

POLITICKÉ VEDY / POLITICAL SCIENCES

Časopis pre politológiu, najnovšie dejiny, medzinárodné vzťahy, bezpečnostné štúdiá / Journal for Political Sciences, Modern History, International Relations, security studies

URL časopisu / URL of the journal: <http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk>

Autor(i) / Author(s): Kateřina Kňapová
Článok / Article: Mezi politickou stranou a sociálním hnutím. Případová studie projektů podnikatelů Andreje Babiše, Karla Janečka a Tomia Okamury v české politice
Vydavateľ / Publisher: Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov – UMB Banská Bystrica / Faculty of Political Sciences and International Relations – UMB Banská Bystrica

Odporúčaná forma citácie článku / Recommended form for quotation of the article:

KŇAPOVÁ, K. 2016. Mezi politickou stranou a sociálním hnutím. Případová studie projektů podnikatelů Andreje Babiše, Karla Janečka a Tomia Okamury v české politice. In *Politické vedy*. [online]. Roč. 19, č. 3, 2016. ISSN 1335 – 2741, s. 127-150. Dostupné na internete:

<http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk/archiv-vydani/2016/3-2016/katerina-knapova.html>.

Poskytnutím svojho príspevku autor(i) súhlasil(i) so zverejnením článku na internetovej stránke časopisu Politické vedy. Vydavateľ získal súhlas autora / autorov s publikovaním a distribúciou príspevku v tlačenej i online verzii. V prípade záujmu publikovať článok alebo jeho časť v online i tlačenej podobe, kontaktujte redakčnú radu časopisu: politicke.vedy@umb.sk.

By submitting their contribution the author(s) agreed with the publication of the article on the online page of the journal. The publisher was given the author's / authors' permission to publish and distribute the contribution both in printed and online form. Regarding the interest to publish the article or its part in online or printed form, please contact the editorial board of the journal: politicke.vedy@umb.sk.

**MEZI POLITICKOU STRANOU A SOCIÁLNÍM HNUTÍM.
PŘÍPADOVÁ STUDIE PROJEKTŮ PODNIKATELŮ ANDREJE
BABIŠE, KARLA JANEČKA A TOMIA OKAMURY
V ČESKÉ POLITICE¹**

**BETWEEN PARTY AND SOCIAL MOVEMENT.
CASE STUDY OF PROJECTS OF ANDREJ BABIŠ, KAREL
JANEČEK AND TOMIO OKAMURA IN CZECH POLITICS**

Kateřina Kňapová*

ABSTRACT

Populism has been a phenomenon with growing significance in the past years in both the European political systems and a political science. There has been a number of businessmen who enter electoral politics directly with a new type of party projects. Projects of businessman cannot be analyzed simply as any other "traditional" political party because there is a strong mobilization aspect present. Therefore, the main goal of this paper was to apply analytic framework of social movement studies. Dimensions of analysis were membership and recruitment, a mobilization of material resources, a mobilization of ideological and political resources and repertoire of action. The analysis was performed on three cases of the Czech entrepreneurial populism – Andrej Babiš, Tomio Okamura and Karel Janeček. The analysis shows that despite quite significant differences in membership and recruitment dimension and a material resources mobilization there were found similarities in the dimension of ideological and political resources mobilization. This approach showed being useful in comparing cases that are quite different considering organizational aspect of them, but similar as being representatives of a broader phenomenon – namely political projects of businessmen.

Key words: populism, entrepreneurs, social movements, party leaders

* Mgr. Kateřina Kňapová působí jako interní doktorandka na Ústavu politologie, Filozofická fakulta, Univerzita Karlova, U Kříže 8, 158 00, Praha 5 – Jinonice, Česká republika, e-mail: knapova.katerina@gmail.com.

¹ Tento výstup vznikl v rámci projektu Podnikatel jako politický aktivista – analýza nového fenoménu politické mobilizace v českém kontextu řešeného na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze v prostředků Specifického vysokoškolského výzkumu na rok 2014.

Úvod

Po ekonomické krizi v roce 2008 se v Evropě objevila nová vlna kolektivní mobilizace, částečně navazující na alterglobalizační hnutí. Hnutí 15. května ve Španělsku, protesty v Řecku, vznik hnutí Occupy Wall Street a na něj navazující další protesty pod stejnými hesly se šířily po Evropě. Základními a společnými požadavky, které uvedené protesty propojovaly, byla nespokojenost se stávajícím stavem politického rozhodování a vládnutí, veřejné politiky, které byly charakteristické omezováním financování veřejných služeb a postupující privatizací veřejné sféry. Takové protesty se rozšířily, i když v omezenější podobě i na střední a východní Evropu a Česká republika nebyla výjimkou. Za požadavky, které se do značné míry objevovaly ve všech mobilizacích v Evropě, lze ale identifikovat hlubší krizi legitimacy vládnutí a různých politických stran v Evropě, která se objevila právě v souvislosti s finanční krizí a jejím řešením.

O mobilizaci jako projevu obecnější krize legitimacy stávajícího způsobu „dělání politiky“ lze hovořit i v České republice. Klíčovým tématem se stává korupce, transparentnosti a propojení ekonomických elit s těmi politickými. Spolu s demonstracemi v ulicích a kampaněmi občanských iniciativ se do veřejné debaty a posléze protestních aktivit zapojila i poměrně významná skupina podnikatelů. *Nadační fond proti korupci*, *Pozitivní evoluce* a také *Demokracie 2.1. matematika Karla Janečka*, ale také prvotní fáze hnutí ANO 2011 *Andreje Babiše* a do určité míry i *Úsvit přímé demokracie Tomia Okamury*, případně později jeho *Svoboda a přímá demokracie* představovaly a představují nejvýznamnější projekty, které je možné zahrnout do mobilizace související s kritikou stávajících politických elit a politického systému.

