



Robert Vašíček

## **Eurovolební kampaně 2004**

Přehled volebních kampaní českých politických stran k 1. eurovolbám v ČR

## **Úvodní slovo**

Politické strany v Čechách a na Moravě jsou zvyklé fungovat v zajetých schématech. Schématismus osvědčily v prvních českých eurovolbách, které se staly přehlídkou osobností, nikoliv myšlenek.

Eurovolby potvrdily bulvarizaci politického života v České republice. Strany, které přišly se standardní volební kampaní, postavenou na solidním vystupování a slušnosti byly odsunuty mediálně agresivními projekty. Občan tak dal najevo, že jsou pryč doby, kdy volili pro ideály. Dnes volí ze dvou důvodů – okamžitý prospěch nebo dojem.

Přehled si klade za cíl seznámit voliče s detaily kampaní jednotlivých politických stran a měl by se stát vodítkem pro nerozhodnuté voliče v následujících politických kláních.

Robert Vašíček



## **BPS – Balbínovci letos nepřekvapili**

Balbínova poetická strana je volebním projektem z parlamentních voleb 2002, kdy se postarala o zábavu novinářů, politických komentátorů, ale i řadových občanů svou propagací hospodské společnosti a svobodného umění.

BPS je stranou návštěvníků Balbínovy poetické hospůdky . Zatímco v parlamentních volbách přinesli zábavu, letos byla jejich kampaň nudná a bez výrazu. BPS nikdy nebude seriózní stranou a její politická budoucnost je naprosto nulová.

V čele kandidátní listiny stáli písničkář Jaroslav Hutka, básník Eugen Brikcius, písničkář Jiří Dědeček a sochař Kurt Gebauer. Výrazné osobnosti z řad umělců jsou tedy jedinou výhodou BPS.

Kontaktní kampaň se mimo hospůdku téměř neodehrávala a volební spot ve formě zátiší na trávě pod stromem voliče, lačné akčních záběrů, asi nepotěšil. Přesto Balbínovci obdrželi více než deset tisíc hlasů a převládali malé nemajetné strany.



## **ČSSD – sociální demokraté si sami prohráli volby**

ČSSD letos přišla s volební kampaní, která trochu připomínala časy Národní fronty. Evropa hlavně pro lidi se stalo nejnemožnějším heslem a celá kampaň postrádala akci. Byla přehlídkou nudy a myslím, že kdyby sociální demokraté nevyráželi se svou eurokaravanou, dostali by stejný volební výsledek.

Volební spot kombinoval pozitivní hudbu s klidným a profesionálním vystupováním lídrů kandidátky i sociální demokracie samotné. Sociální demokracie v těchto volbách použila poprvé neurčitá hesla a její kampaň se tak stala naprosto neúčinnou.

Když v roce 2002 slibovala přídavky, lidé slyšeli na konkrétní drogu – něco chtěli a mohli to dostat – když zvolí ČSSD. Nyní ale slyšeli pouze, že ČSSD již něco dokázala a že by bylo dobré to rozvíjet. Selským rozumem řečeno: Co si za to koupím? Nic.

Kontaktní kampaň ČSSD byla na úrovni, ale zoufale postavena na frázích, které dnes občany nezajímají. Zvolená ekonomická politika, kterou ČSSD převzala od unionistů, klasické voliče ČSSD nepřitahuje.

Volby měly pro sociální demokraty smysl – nyní vědí, kolik procent dostanou, až nebudou moci slíbit již vůbec nic.

Podstatu letošního neúspěchu ČSSD lze hledat také ve volebních aférách, které stranu před hlasováním postihly. Libor Rouček byl slabou náhradou za profesionála Jana Kavana.

Kdyby ČSSD vedl Jan Kavan s vizitkou bývalého předsedy Valného shromáždění OSN, i přes negativní mediální kampaň vůči Kavanově minulosti by ČSSD porazila KSČM. Nadarmo nechtěl komunistický lídr Ransdorf prosadit Kavana na svou kandidátku.

Tyto volby prohrála ČSSD a její vedení, větší aktivity v mediální oblasti se pravděpodobně stejně nedočká. O důvod více, aby ČSSD bez ucelené mediální koncepce prohrála také letošní senátní a krajské volby.



## **DS – dělníci v europarlamentu nezasednou**

Dělnická strana je volebním projektem bývalých republikánů Tomáše Vandase a Jiřího Štěpánka, kteří působili v pražské organizaci SPR-RSČ.

DS je stranou, která využívá levicovou symboliku a fráze, skrývá ovšem národoveckou filosofii. Strana má profesionální webové stránky a navazuje na činnost republikánů vlastní mládežnickou organizací a vlastními novinami, její činnost na veřejnosti je vzhledem k nedostatku financí minimální.

V čele kandidátní listiny stál bývalý tajemník republikánů a dnešní předseda dělníků – Tomáš Vandas. Na druhém místě byl odborářský předseda Jaroslav Steiner a na třetím místě bývalý zástupce šéfredaktora Týdeníku Republika, Jiří Štěpánek.

Kontaktní kampaň byla opravdu minimální a volební spot neobsahoval nic převratného jak provedením, tak svým obsahem. Dělníci obdrželi více než 4 000 hlasů, což naznačuje, že si ukousli bývalého republikánského koláče, ale jejich šance na vzestup jsou bez větší finanční podpory minimální.



## **HA – latinskoamerická forma komunismu se marně uchází o českou podporu**

Humanistická aliance se od poloviny devadesátých let snaží zaujmout české voliče programem adopce afrických dětí, superliberálním programem v oblasti přistěhovalectví, nebo také vyzdvihováním jednoznačně komunistických ideálů, které kryje humanistických hnutí.

