

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Filip Harnik

**Denar in volitve – vpliv količine porabljenih sredstev v volilni kampanji na volilni
rezultat: Primer državnozborske volitve v Sloveniji leta 2011 in 2014**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Filip Harnik

Mentor: izr. prof. dr. Andrej A. Lukšič

**Denar in volitve – vpliv količine porabljenih sredstev v volilni kampanji na volilni
rezultat: Primer državnozborske volitve v Sloveniji leta 2011 in 2014**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2017

:

Vsem, ki so mi pri pripravi tega dela na takšen ali drugačen način pomagali.

Denar in volitve-vpliv količine porabljenih sredstev v volilni kampanji na volilni rezultat: primer državnozborske volitve v Sloveniji leta 2011 in 2014

Liberalna predstavniška demokracija je hegemonika oblika politične ureditve v sodobnem svetu in volitve imajo po mnenju številnih avtorjev osrednjo vlogo v liberalno demokratičnih političnih sistemih. Volitve na eni strani predstavljajo najpomembnejšo možnost participacije državljanov po drugi strani pa legitimirajo politični sistem. V sodobnih politoloških razpravah se izpostavlja volilna kampanja kot pomemben dejavnik volilnega vedenja. Izhajajoč iz pomembnosti volitev in volilnih kampanj v njihovem kontekstu si zastavimo za nas osrednje in najpomembnejše vprašanje: ali je zmago na volitvah mogoče kupiti? Zanimalo nas je torej ali količina porabljenih sredstev v volilni kampanji vpliva na volilni rezultat. Za začetek predstavimo normativno ureditev financiranja volilnih kampanj v Sloveniji. Zastavljeno raziskovalno vprašanje in iz njega izpeljano hipotezo preverimo na konkretnem primeru državnozborskih volitev v Sloveniji leta 2011 in 2014. Na primeru državnozborskih volitev preverjamo volilni rezultat določene stranke in finančna sredstva, ki jih je le ta porabila v volilni kampanji. Naše ugotovitve iz sicer zelo omejenih (prostorsko in časovno) podatkov kažejo, da je denar porabljen v volilni kampanji do neke mere pomemben, vendar bistveno ne določa volilnega rezultata.

Ključne besede: Liberalna demokracija, volitve, volilne kampanje, denar in volilne kampanje.

Money and elections: Role of money spent in election campaigns on election results: Parliamentary elections in Slovenia in 2011 and 2014

Liberal representative democracy is the hegemonic political system in contemporary world. According to several authors elections play the central part in liberal democratic political systems. On the one hand elections represent the most important means of participation by the citizens on the other hand they legitimize the political system. In contemporary debates in political science election campaign are presented as one of the most important factors that influence election results. In the context of importance of elections and election campaigns we asked ourselves an fundamental question: can money buy elections? In our research we first present legal framework of financing election campaigns for parliamentary elections in Slovenia. Furthermore we conduct an empirical analysis of Slovenian parliamentary elections in 2011 and 2014. Our conclusion (though methodologically limited) is that money spent in election campaigns is important but it does not influence the election results directly.

Keywords: Liberal democracy, elections, election campaigns, money and election campaigns.

KAZALO

1 UVOD.....	8
2 METODOLOGIJA	9
2.1 Raziskovalno vprašanje in hipoteza.....	9
2.2 Raziskovalne metode in tehnike	9
2.3 Struktura	10
3 KAPITALISTIČNA DRŽAVA.....	11
4 LIBERALNA DEMOKRACIJA	12
5 VOLITVE.....	14
5.1 Funkcije volitev	15
5.1.1 Sistemske funkcije volitev	15
5.1.2 Personalne funkcije volitev	16
6 VOLILNE KAMPANJE	17
6.1 Zgodovinski razvoj volilnih kampanj	18
6.2 Pomen volilnih kampanj na rezultat volitev	19
7 DENAR, VOLILNE KAMPANJE IN REZULTAT VOLITEV	20
8 NORMATIVNA UREDITEV FINANCIRANJA VOLILNIH KAMPANJ.....	21
9 EMPIRIČNI DEL	22
9.1 Normativna ureditev financiranja volilnih kampanj za državni zbor v Republiki Sloveniji.....	22
9.2 Porabljena sredstva in volilni rezultat: državnozborske volitve 2011	24
9.3 Porabljena sredstva in volilni rezultat: državnozborske volitve 2014	26
9.4 Sklep	27
10 ZAKLJUČEK	28
11 LITERATURA	31

KAZALO TABEL

Tabela 9.1: Politične stranke glede na volilni rezultat in finančna sredstva 2011.....24

Tabela 9.2: Politične stranke glede na volilni rezultat in finančna sredstva 2014.....26

KAZALO GRAFOV

Graf 9.1: Politične stranke glede na volilni rezultat in finančna sredstva 2011.....25

Graf 9.2: Politične stranke glede na volilni rezultat in finančna sredstva 2014.....27

Seznam kratic

PS	Pozitivna Slovenija
SDS	Slovenska demokratska stranka
SD	Socialni demokrati
DL	Državljska lista
DeSUS	Demokratska stranka upokojencev Slovenije
SLS	Slovenska ljudska stranka
NSi	Nova Slovenija –krščanski demokrati
SMC	Stranka Mira Cerarja
ZL	Koalicija Združena Levica
ZaaB	Zavezništvo Alenke Bratušek

1 UVOD

Liberalna predstavniška demokracija je hegemonška oblika politične ureditve v sodobnem svetu, svobodne in nepristranske volitve pa so eden izmed najpomembnejših elementov predstavniške demokracije. Volitve imajo v sodobnih državah osrednjo vlogo in nekateri avtorji celo poudarjajo, da so volitve bistveni element politične ureditve ter da je od njih odvisna kakovost oziroma demokratičnost politične ureditve, kajti samo oblast, izvoljeno na volitvah, lahko pojmuje kot legitimno in demokratično (Grad v Krašovec 2007).

V diplomskem delu se bomo ukvarjali z razmerjem med finančnimi sredstvi oziroma denarjem in volilnim rezultatom. Zanimalo nas bo predvsem, ali količina porabljenih finančnih sredstev v volilni kampanji vpliva na volilni rezultat. Povedano drugače, zanimalo nas bo, ali lahko denar kupi zmago na volitvah. Odgovor na to vprašanje ima lahko zelo pomembne implikacije predvsem iz vidika legitimnosti političnega sistema in oblasti. Če količina denarja porabljena v volilni kampanji zares vpliva na volilni rezultat, je financiranje volilnih kampanj zelo pomembni dejavnik, ki vpliva na to, kdo sploh lahko kandidira, kdo zmaga in kako zmagovalec deluje na politični funkciji (Gerber 2004). Denar je lahko v liberalni predstavniški demokraciji zelo problematičen element, sploh ko govorimo o zasebnih donacijah posameznim kandidatom oziroma strankam. Znan rek pravi, da: nobeno kosilo ni zastonj, zato lahko upravičeno razmišljamo o tem, čigave interese bo zastopal izvoljeni kandidat ali stranka, ki prevzame oblast, interese volivcev ali interese privatnih donatorjev. Seveda pa so po drugi strani finančna sredstva v volilnih kampanjah do neke mere nujna, saj se brez njih težko izvede kakršnakoli volilna kampanja.

Robert Farmer, ameriški politik, ki je sodeloval pri zbiranju sredstev in organiziranju številnih volilnih kampanj, med drugim tudi kampanje Billa Clintona, je dejal: »Ljudje ne izgubljajo kampanje in posledično volitev, zmanjka jim denarja, zato ne morejo poleteti. To je realnost« (Brown Jr. in drugi 1995). Čeprav gre za anekdotičen citat lahko iz njega razberemo pomen, ki ga ima denar v volilnih kampanjah. Nedvomno lahko trdimo, da so finančna sredstva pomemben element v volilnih kampanjah, predvsem zaradi dejstva, da le ta omogoča samo izvajanje kampanje. vendar nas bo zanimalo, do kakšne mere finančna sredstva dejansko vplivajo na volilni rezultat.

Države normativne ureditve in financiranja volilnih kampanj ter političnih strank urejajo na različne načine. V Sloveniji je na primer zakonodaja relativno stroga, ker obstaja najvišji znesek katerega lahko organizator volilne kampanje porabi na volivca, prepovedane so tudi donacije pravnih oseb. Na drugi strani pa v Združenih državah Amerike take omejitve ni, tako lahko posamezni kandidat porabi neomejeno količino finančnih sredstev.

2 METODOLOGIJA

V sledečem poglavju bomo zastavili metodološki okvir diplomskega dela. Zapisali bomo zastavljeno raziskovalno vprašanje in hipotezo. Navedli bomo raziskovalne metode in tehnike, ki jih bomo uporabili pri pripravi diplomskega dela ter predstavili strukturo pričujočega dela.