Tyto projekty jsou jednou z reakcí na ekonomickou krizi, svou formou a organizační strukturou však tak úplně neodpovídají ani klasickému sociálnímu hnutí, ale ani „běžné“ politické straně, na jakou jsme byli v porevolučním vývoji České republiky zvyklí. V souvislosti s ANO a projekty *Tomia Okamury* se hovoří o populismu, někteří autoři dokonce o jakési třetí generaci politických stran v českém kontextu (Kopeček, Svačinová 2015). Samotné vymezení těchto subjektů jako nového typu politických stran ale podle autorky tohoto textu není dostačující. Pohlížet na tyto subjekty čistě „jen“ jako na novou generaci politických stran nepostihuje dostatečným způsobem právě aspekt mobilizace a také znemožňuje studovat takové zapojení podnikatelů do politiky, které nemá stranický charakter (případ projektů *Karla Janečka*). Uchopení pouze přes koncept populismu je rovněž problematické i z toho důvodu, že se jedná o

jeden z nejvíce problematických a nejednoznačně uchopitelných konceptů politické vědy jako takové, jak autorka ukáže ve stručném rozboru. Koncept populismu není schopen dostatečným způsobem osvětlit organizační aspekty takových projektů, i když je schopen dobře postihnout způsob artikulace politických identit právě v rámci mobilizace.

Cílem tohoto textu je nastínit takový rámec analýzy obdobných projektů, který v sobě propojuje některé aspekty studia politické mobilizace a studia politických stran. Tento přístup je zvolen zejména proto, že samotné studium charakteristik organizace politických stran není dostačující pro zachycení klíčové problematiky, kterou je právě samotná mobilizace podpory. Není náhodou, že dva ze tří sledovaných projektů namísto označení „strana“ využívají označení „hnutí“, což roli mobilizace explicitně zdůrazňuje. Dimenze vycházející z přístupu studia politické mobilizace je pak úzce propojená s konceptem populismu. Koncept populismu, jehož pojetí bude vysvětleno v příslušné podkapitole, představuje spolu s tím, že se ve všech třech sledovaných případech jedná o projekt podnikatele, jednotliví prvek studovaných případů.

V první části článku se autorka zaměří na teoretická východiska přístupu, který v sobě spojuje studium populismu, politických stran a mobilizace. Ve druhé části pak následuje popis dimenzí analýzy a jejich aplikace na tři konkrétní případy českých podnikatelů v politice. Výzkumnou otázkou, kterou si autorka klade, je, zda mezi zkoumanými projekty existují další podobnosti nad rámec toho, že se jedná o projekty podnikatelů.

1 Podnikatelé v politice a populismus

Fenomén podnikatelů, kteří vstupují do politiky, jako takový není ničím novým - sponzorují politické strany, jejich vliv na rozhodování je více či méně institucionalizován a transparentní, nebo do politiky vstupují osobně. V souvislosti s podnikateli v politice a podnikateli mobilizujícími lidi k volební aktivitě hovoří také o populismu, přičemž ten je často v evropském kontextu ztotožňován spíše s pravicovou, než levicovou částí politického spektra. (Hutter, Kriesi, 2013) Existuje mnoho definic populismu, přičemž jejich používání závisí nejen na geografickém kontextu, ke kterým se vážou, ale i na zaměření badatele či badatelky. V obecné rovině je možné je dělit na tři velké rodiny (Panizza, 2005; Dvořáková, Buben, Němec, 2013) – pojetí, které se prostřednictvím konceptu populismu snaží klasifikovat již existující politické

projekty na základě určitých charakteristik popisovaných subjektů, pojetí, které spojuje populismus s určitou historickou etapou, případně geografickým vymezením, a pojetí, které říká, že populismus je způsob artikulace, jež teprve daný fenomén, tedy populismus, vytváří. První přístup má určitou nevýhodu s definicí populismu jako takového, takže se daleko spíš setkáváme s určitými okruhy toho, co by mohl být – ať je to populismus jako idea, populismus jako styl nebo populismus jako strategie. (Dvořáková, Buben, Němec 2013)

Třetí přístup vychází v obecné rovině z postmarxismu a diskurzivní teorie. Jeho nejvýznamnějším představitelem je **E. Laclau**. Jak už bylo řečeno výše, populismus není vymezen jako označení pro nějaký už existující projekt, ale jako způsob artikulace. Populismus vzniká jako artikulace, pro kterou jsou charakteristické tři znaky: charakterizuje sociální prostor jako rozdělený mezi dvě antagonistické skupiny – obvykle elitu a lid, přičemž lid vzniká zřetěžením požadavků různých skupin, které není s to elita uspokojit. Požadavkům dává jednotu a reprezentuje je tzv. prázdný signifikant², tedy nejčastěji jméno vůdce tohoto lidu nebo nějakého hesla, požadavku. Prázdný signifikant teoreticky do nekonečna jdoucí řetězec ekvivalence stabilizuje. (Laclau 2007) Pro toto pojetí populismu je třeba sledovat nejen prázdný signifikant, ale i další tzv. uzlové body - tedy klíčová označení - v diskurzu, které jej pomáhají vytvářet. Výhodou tohoto přístupu, respektive definice populismu je právě fakt, že původcem takové artikulace může být celá škála aktérů, stejně jako se oním reprezentantem nespokojeného lidu může stát celá škála aktérů, ať už jednotlivých nebo kolektivních. Populistickou artikulaci může použít jak reprezentant sociálního protestního hnutí, tak předseda politické strany, tak například podnikatel s politickými ambicemi. V evropském kontextu je nejvýznamnějším reprezentantem populismu, jehož aktérem je podnikatel, **Silvio Berlusconi** a jeho strana Forza Italia. Její úspěch je spojen s mnoha dalšími právě podnikatelskými aktivitami – například vlastnictvím sítě regionálních televizí, což je jistě nástroj, který artikulaci populismu usnadňuje. (Tarchi, 2007)