Humanisté se snaží o vytvoření globální vesnice, čemuž odpovídali jejich spoty – okopírované od zahraničních kolegů. Představují své kolegy jako nositele humanismu a lepší budoucnosti. Profesionální provedení je doplněno o sliby, které české voliče absolutně nezajímají. Češi nejsou zvyklí zachraňovat Svět, řeší vlastní problémy. Chybí jasné poselství, jeden, dva populistické sliby.

Kontaktní kampaň humanistů probíhala formou malých happeningů, neměla však valnější úspěch, i když se zaměřovala zejména na nerozhodnuté studenty vysokých škol.

Humanisté jsou v českých podmínkách odsouzeni k neúspěchu, dokud nepřijmou rétoriku standardních politických stran.



### **HOB – recesisté z rádia propagovali vysílání**

Helax – Ostrava se baví nabídla svým potenciálním voličům legraci, demenci a vlastní vysílání v rádiu Helax. Oficiální proklamace o nepropojenosti rádia jsou obranou před potenciální žalobou ze zneužívání volební kampaně.

Rádio s úspěchem zopakovalo kampaň Balbínovců z roku 2002, kdy byli právě oni šašky parlamentních voleb. Jestliže Balbínovci se pokoušeli o jistou intelektualitu, pak Helax zvolil vyzkoušené zábavné formáty, kdy se kandidáti navzájem zesměšňovali, nebo vedli často nepochopitelné rozhovory. V tom spočívala legrace.

Kontaktní kampaň Helaxu se konala zejména v Ostravě a blízkém okolí. Kandidátka nabídla úspěšné moderátory, showmany a také hezkou ženu, tudíž pár set hlasů bylo dopředu zajištěno.

Jestliže v roce 2002 byla kampaň Helaxu nevýrazná, letošní kampaň pobavila zároveň a znemožnila reálné politické uplatnění HOB v některých budoucích volbách. Lidé se rádi baví, ale neradi pak mají se šašky cokoliv společného.



### **KČ – monarchisté ozdobou voleb**

Monarchisté šli do svých prvních voleb s vědomím, že zcela určitě neuspějí. Jednalo se o testovací balónek před krajskými, senátními a příštími parlamentními volbami, kde by rádi byli alternativou KDU-ČSL.

Volební kampaň byla postavena zejména na volebním spotu v televizi a šlechticích, kteří občanům republiky nic neříkají. Volební spot byl ukázkou zašlých časů a celkem profesionálně lákal voliče na konstituční monarchii. Jistým problémem byla špatná výslovnost předsedy nejhezčí kandidátky, slečny Skříšovské. Na pozadí hrála hudba, která dnešním konzumním spoluobčanům nic neříká.

Koruně České zkrátka chyběla akce. Kontaktní kampaň se oficiálně nekonala a celkově to vypadalo na vytažení relikvií z roku 1918. Přesto, nebo právě proto by i Koruna Česká mohla v budoucnu počítat alespoň se zastoupením v českém Senátu.



## **KDU-ČSL – lidovci prosadili z vládní koalice nejvíce**

Křesťanští demokraté jsou tradiční českou stranou, která se vždy včas poučila a dovedla přežít. Dokazují to výsledky eurovoleb, kdy jediní lidovci posílili, zatímco ČSSD a US-DEU zaznamenali hořkou porážku.

KDU-ČSL je konzervativní stranou, která se zejména kvůli své venkovské volební populaci vyhýbá nepopulárním pravicovým řešením. Lidovci samozřejmě koketují s myšlenkou být lídry pravicového tábora v ČR, ale tuto doménu si přivlastnila ODS a je nepravděpodobné, že by ateističtí podnikatelé volili lidovce.

V čele kandidátní listiny stála senátorka Zuzana Rothová, na druhém místě olomoucký hejtman Jan Březina, za ním vatikánský diplomat Pavel Jajtner a další výrazné osobnosti. Od nástupu Miroslava Kalouska na předsednický post se lidovci stávají stranou osobností. Jeho mediální kurz je vysoce efektivní.

Kontaktní kampaň se odehrávala po celé republice a leitmotivem kampaně bylo pečení koláčů, které měly zdůraznit, že lidovci získají mezi evropskými kolegy největší respekt při prosazování českých zájmů v europarlamentu. Animované volební spoty byly vtipné a vedle spotů ODS je považují za nejprofesionálnější. KDU tak sklídila oprávněné volební vítězství.



### **KONS – Skalní konzervativci podruhé bojují o české voliče**

Konzervativní strana vznikla ze Strany konzervativní strany, založené neúspěšným bojovníkem za snižování daní během Klausovy vlády, exposlancem Jiřím Maškem. V jejích řadách se sešli pravicové osobnosti – exposlanec Hofhanzl, kdysi z ODA, expředsedkyně DEU, Alena Hromádková, a mnozí další. Její myšlenkový trust dodává Občanský institut pod vedením Romana Jocha.

Konzervativní strana vzhledem k akutnímu nedostatku financí vedla svou kampaň okrajově ve sdělovacích prostředcích, zejména pak volebními spoty.

Volební spot KONS je monologem Aleny Hromádkové, která nás varuje, straší, apeluje – marně. Umělecká hodnota spotu je nulová, poselství alarmující. To je kombinace, na kterou český volič nezabírá. Kontaktní kampaň se vůbec nekonala.

Konzervativní strana i nadále zůstane uzavřeným spolkem bez šance na průnik do orgánů státní správy a samosprávy. Její mediální politika totiž neexistuje.



## **KSČM – komunisté nasadili do boje kosmonauta a filosofa**

Komunistická strana Čech a Morava je pomalu se obrozující levicovou silou, která s novými tvářemi setrvává na starých dogmatech. Je to dáno strachem komunistů z rozpuštění jejich ideologie v globalizačním balastu.

KSČM je stále označována jako nesystémová strana a jejím problémem je nedostatek schopných mediálních tváří – strana si je nevychovává, možná je ani nepotřebuje.