2.1 Raziskovalno vprašanje in hipoteza

Raziskovalno vprašanje, ki smo si ga zastavili v diplomskem delu se glasi: Ali lahko denar kupi zmago na volitvah?

Izhajajoč iz zastavljenega raziskovalnega vprašanja bomo v pričujočem delu preverjali zastavljeno hipotezo:

Stranke, ki so za volilno kampanjo porabile več finančnih sredstev, so dosegle boljši rezultat.

V zaključku diplomskega dela se bomo na podlagi lastne empirične raziskave poskušali opredeliti do zastavljene hipoteze.

2.2 Raziskovalne metode in tehnike

V diplomskem delu bomo uporabili analizo primarnih virov, analizo sekundarnih virov, kvantitativno analizo in deskriptivno metodo.

Analizo primarnih virov bomo uporabili pri proučevanju normativne ureditve financiranja volilnih kampanj v Sloveniji in pri pridobitvi podatkov za kvantitativno analizo. Analizo sekundarnih virov bomo uporabili pri opredeljevanju pomembnih konceptov za razumevanje našega diplomskega dela. Opravili bomo tudi kvantitativno analizo slovenskih državnozborskih

volitev leta 2011 in 2014 s katero bomo poskušali ugotoviti ali količina porabljenih finančnih sredstev v volilni kampanji vpliva na volilni rezultat. Naše ugotovitve bomo interpretirali z deskriptivno metodo.

2.3 Struktura

Pričujoče diplomsko delo je sestavljeno iz treh delov. V prvem bomo predstavili naša uvodna razmišljanja o izbrani tematiki in zastavili metodološki okvir. V drugem, teoretskem delu, bomo opredelili pomembne koncepte za razumevanje diplomskega dela. Opredelili bomo kapitalistično državo, liberalno predstavniško demokracijo, volitve kot pomemben element predstavniške demokracije, volilne kampanje kot pomemben dejavnik volilnega vedenja in teoretsko razpravljali o vplivu finančnih sredstev, porabljenih v volilni kampanji, na volilni rezultat. V tretjem, empiričnem delu, pa bomo raziskali normativno ureditev financiranja volilnih kampanj v Republiki Sloveniji in iz pridobljenih podatkov izvedli lastno kvantitativno analizo o razmerju med porabljenimi količinami finančnih sredstev v volilni kampanji in volilnim rezultatom. V zaključku bomo predstavili sklepne ugotovitve in se na podlagi naše kvantitativne analize poskušali opredeliti do zastavljene hipoteze.

3 KAPITALISTIČNA DRŽAVA

V kontekstu diplomskega dela je najprej smiselno opredeliti vprašanje kapitalistične države, nenazadnje je ravno država polje boja za moč in v kontekstu liberalne demokracije tudi polje boja za volilne glasove. Offe (2015) definira kapitalistično državo kot »institucionalno obliko javne oblasti v njenem razmerju do materialne produkcije,« ta javna oblast pa se mora strukturno podrediti štirim točkam, ki se navezujejo na materialno produkcijo.

1. Privatizacija produkcije: kapitalistični produkcijski sistem je organiziran na podlagi zasebne produkcije in prostovoljne menjave med (zasebnimi) lastniki kapitala in lastniki delovne sile, zato je državni oziroma politični oblasti onemogočeno organiziranje produkcijskega procesa po mili volji, ampak je odvisna od te značilnosti kapitalističnega produkcijskega procesa (Offe 2015).

2. Davčna odvisnost: Vsako delovanje in aktivnost kapitalistične države (od vzdrževanja birokratskega aparata in s tem materialnega obstoja države do sprejemanja in implementacije javnih politik) je odvisna od proračuna, le ta pa od davčnega sistema (Offe 2015).

3. Akumulacija kot navezna točka: V kapitalističnem produkcijskem procesu, ki je organiziran privatno, država ne more posegati v akumulacijski proces, zato je v interesu države vedno vzpostavljanje takšnih pogojev in okolja, ki bodo kar se da najbolj ugodno vplivali na akumulacijski proces. Povedano enostavneje, država mora vzpostaviti takšno okolje, kjer bo profit zasebnih lastnikov kapitala v dani konkretni zgodovinski situaciji najvišji možen. Kot še dodatno izpostavi Offe (2015), niso lastniki kapitala tisti ki bi si instrumentalno podredili državo in vzpostavili takšno okolje, ampak je država tista, ki je strukturno prisiljena v takšno delovanje (Offe 2015).

4. Demokratična legitimacija: V zahodnih kapitalističnih državah vlada parlamentarno demokratični sistem in oblast je v takšnem okolju lahko legitimna zgolj v primeru, ko dobi zadostno število volilnih glasov. Viri, ki pa omogočajo izvajanje oblasti, kot smo videli v točkah 1, 2 in 3, pa izhajajo iz zasebne akumulacije. Zato bodo, ne glede na volilni izid, ki zgolj legitimira izvajanje oblasti, ukrepi države vedno koristili zasebni akumulaciji (Offe 2015).

V nadaljevanju se bomo podrobno posvetili zgolj demokratični legitimaciji, volitvah in volilnih kampanjah kot posebnih dejavnikih, ki vplivajo na rezultat volitev in seveda denarju ter njegovem vplivu na volilni rezultat.

4 LIBERALNA DEMOKRACIJA

Liberalna demokracija je dominantni model politične ureditve v sodobnem svetu. »Danes običajni pojem demokracije praviloma pomeni politični sistem, za katerega so značilni predvsem svobodne in splošne volitve, parlamentarni predstavniški postopki, minimalna jamstva pravne države, nekatere oblike delitve oblasti, možnost mirne in urejene menjave oblasti na podlagi večstrankarskega sistema ter veljavnost nekaterih temeljnih pravic« (Hirsch 2014, 2). Pri tem je izjemnega pomena razumevanje in razločevanje teh pravic po pomembnosti. »Med te pravice sodi predvsem zasebna lastnina, v katero ni mogoče posegati politično. Tako nastane za današnje demokracije značilna ločenost države in družbe, politike in ekonomije, ki postavlja jasne meje demokratičnemu oblikovanju volje, izraženemu na volitvah in ali referendumih« (Hirsch 2014, 2.).

Liberalna demokracija je specifično organiziranje države, ki ima svoje korenine v politični teoriji devetnajstega in dvajsetega stoletja in je nekakšen hibrid med liberaln teorijo in demokracijo. Moderna liberalna demokracija počiva na dveh osnovnih načelih: ljudski suverenosti in osebni svobodi (Pikalo 2003).

V liberalno demokratičnih državah ima po načelu ljudske suverenosti oblast ljudstvo. Ljudska suverenost se na primer v ustavi republike Slovenije kaže v 3. členu, ki se glasi: »Slovenija je država vseh svojih državljanek in državljanov, ki temelji na trajni in neodtujljivi pravici slovenskega naroda do samoodločbe. V Sloveniji ima oblast ljudstvo. Državljanke in državljani jo izvršujejo neposredno in z volitvami, po načelu delitve oblasti na zakonodajno, izvršilno in sodno« (Ustava republike Slovenije, 3. čl.).

»Ljudstvo lahko svojo suverenost izvršuje na dva načina, bodisi posredno bodisi neposredno. Ljudstvo torej lahko uresničuje oblast tako, da samo neposredno izvršuje vse ali nekatere njene funkcije (neposredna demokracija) ali pa voli svoje predstavnike, preko katerih bo posredno izvrševalo oblast (posredna demokracija)« (Grad 2004, 17).

Kot ugotavlja Pikalo (2003), bi se absolutna suverenost ljudstva udejanjila, če bi o vseh zadevah v državi ljudje sami odločali neposredno, za kar se je zavzemal Rousseau. Vendar je neposredna demokracija v sodobnem svetu zelo redka oziroma omejena. Zato lahko sodobno liberalno demokracijo označimo kot predstavniško demokracijo, kjer izvoljeni predstavniki ljudstva izvršujejo oblast v imenu ljudstva. »Načelo suverenosti ljudstva v modernih predstavniških

demokracijah uravnavata dva mehanizma: delitev oblasti in tekmovanje za izvolitev« (Pikalo 2003, 102).

»Osebna svoboda, ki je osnova liberalne misli, je drugi pol v hibridu demokracije in liberalizma« (Pikalo 2003, 103). Osebna svoboda se v kontekstu liberalno demokratske ureditve nanaša predvsem na razmerje med posameznikovo osebno svobodo in poseganjem države oziroma oblasti v to svobodo posameznika.