V čem je tedy stávající situace jiná nebo se zásadně liší od situace minulých

² Prázdný signifikant, nebo také česky označující, je označujícím bez označovaného – pro ilustrativní účely se jedná o sled znaků (například slovo, sousloví nebo věta), který ale není spojená s konkrétním fenoménem, který označuje. Pro zjednodušení můžeme říct, že například pod heslem „Havel na Hrad!“ si můžeme představit různé požadavky od svobodných voleb až po konec KSČ. Důležité nicméně zůstává, že žádný z těchto požadavků se nestane definitivním významem hesla. (Laclau, 2007; Dvořáková, Buben, Němec, 2013)

dekád? Je to právě proměna strategií a nárůst případů podnikatelů, kteří se přímo zapojují do politiky ať už prostřednictvím vlastní kandidatury do některé z volených institucí exekutivy nebo prostřednictvím filantropických aktivit. „Veřejnost“ jako klíčová charakteristika stále většího počtu aktivit podnikatelů představuje podstatný aspekt proměny fenoménu jako takového. Podnikatelé, kteří se veřejně zapojují do politických aktivit, už nejsou neznámými tvářemi v šedých oblecích, které se drží v pozadí, ale aktivními „vůdci“. Už to není jen **Silvio Berlusconi**, ale velké množství dalších – například polský podnikatel **Palikot** nebo finský podnikatel a současný premiér **Juha Sipilä**. V kontextu střední Evropy je pak nasnadě si rovněž pokládat otázku, jaký vliv budou mít právě různé nejen stranické subjekty vstupující do parlamentní politiky zakládané podnikateli v souvislosti s proměnami stranických systémů a klesající důvěrou v tradiční politické síly. V případě České republiky je tento nárůst spojen i s celkovým zvýšením aktivity protestních hnutí v době od ekonomické krize v roce 2008.

Vzestup nově se objevujících aktérů konkrétně v české politice je pochopitelně zachycen i v odborné literatuře, byť se jedná zejména o studie primárně zaměřené pouze na studium politických stran – píše se zejména o nové generaci stran (Kopeček, Svačinová, 2015), případně možných konceptualizací stran označených jako populistické. (Havlík, Pinková, 2012)

Pokud bychom měli přemýšlet nad vhodnými nástroji a přístupy společenských věd, prostřednictvím kterých by bylo možné tyto nové fenomény v politice zkoumat z hlediska struktury a organizace, zjistíme, že nejprůhodnějšími je studium politického aktivismu a politických stran. Ani jeden z těchto přístupů však sám o sobě není dostačující, naopak je třeba jejich syntézy.

2 Podnikatelé, politický aktivismus a sociální hnutí

Jedním z klasických vymezení politického aktivismu je to, které definoval **Ch. Tilly** jako syntézu tří složek – trvalé kampaně proti autoritám, konkrétních forem jednání a sdružování a veřejné sebe prezentace. (Tilly, 2008) Tato sebe prezentace je pak charakteristická demonstrací čtyř hodnot nebo prvků: důstojnosti, jednoty, počtu a oddanosti věci. (Tilly 2008) Podle **O. Císaře** je taková definice evidentně založená právě na mobilizaci ne-aktivistů, čímž je i pro tento text poněkud problematická. (Císař 2008) Podobnou definici, i když poněkud obecnější, pak používá i **S. Tarrow**, když definuje sociální hnutí jako

„kolektivní výzvu, založenou na společných záměrech a sociální solidaritě, ve stabilní interakci s elitami, oponenty a autoritami.“ (Tarrow 2011, s. 9) S poněkud odlišnou definicí politického aktivismu pak přichází **Diani a Della Porta** s odkazem na dřívější **Dianiho** práce, když charakterizují sociální hnutí jako „sociální proces sestávající z mechanismů, prostřednictvím kterých aktéři zapojení do kolektivní akce, v níž: jsou v konfliktních vztazích s jasně určenými oponenty, jsou propojeni neformálními sítěmi a sdílení určitou vymezenou kolektivní identitu.“ (Della Porta, Diani 2006, s. 20) Pokud se podíváme na tyto definice, pro zkoumání podnikatelských projektů jsou nedostačující zejména z toho důvodu, že operují s kolektivní akcí jako jádrem samotného chápání sociálních hnutí ve společenských vědách.

Daleko obvyklejší je chápat podnikatelské aktivity v rámci paradigmatu korporátní sociální odpovědnosti (Barth, Wolff, 2009) nebo sociálního podnikání (Hamingway, 2013), což spadá do určitého pluralistického pojetí vztahu politické a ekonomické moci. Dalším způsobem, který je poměrně obvyklý, je chápání podnikatelů a bohatých jako zdroje financování, zejména v kontextu paradigmatu mobilizace zdrojů. Filantropie a politika financování aktivit občanské společnosti nebo politického aktivismu je koneckonců integrálně spjata i s aktivismem ve střední Evropě a jeho vznikem v současné podobě po přechodu k demokracii. (Císař, 2008)

Jedním z výjimečných příkladů uchopení „sociálních hnutí bohatých“ jako svého druhu politického aktivismu je práce **I. Martina**, která se zabývá vlnami aktivit v souvislosti se změnami v americké daňové politice. (Martin, 2013) **Martin** je vymezuje jako hnutí za určitý typ práv, které je specifické právě pro skupinu s vysokými příjmy. Upozorňuje i na to, že takový typ aktivit není nijak novým fenoménem a v průběhu 20. století nachází periodicky se opakující vlny těchto aktivit. (Martin, 2013) Zároveň se zamýšlí i nad tím, v jaké souvislosti se bohatí uchylují ke kolektivní akci, když mají i jinak dostatečný prostor a především zdroje k prosazování svých zájmů, a dochází k závěru, že taková strategie přichází na řadu právě ve chvíli, kdy ostatní kanály selžou. (Martin, 2013) I když **Martin** neoperuje se žádným ze současných přístupů ke studiu sociálních hnutí, právě prostřednictvím hledání motivů podnikatelů ukazuje, kudy je možné vést úvahy o tomto tématu.

