeře ve všeobecných volbách omezoval, se však není čemu divit. Romney věděl, že chce-li mít jakoukoli šanci porazit Obamu a jeho velké finanční zdroje, 91 milionů mu k tomu stačit nebude. Prezident Obama, jenž obhajoval svůj post, neměl mezi demokraty žádného vyzyvatele, a nemusel tak peníze, které získal v přednominačním období utrácet za boj se spolustraníky, což ještě zvýhodnilo jeho pozici. (Toner, Trainer 2013: 88-89)

Obama nakonec dokázal během celých voleb vybrat 715 milionů dolarů a utratit 683 milionů, kdyžto Romneymu se podařilo získat podstatně nižších 446 milionů, z nichž vynaložil na kampaň (všeobecnou plus v primárkách) 433 milionů. Navíc ale nezávislé skupiny, zejména super PAC, utratily na Romneyho podporu přes 418 milionů dolarů, zatímco na Obamově straně činily tyto výdaje jen něco přes 131 milionů. Když se k tomu navíc přičetly prostředky, které na podporu svých kandidátů poskytla Republikánská i Demokratická strana, utratil celkem „tým Romney“ 1,23 miliardy dolarů, což bylo o celých 130 milionů víc, než „tým Obama“, u kterého se jednalo o částku 1,1 miliardy. (Center for Responsive Politics 2013)

Tyto volby se tak staly bezkonkurenčně nejdražšími v historii. Svůj podíl na tom měl fakt, že nikdo z kandidátů nebyl jakkoli omezen v tom, kolik peněz může utratit, a stejně tak nebyly omezeny ani nově vzniklé super PAC, díky nimž dosáhly výdaje mimo oficiální kampaně nevídaných čísel. Jestli tak něco bylo po volbách 2012 jasné, tak to, že existují jen dvě možnosti, co bude se systémem veřejného financování prezidentských kampaní dál. Buď úplně zanikne, protože již není schopen plnit svou funkci, anebo budou identifikovány prvky, kvůli nimž už se kandidátům nevyplatí zapojit se do něj, a legislativně se změni.

#### **4. Důvody selhání systému veřejného financování**

Chceme-li si odpovědět na otázku, proč veřejné financování přes dvacet let dominovalo prezidentským kampaním bez jakýchkoli potíží, ale v současnosti ho žádný z politiků, kteří se reálně snaží dosáhnout na prezidentský post, nepřijme ani v přednominační fázi, ani ve všeobecných volbách, nelze se spokojit se sice správnou, avšak velmi zjednodušující odpovědí: „Protože to pro kandidáty není výhodné.“ Tuto problematiku totiž ovlivňuje celá řada proměnlivých a vzájemně se ovlivňujících faktorů,

kteře jsou většinou ryze praktického charakteru. Základními z nich jsou: (1) kontinuální problémy s PECF, (2) zastaralost legislativy a její neschopnost reflektovat realitu současných prezidentských kampaní, (3) internet jako prostředek k levnému šíření politických sdělení a fundraisingu a (4) rozhodnutí SCOTUS, která činí jiné formy financování kampaně lukrativnějšími.

#### **4.1 Problémy PECF**

*Presidential Election Campaign Fund* je jediný zdroj, ze kterého plynou prostředky na veřejné financování, přičemž veškeré peníze v tomto fondu pocházejí přímo od daňových poplatníků. Ti je do něj delegují pomocí svých daňových přiznání, na kterých mohou označit svůj souhlas s tím, aby 3 \$ (6 \$ u společného daňového přiznání manželů) z jejich daní byly alokovány právě do PECF. Už od začátku tohoto systému však nebyla účast daňových poplatníků nijak závratná. Maxima dosáhla v roce 1980, kdy činila pouhých 28,7 %, a od té doby systematicky klesala až na mizivých 6% v roce 2013. Odpůrci veřejného financování používají tento fakt jako argument pro to, že by se systém měl zrušit, neboť mezi občany nemá dostatečnou podporu. FEC i odborníci se však shodují na tom, že takový závěr nelze vyvodit, neboť při bližším pohledu se ukazuje, že důvody malé občanské participace jsou s největší pravděpodobností spíše praktického, až byrokratického charakteru. (Garrett c2009: 8-11)

Zaprvé panuje nízké povědomí o tom, jak příspěvek z daní do PECF funguje. Mnoho lidí si totiž myslí, že když s ním bude souhlasit, zvýší se o něj částka, kterou zaplatí na daních. Ve skutečnosti zaplatí úplně stejně, jen dávají svolení k tomu, aby 3 \$ (6 \$) z jimi odvedených daní byly přesunuty do PECF. FEC se tento problém snažila vyřešit, když mezi lety 1991 a 1992 spustila vzdělávací kampaň na toto téma, která se ale ukázala být neefektivní, neboť příspěvky do fondu i nadále klesaly. (Alexander 1999: 33) Dále je překážkou i to, že některé z počítačových programů na zpracování daňového přiznání automaticky zaškrťávají v otázce o souhlasu k designování částky odpověď „ne“. V případě, že přiznání obstarávají daňoví poradci, nechávají většinou kolonku nezaškrtnutou, což je ale to samé jako zaškrtnout „ne“, a s vyplňováním přiznání pokračují až dále. Podstatné je však i to, že daňoví poplatníci mají pocit, že PECF už vůbec není potřeba vzhledem k tomu, že kandidáti již v drtivé většině veřejného financování nevyužívají. (Sample 2013: 373-376)

Následkem toho tak v PECF dlouhodobě chybí peníze. V roce 1996 a 2000 jich bylo dokonce tak málo, že muselo být odloženo vyplácení *matching funds* a kandidáti dostali v první fázi jen 60% prostředků, na které měli nárok. To přirozeně vyvolává nedůvěru v PECF a poskytuje dobrý důvod, proč veřejné financování odmítnout. Dá se tak říci, že v současnosti je to jediné, co chrání PECF před kolapsem fakt, že jeho zdroje už prakticky nikdo nepoužívá. (Corrado 2005b: 184)