V čele kandidátní listiny stál místopředseda KSČM Miloslav Ransdorf, následován jediným československým kosmonautem, Vladimírem Remkem. Dalšími osobnostmi byli mediálně aktivní poslanci Kohlíček a Maštálka. Kandidátka zazářila světlem mládí, ale až na dolních pozicích.

Kontaktní kampaň se odehrávala ve všech regionech, doplněná vtipnými billboardy a poněkud nudnými volebními spoty. Komunisté zažili historicky nejúspěšnější volby od roku 1989 – více než dvacet procent naznačuje, že se stali masovou stranou nespokojených spoluobčanů. Je otázkou, zda a kdy svého potenciálu využijí.



### **MDS – chudí politici neprorazili**

Masarykova demokratická strana existuje již dvanáct let bez znatelné politické aktivity. Její účast v letošních eurovolbách byla vcelku výjimečná po letech pasivity.

MDS je stranou filozofů bez větších politických ambicí. Spíše se omezuje na politické sny. Jejím vzorem je první československý prezident a ten by podle ní vše vyřešil.

V čele kandidátní listiny stál lékař Milan Kozlík z Dobřívi, ostatní jména jsou rovněž zcela neznámá i pro znalce politiky.

Kontaktní kampaň se nekonala a volební spot byl amatérský. Strana se prezentovala jako chudý politický subjekt, který nemá ani na internetovou prezentaci. Na sklonku voleb si ji pořídila. Dnes se chlubí, že se stala jednadvacátým nejsilnějším politickým subjektem se ziskem 0,18 % hlasů. Její šance jsou stejně mizivé jako dosud.



### **NEI – erotika opět nezaujala**

Nezávislá iniciativa, dříve Nezávislá erotická iniciativa je konjunkturalistickou stranou, která se pokusila svézt na vlně svobody a medializace erotiky v devadesátých letech. To se jí nepovedlo.

NEI je stranou vydavatele NEI Reportu, Richarda Knota. Na rozdíl od začátku devadesátých let dnes kontinuálně nepracuje a její obrození před evropskými volbami bylo vzepětím z posledních sil.

V čele kandidátní listiny stála bývala pornohvězda Dolly Buster, která na sebe upozornila spory s vedením NEI a totální neznalostí českého prostředí. Její glosy tak přišly vcelku vtipné a její ňadra také o několik let omládla pod tíhou reportérských mikrofonů.

Kontaktní kampaň se odehrávala sporadicky a její součástí byly také velmi vtipné billboardy. Vtipné byly i televizní spoty, jejichž provedení bylo značně neprofesionální. Cílem NEI od počátku byl zisk volebního příspěvku, což se straně nepodařilo. Čeká nás tedy dvouleté ticho kolem NEI a pak se uvidí.



## **NEZ – Televizní magnát a oblíbená reportérka našli recept na úspěch**

Nezávislí byli dosud politickým hnutím bez větších ambicí. Jejich výsledky na celostátní úrovni byly vždy v normě několika desetin procenta, na komunální úrovni úspěšně získávali zastupitele.

NEZ je hnutím nezávislých, kteří se rádi organizují pod celostátní hlavičkou. Jejich protivníkem je stejně orientované SNK, proto si je asi Vladimír Železný vybral coby své politické partnery.

V čele kandidátní listiny stál bývalý ředitel Nova TV, Vladimír Železný. Tandem vytvořil s Janou Bobošíkovou, která před eurovolbami odešla z televizní Sedmičky. Zajímavou osobností byla ředitelka ZOO, Dana Holečková, další osobnosti byly nevýrazné.

Kontaktní kampaň byla minimální a neodpovídala Železného strategii. Proto se NEZ soustředili na billboardy, novinové články a medializaci volebních průzkumů, ve kterých hnutí získávalo kolem deseti procent. Častá mediální vystoupení a známost obou hlavních protagonistů projektu vedl ke kýženému úspěchu. Volební spoty považují za nejprofesionálnější ve srovnání s ostatními. Poselství byla srozumitelná a neslibovala – přesně taková, aby nalákala zklamané voliče. Proto se NEZ po letech čekání stali parlamentní stranou. Jejich budoucnost závisí na Železného aktivitě. Bez něho jsou ztraceni.



## **NK – národovci marně čekali na bývalé voliče republikánů**

Národní koalice – volební projekt Národní strany a České strany národně sociální zažila první volební křest od svého založení. Když jsem v roce 2003 vedl první interview s lídrem NS, Mgr. Petrou Edelmannovou, z rozhovoru vyplynulo, že by rádi vyplnili vakuum po odchodu republikánů z parlamentní scény. Přibrat národní socialisty bylo logickým krokem, protože o této variantě už kdysi uvažovali dokonce i občanští demokraté, když pilovali svou národoveckou rétoriku před parlamentními volbami 2002.

ČSNS – strana se stoletou tradicí a vytunelovaná Janem Šulou za asistence jeho bývalých kolegů z tajné služby sklouzla ke xenofobii rétorice a snažila se zachránit. Byla přímo předurčena stát se členem Národní koalice. Naopak Národní strana – projekt intelektuálních národovců potřebovala přidat k historickému jménu také skutečně historickou stranu s kontinuální činností.

Volební management NS měl připraveného trójského koně, kterým chtěl proniknout do europarlamentu – šéfa Národní koalice a bývalého senátního kandidáta ODS, Milana Knížáka. Kdyby se záměr NS vydařil a Knížek nebyl pod pohrůžkou odvolání z Národní galerie přinucen od kandidatury odstoupit, národovci by možná na pět procent dosáhli.

Volební spoty NK byly nezáživné a nebyly připraveny profesionálně. Bylo na nich poznat, že byly tvořeny s nedostatkem financí. Samé fráze, žádná show.