Dva ze tří uvedených případů podnikatelských projektů – *ANO* a *Úsvit přímé demokracie* – mají podobu strany nebo něčeho straně velmi podobného. Koneckonců oba projekty odpovídají například **Sartoriho** minimální definici

strany³ spojené navíc s určitou představou plurality, v níž strana tvoří jen určitý názorový fragment a ani nemá ambici potlačit názorové oponenty. (Sartori 2005)

Současné typologie stran se více méně shodnou na podobné linii výkladu vývoje od stran, které byly typické reprezentací zájmů určité malé vymezené skupiny (kádrové strany u **Duvergéra**, strany individuální reprezentace u **Kirchheimera** nebo elitní strana u **Maira a Katze**), přes strany, které naopak usilovaly o členskou integraci co největší masy lidí (masová strana u **Duvergéra** a **Maira a Katze**, strana masové integrace u **Kirchheimera**), nebo strany, které se zaměřovaly na získání hlasů co nejpočetnějších a různorodých skupin voličů (catch-all strana **Kirchheimera** a **Maira a Katze**), přes typ, který **Mair a Katz** označili jako stranu kartelovou, až po zatím poslední typ označený jako strana-firma (business-firm party), mezi které patří strana-firma **Hopkina a Paloucci**, strana profesionálních politiků (**Beyme**) nebo strana podnikatelů (**Krouwell**) (přehled např. Strmiska et al, 2006, Krouwell, 2006). Pro analýzu podnikatelských subjektů v politice jsou nejdůležitější poslední dva typy. Kartelová strana se vyznačuje poměrně úzkou vazbou na stát, který jí zaručuje jak přežití, tak profit straně samotné i jejím členům. (Mair, Katz, 1995) Zároveň je pro ni charakteristický kontext, ve kterém již zavedené strany kooperují, aby zabránily příchodu nových hráčů a mohly si tak v klidu rozdělit vliv na stát a zdroje ze státu vyplývající. (Mair, Katz, 1995) V případě strany-firmy jsou klíčovými znaky původ zdrojů v soukromém sektoru, organizace strany, která firmu buď připomíná, nebo přímo na již existující navazuje (Hopkin, Paloucci 1999), dále ideologická flexibilita, která se do značné míry odvolává na veřejné mínění a také silná individualizace. (Hopkin, Paloucci 1999)

3 Dimenze zkoumání fenoménu podnikatelských projektů v politice

Jak jsme si v předchozím výkladu ukázali, podnikatelé v politice není možné jednoznačně uchopit ani jako příklad sociálních hnutí, ani jako příklad politické strany v klasickém slova smyslu. Přesto je možné při popisu tohoto fenoménu a jeho tří různých podob v kontextu české politické mapy využít některé základní dimenze, které jsou při popisu sociálních hnutí používány. Tyto dimenze vycházejí z paradigmatu mobilizace zdrojů a jsou jimi otázka členství a jeho

³ „Strana je jakákoliv politická skupina, která se představuje ve volbách a je schopná prostřednictvím voleb umístit kandidáty do veřejných úřadů.“

rekrutace, mobilizace materiálních zdrojů, mobilizaci ideologických a politických zdrojů a repertoár jednání.

První dimenzí je otázka členství a rekrutace. Klasické teorie sociálních hnutí implicitně kladou důraz na dvě dimenze spojené s mobilizací lidí – aspekt samotných aktivistů, tedy „členů“ sociálních hnutí a organizací sociálních hnutí, a na druhé straně aspekt mobilizace podporovatelů. Jedna větev klasického přístupu k problému se zabývá strukturálními determinanty politické participace jednotlivců – nejčastěji vlivem „členství“ v různých sociálních sítích, které pak jedince mobilizují k aktivnímu zapojení se. (podle Walgrave 2013) Druhou větví studia interakce mezi organizací sociálních hnutí (SMO – social movement organization) a jednotlivcem je pak přístup, který tvrdí, že jedinec se do kolektivní akce nezapojuje jen proto, že by byl aktivně osloven nebo se stal součástí nějaké sociální sítě, ale i proto, že daná organizace nebo hnutí představuje formulaci myšlenek a pohledů, s nimiž se ztotožňuje. (Walgrave, 2013) Jak ale poukazují **Roggeband a Duyvendak** vazby mezi jednotlivci a komunitou jsou i v rámci sociálních hnutí a SMO oslabovány. V souvislosti s postupující individualizací, ale také rozvojem sociálních sítí jako jedné z platforem politické mobilizace tak narůstá ad hoc mobilizace, částečně na úkor mobilizace prostřednictvím klasických organizací. (Roggeband, Duyvendak, 2013)

Taková proměna může souviset s proměnou politického aktivismu obecně směrem od tzv. starému k současným vlnám (viz např. Walgrave, 2013), ale také s regionálním ukotvením politické mobilizace. Badatelé, kteří se ve své práci zabývají politickou mobilizací ve střední a východní Evropě, často poukazují právě na dynamiku odlišnou od zemí západní Evropy. Ve střední a východní Evropě existuje totiž daleko menší zapojení lidí do organizací, čemuž navzdory tu vznikla poměrně solidní skupina advokačních organizací s poměrně silnou schopností ovlivňovat politické dění v zemi (viz Tarrow, Petrova, 2007; Císař, 2008). **Tarrow a Petrova** pak přicházejí s termínem transakční aktivismus, který tuto specifickou dynamiku popisuje. (Tarrow, Petrova, 2007) Jak ale uvádí **Císař**, takové vymezení politického aktivismu má určité implikace nejen pro empirický výzkum sociálních hnutí, ale také pro teoretické vymezení toho, co vůbec sociální hnutí jsou a jaké mají charakteristiky. (Císař, 2008) **Císař** poukazuje na dvě vrstvy, které se v mainstreamu studií politického aktivismu a sociálních hnutí překrývají, a které právě koncept transakčního aktivismu umožňuje lépe analyzovat. *„Zatímco aktivismus odkazuje k tomu, co dělají aktivisté a jejich organizace, participace postihuje to, co dělají obyčejní*

občané“ (Císař, 2008, s. 29). Na základě tohoto vymezení pak představuje typologii různých modů politického aktivismu kombinující prvek participace a aktivismu – je to aktivismus s participací, aktivismus bez participace a participace bez aktivismu. (Císař, 2008) V konkrétním případě českých podnikatelských projektů se autorka článku zaměří zejména na rozdíly mezi participační a aktivistickou složkou v jednotlivých případech, ale také na strukturu organizace a vztah mezi „jádre“ a podporovateli.