Poudarili smo, da je liberalna demokracija hibrid med liberalno teorijo in teorijami demokracije. Beetham (v Pikalo 2003, 103) govori o štirih komponentah liberalizma, ki so se izkazale kot pomembne za demokracijo:

1. Zagotovitev pravic izražanja, gibanja, zbiranja...
2. Institucionalno ločevanje pristojnosti med zakonodajno, izvršilno in sodno vejo oblasti
3. Institucija predstavniške skupščine, katere člani so izbrani po geografskem načelu na odprtem tekmovanju za glasove volivcev in ki ima moč uzakonjanja davkov in zakonodaje
4. Načelo omejene države in ločitev med sfero javnosti in zasebnosti

»Liberalno demokracijo bi lahko razumeli tudi kot sistem, ki v svoji osnovi nikakor ne vsebuje široke vladavine ljudstva, temveč kot sistem pluralistične porazdelitve moči – med strankami, podjetji, državno birokracijo itn. – z nekaj možnosti demokratične udeležbe« (Hirsch 2014). Podobno zadržano mnenje o liberalni demokraciji zagovarja tudi Schumpeter.

Schumpeter (v Pikalo 2003, 101) zapiše »Demokracija ne pomeni in ne more pomeniti, da ljudje dejansko vladajo v kakršnemkoli razumljivem pomenu terminov 'ljudje' in 'vladanje'. Demokracija pomeni samo to, da imajo ljudje priložnost sprejemati ali zavračati ljudi, ki naj bi jim vladali...«.

Schumpeter (v Hirsch 2014, 4) je opisal liberalno demokracijo kot »obliko države, v kateri različne vplivne skupine v rednih presledkih tekmujejo za volilne glasove«. Tukaj lahko potegnemo vzporednico med tekmovanjem za volilne glasove in tekmovanjem na trgu. Če

nekoliko poenostavimo, lahko rečemo, da je volivec v liberalni demokraciji reduciran na potrošnika, ki lahko na »trgu« političnih strank oziroma »političnem trgu« izbere eno izmed ponujenih možnosti. Pomemben element liberalne demokracije je tekmovanje za glasove. Volitve so torej bistven element liberalne demokracije.

Nikakor pa v kontekstu liberalne demokracije ne smemo pozabiti dejstva, da je »liberalna demokracija fenomen, ki je značilen zgolj za kapitalistične sisteme. Razvila se je samo v državah s kapitalističnim gospodarstvom« (Pikalo 2003, 103). Nikakor pa ne smemo enačiti in postavljati neločljivih povezav med kapitalističnim gospodarstvom in liberalno demokracijo, čeprav se v sodobnih razpravah o demokraciji to praviloma zmotno počne. Kapitalistično gospodarstvo ni nikakor predpogoj za demokratično ureditev, na kar nas opozarjajo tako zgodovinske izkušnje nacizma in fašizma kot sodobni primeri Kitajske in vzhodnoazijskih tigrov, čeprav je liberalna demokracija specifična ureditev značilna zgolj za kapitalistična gospodarstva.

5 VOLITVE

Ugotovili smo, da so volitve ena izmed redkih, nedvomno pa najpomembnejša možnost odločanja ljudstva o skupnih zadevah v liberalno demokratičnih sistemih. Volitve so torej bistven element in institut liberalne demokracije vsaj v dveh pogledih. Po eni strani državljani omogočajo, sicer res zelo omejeno, participacijo in izbiro vladajočih elit. Po drugi strani pa legitimirajo sistem in ohranjajo obstoječe stanje stvari.

Grad (2004) izpostavi dejstvo, da so se »volitve razvile v predmodernih političnih sistemih in prejšnjih zgodovinskih obdobjih, a so dosegle svoj razcvet ravno v sistemu liberalne meščanske predstavniške demokracije«.

Volitve Schumpeter (v Pikalo 2003) opiše kot »pravico, državljanov, da občasno izberejo in avtorizirajo vladavino, ki naj deluje v njihovo korist«. Volitve bi lahko opisali tudi kot periodično aktivnost izbiranja ljudi v vladajoče strukture političnega sistema. S tem se strinja tudi Grad (2004), ki izpostavi, da so volitve v sodobnem svetu nujni pogoj za izbiro in oblikovanje ključnih državnih organov, še posebej predstavniškega telesa. »Volitve naj bi omogočale volivcem neposredni vpliv na sestavo parlamenta, s tem pa tudi posreden vpliv na odločitve, ki jih ta sprejema. Z volitvami volivci podelijo članom parlamenta mandat,

pooblastilo za to, da o najpomembnejših družbenih vprašanjih odločajo v njihovem imenu« (Grad 2004).

Birch (v Kustec-Lipicer 2005, 3) ugotavlja, da lahko namen volitev razumemo skozi štiri različne perspektive: prvič: izbira oblasti, drugič: participacija ljudi v političnih procesih liberalne demokracije, tretjič: spodbujanje razvoja civilne družbe, četrtoč: legitimacija oblasti.

5.1 Funkcije volitev

Katz (v Krašovec 2007) navaja, da lahko funkcije volitev razdelimo v štiri, te pa lahko nadalje združimo v dve večji skupini, v sistemske funkcije volitev in v personalne funkcije volitev. Sistemske funkcije volitev pripomorejo k delovanju političnega sistema in predstavniške demokracije, personalne funkcije pa se nanašajo na posameznike, ki na volitvah volijo, bodisi so na volitvah voljeni.

5.1.1 Sistemske funkcije volitev

Sistemske funkcije volitev se nanašajo na normalno delovanje in reprodukcijo političnega sistema in predstavniške liberalne demokracije. V sistemskem okvirju igrajo volitve pomembno vlogo saj določajo formalna in jasna pravila določanja vodstvenih funkcij v državi in s tem načine mirnega predajanja oblasti. Poleg tega pa skrbijo za promocijo vrednot liberalne demokracije.

»Z vidika demokratične teorije je funkcija volitev zagotovitev ali promocija vrednot, ki vzpostavljajo demokracijo kot zaželeno obliko vladavine« (Krašovec 2007,14). Katz (v Krašovec 2007, 14) izpostavi pet vrednot, ki imajo neposreden vpliv na demokratične funkcije volitev: ljudska suverenost, liberalizem, osebnosti razvoj posameznikov, skupnost, enakost.

»Poleg funkcij, ki prispevajo k vzpostavljanju ali ohranitvi demokracije, imajo volitve tudi pomembne funkcije, ki pripomorejo k delovanju oziroma ohranjanju vsakega političnega sistema. Za delovanje in ohranjanje političnega sistema ločimo lahko vsaj med tremi funkcijami volitev: Izbira za delovanje v strukturah oblasti, izbira in oblikovanje vlade, povratni tok informacij (Krašovec 2007, 15)«

5.1.2 Personalne funkcije volitev

Personalne funkcije se nanašajo na obe strani volilne pravice. Iz vidika pasivne volilne pravice se nanašajo na državljane, ki preko volitev izražajo svojo voljo. Iz vidika aktivne volilne pravice pa na predstavnike ki so na njih izvoljeni.

Ena najbolj izpostavljenih funkcij volitev naj bi bila z vidika državljana možnost, da odloča oziroma ima možnost izbora. (S tem pa ima možnost vsaj omejenega vpliva na politični sistem). Prva raven odločanja državljana je v teh okoliščinah odločitev, ali bo uporabil možnost odločanja oziroma izbora. Če se odloči, da bo to možnost izkoristil, se mu odprejo številne nadaljnje poti in tudi medsebojno povezane odločitve, ki jih mora sprejeti. Na primer: ali bo imelo njegovo odločanje instrumentalno naravo ali ekspresivno naravo. Druga zelo pomembna in izpostavljena funkcija volitev je odgovornost. Preko mehanizma volitev je namreč dana odgovornost izvoljenih posameznikov, ki naj bi zagotavljala njihovo sistematično odzivnost na želje in interese državljanov (Krašovec 2007, 16)«

Z vidika voljenih posameznikov je najpomembnejša funkcija volitev podelitev legitimnosti za njihovo delovanje. Odločanje in izvajanje oblasti je seveda lahko naslonjeno zgolj na uporabo legalnih sredstev, vendar je uporaba teh sredstev oziroma legalno delovanje lahko pomanjkljivo, če posameznikom, ki jim je dodeljena naloga odločanja in izvajanja oblasti, ni podeljena tudi legitimnost... Poudarja pa tudi njihovo paradoksalno stran, saj volitve lahko pripomorejo k izolaciji oblasti od državljanov – volitve namreč omogočajo periodično izražanje (ne)zadovoljstva z odločanjem in delovanjem oblasti, ki ga oblast lahko na nek način nadzira (Krašovec 2007, 16).

6 VOLILNE KAMPANJE

V kontekstu volitev v sodobnih demokracijah pomembno vlogo igrajo volilne kampanje. »Volilne kampanje politične stranke dojemajo kot zelo pomemben dejavnik, predvsem v zadnjih desetletjih. V sodobni predstavniški demokraciji so postale neločljivo povezane z volitvami« (Krašovec 2005).