## 4.2 Zastaralost legislativy

Jak již bylo výše zmíněno, prošla relevantní legislativa jen naprosto minimálními změnami. To samé však rozhodně nelze říct o prezidentských volbách a kampaních. Když se v roce 1974 schvalovaly dodatky k FECA, bylo to pouze dva roky poté, co byl nominační proces poprvé rozhodován v primárkách a ne přímo na stranickém sjezdu. (Sabato, Ernst 2007: 384) I když se k sobě nový režim financování a nominování kandidátů nějakou dobu skvěle hodily, začaly se některé charakteristiky primárek postupem času měnit a v 2. pol. 90. let bylo jasné, že bez nějaké změny budou kandidáti dříve či později nuceni začít od veřejného financování v nominačním procesu upouštět. Velmi dramaticky se totiž změnil kalendář primárek v jednotlivých státech, čemuž se museli kandidáti přizpůsobit. Hlavní příčinou této změny byl tzv. *front-loading*, tedy jev, kdy jednotlivé státy posouvají své primární volby na dřívější a dřívější datum ve snaze mít co největší vliv na proces výběru stranického kandidáta. (Mayer, Busch 2003: 9) První volby totiž v mediálním diskurzu mají sloužit jako ukazatel toho, kdo bude považován za favorita celých voleb. To se sice zdaleka ne vždy musí potvrdit, nicméně díky mediální pozornosti, která se upírá ke státům hned na začátku kalendáře primárek – v současnosti New Hampshire a Iowa<sup>57</sup> – dokáže jejich vítěz dlouho těžit z celostátní publicity, která s sebou přináší jak lepší skóre v předvolebních průzkumech, tak i peníze. (Christenson, Smidt 2012: 620) Aby však v těchto státech kdokoli vyhrál, musí v nich vynaložit nemalé finanční prostředky na kampaň, která vrcholí už v lednu volebního roku, a je proto nutné zahájit ji několik měsíců předtím. Problémem ovšem je, že PECF dříve než 1. ledna prostředky z veřejných financí nevydává, a tak kandidátům v tzv. neviditelných primárkách<sup>58</sup> nejsou *matching funds* k ničemu platné. (Sample 2013: 380)

---

<sup>57</sup> V Iowě se sice pořádá volební shromáždění a ne přímo primární volby, ale vítězi to zajistí publicitu úplně stejně.

<sup>58</sup> Tedy období mezi oficiálním oznámením kandidatury a začátkem primárních voleb, ve kterém kandidáti musí rozjet své kampaně, snaží se zajistit si co nejlepší pozici v průzkumech a získat co nejvíce finančních prostředků. (Clark, Schaffner 2009: 4)

*Front-loading* také způsobil, že jsou všechny primárky mnohem koncentrovanější a fakticky je rozhodnuto podstatně dříve, než když celý systém veřejného financování začínal. Pro srovnání, v roce 1976 byla většina delegátů na stranický sjezd vybrána až na začátku května – 15 týdnů po Iowě a 10 po New Hampshiru, kdežto v roce 2008 to bylo již na počátku února, tedy pouhé 4 týdny po Iowě i New Hampshiru<sup>59</sup>. (Malbin 2009: 6-7) Následkem toho pak vzniká několikaměsíční přechodné období – mezi zajištěním dostatečného počtu delegátů na jaře a stranickým nominačním sjezdem v létě – které může být pro kandidáta, jenž přijal *matching funds*, velmi problematické. Kvůli sérii primárek a volebních shromáždění, která začínají s lednem a následují v rychlém sledu, hrozí, že kandidát dosáhne velmi brzy svého stropu na výdaje. Ten, jakkoli je navyšován o COLA, je velmi nízký a nereflktuje současné potřeby nákladů na kampaň<sup>60</sup>. Ve chvíli, kdy kandidát, byť se zajištěnou nominací, limitu dosáhne, nesmí do léta utratit žádné další peníze, protože musí vyčkat nominačního sjezdu, aby mohl oficiálně zahájit kampaň do všeobecných voleb, na kterou se vztahují nové limity. Je tak jednoduše možné, že jeho kampaň bude přehlušena buď kampaní kandidáta konkurenční strany, který veřejné financování nepřijal a smí utrácet bez omezení, nebo kampaní stávajícího prezidenta (jenž v primárkách zpravidla nemá vyzyvatele, a disponuje tak většími prostředky). Příkladem takovéto nevýhody může být Bob Dole a jeho neúspěšná kandidatura v roce 1996.

Kromě nízkého stropu a příliš pozdního vyplácení, ubírá *matching funds* na lukrativnosti i fakt, že díky BCRA byl od 2003 zvýšen maximální příspěvek od jednotlivce na z 1 000 \$ na 2 000 \$ (+ COLA), nicméně spolu s tím nebyl zdvojnásobeno 250 \$, které FEC vyplácí a *matching funds* tak v současnosti přidávají maximálnímu daru místo původní čtvrtiny jen osminu hodnoty. Stejně tak BCRA nezvedla ani limit na výdaje, takže kandidáti mohou vybrat víc peněz, ale pokud se rozhodnou pro veřejné financování, budou ještě více omezeni v jejich utrácení. (Green, Corrado 2003: 176) Obdobný problém pak nastává u veřejného financování všeobecných voleb, kde je sice strop vyšší, nicméně Barack Obama a Mitt Romney v posledních volbách ukázali, že lze vybrat a utratit objem peněz, jenž mnohonásobně převyšuje jak jednorázovou dotaci od FEC, tak strop na výdaje.

---

<sup>59</sup> Roku 2012 se tento trend sice trochu zvrátil a klíčová část primárek nebyla koncentrována do tak krátkého údobí, ale neboť se to zatím týkalo jen jednoho volebního roku, nelze s jistotou říci, zda se jedná o nastupující trend nebo jednorázovou odchylku. (Coleman 2012: 3)

<sup>60</sup> V roce 2008 činil pro ty, co přijali veřejné financování, limit na výdaje 42 milionů dolarů. Například Barack Obama však utratil jen během ledna 2008 přes 30 milionů dolarů. (Luo 2008)

### 4.3 *Internet*

Kandidáti sice využívali internet již během 2. pol. 90. let, nicméně byl to až rok 2004, kdy se poprvé objevilo významné a úspěšné zapojení webu do kampaně. (Jones c2006: 5-6) Demokratický kandidát Howard Dean tehdy ve své kampani pro primární volby dokázal efektivně použít internet jako prostředek, s jehož pomocí vybíral peníze i organizoval své příznivce. Dean byl na začátku kampaně relativně neznámým politikem, který měl nedostatek financí i preferencí, ale na konci roku 2002 se rozhodl koncentrovat své snahy na online propagaci a fundraising a o dvanáct měsíců později byl již na předních příčkách volebních průzkumů. Navíc díky tomu disponoval větším objemem peněz na kampaň v primárkách, než jakýkoliv Demokrat do té doby<sup>61</sup>. (Anstead, Chadwick 2010: 60) Už tehdy se Deanovou strategií nechal inspirovat jeho stranický kolega John Kerry, jenž po zajištění nominace v březnu úspěšně využil internet k získání desítek milionů dolarů během překlenovací doby do nominačního sjezdu Demokratů v srpnu. (Green 2006: 100) Rok 2004 tak byl přelomovým, neboť nastínil potenciál internetu, ale byly to až volby o čtyři roky později, jejichž byl nedílnou a klíčovou součástí. Svůj podíl na tom měl zejména dramatický rozvoj Webu 2.0, tedy té fáze rozvoje internetu, kdy byl statický obsah nahrazen obsahem interaktivním, sdíleným a spoluvytvářeným samotnými uživateli. S tím souvisel i vznik a rozmach sociálních sítí, které jsou v kampaních hojně využívány – Facebook byl založen v roce 2004, YouTube v roce 2005 a Twitter v roce 2006. (Corrado c2012: 30-32) Roku v ruce s tím se zvyšoval i počet lidí, kteří měli přístup k počítačům a vysokorychlostnímu internetu, a v roce 2008 už bylo 75% dospělých a 90% teenagerů online. (Fox 2006)