Mobilizace materiálních zdrojů je podstatným aspektem fungování jakéhokoliv projektu orientovaného na vstup do veřejné diskuse a politiky. Materiálními zdroji přitom nejsou jen finanční prostředky, ale také například prostory, ve kterých organizace sídlí, případně vybavení. Zdroje financování mohou být různé od drobných po méně drobné dárce nebo členské příspěvky až po sofistikovaný systém fundraisingu⁴, který je často spojován s fenoménem profesionalizace sociálních hnutí. (McCarthy, Zald, 1987) Pro některé typy organizací je pak stěžejní prodej drobných předmětů.

Politické a ideologické zdroje jsou další zkoumanou dimenzí, která souvisí především s obsahem a legitimizací cílů, které si daná organizace, ať už se jedná o politickou stranu nebo organizaci sociálních hnutí, klade. Tyto zdroje často souvisejí se zdroji morálními, kterými můžou být například osobnosti podporující daný projekt nebo odkaz k obecnějším principům zhmotněných například v nějakém dokumentu. (Edwards, McCarthy, 2004) V případě politických a ideologických zdrojů se dostáváme k pojmu populismu, který byl zmíněn již v předcházejících částech článku. Sociální hnutí, stejně jako to, co známe pod pojmem populismus dnes, vychází, ať už rétoricky nebo programaticky, z představy o na straně jedné odtržené a nelegitimní elitě (tedy privilegované skupině) a na straně druhé o lidu (tedy skupině neprivilegované). (Laclau, 2007) Právě zde se pak dostáváme k potvrzení identifikace všech tří studovaných případů jako případů, které používají populistickou artikulaci, a tedy vytváří populismus.

Neméně důležitou zkoumanou dimenzí projektů je repertoár jednání. Ten zahrnuje zkoumání konkrétních aktivit, které vedou k mobilizaci. Ty se pak liší v závislosti na cílech, které se daný projekt nebo organizace klade, stejně tak závisí na organizačních kapacitách, které daný projekt má. Může se jednat o

⁴ Zdrojem přitom nemusí být jen nadace podporující organizace sociálních hnutí, NGO a občanskou společnost, ale také například náboženské organizace nebo dokonce firmy. (McCarthy, Edwards 2004, s. 124)

různé aktivity od veřejných shromáždění, pouličních demonstrací nebo happeningů, přes petiční akce až po stávky, bojkot a podobně. (Della Porta, Diani 2006) V rámci zkoumání mobilizačních aktivit se autorka zaměří také na spolupráci s jinými subjekty při mobilizaci podpory deklarovaných cílů.

4 Zkoumání případů českých podnikatelských projektů

Jak už bylo řečeno v úvodu, hlavním objektem zájmu analýzy tohoto článku budou tři projekty českých podnikatelů, jež se do popředí veřejné debaty dostaly v období po ekonomické krizi. Těmito projekty je ANO **Andreje Babiše**, Úsvit přímé demokracie **Tomia Okamury**, u kterého se jedná o období od vzniku v roce 2013 až do odchodu **Okamury** na jaře 2015, a nejrůznější projekty **Karla Janečka**, které je možné charakterizovat jako protikorupční nebo směřující k proměně mechanismů českého volebního systému. Když se zejména první dva jmenované případy objevily ve volební soutěži (u ANO to byly senátní volby 2012, u Úsvitu v předčasných parlamentních volbách v roce 2013), začalo se v souvislosti s těmito subjekty mluvit o populismu. (Česká televize, 2013) **Andrej Babiš** byl i kvůli nákupu mediálního domu MAFRA přirovnáván k **Silviu Berlusconi**. S ohledem na stále častější přímé angažmá podnikatelů v politice, ať už v případě zakládání stran, samostatné kandidatury ve volbách nebo filantropických aktivit, je ale třeba se zamyslet, jestli je, v laickém diskurzu pejorativní, v odborném minimálně kontroverzní, termín populismus dostačující a vhodnou konceptualizací těchto aktivit. Jak bylo napsáno již výše, společenské vědy v případě nových fenoménů a jejich systematizace poněkud selhávají a zjednodušují, což je i případ využití termínu populismu jako nejčastějšího označení pro projekty jako je ANO nebo Úsvit. V následujícím výkladu se autorka zaměří na popis tří případů českých podnikatelských projektů prostřednictvím v předchozí kapitole popsanych dimenzí s důrazem na shody, které mezi sebou tyto projekty mají nad rámec toho, že se jedná o projekty podnikatelů.

Autorka tohoto článku při sběru dat k jednotlivým dimenzím podnikatelských projektů vycházela z veřejně dostupných zdrojů, především z mediálních výstupů, webových stránek projektů a webových stránek projektů, které se zabývají politikou, například Naši politici nebo web Českého statistického úřadu volby.cz. V rámci každé sledované dimenze se pak zaměří na hledání shodných vzorců mezi sledovanými případy.

a. Rekrutace a mobilizace

Hned první dimenze, kterou je možné tyto projekty nahlédnout, je poněkud ošidná. V případě politických hnutí ANO a Úsvitu tu existuje poměrně jasně rozlišená úroveň „aktivistická“, tedy členstvo strany, případně ti, kteří za stranu kandidují a kandidovali, teoreticky také aparát strany, a pak ti, kteří jsou mobilizováni, tedy zejména voličstvo v případě voleb, do kterých se ANO zapojilo poprvé v senátních volbách v roce 2012, kde se však neprosadilo. Úsvit pak kandidoval poprvé v předčasných parlamentních volbách na podzim roku 2013. Počtem členů⁵ i organizační strukturou se ANO nijak zásadně neliší od dalších menších stranických subjektů na české politické mapě. Vzhledem k poměrně častým přesunům jednotlivých členů politických stran, zejména těch menších, k politickým stranám a hnutím jiným, se dá předpokládat, že určitá část členstva již v minulosti byla aktivní na různých úrovních politiky v rámci různých subjektů. Tuto domněnku podporuje i politická minulost poslanců a poslankyň, kteří byli na podzim roku 2013 zvoleni za ANO do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR. Z celkového počtu 47 zvolených má 20 dohledatelnou zkušenost z různých úrovní politiky, přičemž nejčastěji je tato zkušenost spojena se stranami a uskupeními komunálními nebo spíše pravicovými⁶. U této části poslanců tedy můžeme konstatovat, že právě jejich zapojení do již fungující sítě politických vztahů, případně jejich zkušenost přispěla k tomu, aby se aktivně zapojili do fungování ANO. Dalším segmentem tvořícím významnou součást zvolených zástupců za toto uskupení jsou podnikatelé a to zejména ti bez předchozích zkušeností s politiky. I oni tvoří síť a disponují určitým typem aktivní zkušenosti, kterou chtějí uplatnit v politickém rozhodování. Podobně jako u již zkušených zastupitelů i zde platí, že je to právě příslušnost do sítě, byť podnikatelské, nikoliv stranické nebo aktivistické, má vliv na další aktivity a v tomto případě také zapojení do politického subjektu ANO. (podle Della Porta, Diani, 2006) Mobilizace nicméně bude zkoumána zvlášť v sekci věnované repertoáru jednání a politických a ideologických zdrojích.