Seveda obstajajo najrazličnejše opredelitve volilne kampanje v najbolj splošnem politološkem smislu lahko volilno kampanjo razumemo kot boj nasprotujočih si akterjev katerih namen je maksimizacija volilnih glasov in posledično osvojitve oblasti.

»Enciklopedično opredelitev volilne kampanje razumemo kot politično aktivnost, povezano s pridobivanjem volilnih glasov ter s tem z volilnimi procesi in volitvami na splošno«. (Kustec-Lipicer 2005,2) Zakon o volilni in referendumski kampanji volilno kampanjo definira kot: » vse politične oglaševalske vsebine in druge oblike politične propagande, katerih namen je vplivati na odločanje volivk in volivcev pri glasovanju na volitvah (ZVRK, 1. čl.).« Farrel (1996) volilno kampanjo opredeli kot proces v katerem skušajo organizatorji volilne kampanje maksimizirati volilni izkupiček in s svojimi napor, tako finančnimi kot propagandnimi, doseči zaželeni cilj.

Volilna kampanja je v politoloških in tudi komunikoloških razpravah z časom pričela dobivati na pomenu. »Ta naj bi zlasti v ZDA v času pred volitvami postajala vedno bolj uporaben in sčasoma tudi profesionaliziran mehanizem za prepričevanje volivcev in pridobivanje njihovih glasov, kar je imelo za posledico tudi vzpostavitev kompleksnih, predvsem pa strokovno podprtih pristopov k razumevanju, dejanskem načrtovanju in izvajanju predvolilnih aktivnosti« (Kustec-Lipicer 2005, 3). »Na področju politologije se je preučevanje volilne kampanje povezovalo predvsem z vprašanjem vpliva volilne kampanje na volilni uspeh bodisi posameznih kandidatov, kar se praviloma veže na neposredne volitve in volitve individualnih političnih predstavnikov, bodisi kolektivnih političnih subjektov oziroma političnih strank« (Kustec-Lipicer 2005, 4).

6.1 Zgodovinski razvoj volilnih kampanj

Ferfila (2003) ugotavlja, da lahko volilne kampanje skozi zgodovino razdelimo v tri razvojne stopnje: predmoderne, moderne in postmoderne. Skozi zgodovino je stopnja profesionalizacije volilnih kampanj rasla, s tem pa so skozi zgodovino začeli naraščati tudi stroški volilnih kampanj.

Predmoderne kampanje lahko časovno umestimo v obdobje od sredine 19. do sredine 20. stoletja. Kot navaja Ferfila (2003) je bila njihova ključna značilnost predvsem decentraliziranost in lokaliziranost, temeljile pa so bolj na medosebnem komuniciranju med kandidati oziroma strankami in državljani na lokalni ravni, predvsem na političnih shodih. Pomemben element predstavljanja so bili tiskani mediji, še posebej mediji posameznih političnih strank. Celotno volilno kampanjo je izvajalo vodstvo politične stranke, delo na terenu pa so izvajali izključno prostovoljni aktivisti. Šlo je za bolj lokalno vodenje volilne kampanje, aktivisti so obiskovali državljane doma in jih pozivali na lokalne shode.

Moderne kampanje kot drugo razvojno stopnjo lahko časovno umestimo v obdobje od sredine do 90ih let 20. stoletja. Ferfila (2003) izpostavlja, da so moderne volilne kampanje že koordinirane na državni ravni, za razliko od predmodernih kampanj, ki so še izrazito lokalizirane. Politikom in strankarskim elitam pri izvajanju kampanje že pomagajo poklicni svetovalci in strokovnjaki za javno mnenje. Ključni element v modernih volilnih kampanjah postane televizija.

Postmoderne kampanje so se razvile po letu 1990. Pomemben element razvoja postmodernih kampanj so sodobne tehnologije in predvsem internet. Kot ključni element postmodernih volilnih kampanj Ferfila (2003) omenja stalnost volilne kampanje. Politične stranke so v stalnem stiku z strokovnjaki za javno mnenje, ki dejansko postanejo enakovredni partner politikov. Postmoderne volilne kampanje dejansko postanejo del političnega vsakdana.

6.2 Pomen volilnih kampanj na rezultat volitev

Odločitve volivcev oziroma volilno vedenje je zelo proučevano področje na polju politologije. V zadnjih desetletjih se je poleg številnih drugih dejavnikov kot pomemben element volilnega vedenja izpostavilo tudi volilno kampanjo. »Volilnih učinkov in rezultatov naj ne bi bilo mogoče več pojasnjevati zgolj z socialno psihološkimi preferencami volivcev. Volilna kampanja naj bi postajala vedno bolj uporaben in sčasoma tudi profesionaliziran mehanizem za prepričevanje volivcev in pridobivanje njihovih glasov in je imela za posledico tudi vzpostavitev, kompleksnih, predvsem pa strokovno podprtih pristopov k razumevanju, dejanskem načrtovanju in izvajanju predvolilnih aktivnosti«(Kustec-Lipicer 2005, 3).

Wleizen in Erikson (2002) predstavita tri različne interpretacije pomena volilnih kampanj na rezultat volitev. Po prvi interpretaciji je volilna kampanja najpomembnejši dejavnik, ki vpliva na volilni rezultat. Druga interpretacija trdi, da so volilne kampanje sicer pomemben dejavnik, ki vpliva na rezultat volitev, vendar zgolj do neke mere, saj je končen rezultat do neke mere znan že pred volitvami, volilne kampanje pa to zgolj utrdijo. Tretja interpretacija pa trdi, da volilne kampanje nimajo bistvenega vpliva, saj je volilni rezultat odločen že pred formalnim začetkom volilnih kampanj (Wleizen in Erikson 2002).

Lodge in drugi (1995) ugotavljajo, da ima volilna kampanja zelo pomemben vpliv na volilni rezultat in je kot taka eden izmed najpomembnejših dejavnikov, ki vplivajo na rezultat volitev, saj ima vsebina posredovana v volilni kampanji pomemben mobilizacijski potencial. Podobne ugotovitve izpeljane iz empirične analize ameriških predsedniških volitev 1976 in 1980 izpostavi tudi Alvarez (1997), ki trdi, da so volilne kampanje pomemben element volilnega vedenja, saj se kandidati predstavijo neodločenemu volivcu, ki je v svoji osnovi neinformiran. Podobne zaključke predstavita tudi Wleizen in Erikson (2002), ki trdita, da volilne kampanje in še posebej specifični dogodki v volilni kampanji (kot so na primer televizijska soočenja) bistveno vplivajo na rezultate volitev.

7 DENAR, VOLILNE KAMPANJE IN REZULTAT VOLITEV

Avtorji, ki so se ukvarjali z vprašanjem povezanosti med finančnimi sredstvi vloženimi v volilno kampanjo in rezultatom na volitvah, menijo, da je »mogoče potrditi predpostavko, da več finančnih sredstev, vloženih v volilno kampanjo, pozitivno vpliva na volilni rezultat stranke oziroma kandidata« (Krašovec 2005, 26). Vendar se moramo zavedati, da to ni nujno najpomembnejši ali edini dejavnik volilnega vedenja.

Jacobson (v Gerber 2004), iz svoje analize ameriških volitev v kongres trdi, da pri kandidatu, ki že zaseda neko politično funkcijo in ponovno kandidira, količina vloženih finančnih sredstev nima učinka oziroma vpliva na volilni rezultat med tem ko ima pri njegovem protikandidatu, ki želi oblast osvojiti, količina sredstev zelo velik vpliv. Jacobson svoje ugotovitve teoretsko razloži s tezo, da imajo kandidati, ki že imajo oblast, določeno prednost pri kampanji, zato vsako dodatno financiranje kampanje nima tolikšnega učinka kot pri njegovem protikandidatu, ki želi oblast osvojiti, poleg tega pa je kandidat na oblasti že poznan volivcem, zato dodatna komunikacija z volivci preko volilne kampanje nima takšnega učinka kot pri njegovem protikandidatu (Gerber 1998). Green in Krasno (1990) pa v kontekstu ameriških volitev v kongres v časovnem obdobju od 1976 do 1986 ugotavljata, da ima pri kandidatu, ki ponovno kandidira na volitvah, količina vloženega denarja v volilno kampanjo velik učinek na volilni rezultat oziroma enak učinek kot pri njegovem proti kandidatu, ki želi oblast osvojiti. Colman in Manna (2000) ugotavljata, da je količina finančnih sredstev vloženih v volilno kampanjo pomembna predvsem iz vidika prepoznavnosti kandidata in za informiranje javnosti o njegovih pogledih. Iz tega lahko sklepamo, da je količina vloženih sredstev v volilni kampanji sicer pomembna, a zgolj zato, ker se lahko tako kandidat oziroma stranka predstavi v javnosti.