Kontaktní kampaň byla postavena na objíždění republiky se služební limuzínou Škoda Super. Mladičká a sympatická předsedkyně kázala národní uvědomění a zájem o její osobu se většinou stácel na její sympatický úsměv.

Národní koalice tyto volby nemohla vyhrát. Podaří-li se národovcům v příštích volbách sehnat osobnost formátu Milana Knížáka, možná, že jejich šance opět vzrostou. Prostor pro národovce dosud nebyl vyplněn, i když se o to ODS snaží.



### **ODS – jednoduchá, citová struna doplnila chléb a hry**

ODS se stala letošním mediálním vítězem voleb již dávno před svým faktickým vítězstvím. Její kampaň byla vypilovanou senátní a komunální kampaní z roku 2002, která tehdy vznikla ještě pod vedením Václava Klause.

Decentní grafika byla doplněna profesionálními pohledy kandidátů. Jednoduchý a upřímný Topol opakoval zjednodušené fráze, kterým porozumí každý sedlák. Doplnoval ho o poznání přemýšlivější Jan Zahradil. Euroskepticismem prodchnuté volební spoty měly mistrné psychologické pozadí, kdy lídr i předseda ODS spoluobčany strašili a mezi větami nabízeli vlastní alternativu za přispění zvukomalebného doprovodu s jednoznačně pozitivním nádechem.

Kontaktní kampaň byla vystavěna na menších show s jedním velkým závěrečným, lákala občerstvením, spojila komunální politiky ODS s elitami, určenými pro europarlament. Na mítincích se nezřídka řešily regionální problémy, což voliče přitáhlo.

ODS ladila svůj antikomunismus a rozdmýchávala neúspěchy české vlády. Spojení všech těchto faktorů v jednoduchý předvolební guláš s chutným kořením v podobě drobných dáreků nadchnul řadu nerozhodnutých spoluobčanů, předtím vystrašených z Evropy slovy Jana Zahradila, aby ODS dovolili vyhrát historicky první eurovolby.



### **OFD – Viktor Kožený se doživotně znemožnil**

Otevřená federální demokracie byl dlouho ohlašovaný volební projekt bahamského podnikatele a piráta z Prahy – Viktora Koženýho. Jeho výsledky, ale i styl mediální práce vedl k totálnímu znemožnění Koženýho v Čechách i zahraničí. Dnes už by mu fondy nikdo nesvěřil.

OFD vznikla následovně: Kožený se rozhodl zahrát si na politika, zaplatil si správce svých aktivit v Čechách, Pavla Matějku, a ten zorganizoval 1 000 podpisů, registraci strany, registraci do voleb, sestavení kandidátní listiny, internetové stránky a pár článků. To bylo vše.

V čele kandidátní listiny stál přímo Kožený, další kandidáti se řadili mezi kuriozity – zejména hledač štěchovického pokladu Gaensel. Sám Matějka byl jako volební zmocněnec vyškrtnut z kandidátní listiny.

Kontaktní kampaň se nekonala a spoty byly trapné. OFD je bez šancí a spíše svého zakladatele připravily o zbytky pověsti. Tak špatnou mediální práci jsem již dlouho neviděl.



## **PB – Cibulka vyburcoval své voliče k získání volebního příspěvku**

Právý Blok vznikl jako antikomunistická politická strana, v poslední době je spíše stranou jednoho muže – disidenta, šéfredaktora Necenzurovaných novin a neúspěšného politika Petra Cibulky.

PB je stranou, která často mění své názvy. Petr Cibulka to odůvodňuje snahou sdělit lidem volební program v názvu. K tomu ho vede tzv. cenzura českých médií, která prý ovládají pouze komunisté a ruská GRU. Opisovat název politické strany o téměř deseti slovech je dost hloupé, ovšem sám jsem se stal terčem útoku Cibulkovy pravé ruky, Míly Jebavé, která mě označila za spolupracovníka cenzury, když jsem tak neučinil. Z této historky plyne základní problém PB – sektářství, vnitrostranické procesy se všemi, které Cibulkova klika odhalí a posedlost spiknutími komunistů, zednářů a dalších.

V čele kandidátní listiny stál samozřejmě Petr Cibulka. Ostatní jména byla nezajímavá, jedinou známou osobností byla Míla Jebavá, notoricky známá mezi novináři svými útočnými a pomlouváckými e-maily o deseti a více odstavcích. Ostatní osobnosti pocházely z lůna strany a ani letos se strana nevyhnula své tradici – odvolávání nepohodlných a odhalených kandidátů z kandidátky těsně před volbami. Inu specifická politická kultura.

Kontaktní kampaň se konala na několika místech republiky a volební spot byl v rukou přesvědčivého revolucionáře Petra Cibulky. Celkově byla kampaň slabá. Volební zisk téměř 30 tisíc hlasů je vynikající, stejně jako zisk volebního příspěvku za překonání 1 % hlasů. Právý Blok má nyní v rukou více než 800 000,- Kč. Bude velmi zajímavé sledovat, zda je použije na politickou práci, nebo se rozplynou v jiných projektech a za jinými účely.



### **RMS – Republikáni potvrdili ústup ze scény**

Republikáni Miroslava Sládka byli záchranným projektem bývalé SPR-RSČ, která se ocitla v konkurzu. Její dosavadní účast ve volbách je ve znamení totálního neúspěchu. Nedosáhla ani na státní příspěvek.

RMS je stranou Miroslava Sládka, bývalého poslance a prezidentského kandidáta. Jeho národoveckou rétoriku postupně okopírovaly další subjekty, včetně parlamentní ODS. Okruh věrných se neustále zmenšuje a z bývalých republikánů vznikly za desítku let různé minoritní strany – Prává alternativa (dříve Národně sociální blok, ještě dříve Vlastenecká republikánská strana), Republikáni, vedení bývalým Sládkovým tajemníkem Vikem, nebo v poslední době Dělnická strana Tomáše Vandase. Šance na vzestup jsou nízké, rozhodující by mohlo být vytvoření bloku s jinými národoveckými subjekty v čele se Sládkem.