Díky tomu mohli kandidáti využít interaktivity i jednoduchosti internetového rozhraní, a rozšířit tak řady svých podporovatelů díky novým efektivnějším marketingovým strategiím, stejně jako mohli využít sociálních sítí k rychlému a cílenému šíření svého programu. Navíc se zde otevřel zcela nový prostor pro získávání příspěvků, a to zejména těch drobnějších, a mikro dary se staly důležitou součástí kampaní v roce 2008 i 2012, zejména u Baracka Obamy. Hlavní výhodou internetu však je, že náklady na jeho používání jsou minimální – jakmile má kandidátův tým jednou přístup k počítači a připojení, dokáže stiskem jediného tlačítka rozeslat zprávy desetitisícům lidí, což bylo do té doby nemožné. (Hasen 2009: 18-19) Samozřejmě fakt, že internet má takový potenciál, ještě neznamená, že jej všichni kandidáti dokáží zúročit. Nicméně čím víc budou umět

---

<sup>61</sup> Prostřednictvím příspěvků přes internet získal Howard Dean 27 milionů dolarů, z celkových 51 milionů, jež na kampaň získal ze všech zdrojů. (Talbot 2009)

politici a jejich týmy web využívat a získávat díky němu finanční prostředky, tím spíš se jim nevyplatí přijímat veřejné financování a nízký strop na výdaje, jenž se s ním pojí.

#### **4.4 Rozhodnutí Nejvyššího soudu**

Rozsudků, které vynesl devítičlenný SCOTUS ohledně veřejného financování, sice nebylo mnoho, ale vzhledem k tomu, že mají charakter precedentu, vztahují se na celé Spojené státy a prakticky je nelze zvrátit, jsou klíčové. O to více, že legislativy k veřejnému financování je naprosté minimum. Společnou charakteristikou těchto rozhodnutí pak je, že do jisté míry oslabují systém veřejného financování.

Hned v roce 1976 v *Buckley v. Valeo* soud rozhodl, že vláda nemůže omezovat kandidáty v tom, kolik peněz hodlají za kampaň utratit a kolik na ní dají z vlastních zdrojů, pokud se sami nevolí přijmout limity výměnou za dotace. To ovšem dalo vzniknout systému, který je životaschopný jen ve chvíli, kdy se mu drtivá většina kandidátů podřídí. Jakmile se ale najdou tací, kteří dokáží úspěšně vést kampaň mimo daná omezení a bez pomoci PEFC, systém se začne bortit, protože ostatní nemají důvod v něm setrvávat – tak jako jsme toho svědky od roku 1996. Dalším klíčovým rozsudkem, jenž ovlivnil veřejné financování, byl *Citizens United v. FEC*, díky němuž rapidně narostly nezávislé výdaje používané na podporu kandidátů nově vzniklými super PAC. V roce 2012 tak jen 15 organizací, které na nezávislé výdaje vydaly nejvíce, utratilo přes 600 milionů dolarů, z čehož šlo téměř 86 % na negativní reklamy. (Crowther 2012) To je tak veliký, a do té doby bezprecedentní, objem, že kandidáti si jednoduše nemohou dovolit na něj nereagovat a musí zvýšit počet vlastních, obranných reklam. Bylo by pro ně proto kontraproduktivní dobrovolně omezovat své výdaje ve snaze splnit limity, pokud disponují prostředky, které tyto limity převyšují.

## **5. Možnosti reformy veřejného financování**

Jaké kroky lze tedy udělat, aby byl systém veřejného financování revitalizován? A jsou takové kroky vůbec proveditelné? Bylo by zapotřebí provést komplexní změny, jež by zajistily schopnost financovat systém z veřejných prostředků na straně jedné a lukrativnost systému na straně druhé.

Primárně je nutné mít vůbec veřejné financování z čeho hradit. Bylo by tedy nutností navýšit zdroje ve skomírajícím PEFC, čehož by šlo docílit pomocí několika změn.

Jednak zvýšením částky, kterou lze prostřednictvím daňového přiznání designovat do PEF, a zároveň jejím upravením tak, aby reflektovala inflaci – tedy připočtením COLA. Je otázkou, kolik by takové zvýšení mělo představovat, nicméně střízlivé odhady se pohybují někde mezi navýšením na 7 \$ až 10 \$ (14 \$ až 20 \$ pro společná daňová přiznání). (Sanderson 2009: 63; Smith 2007: 122) Tento krok by však bylo nutno náležitě vysvětlit daňovým poplatníkům, mezi nimiž panuje mylný názor, že tuto částku platí navíc. Bylo by proto vhodné, aby FEC uskutečnil vzdělávací kampaň, podobně jako na počátku 90. let, která by měla za cíl zvýšit informovanost o systému veřejného financování i jeho důležitosti. Díky novým médiím i sociálním sítím je pravděpodobné, že by taková kampaň mohla mít větší efekt, než ta poslední z počátku 90. let, jež se naprosto minula účinkem.

Hlavním cílem reformy by pak měla být aktualizace legislativy tak, aby odpovídala nárokům na moderní vedení kampaní. K tomu by dopomohlo několik vcelku jednoduchých úprav. V první řadě je nutné navýšit limity na výdaje pro fázi primárních voleb, neboť ty jsou díky zvyšujícím se nákladům zapříčiněným technologickému pokrokem a *front-loading* současnosti neúměrně nízké (10 milionů dolarů + COLA). Odborníci navrhují, aby mohli kandidáti při přijetí veřejného financování utratit během primárek přibližně ten samý objem peněz, jako se smí ve všeobecných volbách, nebo více. Na druhou stranu ale nemá smysl vytvářet strop moc vysoko a povolovat výdaje v řádech stovek milionů dolarů. To jsou sice částky, které v minulosti na kampaň v primárních volbách utratili kandidáti zajišťující si financování sami, nicméně jedním z cílů veřejného financování je omezovat přehnané utrácení, a stanovit limit na např. 250 milionech dolarů by tak bylo v přímém rozporu s takovým cílem. Zároveň s tím by měly být úplně zrušeny stropy na výdaje v jednotlivých státech USA. Ty jsou naprosto redundantní, administrativně náročné na zpracování i kontrolu a ještě jsou velmi nízké pro důležitou Iowu i New Hampshire, což kandidáty jen odrazuje. (Public Campaign Financing 2005: 36)

Dále by bylo vhodné zvýšit poměr dotací vyplácených formou *matching funds*. Odborníci se nejčastěji kloní ke změně dotace z dosavadního poměru 1:1 za prvních 250 \$ z daru od jednotlivce na 4:1 za prvních 250 \$, čímž by se hodnota 250 \$ zvedla na 500 \$ na 1 250 \$<sup>62</sup>. Cílem tohoto kroku je, aby se relevantními kandidáty mohli stát i tací, kteří neoplývají bohatými a štědrými přispěvateli nebo nepocházejí z prominentních rodin, ale spíše mají širokou podporu mezi řadovými voliči. (Green c2002: 276-277) Navíc by se tím zvýšila hodnota drobných darů, a všem kandidátům by se proto vyplatila snaha získat si