Gerber (2004) ugotavlja, da sama količina finančnih sredstev niti ni toliko pomembna, ampak je bolj pomembno dejstvo, kako so ta sredstva porabljena in kako kandidati izberejo strategijo volilne kampanje oziroma koliko sredstev bodo v njej porabili, da maksimirajo svoje možnosti za zmago. Ta teza avtomatsko ne predpostavlja, da več finančnih sredstev pomeni tudi boljši rezultat. Wilcox in drugi (2000) ugotavljajo, da v določenih okoliščinah denar vpliva na volilni rezultat, čeprav so te okoliščine večkrat izjema kot pravilo. Denar vpliva na volilni rezultat zlasti takrat, kadar ni očitnih ideoloških razlik med kandidati ali če so kandidati javnosti nepoznani. V nasprotnem primeru so drugi dejavniki bolj pomembni za pojasnjevanje volilnega rezultata.

8 NORMATIVNA UREDITEV FINANCIRANJA VOLILNIH KAMPANJ

V kontekstu diplomskega dela je smiselno opredeliti tudi normativne oziroma pravne vidike financiranja volilnih kampanj, saj pravni okvir določa pravila igre, ki se jih morajo vsi akterji v volilni kampanji držati. Zakonske ureditve glede financiranja volilnih kampanj so od države do države različne, zato bomo navedli nekaj splošnih vidikov in zakonskih rešitev, ki jih lahko države izberejo. V empiričnem delu pa bomo podrobneje opisali kako je vprašanje financiranja volilnih kampanj državnozborskih volitev urejeno v Sloveniji.

Katz (v Krašovec 2005) izpostavlja, da lahko normativno ureditev financiranja v grobem razdelimo na tri ključne vidike:

- 1) Omejitev porabe finančnih sredstev
- 2) Vprašanje razkritja porabe finančnih sredstev
- 3) Pridobivanje finančnih sredstev

Omejitev porabe finančnih sredstev je v svojem jedru namenjena prevelikim porabam finančnih sredstev in preprečitvi možnosti, da bi določen kandidat oziroma stranka kupila volitve. Katz in Van Biezen (v Krašovec 2005) ugotavljata, da se omejitev finančnih sredstev v volilnih kampanjah kaže v dveh oblikah. Na eni strani se lahko določi maksimalna količina finančnih sredstev, ki jo posamezni kandidat ali stranka lahko porabi v volilni kampanji ali pa se postavijo določene omejitve. Na primer določi se omejitev finančnih sredstev, ki jih stranka lahko porabi za določen namen.

Vprašanje pridobivanja finančnih sredstev je kot ugotavlja Katz (v Krašovec 2005) namenjeno temu, da bodisi posamezniki bodisi druge skupine, ki imajo veliko količino finančnih sredstev, ne morejo neposredno kupiti strank in kandidatov. Nadzor nad finančnimi sredstvi pridobljenimi za volilno kampanjo se lahko določi v dveh oblikah: kot določitev dovoljenih virov finančnih sredstev ali določitev dovoljene višine finančnih sredstev iz posameznih finančnih virov.

Vprašanje razkritja porabe finančnih sredstev ima po Katzevem mnenju (v Krašovec 2005) ključno funkcijo v tem, da se prepreči možno korupcijo. Zato se podatke o finančnih sredstvih porabljenih v volilni kampanji tudi javno dosegljivi. Določi pa se lahko tudi sankcije, v kolikor se posamezni kandidati ali stranke zakonskih pravil ne držijo.

9 EMPIRIČNI DEL

V empiričnem delu diplomskega dela bomo predstavili normativno ureditev financiranja volilnih kampanj v Republiki Sloveniji in na podlagi podatkov pridobljenih iz revizijskega poročila računskega sodišča poskušali ugotoviti, ali obstaja povezava med količino porabljenih finančnih sredstev v volilni kampanji in volilnim rezultatom posamezne stranke na primeru predčasnih volitev poslancev v Državni zbor republike Slovenije v letih 2011 in 2014. Pridobljeni podatki nam bodo koristili za predstavitev nekaterih drugih zanimivih izračunov.

9.1 Normativna ureditev financiranja volilnih kampanj za državni zbor v Republiki Sloveniji

Financiranje volilnih kampanj za državni zbor Republike Sloveniji ureja Zakon o volilni in referendumski kampanji. Glede vprašanja pridobivanja finančnih sredstev zakon določa, da »prispevki posamezne fizične osebe skupaj za posamezno volilno kampanjo ne smejo presegati desetih povprečnih bruto mesečnih plač na delavca v Republiki Sloveniji po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije za preteklo leto« (ZVRK, 14. čl.). Zakon omejuje tudi vsoto, ki jo lahko posamezna fizična oseba prispeva v gotovini. »Denarni prispevek posamezne fizične osebe v gotovini so za posamezno volilno kampanjo dovoljeni največ do zneska 50 eurov, višji denarni prispevki morajo biti vplačani preko bank, hranilnic ali drugih pravnih oseb« (ZVRK, 14. čl.). Zakon prepoveduje vsako pridobivanje sredstev za volilno kampanjo od tujih pravnih in fizičnih oseb, državnih organov in organov lokalnih skupnosti.

V kontekstu omejitve porabe finančnih sredstev zakon določa, da »stroški volilne kampanje za volitve v državni zbor ne smejo preseči 0,40 eura na posameznega volilnega upravičenca v volilnem okraju oziroma v volilni enoti, v kateri je vložena lista kandidatov oziroma v kateri kandidira posamezni kandidat« (ZVRK, 23. čl.).

Politične stranke, ki so jim na volitvah pripadli mandati za poslance v državnem zboru imajo pravico do delnega povračila stroškov volilne kampanje in sicer v višini 0,33 eura na dobljen glas.

Zakonska določila nanašajoča se na vprašanje razkritja finančnih sredstev se glasijo: »Organizator volilne kampanje za volitve v državni zbor, Evropski parlament, predsednika republike ali za referendum na državni ravni mora zaradi zagotavljanja preglednosti, zakonitosti izvedbe in učinkovitosti nadzora volilne kampanje najpozneje v 15 dneh po zaprtju posebnega transakcijskega računa poročilo o financiranju volilne kampanje predložiti Agenciji Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve preko spletnega portala AJPES« (ZVRK, 18. čl.). Organizator volilne kampanje mora v poročilu o financiranju volilne kampanje poročati o:

1. *skupni višini zbranih in porabljenih sredstev za volilno kampanjo,*
2. *višini prispevkov, ki jih je organizator volilne kampanje s svojega transakcijskega računa prenesel na poseben transakcijski račun v skladu s sedmim odstavkom 14. člena tega zakona,*
3. *vseh posameznih prispevkih fizičnih oseb, ki na dan glasovanja presegajo povprečno bruto mesečno plačo na delavca v Republiki Sloveniji po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije za preteklo leto, vključno z navedbo imena, priimka in naslova fizične osebe ter višine prispevka,*
4. *vseh posameznih izdatkih, ki jih je organizator volilne kampanje namenil za financiranje volilne kampanje, vključno z navedbo zneska, ne glede na njegovo višino, skupaj z namenom in izvajalcem storitev oziroma prodajalcem izdelka,*
5. *vseh posameznih posojilih, ki jih organizatorju volilne kampanje da banka ali posojilnica, vključno z navedbo podatkov o firmi, sedežu, poslovnem naslovu in matični številki banke ali posojilnice, pri kateri je pridobil posojilo, obrestni meri, odplačilni dobi ter višini posojila, ne glede na višino posojila,*
6. *vseh posameznih prispevkih, ki so bili organizatorju volilne kampanje dani v nasprotju s tem zakonom, ter njihove vrednosti, vključno z navedbo podatkov o firmi oziroma imenu, sedežu in poslovnemu naslovu pravne osebe ali samostojnega podjetnika posameznika oziroma podatkov o osebnem imenu in naslovu posameznika, ki samostojno opravlja dejavnost, ali fizične osebe, ki je dala prispevek organizatorju volilne kampanje, (ZVRK, 18. čl.)*

9.2 Porabljena sredstva in volilni rezultat: državnozborske volitve 2011

V pričujočem poglavju bomo opravili analizo predčasnih državnozborskih volitev 2011. Preverili bomo število glasov, ki jih je posamezna stranka na volitvah prejela, in porabljena finančna sredstva v volilni kampanji ter tako poskušali ugotoviti, ali med porabljenimi finančnimi sredstvi in volilnimi rezultatom obstaja povezava. Pri tem moramo poudariti, da smo se osredotočili zgolj na stranke, ki so prestopile prag parlamenta, torej so dosegle več kot 4% glasov.