V čele kandidátní listiny stál předseda RMS, následován svérázným římskokatolickým farářem z Rovenska, Františkem Kocmanem. Další osobnosti na kandidátce byli věrní Sládkovi stoupenci.

Kontaktní kampaň se odehrávala sporadicky, problémem je nedostatek financí. Volební spoty byly v duchu těch dřívějších – seriózní projev Miroslava Sládka klidu. Ani to nepomohlo a Republikáni propadli. Jejich potenciál je minimální, přesto mohou v budoucnu překvapit.



### **SDS – chudý příbuzný Strany evropské levice**

Strana demokratického socialismu v parlamentních volbách 2002 zcela propadla, přesto má svého starostu ve slezské Orlové. Strana, kterou založil bývalý funkcionář SSM, Mohorita, po opuštění Levého bloku a neúspěšných volbách 1996, kdy se neprobila do českého parlamentu, živořila a ideově rozvíjela avantgardní alternativu ke KSČM.

Její předvolebním tahákem bylo přidružení k nově vzniklé Straně evropské levice, do které předtím odmítla vstoupit KSČM kvůli ideovým rozporům.

Volební kampaň SDS byla chudá a odpovídala minimálním finančním prostředkům, kterými levicová strana disponuje. Volební spot byl převzat od Strany evropské levice a kontaktní kampaň se takřka nekonala.

Přesto má SDS určité šance na politickou budoucnost, získá-li ve sjednocující se Evropě finanční a mediální podporu Strany evropské levice. Prostor po ustupující ČSSD se přímo nabízí.



## **SN – konjunkturalisté na vlně nezávislých**

Sdružení nezávislých je dalším pokusem o jízdu na vlně oblíbenosti českých nezávislých, kterou zažehel úspěch Občanského fóra v roce 1990. V jeho čele jsou nesporné osobnosti veřejného života, ale výraznějšího úspěchu se dočkat nemohou, dokud budou na scéně SNK a Železného Nezávislí.

V čele kandidátky se objevil údajný britský princ, ale také bývalý generál letectva, Ladislav Klíma. Spoty SN jsou profesionální, ale chybí jim výraznější poselství, jsou příliš usedlé pro českého voliče, hýčkaného nečekanou originalitou tradičních stran a osobnostmi, bojujícími za mimoparlamentní strany.

Kontaktní kampaň se takřka nekonala a kandidátka SN zůstala bez odezvy voličů. Možná, že se SN v budoucnu dočká chyby konkurentů a vypilují svou politickou agendu. Do té doby jsou bez šancí.



## **SNK-ED – Profesionálové, kteří nic neslibují**

Deset procent pro koalici Sdružení nezávislých a Evropských demokratů se stalo nástupem liberálních voličů na parlamentní scénu. Voliči, kteří kdysi volili ODA jako alternativu k silné ODS a zakonzervované KDU-ČSL se později přesunuli do tábora Unie svobody a ještě později do Čtyřkoalice. Se skřípěním zubů přežili Koalici.

Úspěch SNK-ED je pohřbem Unie svobody-DEU. Naznačuje také do budoucna, že jeden ze subjektů toto spojení nepřežije a do českého parlamentu se v příštích volbách neprobije. Docela bych sázel, že těmi poraženými v koalici budou SNK vzhledem k ideovému profilu zvolených europoslanců.

SNK-ED přišli s kampaní plně v režii Evropských demokratů a zejména Jana Kasla. Byla zopakováním jeho úspěšné pražské kampaně z podzimu 2002 navrátila na scénu zapomenutá hesla Čtyřkoalice, tedy nic nového pod Sluncem.

Vtipné spoty zesměšňovaly radikalismus KSČM, neschopnost ČSSD a spekticismus ODS. Nad ně postavila jednoduché fráze, vyvolávající společenskou přijatelnost této volby.

Kombinace animovaných spotů s vystoupeními lídrů a předsedů obou politických subjektů jednoznačně osvěžily českou volební kampaň vtipnými prvky, kdy se výše neminované konkurenční české hvězdičky zesměšňovaly, až bipohlavní hvězdička Zieleniec – Hybášková sklidily potlesk za nicneříkající frázi. Ale o tom je politika.

Kontaktní kampaň byla založena na objíždění českých měst s dodávkou a americkým jeepem, který lákal potenciální voliče k brožurám s Hybáškovou a Zieleniecem.

Úspěch SNK-ED je důkazem, že i mimoparlamentní strany jsou schopny s podporou části establishmentu proniknout přes pětiprocentní bariéru. A liberální voliči si své koně právě vybrali. Jsou jimi Evropská demokratická unie.



### **SORČ – občanští straníci zůstali bez šance**

Strana občanů republiky České je ambiciózním projektem jejího dvacetiletého předsedy Tomáše Magnuska. Strana se účastnila voleb poprvé a na kampani se podepsal akutní nedostatek finančních prostředků.

Náchodský aktivista Tomáš Magnusek kolem sebe soustředil politicky různorodé osobnosti, ale i tzv. politické turisty. Aktivitu ve straně podněcuje předseda, o menší aktivitu se pokouší rovněž asi desítky dalších členů strany, ostatní členové nevyvíjejí činnost. To je dáno finančním nedostatkem, který brání, aby se ke straně připojily politické osobnosti. Člověk nerad investuje své vize do nejistého spolku.

V čele kandidátní listiny stál mladý učitel Patrik Ungermann. Doplňujícími osobnostmi se stali bývalý prezidentský poradce Jan Broj a spisovatelka Olga Chválová. Program strany byl velmi neurčitý a obsahoval učebnicové fráze levicového, ale i národoveckého slovníku.