---

<sup>62</sup> Tento poměr *matching funds* již několik let s úspěchem funguje v New York City při volbách do městského zastupitelstva.



podporu mezi co největší částí běžných voličů. To by byl žádoucí efekt, neboť většina lidí má pocit, že politici jednají tak, aby zavděčili malému počtu zájmových skupin, od kterých jsou schopni získat finance na kampaně. Mohla by se tím tedy částečně eliminovat důležitost velkých dárců, kteří získávají exkluzivní přístup ke kandidátům, který si zbytek voličů nemůže dovolit. (Sanderson 2007: 27-29)

Zároveň by bylo nutné, aby se tyto prostředky z veřejných financí vydávaly dříve než od 1. ledna volebního roku, protože to už je pro kandidáty, kteří *matching funds* potřebují nejvíce, moc pozdě – v důležitých státech z počátku volebního kalendáře už jim tyto peníze moc platné nebudou. Ideální by bylo, aby dostávali dotace již během léta předcházejícího roku a měli dost času na to vybudovat potenciálně úspěšnou kampaň. (Edsall 2005)

Aby byl systém opět lukrativním, bylo by k tomu všemu potřeba zavést jeden zcela nový prvek. V současnosti je systém veřejného financování určitým druhem pasti – v případě, že kandidát stojí proti někomu, kdo veřejné financování nepřijal, je velmi znevýhodněn, neboť nemůže utrácet tolik, co jeho konkurent. Je jasné, že za takových podmínek si každý dobře rozmyslí, zda se do systému zapojit. Proto by bylo vhodné vytvořit takové pobídky a zároveň „únikové cesty“, aby politik nebyl prakticky potrestán za to, že veřejné financování přijal. Ve chvíli, kdy by veřejně dotovaný kandidát stál proti soukromě financovanému, by pro veřejně dotovaného přestaly platit limity na výdaje, čímž by dokázal zůstat konkurenceschopný. Navíc by prostřednictvím *matching funds* získal příspěvky v poměru 5:1 místo 4:1. Při takto nastaveném systému by bylo pro kandidáta spíše nevýhodné veřejné finance odmítnout, neboť by tím nezískal výhodu neomezených výdajů jen sám pro sebe, ale i pro svého konkurenta, který by díky tomu navíc dostal dokonce vyšší příspěvky z PEFCF. (Public Campaign Financing 2005: 28)

Výše zmíněné kroky nejsou nijak radikální ani komplikované a valná většina odborníků na financování kampaní se shoduje na tom, že jsou klíčové, pokud má být systém zachován ve funkční podobě. Prosazení těchto změn by však při současném stavu politické scény bylo pravděpodobně malým zázrakem. Jediným, kdo může změny zavést je Kongres, ale polarizace v obou jeho komorách dosahuje nyní nejvyšších hodnot za posledních 130 let, a zákonodárci nejsou schopni shodnout se na mnohem důležitějších reformách, než je zrovna veřejné financování, které je z jejich hlediska aktuálním tématem jen jednou za čtyři roky. (Hare, Poole, Rosenthal 2014)

## Závěr

Tato práce se soustředila na veřejné financování prezidentských kampaní ve Spojených státech amerických. Analyzovala vývoj legislativy týkající se (veřejného) financování kampaní a všechny prezidentské volby, během nichž některý z kandidátů odmítl veřejné financování. Za úkol si dala na základě toho identifikovat důvod, proč v posledních několika letech přijímání veřejného financování kandidáty prakticky úplně ustalo. Také měla navrhnout změny, díky nimž by se mohl systém stát opět výhodným pro prezidentské kandidáty.

Důvody mizení využívání veřejného financí se dají rozdělit do čtyř kategorií. V první řadě jsou to problémy PEFCF, který reálně nedisponuje dostatkem financí na to, aby mohl dotovat všechny kandidáty, kteří by případně veřejné financování přijali. Kandidáti se tak bojí, že by potřebné peníze dostali po částech a příliš pozdě, než aby je mohli efektivně využít ve svých kampaních. Zadruhé je klíčovým problémem naprostá zastaralost legislativy, kterou se veřejné financování řídí, a která byla od 70. let jen minimálně aktualizována. Díky rapidnímu technologickému pokroku i fenoménu *front-loading* jsou nyní kampaně několikanásobně dražší a finanční prostředky jsou v nich potřeba mnohem dříve než v minulosti, jenže veřejné financování omezuje výdaje kandidátů příliš nízkým stropem a peníze formou *matching-funds* vydává až od ledna volebního roku. Zatřetí svou důležitou roli sehrál i vývoj a masové rozšíření internetu, který kandidátům poskytuje velmi levný a efektivní prostředek k šíření kampaně, komunikaci s voliči a zároveň fundraisingu. Díky tomu dokáží teoreticky ušetřit a zároveň vybrat víc peněz, než kdy předtím. Při přijetí veřejného financování a s ním spojeného nízkého limitu na výdaje by však část těchto prostředků nejspíš ani nemohli utratit. V poslední řadě jsou částečně na vině i rozhodnutí Nejvyššího soudu, která přináší uvolnění v limitech pro výdaje i finanční dary mimo sféru veřejného financování. Za podporu kandidátů, byť v nezávislých výdajích, se tak utrácí víc než kdy předtím a kampaně jsou natolik naddimenzované v porovnání s omezeními, která přináší veřejné financování, že jakýkoli kandidát teď veřejné finance přijme, dává pouze najevo nekonkurenceschopnost a pravděpodobně velmi krátkou životnost své kampaně.

Většina těchto nedostatků by se však dala vyřešit poměrně snadnými legislativními úpravami. Solvenci PEFCF by napomohlo jednoduché zvýšení částky, kterou do něj mohou daňoví poplatníci nechat alokovat a případně informační kampaň, která by tuto změnu náležitě vysvětlila. Dále by bylo nutné přizpůsobit zastaralou legislativu současným

nárokům, které jsou kladeny na vedení kampaní a to prostřednictvím několika základních kroků. Jednak zvýšením stropu na výdaje během primárek alespoň na dvojnásobek, dále vyplácením *matching funds* v poměru 4:1 za prvních 250 \$ daru od jednotlivce místo stávajícího 1:1 a vydáváním prostředků z *matching funds* o přibližně o pět měsíců dříve. V neposlední řadě pak vytvořením určitých výhod a úlev pro kandidáta, jenž veřejné financování přijal, ale stojí proti oponentovi či oponentům, kteří tak neučinili – konkrétně zrušením jeho stropu na výdaje a navýšením poměru *matching funds* na 5:1.