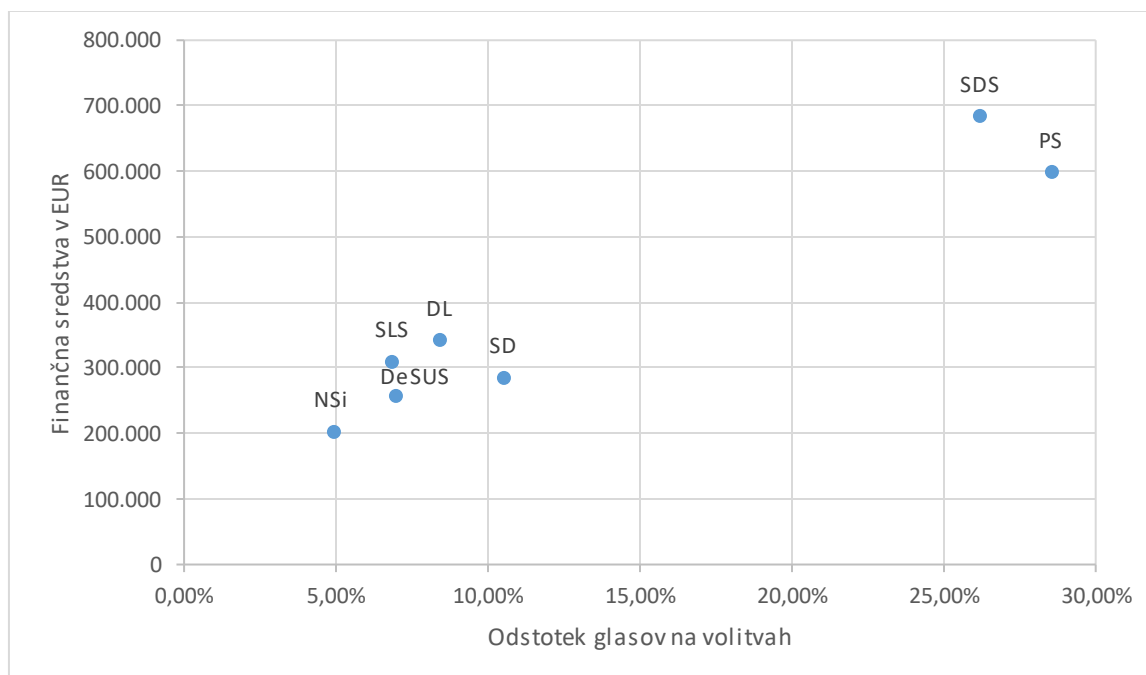
Tabela 9.1: Politične stranke glede na število in odstotek volilnih glasov na državnozborskih volitvah 2011 in porabljena finančna sredstva v volilni kampanji v eurih

Politična stranka	Število glasov	Odstotek	Porabljena finančna sredstva v EUR
PS	314.273	28,51%	598.183
SDS	288.719	26,19%	683.445
SD	115.952	10,52%	284.922
DL	92.282	8,37%	342.330
DeSUS	76.853	6,97%	257.746
SLS	75.311	6,83%	308.938
NSi	53.758	4,88%	203.512

Vir: Državna volilna komisija in Računsko sodišče 2012a–2012f

V zgornji preglednici so navedene politične stranke, število glasov, ki jih je posamezna stranka dobila na volitvah, število glasov v odstotkih in količina finančnih sredstev, porabljenih v volilni kampanji izražena v evrih. Ugotovimo lahko, da je največ denarja v volilni kampanji porabila stranka SDS in sicer 683.445EUR, ki pa ni dosegla najboljšega volilnega rezultata. Najboljši volilni rezultat je dosegla stranka PS. Zanimivo je, da sta obe stranki, ki sta dobili največje število glasov porabili tudi bistveno več finančnih sredstev od ostalih strank. Najmanj finančnih sredstev v volilni kampanji 2011 je porabila stranka NSi, ki je osvojila tudi najmanjši delež glasov. Zanimivi primeri, ki izpodbijajo našo hipotezo so stranke SD, SLS in DL. SD je porabila manj finančnih sredstev a je dosegla boljši rezultat kot SLS in DL. Kot zanimivost lahko povemo, da so vse stranke, ki so se uvrstile v parlament v volilni kampanji za državnozborske volitve 2011 porabile 2.675.000 EUR. Za lažjo predstavbo prikažimo zgornjo preglednico v sliki.

Graf 9.1: Politične stranke glede odstotek volilnih glasov na državnozborskih volitvah 2011 in porabljena finančna sredstva v volilni kampanji v evrih



Vir: Državna volilna komisija in Računsko sodišče 2012a–2012f

9.3 Porabljena sredstva in volilni rezultat: državnozborske volitve 2014

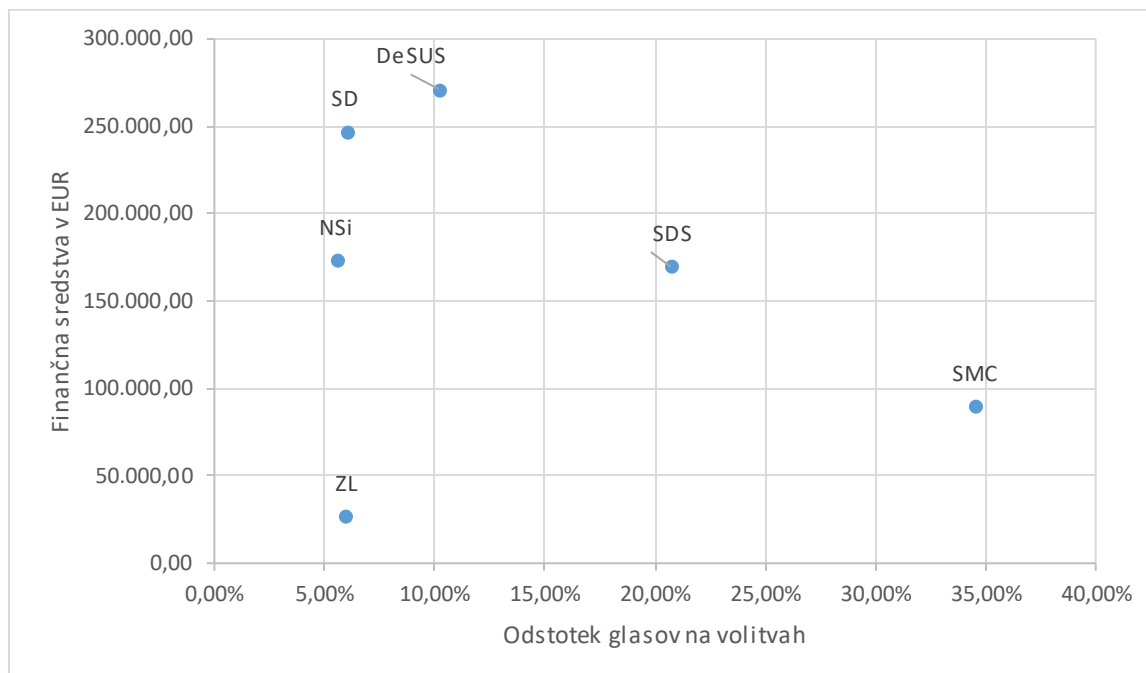
Tabela 9.2: Politične stranke glede na število in odstotek volilnih glasov na državnozborskih volitvah 2014 in porabljena finančna sredstva v volilni kampanji v eurih

Stranka	Število glasov	Odstotek	Porabljena finančna sredstva v EUR
SMC	301.563	34,49%	89.835,82
SDS	181.052	20,71%	169.735,00
DeSUS	88.968	10,18%	271.318,00
SD	52.249	5,98%	246.954,39
ZL	52.189	5,97%	26.734,64
NSi	48.846	5,59%	172.996,95
ZAAB	38.293	4,38%	189.058,71

Vir: Državna volilna komisija in Računsko sodišče 2015a–2015f)

Iz zgornje tabele lahko vidimo, da je stranka, ki je prejela bistveno največ glasov to je stranka SMC porabila zelo malo finančnih sredstev v volilni kampanji, zgolj 89.835 eura. Med tem ko je stranka DeSUS, ki je porabila največ finančnih sredstev dosegla zgolj 10,18% glasov. Med strankami po količini finančnih sredstev izstopa stranka ZL, saj je porabila zgolj 26.734 eura medtem ko je stranka SD, ki je prejela skoraj enako število glasov porabila za skoraj 220.000 eura več. Zanimivo je tudi, da je stranka ZaaB, porabila med največ finančnimi sredstvi in je med proučevanimi strankami dosegla najslabši rezultat. Skupno so stranke na predčasnih državnozborskih volitvah 2014 porabile 973.000 eura. Volilni rezultati in finančna sredstva porabljen v volilni kampanji 2014 zavračajo našo hipotezo. Več kot očiten primer je stranka SMC. Stranka SMC je z zelo malo sredstev v primerjavi z drugimi strankami zmagala. Za bolj pregledno predstavbo si oglejmo podatke v sliki.