Kontaktní kampaň byla slabá a strana byla nucena v průběhu voleb stáhnout volební spot s písničkou, na kterou neměla povolení autorů k použití. Náhradní spot byl amatérský a připomínal Nedělní chvilky poesie, známý televizní pořad z osmdesátých let. SORČ je prozatím mladou stranou bez budoucnosti, pokud se nespojí s větším subjektem, nemá naději na obrát.



### **SOS – liberální zelení odčerpali hlasy Zeleným**

Strana pro otevřenou společnost je volebním projektem bývalých poslanců a úspěšných obecních zastupitelů z mnoha krajů naší republiky. Zatímco na regionální úrovni strana prorazila, svůj celostátní křest po boku Zelených nezvládla.

SOS je strana, které nelze nic vytknout. V čele má nezkorumpované osobnosti, podporuje ekologické aktivity a úspěšně si vede v obecních zastupitelstvech. Do letošních eurovoleb měla jít po boku Zelených, ale po Tmavozelené revoluci v SZ se nedohodla s Jakubem Patočkou. Vznikly tak dvě zelené kandidátky. Patočková, mírně levicová, a liberální s podporou bývalého ministra životního prostředí, Ivana Dejmala.

V čele kandidátní listiny stála bývala náměstkyně ministra životního prostředí, Eva Tylová, ale bez výrazné mediální kampaně byla strana odsouzena k neúspěchu. Volební spoty byly konzervativní a dětské ruce v nich za monotónního hlasu rozplétaly provázky. Dětská hra. Vynikající pro přemýšlivého voliče, těch je ovšem minimum.

Kontaktní kampaň se odehrávala v regionech s komunálním zastoupením SOS a byla vedena spíše osobně a formou letáků. SOS v těchto volbách naznačila, že je zásobárnou osobností pro silnější politický subjekt, nebo pro společnou koalici regionálně působících stran.



### **SP – pracovníci šli volit konkurenci**

Strana práce je volebním projektem intelektuálně zaměřených politických aktivistů – teoretiků, kteří se rozhodli vstoupit do politiky. Bez finanční podpory a výrazné mediální kampaně jsou bez šance.

SP je stranou, která dosud funguje na bázi Přípravného výboru, protože byla zaregistrována teprve na sklonku března 2004. Její program opakuje humanistické ideály a zdůrazňuje mravnost všeobecně známými frázemi.

V čele kandidátní listiny stála Pavla Netušilová a zcela neznámá jsou i další jména.

Kontaktní kampaň se nekonala. Strana práce je bez šance, protože nedisponuje financemi na svou větší medializaci. Ve volbách proto získala jen 1717 hlasů.



### **Svobodní – strana bez volební kampaně**

Svobodní jsou neznámou politickou stranou, která se vynořila po sestavení kandidátní listiny a zaplacení volební kauce.

Svobodní zatím mají jen svůj program. Budeme-li citovat: „Hlavní programovou zásadou SVOBODNÝCH je návrat ke společnosti založené na občanském principu a vytvoření takového společenského klimatu, ve kterém občané tohoto státu opět získají dostatečnou důvěru a sebeúctu, že znova vezmou na sebe odpovědnost za svůj život, prostředí v němž žijí i za slušnou budoucnost těch, kteří přijdou po nich.“ To je opravdu málo k oslovení spoluobčanů.

V čele kandidátní listiny stál neznámý Jaroslav Valenta a další kandidáti jsou rovněž mediálně neznámí.

Kontaktní kampaň se nekonala a strana tak bez prezentace získala na svůj název 1 300 hlasů. Bylo zcela zbytečné se těchto voleb účastnit. Svobodní jsou bez budoucnosti.



## **SV-SOS – venkované udrželi své pozice**

Strana venkova – Spojené občanské síly je politickou silou, která měla ambice stát se sociálnědemokratickou alternativou. To se jí ani jednou nepodařilo.

SV-SOS je stranou zemědělců a chovatelů dobytka, dále obyvatel venkova. I přes tento výrazný akcent není schopna získat podporu výše jmenovaných skupin. Je to dáno nedostatkem peněz a následné minimální medializace. Podporu straně v minulosti vyjádřil známý český režisér Zdeněk Troška.

V čele kandidátní listiny stál Jiří Sedlo, předseda Českomoravské vinohradnické a vinařské unie. Na druhém místě byl legislativce Úřadu vlády, Miroslav Richter. Také na dalších pozicích byly prestižní kandidáti, což potvrzuje dobrou pověst Strany venkova mezi odbornou veřejností.

Kontaktní kampaň se téměř nekonala a volební spoty byly nudné a bez nápadu. Strana venkova nemá šanci bez výraznějších finančních prostředků, proto lze považovat její výsledek 0,5 % za vcelku úspěšný.



## **SZ – Patočka posílil a také rozdělil české Zelené**

Strana zelených předvedla v posledních parlamentních volbách nenápaditou kampaň a přesto uspěla. Tento úspěch inspiroval několik ekologických aktivistů v čele se šéfredaktorem Literárních novin, Jakubem Patočkou, a šéfem hnutí Duha, Janem Beránkem ke vzniku Tmavozelené výzvy.

Tmavozelení pod záminkou finančních nesrovnalostí převálcovali starozelené a začali se připravovat na historický úspěch českých Zelených. Připomeňme, že v roce 1990 se Zelení jen těsně nedostali do Federálního parlamentu a teprve v roce 1992 se jim to povedlo v rámci Liberálně sociální unie. Tehdejší šéf SZ, Jiří Vlček stranu vytuneloval ve prospěch sociální demokracie a Miloše Zemana, který se mu ovšem neodvděčil ani místem v příštím parlamentu. Smůla pak provázela Zelené až do voleb v roce 2002.