Všechny výše uvedené kroky by bezpochyby učinily systém opět lukrativním a daly větší šanci kandidátům, kteří mají podporu spíše mezi řadovými než bohatými voliči a za stávající situace jsou v primárních volbách téměř bez šance. Problém však v tuto chvíli tkví v neschopnosti a neochotě Kongresu shodnout se na jakémkoli způsobu reformy veřejného financování. Je sice pravdou, že v březnu Senát potvrdil rozhodnutí Sněmovny reprezentantů o ukončení veřejného financování pro nominační sjezdy, nicméně je pravděpodobné, že republikáni za tím vidí spíše první krok k dekonstrukci celého systému, zatímco demokraté více šanci pro jeho oživení. Republikáni ostatně několikrát předkládali návrhy zákonů, kterými by celé veřejné financování úplně zrušili, jenže současná extrémní polarizace Kongresu blokuje tyto snahy stejně, jako by s největší pravděpodobností blokovala snahy o reformu. (Garrett 2014a: 5) Faktem je, že pro konečnou „smrt“ veřejného financování není potřeba něco rušit pomocí zákonů, ale stačí pouze nedělat nic a systém finálně přestane fungovat sám od sebe. Na druhou stranu jsou zde i znamení, že není konec všem snahám o změnu – ať už mluvíme o mírném obrácení efektu *front-loading* v posledních volbách, či o nespokojenosti americké společnosti s výdaji na kampaně dosahujícími mamutích rozměrů a záplavou volebních spotů na jejich televizních obrazovkách. Při pohledu na to, jak se v průběhu 20. stol. utvářela veškerá klíčová legislativa, si potom lze povšimnout, že veškerým důležitým změnám předcházela jednak problém nezamýšlených důsledků a jednak nějaký skandál. Je možné, že právě skandál, nebo pobouření americké veřejnosti by bylo tím, co iniciuje další reformní snahy. V současnosti asi reálně nezbyvá, než čekat, co přinesou prezidentské volby v roce 2016. Nicméně pouhá skutečnost, že je zde šance, že proti sobě ve všeobecných volbách bude stát Hillary Clintonová a Jeb Bush, při nejmenším vybízí k zamyšlení nad tím, jak moc je nebo není pro demokratický proces důležité veřejné financování, které by pomohlo neprivilegovaným kandidátům.

## Summary

Since the 1970s public financing has been the core of presidential campaign finance. However, during the last 15 years more and more candidates decided to opt out of the system and its use in the last presidential election was virtually non-existent. The aim of this thesis was (1) to identify the particular reasons and processes that had motivated the candidates to refuse the public financing and (2) to propose a series of changes to the system itself that, if applied, would make it viable and desirable for the candidates again.

After examining the evolution of campaign finance law in the U.S. as well as all the elections when some or all candidates choose to opt out, several reasons were identified and categorized. Firstly it's the PEFCF's lack of financial resources delegated to the fund via the tax check-off. Not enough taxpayers contribute to the PEFCF which – combined with a relatively small amount of 3 \$ they can allocate – caused the fund's insolvency during primaries in 1996 and 2000. Candidates have therefore understandable concerns about what would happen if they accepted the public funding and the PEFCF couldn't provide appropriate matching funds. Hence the fund is currently viable only due to the fact that none of the candidates uses it anymore. Secondly, the legislation desperately lacks any kind of updates which would address the dramatic changes in presidential campaigns since the 1970s. Front-loading and technological innovations made the campaigns a lot more expensive but the spending limit, especially in the primaries, is set extremely low. Other than that, matching funds are distributed too late in the primary season so that the candidates the public financing was mainly aimed at can't benefit from it. Thirdly, the Internet and its utilising gave the candidates a cheap way to distribute political speech and campaigns and organize fundraising at the same time. Meaning they get to raise even more money but if they choose to accept public funding, their spending would be strictly restricted. Lastly, the Supreme Court's decisions made it easier to spend unlimited amounts of financial means either outside the public funding system or via independent expenditures or super PACs, making the public funding even less attractive.

To repair the broken system the 3 \$ check-off needs to be increased, the matching funds ratio should change to 4:1 for the first 250 \$ instead 1:1 and matching funds themselves should be distributed at least 5 months earlier. Other than that, it is crucial to at least double the spending limits for primary election season and provide the publicly funded candidates who run against privately funding ones with some sort of benefits so that the public financing would stop being a trap.

## Použité prameny a literatura

### *Prameny*

Federal Election Campaign Act of 1971, Pub.L. 92–225

Federal Election Campaign Acts Amendments of 1974, Pub. L. 93-443

Federal Election Campaign Acts Amendments of 1976, Pub. L. 94-283

Amendments to Federal Election Campaign Act 1971, Pub. L. 96-187

Omnibus Budget Reconciliation Act of 1993, Pub. L. 103-66

Bipartisan Campaign Reform Act of 2002, Pub. L. 107-155

SCOTUS: *Newberry v. United States*, 256 U.S. 232 (1921)

SCOTUS: *Buckley v. Valeo*, 424 U.S. 1 (1976)

SCOTUS: *McConnell v. FEC*, 540 U.S. 93 (2003)

SCOTUS: *Citizens United v. FEC*, 558 U.S. 310 (2010)

### *Neperiodická literatura*

ALEXANDER, Herbert E. Spending in the 1996 elections. GREEN, John Clifford. *Financing the 1996 Election*. New York: M.E. Sharpe, 1999. ISBN 076561880X.

ANSTEAD, Nick a Andrew CHADWICK. Parties, election campaigning and the Internet. CHADWICK, Andrew a Philip N. HOWARD. *Routledge handbook of internet politics*. London: Routledge, 2010. ISBN 9780415780582.

ASSOCIATION OF THE BAR OF THE CITY OF NEW YORK, Special Commission on Campaign Finance Reform. *Dollars and democracy: a blueprint for campaign finance reform*. 1st ed. New York: Fordham University Press, 2000, xii, 225 p. ISBN 08-232-2096-6.

BALDINO, Thomas J. a Kyle L. KREIDER. *U.S. election campaigns: a documentary and reference guide*. Santa Barbara, Calif.: Greenwood, c2011, xxxiii, 351 p. ISBN 0313353050.

CLARK, John A. a Brian F. SCHAFFNER. *Election 2008: an American government supplement*. Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning, c2009, 28 p. ISBN 04-955-6748-5.

- COLLINS, Ronald a David SKOVER. *When Money Speaks: The McCutcheon Decision, Campaign Finance Laws, and the First Amendment*. Oak Park: Top Five Books, 2014. ISBN 1938938143.
- CORRADO, Anthony. Financing Presidential Nomination in the Post-Public Funding Era. MAYER, William G. a Jonathan BERNSTEIN. *The making of the presidential candidates 2012*. Lanham, Md.: Rowman, c2012. ISBN 1442211717.
- CORRADO, Anthony. Money and Politics: A History of Federal Campaign Finance Law. MANN, Thomas, Anthony CORRADO a Trevor POTTER. *The New Campaign Finance Sourcebook*. Washington, DC: Brookings Institution Press, 2005a. ISBN 9780815797883.
- CORRADO, Anthony. Public Funding of Presidential Campaigns. MANN, Thomas, Anthony CORRADO a Trevor POTTER. *The New Campaign Finance Sourcebook*. Washington DC: Brookings Institution Press, 2005b. ISBN 9780815797883.
- CORRADO, Anthony. The Regulatory Environment: Uncertainty in the Wake of Change. MAGLEBY, David B., Anthoony CORRADO a Kelly D. PATTERSON. *Financing the 2004 election*. Washington D.C: Brookings Institution Press, 2006. ISBN 9780815754404.
- DALTON, Russell J. a Martin P. WATTENBERG. *Parties without partisans: political change in advanced industrial democracies*. New York: Oxford University Press, 2002, xiv, 314 p. ISBN 9780199253098.
- DAVIES, Philip. *US elections today*. New ed. New York, N.Y.: Distributed in the USA by St. Martin's Press, 1999, xv, 237 p. Politics today (Manchester, England). ISBN 07-190-4508-8.
- DOWLING, Conor M. a Michael G. MILLER. *Super PAC!: Money, Elections, and Voters After Citizens United*. New York: Routlege, 2014. ISBN 9781135054748.
- DUDLEY, Robert L. a Alan R. GITELSON. *American elections: the rules matter*. New York: Longman, c2002, xi, 164 p. ISBN 03-210-8684-8.
- EPSTEIN, Leon D. *Political Parties in the American Mold*. University of Wisconsin Press: Londýn, 1986. ISBN 0299107043.