Druhý zkoumaný případ, *Úsvit přímé demokracie Tomio Okamury*, měl ve sledovaném období pouze jednotky členů. Na počátku fungování to bylo pouze 9 registrovaných členů, nicméně v průběhu předvolební kampaně poměrně silně mobilizoval sympatizanty a následně také voliče. Jejich poslanecký klub

⁵ Podle vyjádření tiskové mluvčí z dubna 2015 se jedná o přibližně 2800 členů.

⁶ Jedná se zejména o strany ODS, TOP09 a Starostové a nezávislí, případně SNK-ED. (Naši politici 2014)

pak ve sledovaném období do rozpadu klubu a odchodu **Okamury** čítal 14 členů, přičemž pouze určitá část z nich byla registrovanými členy Úsvitu. I tento formát je v případě strany, která se dostala do parlamentu, byť v dalších volbách, těch do Evropského parlamentu, neuspěla, je v českém kontextu něčím ne zcela obvyklým. V kontextu debat o členství tak může konvenovat s trendem, který popisují **Roggeband a Duyvendak** jako rozvolňování tradičních forem členství, větší individualizaci a spíše ad hoc vazby s konkrétní organizací. (Roggeband, Duyvendak, 2013) Podobně jako v případě ANO i u Úsvitu tvoří podstatnou část členů poslaneckého klubu lidé, kteří byli v minulosti členy nebo nezávislími kandidáty na kandidátkách různých politických stran a regionálních uskupení.

V případě **Karla Janečka** se pak můžeme setkat s aktivitou, která je charakteristická spíše aktivistickou než participační dimenzí. Podle **Císařovy** typologie bychom mohli jeho aktivity označit jako analogické k novému transakčnímu aktivismu. Jeho hlavními aktivitami je *Nadační fond proti korupci*, který je zároveň zapojen do projektu s protikorupčním zaměřením *Rekonstrukce státu*, a dále projekt *Pozitivní evoluce*, který se později transformoval v projekt *Demokracie 2.1*. Jeho hlavním cílem je prosazení nového volebního systému a je to také jediná aktivita, která má zřetelnou mobilizační složku. Akcemi mobilizačního charakteru byla v případě *Pozitivní evoluce* setkání po různých místech republiky, na kterých se **Janeček** snažil na podzim roku 2012 získat veřejnost pro svůj volební systém; v případě *Demokracie 2.1* je to pak jednání s elitami, což ale není možné označit za klasickou mobilizaci. Daleko spíše se taková aktivita blíží právě transakčnímu aktivismu.

ANO a Úsvit mají společné poměrně jasné dělení na „aktivistickou“ a „mobilizační“ složku rekrutace. V případě aktivistické složky se jedná do značné míry o osoby, které už do určitého typu sítě spojené s aktivitou v politice zapojeny byly (jedná se především o bývalé členy jiných politických stran nebo uskupení, případně podnikatele nějak spojené s lídrem ANO **Babišem**). Tyto strany si nicméně ve sledovaném období lišily právě co do organizace oné „aktivistické“ složky, která byla v případě Úsvitu co do počtu více méně symbolická, zatímco u ANO se nijak radikálně nelišila od „standardních“ českých politických stran. Největším rozdílem mezi ANO a Úsvitem na straně jedné a projekty **Karla Janečka** na straně druhé je právě důležitost mobilizace podpory veřejnosti, která byla v jeho případě ojedinělá až nepodstatná.

b. Materiální zdroje

Mobilizace materiálních zdrojů – tedy nejen financí, ale i dalších prostředků,

keré slouží k zabezpečení aktivit v rámci projektu – je další zkoumanou dimenzí. Jak profesionalizovaný aktivismus, tak kartelová strana je založená na příjmech, které nepocházejí přímo od mobilizované skupiny lidí nebo aktivistů samotných. V souvislosti s kartelovými stranami se hovoří o provázanosti mezi prostředky státu a stranou (Katz, Mair, 1995), v souvislosti s profesionalizovaným aktivismem zase o tom, že prostředky pocházející například z grantů nebo darů od různých subjektů od těch státních až například po náboženské nebo korporátní. (McCarthy, Zald, 1975) Modelu kartelové strany se nejvíce blíží hnutí Úsvit přímé demokracie, které získalo naprostou většinu svých prostředků, doložených ve výroční zprávě z roku 2013, právě prostřednictvím státního příspěvku na úhradu volebních nákladů a státního příspěvku na činnost. Ostatními zdroji, které tvoří pouhých 7 promile, jsou pak příspěvky dárců, především členů strany. (Úsvit, 2014)

Komplikovanějším případem je pak ANO, u kterého je třeba zdůraznit, že **Andrej Babiš** jako největší soukromý dárc, je zároveň majitelem několika firem, které poskytly hnutí ANO finanční dary. Z finančních zpráv z roku 2012 a 2013 pak vyplývá, že jsou to právě dary soukromých osob nebo firem, které tvoří největší část rozpočtu v prvním roce fungování, což plně odpovídá modelu strany-firmy. (Hopkin, Paloucci, 1999) Nicméně v roce druhém, ve kterém se ANO dostalo do poslanecké sněmovny, tyto dary spolu s členskými příspěvky jen 3,5% celkového rozpočtu. Největším zdrojem příjmu jsou vedle státních příspěvků, které tvoří přibližně 45% příjmů, také půjčky nebo úvěry. ANO tedy disponuje více diverzifikovanými zdroji, než je tomu v případě Úsvitu, na druhou stranu má jako vládní strana podstatně lepší podmínky k vytváření vazby na státní instituce, zejména v kontextu zatím neexistující profesionalizace státní správy. (ANO, 2013a; ANO, 2014)