Jakub Patočka spolu s dvojkou kandidátky, novinářkou Janou Ulbrychovou vytvořili bezvadně fungující volební stroj, kterému uškodil jejich razantní postup při tvorbě žipové kandidátky muž-žena-muž-žena-muž... Mnozí starozelení a odstavení Tmavozelení se rozhodli proti Patočkovi bojovat a právě tento boj možná opět přinesl smůlu českým Zeleným.

Volební kampaň Zelených byla nápaditá a byla jednoznačně inspirována z Německa. Výborná grafika a konfrontace se soupeřící ODS v letech 1998 a 2002, jen s jiným pozadím – zeleným. V čele Jakub Patočka s tichou podporou premiéra Vladimíra Špidly, který spatřuje v Zelených budoucího koaličního partnera ČSSD.

Volební spoty si na nic nehrály, jen vystupování Jakuba Patočky bylo poněkud nervózní. Nepostrádaly tedy ani dramatický rozměr.

Kontaktní kampaň Zelených byla úspěšná a zaměřovala se na happeningy včetně posledního – demonstrace před Primou, kam odmítli Jakuba Patočku pozvat na setkání volebních lídrů. Uražený Patočka tady uspořádal demonstraci před televizní budovou. Vše mediálně perfektně zvládnuto.

Zelení neztrácejí šanci na úspěch. Je však jasné, že budou muset lovit ve vodách soupeřů – zejména sociální demokracie a Sdružení nezávislých. Uvidíme, kdy Zelení konečně zlomí smůlu, která se jim od roku 1990 lepí na paty.



### **SZR – Hannig nepřesvědčil ani letos**

Strana zdravého rozumu je stařeckým rozmarem bývalého úspěšného hudebního manažera Petra Hanniga. I letos se pokusil uspět se svými písničkami snahou vytvářet politické hvězdy z ničeho.

SZR je volební stranou jednoho muže – vše řídí Petr Hannig a aktivita strany mezi volbami je opravdu minimální. Strana má ovšem velmi pěkné a profesionální internetové stránky.

V čele kandidátní listiny stál sám Petr Hannig, následován několika osobnostmi showbussinesu. K nejzajímavějším patří televizní bavič Marek Dobrotinský, věrný průvodce Zdenka Izera. Volební program byl samozřejmě pravicový.

Kontaktní kampaň se nekonala a volební spoty připomínaly Zmožkovy reklamy na dechovková CD. Byly profesionální, ale trochu nudné. Strana dosáhla na 6 000 hlasů, což je vynikající výsledek. SZR má šanci uspět na komunální úrovni. Parlamentní vody ji zůstanou navždy zavřené.



## **SŽJ – důchodci stále na jednotce intenzivní péče**

Strana za životní jistoty bývala úspěšným volebním projektem expředsedy Konička. Po jeho odchodu dovedl stranu naposledy k zisku tří procent Eduard Kremlička. Po jeho odstranění strana klesá a po vyčerpání finančních prostředků zmizí z politické scény. Většina funkcionářů dnes ve straně hledá spíše místo, kde je káva zdarma, než prostor pro politickou činnost. Výsledky tomu odpovídají.

SŽJ je strana, která ještě pod názvem DŽJ hájila zájmy seniorů. Logicky tak směřovala k levici, ale ještě za expředsedy Konička odmítla toto schéma. Po nástupu Eduarda Kremličky zahájila strana pochod doleva, který vyvrcholil porážkou před branami parlamentu v roce 1998. Nové vedení, vázané bojem s ultralevicovým křídlem nedokázalo najít nosná témata a SŽJ prohrála i další volby v roce 2002. Po nich se k moci dostali komunisté, představovaní pražským předsedou Weisseem, který je v přímém spojení s KSČM a upravuje aktivity strany podle zájmů KSČM. Je logické, že zájmem KSČM nemůže být budování dalšího levicového subjektu. Předsedkyní se stala bývalá sociální demokratka Marcela Kozarová, pod jejímž vedením strana nadále upadá a ukrajuje z finančních prostředků, získaných v roce 1998.

V čele kandidátní listiny stála předsedkyně Kozarová, následovaná statutárním místopředsedou Fischerem. Na rozdíl od parlamentních voleb na kandidátní listině zcela chyběly výrazné osobnosti. Tomu odpovídal volební zisk 0,51 % hlasů.

Kontaktní kampaň se nekonala a volební spoty byly neprofesionální. Politická práce SŽJ tedy dovede stranu dříve nebo později k finančnímu kolapsu a zániku podstaty strany. Možná to bude šance pro nový začátek bez placených funkcionářů.



## **ULD – unionisté a menší liberální strany nedostaly šanci**

Unie liberálních demokratů byla pilotním projektem integrace menších pravicových subjektů v jeden. Dlouho připravovaný projekt podlehl pozdnímu načasování kampaně a silnějším soupeřům.

ULD měla šanci, pokud by nekandidovali Kaslovi Evropští demokraté. Ti sice dostali nabídku zúčastnit se ULD, ale vzhledem k vládnímu angažmá US-DEU s ní nemohli souhlasit. Unie svobody-DEU tak zažila další hořkou porážku ve volbách.

V čele kandidátní listiny stála senátorka Helena Rognerová, dalšími osobnostmi byli předsedkyně ODA Jiřina Nováková, spisovatelka Tereza Brdečková, poslanci Karásek, Kuhn, senátorka Soňa Paukrtová a mnozí další. Leitmotivem kampaně byl pierot, který ač němý – Evropa mu rozumí. Vynikající, vtipné spoty byly zastíněny nízkou agresivitou mediálních vystoupení, pozdním načasováním kampaně a nezájmem voličů o US-DEU.

Kontaktní kampaň se odehrávala velmi vtipnou formou politického divadla, celkově se jednalo o bohatý program a desítkami vystoupení. Volební spoty byly vysoce profesionální a kandidáti kvalitní. Kde tkví problém ULD? V načasování a špatné mediální komunikaci. ULD měla začít v roce 2003 a měla více bojovat o média tak, jak to dělali členové PR teamů SNK-ED. ULD nemá šanci na další pokračování a US-DEU bez pružné změny se po skončení funkčního období sněmovny politicky zhroutí.