- FARRAR-MYERS, Vicotria A. *The Ripple Effect of Scandal and Reform: The Historical Impact of Watergate-Era Campaign Finance Regulation and Its Progeny*. MORGAN, Iwan W. *Watergate Remembered: The Legacy for American Politics*. Michael A. Genovese, Iwan W. Morgan. New York: Palgrave Macmillan, 2012. ISBN 113701198X.
- FIFE, Brian L. *Reforming the electoral process in America: toward more democracy in the 21st century*. Santa Barbara, Calif: Praeger, c2010, x, 178 p. ISBN 03-133-7228-4.
- FLEMING, Thomas. *The Long, Stormy Marriage of Money and Politics: or Why in America Campaign-Finance Reform Never Succeeds*. SCOTT, Gregory M a Loren GATCH. *21 debated: issues in American politics*. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2000, s. 112-124. ISBN 0130219916.
- GARRETT, R. Sam. *Public Financing of Presidential Campaigns: Overview and Analysis*. KALLEN, Thomas P. *Campaign finance: background, regulation and reform*. New York: Nova Science Pub., c2009. ISBN 1606928368.
- GIERZYNSKI, Anthony. *Money rules: financing elections in America*. Boulder, CO: Westview Press, 2000, xv, 141 p. ISBN 08-133-6861-8.
- GREEN, John C. a Anthony CORRADO. *The Impact of BCRA on Presidential Campaign Finance*. MALBIN, Michael J. *Life after reform: when the Bipartisan Campaign Reform Act meets politics*. Lanham, Md.: Rowman, 2003. ISBN 0742528332.
- GREEN, John C. *Financing the 2004 Presidential Nomination Campaigns*. MAGLEBY, David B., Anthony CORRADO a Kelly D. PATTERSON. *Financing the 2004 Election*. London: Brookings Institution Press, 2006. ISBN 0815754396.
- GREEN, Mark J. *Selling out: how big corporate money buys elections, rams through legislation, and betrays our democracy*. 1st ed. New York: ReganBooks, c2002, 342 p. ISBN 00-605-2392-1.
- GRIER, Kevin B. *Money*. SHUGHART, William F. a Laura RAZZOLINI. *The Elgar Companion to Public Choice*. Cheltenham: Edward Elgar, 2003. ISBN 978-1843763871.
- JOHNSON, Dennis W. *Campaigning in the twenty-first century: a whole new ballgame?.* New York: Routledge, 2011, xi, 137 p. ISBN 1135968128.

- JONES, Clifford A. Campaign Finance Reform and the Internet: Regulating Web Messages in the 2004 Election and Beyond. WILLIAMS, Andrew Paul, John C. TEDESCO. *The Internet election: perspectives on the Web in campaign 2004*. Lanham, Md.: Rowman, c2006. ISBN 9780742540965.
- KERSTEN, Andrew. *Labor's Home Front the American Federation of Labor during World War II*. New York: NYU Press, 2006. ISBN 978-081-4749-135.
- KNUCKEY, Jonathan. USA: from market- to sales-orientation?. *Global Political Marketing*. Jennifer Lees-Marshment. New York: Routledge, 2009. ISBN 1135261407.
- LA RAJA, Raymond J. *Small change money, political parties, and campaign finance reform*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2008. ISBN 978-047-2024-766.
- MAAREK, Philippe J. *Campaign communication and political marketing*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2011, xiv, 268 p. ISBN 978-144-4332-353.
- MAISEL, Louis Sandy a Mark D BREWER. *Parties and elections in America: the electoral process*. 6th ed. Lanham, Md.: Rowman, c2012, xxiii, 447 p. ISBN 978-1442207691.
- MALSBERGER, John W. *From obstruction to moderation: the transformation of Senate conservatism, 1938-1952*. Associated University Presses: Susquehanna University Press, 2000, 320 p. ISBN 15-759-1026-8.
- MASON, Jim. *No Holding Back the 1980 John B. Anderson Presidential Campaign*. Lanham: Rowman, 2011. ISBN 07-618-5227-1.
- MASON, Jim. *No Holding Back the 1980 John B. Anderson Presidential Campaign*. Lanham: Rowman, 2011. ISBN 07-618-5227-1.
- MAYER, William G. a Andrew BUSCH. *The front-loading problem in presidential nominations*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press, c2004, x, 226 p. ISBN 0815796218.
- MEAD, Rebecca J. *How the vote was won: woman suffrage in the western United States, 1868-1914*. New York: New York University Press, c2004, x, 273 p. ISBN 08-147-5676-X.



- MEDOFF, Norman J a Barbara K KAYE. *Electronic media: then, now, and later*. 2nd ed. Burlington, MA: Focal Press, 2011, xi, 306 p. ISBN 02-408-1256-5.
- NEWPORT, Frank et al. *Winning the White House 2008 the Gallup poll, public opinion, and the presidency*. New York, NY: Facts on File, 2009. ISBN 14-381-2687-5.
- NORRIS, Pippa. *A virtuous circle: political communications in postindustrial societies*. New York, NY, USA: Cambridge University Press, 2000, xvii, 398 p. ISBN 05-217-9364-5.
- ORNSTEIN, Norman J a Jeremy POPE. *Campaign finance: an illustrated guide*. Washington, D.C.: AEI Press, 1997, iii, 25 p. ISBN 08-447-7108-2.
- POLSBY, Nelson W., Aaron B. WILDAVSKY a David A. HOPKINS. *Presidential elections: strategies and structures of American politics*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2012. ISBN 07-425-5415-5.
- SAMPLES, John Curtis. *The fallacy of campaign finance reform*. Chicago: University of Chicago Press, 2006, xiii, 375 p. ISBN 02-267-3450-1.
- SANDERS, Arthur B. *Losing Control: Presidential Elections and the Decline of Democracy*. New York: Peter Lang, 2007. ISBN 9780820467221.
- SAVAGE, Sean J. *JFK, LBJ, and the Democratic Party*. Albany: State University of New York Press, 2004, ix, 429 p. ISBN 079146170X.
- SEIDLE, F. Leslie. *Comparative Issues in Party and Election Finance: Volume 4 of the Research Studies*. Toronto: Dundrun, 1991. ISBN 1459718836.
- SHI, David Emory a George Brown TINDALL. *America: a narrative history*. 9th ed. New York: W.W. Norton, 2013. ISBN 03-939-1264-7.
- SCHANTZ, Harvey L. *American presidential elections: process, policy, and political change*. Albany: State University of New York Press, c1996, 258 p. ISBN 0791428648.
- SMITH, Bradley A. *Unfree speech: the folly of campaign finance reform : with a new preface by the author*. 4. printing, and 1. paperback printing, with a new preface. Princeton, N.J: Princeton University Press, 2001. ISBN 06-911-1369-6.