Slika 9.2: Politične stranke glede na odstotek volilnih glasov na državnozborskih volitvah 2014 in porabljena finančna sredstva v volilni kampanji v eurih



Vir: Državna volilna komisija in Računsko sodišče 2015a–2015f)

Iz zgornjega grafa je več kot očitno mogoče razbrati, da med količino vloženih finančnih sredstev v volilno kampanjo in volilnim rezultatom ni neposredne linearne povezanosti. Za nas najbolj zanimivi primeri so stranke SD, NSi in ZL. Vsaka izmed omenjenih strank je dosegla približno enak volilni rezultat med tem ko se vložena finančna sredstva drastično razlikujejo.

9.4 Sklep

Izhajajoč iz volilnih rezultatov na državnozborskih volitvah 2011 in 2014 in količine finančnih sredstev porabljenih v volilni kampanji na primeru strank, ki so presegle parlamentarni prag, gre sklepati, da med volilnimi rezultati in vloženimi finančnimi sredstvi ni očitne povezave. V obeh primerih je zmagala stranka, ki ni imela največjega finančnega vložka v volilni kampanji. V primeru leta 2014 je stranka SMC porabila celo skoraj najmanj denarja, zgolj 89.835 eura, za primerjavo je stranka NSi, ki je med parlamentarnimi strankami dosegla najslabši rezultat 5,59%, porabila za skoraj enkrat več finančnih sredstev. Zanimivo dejstvo je, da so stranke v volilni kampanji 2014 skupno porabile bistveno manj finančnih sredstev, »zgolj« 973.000 eurov, med tem ko so ga leta 2011 dvakrat več. Menimo, da je razlog za tako veliko razliko v

tem, da so leta 2014 potekale tudi volitve v Evropski parlament in so stranke svoje omejene resurse prerazporedile. Preverjali smo hipotezo in sicer, da so stranke, ki so porabile več finančnih sredstev v volilni kampanji, dosegle boljši rezultat. Našo hipotezo lahko iz sicer omejenih podatkov zavrnemo, saj več kot očitno količina finančnih sredstev vloženih v volilno kampanjo, nima direktne povezave z volilnim uspehom oziroma številom glasov. To je razvidno predvsem iz volitev leta 2014, kjer je zmagala stranka, ki je porabila bistveno manj finančnih sredstev kot ostale stranke. Poleg tega so stranke, ki so dosegle skoraj enak volilni rezultat, porabile drastično različno količino finančnih sredstev v volilni kampanji. Očiten primer tega so stranke ZL, SD in NSi na državnozborskih volitvah 2014.

Z večanjem količine finančnih sredstev se torej večanje volilnih glasov ne veča proporcionalno. Očitno je v kontekstu vprašanja finančnih sredstev in volilnega rezultata bistveno bolj pomembno, na kakšen način in kako učinkovito posamezne stranke porabijo zbrana sredstva. Zaključimo lahko, da so finančna sredstva seveda nujno pomembna za delovanje političnih strank v volilni kampanji, vendar na rezultate volitev nimajo očitnega vpliva. Povedano drugače, finančna sredstva so pomemben dejavnik v kontekstu volilne kampanje, vendar niso niti najpomembnejši niti edini faktor. Na rezultate volitev več kot očitno vplivajo tudi drugi dejavniki.

10 ZAKLJUČEK

V diplomskem delu smo se ukvarjali z vprašanjem razmerja med porabljenimi finančnimi sredstvi v volilni kampanji in volilnim rezultatom. Za začetek smo predstavili liberalno demokratični model države, ki je trenutno hegemonski obliki političnega sistema v sodobnem svetu in ga lahko po Hirschu (2014) predstavimo kot »politični sistem, za katerega so značilni predvsem svobodne in splošne volitve, parlamentarni predstavniški postopki, minimalna jamstva pravne države, nekatere oblike delitve oblasti, možnost mirne in urejene menjave oblasti na podlagi večstrankarskega sistema ter veljavnost nekaterih temeljnih pravic«. Čeprav kapitalistični način produkcije, daje jasne omejitve volitvam in politikam, ki jih lahko izvoljene

stranke izvajajo so v kontekstu liberalno demokratske ureditve volitve ena izmed redkih možnosti participacije državljanov poleg tega pa le te zagotavljajo legitimnost sistema, zgolj oblast izvoljena na volitvah je lahko legitimna oblast.

V diplomskem delu smo si zastavili raziskovalno vprašanje ali lahko denar kupi volitve? Če so volitve bistven element političnega sistema je odgovor na to vprašanje izredno pomemben. Da bi lahko odgovorili na to vprašanje smo postavili hipotezo: kandidat, ki je v volilni kampanji porabil več finančnih sredstev je dosegel boljši rezultat.

Volilne kampanje v svojem najbolj osnovnem politološkem pomenu lahko razumemo kot boj nasprotujočih si akterjev katerih namen je maksimizacija volilnih glasov in posledično osvojeitev oblasti. Mnogi avtorji ugotavljajo, da volilne kampanje postajajo izredno pomemben dejavnik, ki vpliva na volilno vedenje. Prav tako pa so se z našim osrednjim vprašanjem to je vplivom finančnih sredstev porabljenih v volilni kampanji na volilni rezultat ukvarjali že številni drugi predvsem ameriški politologi, ki ugotavljajo, da so sicer finančna sredstva pomembna vendar ne bistveno in empirično ni mogoče najti neposredne povezave. Na kar nakazuje tudi naša sicer (prostorsko in časovno) omejena empirična analiza.

V začetku smo predstavili normativno ureditev financiranja parlamentarnih kampanj iz vidika vprašanja pridobivanja finančnih sredstev, vprašanje razkritja finančnih sredstev in omejitve porabe finančnih sredstev. Bistvene ugotovitve so, da stroški volilne kampanje za volitve v državni zbor ne smejo preseči 0,40 eura na posameznega volilnega upravičenca v volilnem okraju oziroma v volilni enoti, pri čemer so organizatorijo volilne kampanje, ki so se uvrstili v državni zbor upravičeni, do delne poravnave stroškov. Organizatorji volilne kampanje morajo poročilo o financiranju volilne kampanje predložiti Agenciji Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve kasneje pa tudi Računskemu sodišču. Prepovedane pa so tudi vsake donacije tujih pravnih in fizičnih oseb.

Pri pregledu razmerja med količino finančnih sredstev in volilnim rezultatom na parlamentarnih volitvah v Sloveniji leta 2011 in 2014 smo ugotovili, da med finančnimi sredstvi in volilnim rezultatom ni neposredne povezave. Povedano drugače denar nima neposrednega vpliva na rezultat volitev in več porabljenega denarja ne pomeni nujno boljšega rezultata. Vsekakor pa količina porabljenih sredstev pomaga. Tako leta 2011 kot leta 2014 je namreč zmagala stranka, ki ni imela največjega finančnega vložka v volilni kampanji. Prav tako so imele stranke podoben finančni vložek in zelo različni rezultat in seveda obratno različni rezultat in podoben finančni vložek. Našo zastavljeno hipotezo moramo zavrniti, seveda pa se moramo ob tem

zavedati naših metodoloških omejitev. Zaključimo lahko, da je denar za volilno kampanjo nedvomno zelo pomemben dejavnik saj brez denarja praktično ni mogoče ne dnevno delovanje političnih stranke ne izpeljava volilne kampanje, vendar le ta ni najpomembnejši dejavnik, ki vpliva na volilni rezultat. Več kot očitno na volilni rezultat bolj bistveno vplivajo drugi dejavniki. Povedano drugače med finančnim vložkom v volilni kampanji in volilnim rezultatom ni neposredne povezave.