Materiální zabezpečení projektů **Karla Janečka**, kterými je Nadační fond proti korupci, případně projekty spojené s propagací změny volebního systému, tedy Pozitivní evoluce a nyní Demokracie 2.1, je naopak poměrně málo diverzifikované. Většina prostředků pocházejí buď od podnikatele samotného, případně dalších firem nebo skupin, které jsou s **Janečkem** spřízněné (Nadační fond proti korupci, 2014). Tento model pak odpovídá spíše filantropii jako vhodnému zastřešujícímu pojmu pro charakteristiku zkoumané dimenze aktivit.

V této dimenzi je třeba rozdělit dvě fáze – začátek fungování a fázi, kdy už je subjekt etablován, což v těchto případech znamená, že se ANO i Úsvit staly parlamentními stranami. V první fázi existuje značná podobnost mezi případem **Karla Janečka** a ANO **Andreje Babiše** – pro oba dva případy je totiž

charakteristické, že nejdůležitějším zdrojem materiální a finanční podpory je podnikatel sám. V případě Úsvitu a ANO poté, co se tato uskupení dostala v roce 2013 do parlamentu, narůstá význam státních příspěvků, které se pro Úsvit staly prakticky výhradním zdrojem příjmů a pro ANO zdrojem podstatným.

c. Ideologické a politické ukotvení

Dimenze ideologických a politických zdrojů nabízí nejvíce atraktivní dimenzi zkoumání podnikatelských projektů, neboť právě zde se dostáváme k tématu tolik zdůrazňovanému v mediálním diskurzu v souvislosti s čelnými představiteli těchto projektů, a sice populismu. Co je to populismus v politologii autorka podrobněji rozebrala v předchozí části článku a proto se nyní zaměří na analýzu klíčových aspektů spojovaných s populismem, které se objevovaly v kampaních a rétorice všech tří zkoumaných případů. Každá ze stran nějakým způsobem apeluje na dobrý a rozumný lid a rovněž se vymezuje proti elitě, případně proti jiné „nepřátelské“ skupině (Laclau, 2007), rozdíly existují pouze v tom, jak je konstruován právě lid, potažmo kdo jsou jeho „nepřátelé“. V případě projektů, jako je ten **Babišův** nebo **Okamurův** je ale zřejmé, že populistická artikulace stojí v jádru jejich rétoriky už jen z toho důvodu, že se jedná o nové subjekty vymezující se vůči stávajícím politickým elitám a stranám.

Ústředním heslem kampaně ANO pro volby do poslanecké sněmovny v roce 2013 bylo „*Nejsme jako politici. Makáme.*“ Toto heslo i předvolební rétorika, která se odrazila i v programu hnutí, rámuje projekt ANO jako silně vymezený vůči stávající politické elitě a tedy de facto dělící sociální prostor právě mezi lid a elitu. Ta je konstruována jako lenivá, zkorumpovaná a když už pracující, tak pracující nikoliv pro lid, ale pro organizovaný zločin. Klíčovým zdrojem pro rétoriku je logicky postava lídra a jeho postavení bohatého a úspěšného podnikatele, které se odráží i v jednom z vedlejších volebních hesel a sice „*řídít stát jako firmu*“. Zde se dostáváme do značné rétorické podobnosti se **Silviem Berlusconiem**, ke kterému byl **Andrej Babiš** přirovnáván zejména kvůli svým podnikatelským aktivitám v oblasti médií. **Marco Tarchi** shrnuje **Berlusconiho** konstrukci sebe sama následujícím způsobem: „*Jeho model není až tak modelem svědce davů, jako spíše byznysmena, který na sebe bere obtížný úkol srovnání účtů, delegace odpovědnosti a zajištění spolupráce všech zaměstnanců. Interpretuje a vykresluje svoji práci premiéra jako práci ředitele společnosti „Itálie s.r.o.“, který nemůže ztrácet čas únavnými rituály parlamentních diskusí a je povinen se hlásit pouze akcionářům společnosti, nebo ještě raději té části elektorátu, kteří mu dali hlas s absolutní důvěrou v něj.*“ (Tarchi, 2008, s. 93) Hned v několika bodech je podobnost mezi

Babišem a Berlusconiem skutečně velice silná – vedle byznysu jako klíčovému bodu identity lídra je to i určitá nechuť k zažité parlamentní kultuře. **Andrej Babiš** si ve svém blogu s příznačným názvem Deník nepolitika v jednom ze článků vymezuje právě vůči stávající „neefektivní“ parlamentní kultuře. *„Začínám chápat, proč se Česká republika mírně řečeno neposouvá kupředu. Sněmovna je svět, kde na skutečnou práci není čas a zřejmě ani chuť (jinak by její jednací řád nemohl vypadat tak, jak vypadá). Většinu "jednání" totiž tvoří pauzy a přestávky. (...) V podnikání jsem si zvykl jednat efektivně a konstruktivně, tedy i v nějakém tempu. Mám přesně rozepsané schůzky po 30 minutách. Návštěva si skoro nestihne ani dopít kafe a už mám za dveřmi další, jednání odsypají a mají konkrétní výsledky.“* (Babiš, 2013) Značným zastoupením podnikatelů, kteří se s ANO dostali do politiky, pak tato strana ještě více demonstruje svoji identitní odlišnost od stávající politické třídy, která je implicitně rámována jako neproduktivní, případně bez kontaktu s „normální“ prací. Klíčovým prázdným signifikantem **Babišova** diskurzu je tedy práce – lid je pracovitý, elita je naopak lenivá, a je to právě práce, která spojuje **Babiše** a lid. I když se **Andrej Babiš** sám o sobě neprezentuje jako ideální zástupce lidu, jako jeden z lidu, je to právě pracovitost, která jej činí reprezentantem lidu. Práce je rovněž spojená s metaforou obsaženou v heslu „řídít stát jako firmu“. Fungující firma je totiž opakem byrokratického, neefektivního státu.