SMITH, Gary Alan. *Campaign finance reform, the Court, and the First Amendment*. Boulder, 2007. ISBN 0549341455. Magisterská práce. University of Colorado.

TONER, Michael E. a Karen E. TRAINER *The Six-Billion-Dollar Election: The Impact of Federal Election Laws. Barack Obama and the New America: The 2012 Election and the Changing Face of Politics*. Larry J. Sabato. New York: Rowman & Littlefield, 2013. ISBN 1442222654.

WAYNE, Stephen J. *The Road To White House 2008*. Boston: Cengage Learning, 2007. ISBN 9781111799984.

### ***Encyklopedická literatura***

ARNESEN, Eric. *Encyclopedia of U.S. labor and working-class history*. New York: Routledge, c2007, 3 v. (xxxvii, 1561 p.). ISBN 04-159-6826-7.

BINNING, William C. a Larry E. ESTERLY. *Encyclopedia of American parties, campaigns, and elections*. Westport, Conn: Greenwood Press, 1999. ISBN 978-031-3007-620.

GREENBERG, Edited by Gerald S. *Historical encyclopedia of U.S. independent counsel investigations*. Westport, Conn: Greenwood Press, 2000. ISBN 978-156-7507-775.

SABATO, Larry J. a Howard ERNST. *Encyclopedia of American political parties and elections*. Updated ed. New York: Facts On File, 2007. ISBN 1438109946.

VON DEHSEN, Eleanora. CONGRESSIONAL QUATERLY INC. *Concise Encyclopedia of Democracy*. New York: Routledge, 2013. ISBN 9781135963620.

### ***Periodická literatura***

ASSOCIATED PRESS. Analyst claims federal funds carried Carter to win. *Lawrence Journal-World*. 1979, roč. 121, č. 252.

ESENBERG, Richard M. The Lonely Death of Public Campaign Financing. *Harvard Journal of Law & Public Policy*. 2010, roč. 33, č. 1, s. 283-332. Dostupné z:

<http://scholarship.law.marquette.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1254&context=facpub>

CHRISTENSON, Dino P. a Corwin D. SMIDT. Still Part of the Conversation: Iowa and New Hampshire's Say within the Invisible Primary. *Presidential Studies Quarterly*. 2012, roč. 42, č. 3.

LIPPMAN, Thomas W. A Touch of Teapot Dome: Government Again Seeks to Sell Oil Fields at Center of 1920s Scandal. *The Washington Post*. 1989.

MEARS, Walter R. Republicans Nominated Ford. *The Morning Record*. 1976, roč. 109, č. 196.

SAMPLE, James J. The Last Rites of Public Campaign Financing?. *Nebraska Law Review*. 2013, roč. 96, č. 349.

SANDERSON, Matthew T. Two Birds, One Stone: Reversing "Frontloading" by Fixing the Presidential Public Funding System. *Journal of Law & Politics*. 2009, roč. 25, č. 3. Dostupné z: [http://www.capdale.com/files/upload/Two\\_Birds\\_\\_One\\_Stone\\_FINAL.pdf](http://www.capdale.com/files/upload/Two_Birds__One_Stone_FINAL.pdf)

VLIEGENTHART, Rens, Hajo G. BOOMGAARDEN, Peter VAN AELST a Claes H. DE VREESE. Covering the US presidential election in Western Europe: A cross-national comparison. *Acta Politica* [online]. 2010, č. 45 [cit. 2014-01-27]. Dostupné z: <http://www.m2p.be/publications/1300823462.pdf>

WASSOM, Audra L. Campaign Finance Legislation: McCain-Feingold/Shays-Meehan: The Political Equality Rationale and Beyond. *SMU Law Review*. 2002, roč. 55, Fall.

### ***Internetové zdroje***

BENIAK, Daniel. *The Effective Impact of Citizens United v. FEC on American Electoral Politics: An Analysis* [online]. New Haven, 2011 [cit. 2014-04-18]. Dostupné z: [http://politicalscience.yale.edu/sites/default/files/files/Beniak\\_Daniel.pdf](http://politicalscience.yale.edu/sites/default/files/files/Beniak_Daniel.pdf). Political Science Senior Essay. Yale University.

- CENTER FOR AMERICAN POLITICS AND CITIZENSHIP. *Negative campaigning – an unintended consequence of Citizens United* [online]. 2012 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.capc.umd.edu/press/NegCampaigns.pdf>
- CENTER FOR RESPONSIVE POLITICS. 2012 Presidential Race. In: *Open Secrets: Center for Responsive Politics* [online]. 2013 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.opensecrets.org/pres12/#out>
- CLYMER, Adam. Perot Gave \$12 Million to Aborted Campaign. In: *The New York Times* [online]. 1992 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/1992/08/25/us/the-1992-campaign-ross-perot-perot-gave-12-million-to-aborted-campaign.html>
- COLEMAN, Kevin J. The Presidential Nominating Process and the National Party Conventions, 2012: Frequently Asked Questions. In: *U.S. Department of State* [online]. 2012 [cit. 2014-04-29]. Dostupné z: <http://fpc.state.gov/documents/organization/190154.pdf>
- DINAN, Stephen. No major takers for federal campaign funds. In: *The Washington Times* [online]. 2012 [cit. 2014-03-15]. Dostupné z: <http://www.washingtontimes.com/news/2012/jan/8/federal-campaign-funds-find-no-candidate-takers/?page=all>
- DUNBAR, John. The ‘Citizens United’ decision and why it matters. In: *The Center for Public Integrity* [online]. 2012 [cit. 2014-04-17]. Dostupné z: <http://www.publicintegrity.org/2012/10/18/11527/citizens-united-decision-and-why-it-matters>
- EDSALL, Thomas B. Top FEC Officials Urge Higher Spending Limit. In: *The Washington Post* [online]. 2005 [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A12179-2005Feb9.html>
- EGGEN, Dan. Poll: Large majority opposes Supreme Court's decision on campaign financing. In: *The Washington Post* [online]. 2010 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/02/17/AR2010021701151.html>