11 LITERATURA

1. Alvarez, R.M. 1997. *Information and elections*. An Arbor: University of Michigan Press.
2. Brown Jr. W., Clifford, Lynda W. Powell in Clyde Wilcox. 1995. *Serious Money: Fundraising and Contributing in Presidential Nomination Campaigns*. Cambridge: Cambridge University Press.
3. Coleman J., John in Paul F. Manna. 2000. Congressional Campaign Spending and the Quality of Democracy. *Journal of Politics* 62 (3): 757–789.
4. *Državna volilna komisija*. Dostopno prek: <http://www.dvk-rs.si/index.php/si/> (28.avgust 2017)
5. Farrel, M. David. 1996. Campaign Strategies and Tactics. V *Comparing democracies: Elections and voting in global perspective*, ur. Lawrence LeDuc, Richard G. Niem in Pippa Norris, 160–183. London: Sage Publications Ltd.
6. Ferfila, Bogomil. 2002. Tipologija volilnih kampanj in primerjava le-teh v ZDA in državah OECD. V *Predsedniške volitve 2002*, ur. Danica Fink-Hafner in Tomaž Boh, 247–257. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
7. Gerber S., Alan. 1998. Estimating the Effect of Campaign Spending on Senate Election Outcomes Using Instrumental Variables. *American Political Science Review* 92 (2): 401–411.
8. ---. 2004. Does Campaign Spending Work? *American behavioral scientist* 47 (5): 541–574.
9. Grad, Franc. 2004. *Volitve in volilni sistem*. Ljubljana: Uradni list Republike Slovenije.
10. Green P., Donald in Jonathan S. Krasno. 1990. Rebuttal to Jacobson's »New Evidence for Old Arguments«. *American Journal of Political Science* 34 (2): 363–372.
11. Hirsch, Joachim. *Gospodstvo, hegemonija in politične alternative*. 2014. Ljubljana: Sophia.
12. Krašovec, Alenka. 2005. Financiranje volilnih kampanj: Primerjava med volilno kampanjo za volitve v nacionalni parlament in v Evropski parlament V *Politološki vidiki volilne kampanje: Analiza volilne kampanje za volitve v Evropski parlament 2004*, ur. Simona Kustec Lipicer, 20–36. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

13. --- in Danjan Lajh. 2002. Financiranje predsedniških volilnih kampanj v Sloveniji V *Predsedniške volitve 2002*, ur. Danica Fink-Hafner in Tomaž Boh, 298–316. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
14. --- 2007. Volilne študije. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
15. Kustec Lipicer, Simona, ur. 2005. *Politološki vidiki volilne kampanje: Analiza volilne kampanje za volitve v Evropski parlament 2004*. Ljubljana: FDV.
16. Lodge, Milton, Marco R. Steenbergen in Shawn Brau. 1995. Campaign Information and the Dynamics of Candidate Evaluation. *The American Political Science Review* 89 (2): 309–326.
17. Offe, Claus. 2015. *Teze za utemeljitev koncepta »kapitalistične države« in za materialistično proučevanje politike*. Dostopno prek: <http://shrani.si/f/3d/4G/3BbW42sR/offe-kapitalisticna.pdf> (28.8.2017)
18. Robinson, Michael, Clyde Wilcox in Paul Marshall. 2000. The Presidency: Not for Sale. V *Political Parties, Campaigns and Elections*, ur. Robert E. DiClerico, 47–54. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
19. Pikalo, Jernej. 2003. *Neoliberalna globalizacija in država*. Ljubljana: Sophia.
20. *Ustava republike Slovenije (URS)*. Ur. L. RS, št. 33/91-I. Dostopno prek: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=USTA1> (28.avgust2017).
21. Računsko sodišče. 2012a. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje Liste Pozitivna Slovenija za predčasne volitve v državni zbor v letu 2011*. Dostopno prek: [http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K5847B6FD8E54AA1EC1257A8B0019BA2A/\\$file/Vol11_LZJ-PS.pdf](http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K5847B6FD8E54AA1EC1257A8B0019BA2A/$file/Vol11_LZJ-PS.pdf) (28.avgust 2017).
22. --- 2012b. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Slovenska demokratska stranka za predčasne volitve v državni zbor v letu 2011*. Dostopno prek: [http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K73BB2BB5F3E1CF22C1257A8D0037AAF5/\\$file/Vol11_SDS.pdf](http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K73BB2BB5F3E1CF22C1257A8D0037AAF5/$file/Vol11_SDS.pdf) (28. avgust.2017).
23. --- 2012c. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Social demokrati za predčasne volitve v državni zbor v letu 2011*. Dostopno prek: [http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/KEC80EEE7C1EE4F00C1257A79003DF34E/\\$file/Vol11_SD.pdf](http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/KEC80EEE7C1EE4F00C1257A79003DF34E/$file/Vol11_SD.pdf) (28. avgust 2017).

24. --- 2012č. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Državljanska lista za predčasne volitve v državni zbor v letu 2011*. Dostopno prek: [http://www.rs-rs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/KEC80EK73BB2BB5F3E1CF22C1257A8D0037AAF5/\\$file/Vol11_DL.pdf](http://www.rs-rs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/KEC80EK73BB2BB5F3E1CF22C1257A8D0037AAF5/$file/Vol11_DL.pdf) (28. avgust 2017)
- 25.--- 2012d. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Demokratična stranka upokojencev Slovenije za predčasne volitve v državni zbor v letu 2011*. Dostopno prek: [http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/KD64531DB59DA2CD3C1257A3F00175CE3/\\$file/Vol11_DeSUS.pdf](http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/KD64531DB59DA2CD3C1257A3F00175CE3/$file/Vol11_DeSUS.pdf) (28. avgust 2017)
26. --- 2012e. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Slovenska ljudska stranka za predčasne volitve v državni zbor v letu 2011*. Dostopno prek: [http://www.rs-rs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K7945B1CCB75ECD8FC1257A8B001A0350/\\$file/Vol11_SLS.pdf](http://www.rs-rs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K7945B1CCB75ECD8FC1257A8B001A0350/$file/Vol11_SLS.pdf) (28. avgust 2017)
27. --- 2012f. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Nova Slovenija-Krščanski demokrati za predčasne volitve v državni zbor v letu 2011*. Dostopno prek: [http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K32EFF44A22AA5817C1257A79003DA23D/\\$file/Vol11_NSi.pdf](http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K32EFF44A22AA5817C1257A79003DA23D/$file/Vol11_NSi.pdf) (28. avgust 2017).
28. --- 2015a. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Stranke Mira Cerarja za predčasne volitve v državni zbor v letu 2014*. Dostopno prek: [http://www.rs-rs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K1DD3329329D878B0C1257E290046B67E/\\$file/DZVol14_SMC.pdf](http://www.rs-rs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K1DD3329329D878B0C1257E290046B67E/$file/DZVol14_SMC.pdf) (28. avgust 2017).
29. --- 2015b. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Slovenska demkratska stranka za predčasne volitve v državni zbor v letu 2014*. Dostopno prek: [http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/KF73327EC1F4D15F8C1257E30004D91A5/\\$file/DZVol14_SDS.pdf](http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/KF73327EC1F4D15F8C1257E30004D91A5/$file/DZVol14_SDS.pdf) (28. avgust 2017).
30. --- 2015c. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Socialni demokrati za predčasne volitve v državni zbor v letu 2014*. Dostopno prek: [http://www.rs-rs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/KE93D1CE42A2EB1A0C1257E30004D257D/\\$file/DZVol14_SD.pdf](http://www.rs-rs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/KE93D1CE42A2EB1A0C1257E30004D257D/$file/DZVol14_SD.pdf) (28. avgust 2017).
31. --- 2015č. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Združena levica za predčasne volitve v državni zbor v letu 2014*. Dostopno prek:

[http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/B1A0C1257E305F8C1257E30004/\\$file/DZVol14_ZL.pdf](http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/B1A0C1257E305F8C1257E30004/$file/DZVol14_ZL.pdf)
(28. avgust 2017).

32. ---2015d. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Nova Slovenija-Krščanski demokrati za predčasne volitve v državni zbor v letu 2014*. Dostopno prek: [http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K7A7F87654E4C36FCC1257E2900476776/\\$file/DZVol14_NSi.pdf](http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K7A7F87654E4C36FCC1257E2900476776/$file/DZVol14_NSi.pdf) (28. avgust 2017).

33. --- 2015e. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Demokratične stranke upokojencev Slovenije za predčasne volitve v državni zbor v letu 2014*. Dostopno prek: [http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K714307801E4A3BDBC1257E2D0043280E/\\$file/DZVol14_Desus.pdf](http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K714307801E4A3BDBC1257E2D0043280E/$file/DZVol14_Desus.pdf) (28. avgust 2017).

34. --- 2015f. *Revizijsko poročilo: Pravilnost financiranja volilne kampanje liste Zavezništva Alenke Bratušek za predčasne volitve v državni zbor v letu 2014*. Dostopno prek: [http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K38E5E50B133B3AD8C1257E290047BEC0/\\$file/DZVol14_ZaAB.pdf](http://www.rsrs.si/rsrs/rsrs.nsf/I/K38E5E50B133B3AD8C1257E290047BEC0/$file/DZVol14_ZaAB.pdf) (28. avgust 2017).

35. Wlezien, Christopher in Erikson, S. Robert (2002): The Timeline of presidential Election Campaigns. *The Journal of Politics*, 64 (4): 969–993.

36. *Zakon o volilni in referendumski kampanji (ZVRK)*. Ur. I. RS 41/2007 Dostopno prek: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO4749> (28. avgust 2017).