## **VOS – Novarův volební projekt neprozradil**

Všeobecná občanská strana je volebním projektem bývalého člena KSČ, Občanského fóra a ODS, Vladislava Novary. Po letech čekání na politickou kariéru se rozhodl téměř sedmdesátiletý Novara založit si vlastní stranu.

VOS je manažérsky řízenou stranou a Vladislav Novara nepopírá, že se inspiroval svými zkušenostmi v level marketingu a prodejních řetězcích. Každý člen má za povinnost přivést nové členy. V level marketingu to funguje, protože noví členové jsou vázáni ztrátou vložených investic a mohou skupovat nové zboží, nebo jiné zboží prodávat. V politické straně zájem takto získaného člena po měsíci ochladne. Tomuto systému nelze při budování strany věřit.

V čele kandidátní listiny stál guru VOS, Vladislav Novara. Dalšími kandidáty byli politicky neznámí funkcionáři strany. Volební program silně připomínal volební program Koženého Otevřené federální demokracie. Sliby strany byly krajně nereálné – například statisíce nových pracovních míst splatem 50 000 Euro do pěti let.

Kontaktní kampaň se odehrávala opět formou level marketingu. Nejsměšnější na kampani byl volební spot. Strana neměla na jeho výrobu a proto zadala v době jeho vysílání nápis, že VOS raději věnuje peníze na charitu. Volební spot se dá poříditi již za 50 000,- Kč. Otázkou je, kolik strana dala z této částky na charitu. Jednalo se tedy o klamavé tvrzení. VOS je bez šancí a její činnost stojí a padá s předsedou Novarou.



## **ZMSE – moravisté potvrdili svůj ústup z politické scény**

Volební koalice za zájmy Moravy ve sjednocené Evropě byla reflexí dlouhodobého neúspěchu obou moravistických subjektů – HSMS a MODS. Její výsledky potvrdily, že moravistům se pravděpodobně nikdy nepodaří vrátit k vynikajícím výsledkům ze začátku devadesátých let.

ZMSE vedl charismatický Pavel Dohnal z Moravské demokratické strany a také další osobnosti MODS, HSMS a Moravského národního kongresu byly zasvěceným známé. Jenže moravistů každý rok ubývá a deset procent ze začátku devadesátých let je nenávratně pryč. Právě moravisté jsou dokladem důležitosti medializace politické práce – to moravisté nedělali a proto skončili mimo parlament.

Kontaktní kampaň se odehrávala v regionech s komunálním zastoupením moravistů, ale celkově byla volební kampaň velmi slabá. Jedinou šancí moravistů je získat dobré mediální poradce a finanční injekci od dalších národnostních hnutí Evropské unii. Do té doby jsou ztraceni.

## Obsah

<b>Úvodní slovo</b>	1
<b>BPS – Balbínovci letos nepřekvapili</b>	2
<b>ČSSD – sociální demokraté si sami prohráli volby</b>	3
<b>DS – dělníci v europarlamentu nezasednou</b>	4
<b>HA – latinskoamerická forma komunismu se marně uchází o českou podporu</b>	5
<b>HOB – recesisté z rádia propagovali vysílání</b>	6
<b>KČ – monarchisté ozdobou voleb</b>	7
<b>KDU-ČSL – lidovci prosadili z vládní koalice nejvíce</b>	8
<b>KONS – Skalní konzervativci podruhé bojují o české voliče</b>	9
<b>KSČM – komunisté nasadili do boje kosmonauta a filosofa</b>	10
<b>MDS – chudí politici neprorazili</b>	11
<b>NEI – erotika opět nezaujala</b>	12
<b>NEZ – Televizní magnát a oblíbená reportérka našli recept na úspěch</b>	13
<b>NK – národovci marně čekali na bývalé voliče republikánů</b>	14
<b>ODS – jednoduchá, citová struna doplnila chléb a hry</b>	15
<b>OFD – Viktor Kožený se doživotně znemožnil</b>	16
<b>PB – Cibulka vyburcoval své voliče k získání volebního příspěvku</b>	17
<b>RMS – Republikáni potvrdili ústup ze scény</b>	18
<b>SDS – chudý příbuzný Strany evropské levice</b>	19
<b>SN – konjunkturalisté na vlně nezávislých</b>	20
<b>SNK-ED – Profesionálové, kteří nic neslibují</b>	21
<b>SORČ – občanští straníci zůstali bez šance</b>	22
<b>SOS – liberální zelení odčerpali hlasy Zeleným</b>	23
<b>SP – pracovníci šli volit konkurenci</b>	24
<b>Svobodní – strana bez volební kampaně</b>	25
<b>SV-SOS – venkované udrželi své pozice</b>	26
<b>SZ – Patočka posílil a také rozdělil české Zelené</b>	27
<b>SZR – Hannig nepřesvědčil ani letos</b>	28
<b>SŽJ – důchodci stále na jednotce intenzivní péče</b>	29
<b>ULD – unionisté a menší liberální strany nedostaly šanci</b>	30
<b>VOS – Novarův volební projekt neprorazil</b>	31
<b>ZMSE – moravisté potvrdili svůj ústup z politické scény</b>	32
<b>Obsah</b>	33

Robert Vašíček

## **Eurovolební kampaně 2004**

Přehled volebních kampaní českých politických stran k 1. eurovolbám v ČR

Editor Ing. Karel Vašíček

Obálku navrhl Robert Vašíček



Pro Politikon Consulting vydala mediální skupina Politikon Media  
Politikon Media  
[www.media.politikon.info](http://www.media.politikon.info)  
[rvasicek@politikon.cz](mailto:rvasicek@politikon.cz)

První vydání

PM 001