- FEC. Convention Funding Eliminated. In: *Federal Election Commission* [online]. 2014 [cit. 2014-04-05]. Dostupné z: <http://www.fec.gov/pages/fecrecord/2014/may/hr2019.shtml>
- FEC. FEC Announces 1996 Presidential Spending Limits. In: *Hoover Institution: Stanford University* [online]. 1996 [cit. 2014-2-15]. Dostupné z: [http://media.hoover.org/sites/default/files/documents/0817996729\\_224.pdf](http://media.hoover.org/sites/default/files/documents/0817996729_224.pdf)
- FOX, Sussanah. Privacy Implications of Fast, Mobile Internet Access. In: *Pew Research* [online]. 2008 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://www.pewinternet.org/2008/02/14/privacy-implications-of-fast-mobile-internet-access/>
- GARRETT, Sam. Proposals to Eliminate Public Financing of Presidential Campaigns. In: Congressional Research Service [online]. 2014a [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <https://www.fas.org/sgp/crs/misc/R41604.pdf>
- GARRETT, R. Sam. The State of Campaign Finance Policy: Recent Developments and Issues for Congress. In: *Congressional Research Service* [online]. 2014b [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.fas.org/sgp/crs/misc/R41542.pdf>
- GLOVER, Mike. Bush Says He'll Forgo Matching Funds. In: *Associated Press News Archive* [online]. 1999 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z: <http://www.apnewsarchive.com/1999/Bush-Says-He-ll-Forgo-Matching-Funds/id-61c0f902933bb1d6f011b8a3bda75b0d>
- HARE, Christopher, Keith T. POOLE a Howard ROSENTHAL. Polarization in Congress has risen sharply. Where is it going next?. In: *The Washington Post* [online]. 2014 [cit. 2014-05-10]. Dostupné z: <http://www.washingtonpost.com/blogs/monkey-cage/wp/2014/02/13/polarization-in-congress-has-risen-sharply-where-is-it-going-next/>
- HASEN, Richard L. *The Transformation of the Campaign Financing Regime for U.S. Presidential Elections* [online]. 2009 [cit. 2014-02-15]. Loyola-LA Legal Studies Paper, 2009-45. Dostupné z: <http://ssrn.com/abstract=1505527>
- HOLMES, Steven A. The 1992 Election: Disappointment. In: *The New York Times* [online]. 1992 [cit. 2014-02-15]. Dostupné z:

<http://www.nytimes.com/1992/11/05/us/1992-elections-disappointment-analysis-eccentric-but-no-joke-perot-s-strong.html>

JUSTICE, Glen. Dean Will Not Accept Public Matching Funds in Primaries. In: *The New York Times* [online]. 2003 [cit. 2014-02-16]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2003/11/09/politics/campaigns/09DEAN.html>

KUHNHENN, Jim. McCain rejects primary public funds. In: *USA Today* [online]. 2008 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: [http://usatoday30.usatoday.com/news/politics/2008-02-11-3851408301\\_x.htm](http://usatoday30.usatoday.com/news/politics/2008-02-11-3851408301_x.htm)

LUO, Michael. Obama and Clinton Spending Furiously. In: *The New York Times* [online]. 2008 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2008/02/21/us/politics/21donate.html>

LUO, Michael. Obama Hauls in Record \$750 Million for Campaign. In: *The New York Times* [online]. 2008 [cit. 2014-03-26]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2008/12/05/us/politics/05donate.html>

MALBIN, Michael J. Small Donors, Large Donors and the Internet: The Case for Public Financing after Obama. In: *The Campaign Finance Institute* [online]. c2009 [cit. 2013-11-20]. Dostupné z: [http://www.cfinst.org/president/pdf/PresidentialWorkingPaper\\_April09.pdf](http://www.cfinst.org/president/pdf/PresidentialWorkingPaper_April09.pdf)

OVERBY, Peter. Say Goodbye To The Taxpayer-Funded Political Convention. In: *NPR* [online]. 2014 [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: <http://www.npr.org/2014/03/26/294383506/say-goodbye-to-the-taxpayer-funded-political-convention>

PARKER, Ashley. Political Ads, Often Negative, Try Instead to Accentuate the Positive. In: *The New York Times* [online]. 2014 [cit. 2014-04-18]. Dostupné z: <http://www.nytimes.com/2014/04/18/us/politics/in-a-switch-some-campaign-ads-press-the-positive.html>

Presidential Public Financing: Repairing the System. In: *The Campaign Legal Center* [online]. 2005 [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: <http://www.campaignlegalcenter.org/attachments/1614.pdf>

- PUBLIC CITIZEN. Challenges in the Presidential Public Financing Program. In: *Public Citizen* [online]. 2012 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: <http://www.citizen.org/documents/presidential-election-public-financing-challenges.pdf>
- ROOSEVELT, Theodore. Seventh Annual Message: December 3, 1907. In: *The American Presidency Project* [online]. [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=29548>
- SAAD, Lydia. Half in U.S. Support Publicly Financed Federal Campaigns. In: *Gallup* [online]. 2013 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: <http://www.gallup.com/poll/163208/half-support-publicly-financed-federal-campaigns.aspx>
- SALANT, Jonathan D. Spending Doubled as Obama Led Billion-Dollar Campaign. In: *Bloomberg* [online]. 2008 [cit. 2014-03-24]. Dostupné z: Spending Doubled as Obama Led First Billion-Dollar Race in 2008
- SULLIVAN, Sean. Everything you need to know about McCutcheon v. FEC. In: *The Washington Post* [online]. 2014 [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: <http://www.washingtonpost.com/blogs/the-fix/wp/2013/10/08/supreme-court-takes-up-the-sequel-to-citizens-united/>
- SULLIVAN, Sean. Not speaking with your friends and family? Good, they can set up a super PAC for you. In: *The Washington Post* [online]. 2014 [cit. 2014-04-18]. Dostupné z: <http://www.washingtonpost.com/blogs/the-fix/wp/2014/04/17/not-speaking-with-your-friends-and-family-good-they-can-set-up-a-super-pac-for-you/>
- TALBOT, David. The Geeks Behind Obama's Web Strategy. In: *The Boston Globe* [online]. 2009 [cit. 2014-05-11]. Dostupné z: [http://www.boston.com/news/politics/2008/articles/2009/01/08/the\\_geeks\\_behind\\_obamas\\_web\\_strategy/?page=full](http://www.boston.com/news/politics/2008/articles/2009/01/08/the_geeks_behind_obamas_web_strategy/?page=full)
- Theodore Roosevelt: "Seventh Annual Message," December 3, 1907. PETERS, Gerhard a John T. WOOLLEY. *The American Presidency Project* [online]. [cit. 2014-04-08]. Dostupné z: <http://www.presidency.ucsb.edu/ws/?pid=29548>

UNIVERSITY OF DENVER STRATEGIC ISSUES PANEL ON CAMPAIGN FINANCE. *Money, Elections and Citizens United: Campaign Finance Reform for Colorado* [online]. 2013 [cit. 2014-03-15].

WESTEN, Drew. Why attack ads? Because they work. In: *Los Angeles Times* [online]. 2012 [cit. 2014-03-20]. Dostupné z: <http://articles.latimes.com/2012/feb/19/opinion/la-oe-westen-why-negative-campaigning-works-20120219>