Technokratický populismus zdůrazňující efektivitu a práci expertů, který je přítomný u **Andreje Babiše**, však nenajdeme u **Tomia Okamury**. Jeho kampaň má dva klíčové body – důraz na přímou demokracii ztělesněnou obecným referendem a silné vymezení se vůči „nepřizpůsobivým“ a těm, kteří údajně zneužívají sociální systém. Druhým zmíněným bodem se **Okamura** podobá jednomu proudu západoevropského populismu, který je spojován například s **Gertem Wildersem** nebo **Marine Le Pen**. Tento typ populismu, můžeme jej označit jako autoritářský, je charakteristický vedle negativního vztahu k menšinám také odmítáním politiky jako takové a voláním po nastolení pořádku. (Mastropaolo, 2008) Postavu imigranta však **Okamura** nahrazuje právě „nepřizpůsobivými“, kteří do značné míry splývají s romským etnikem a zejména tou částí, která pobírá nějakou formu sociální podpory. Tu v případě Úsvitu ilustruje i stěžejní bod programu týkající se právě sociálních dávek, který je velice restriktivní: *„Prosadíme zpřísnění podmínek sociální pomoci. Podporu zaslouží pouze Ti, kteří vedou řádný život a řádně vychovávají děti.“* (Úsvit, 2013) Na základě této formulace pak lze identifikovat klíčový uzlový bod **Okamurova** diskurzu – „řádný život“. Ten je podobně jako u **Babišova** diskurzu

spojen s prací, ale zasahuje i do dalších oblastí – například rodiny. I u **Okamury** je to právě práce, která z něj činí reprezentanta lidu. Přímá demokracie, konkrétně v podobě přímé volby některých politických reprezentantů, případně referendum, představuje jeden z prvků diskurzu, na kterém je možné ilustrovat distanci od stávajících politických elit a systémového uspořádání. Způsob volby reprezentantů i rozhodování o některých věcech v referendu implicitně směřuje k novému zdroji legitimacy volených zástupců, případně přijatých rozhodnutí.

Z hlediska ideologického ukotvení na pravolevé škále se, podobně jako u dalších nově vzniklých stran tohoto typu, jedná nebo spíše zpočátku se jednalo o nejednoznačnou záležitost, jak u ANO, tak u Úsvitu. Obě strany se prezentovaly daleko spíše jako strany několika konkrétních témat, než komplexního programu, i tak ale můžeme sledovat určité inklinace v klíčových otázkách. A to i přesto, že vůči pravolevému dělení politické scény se vymezují⁷. Jak u Úsvitu, tak u ANO, najdeme explicitní důraz na nezvyšování daní, podporu podnikání v různých formách, téma nezadlužování a vyrovnaných rozpočtů, což jsou témata spojovaná tradičně s pravicí. Na druhou stranu můžeme zejména v případě ANO vidět prosazování kroků posilující roli státu a regulaci (např. elektronická evidence tržeb). Takové proměny v postojích, případně rozpory mezi deklarovanou a reálně prosazovanou politikou nejsou nijak překvapivé. V hnutích, která staví na populistické artikulaci, není konkrétní politický program zasazený v uceleném ideologickém rámci přítomný i proto, že vlastně není důležitý. Těžiště mobilizačního potenciálu totiž leží právě ve vztahu mezi lidem a elitou, nikoliv programovém obsahu.

Jedno z klíčových témat, uzlových bodů jejich diskurzu, které je oběma subjektům z pozice jejich vymezení vůči zavedeným stranám a s nimi spojeným elitám vlastní, je propagace série opatření vedoucích k větší transparentnosti a dohledu nad politiky. Konkrétně je pak tento uzlový bod vtělen do požadavků na profesionalizaci státní správy, majetková příznání politiků, větší osobní a majetkovou odpovědnost politiků (což prosazuje Úsvit), zrušení trestní a přestupkové imunity poslanců a senátorů (což prosazuje ANO) a také daleko větší důraz na transparentnost veřejných zakázek.

Ideové ukotvení projektů **Karla Janečka** má s ANO i Úsvitem společné

⁷ „Falešné hry politických stran na levici a pravici přivedly naši republiku do bludného kruhu ekonomické krize, hlubokých dluhů a vysokých daní.“ (Úsvit, 2013); „Ale prosím vás, levice, pravice, to jsou klišé. Miloš Zeman privatizoval banky, Václav Klaus zavedl bankovní socialismus, pravice nám zvýšila daně.“ (Rovenský, 2013)

protikorupční rysy, stejně jako vymezení se vůči polistopadovým politickým elitám. To první je více zřetelné v projektu Nadačního fondu proti korupci, vymezení se vůči politickým elitám, které jsou podle Janečka napojené na organizovaný zločin, je zase klíčovou ideou v projektu změny volebního systému reprezentované nejdříve projektem Pozitivní evoluce a v současnosti také Demokracií 2.1. Pokud bychom se měli zaměřit na v této sekci klíčovou kategorii populismu, u **Janečkova** diskurzu najdeme podstatně méně na první pohled patrných rysů než u projektů **Babiše** nebo **Okamury**. I když **Janeček** jasně vymezuje kategorii špatné elity, kategorie lidu jako suveréna už tak zřetelná není. Zejména v případě projektu nového volebního systému **Janeček** zdůrazňuje figuru „informovaného voliče“: *„Informovaný volič je ten, který věnuje ekonomicko-politickému dění ve společnosti čas a energii a zajímá se o vývoj v naší zemi. Právě takovému voliči nový systém umožňuje mít větší vliv na výběr kvalitní politické reprezentace oproti těm voličům, kterým je směřování české společnosti lhostejné. Větší vliv informovaného voliče je důsledkem efektivního využití všech jeho hlasů. Demokracie 2.1 svými nástroji zajišťuje, aby došlo k oslabení pozic populistických či extremistických stran.“* (Janeček, 2013) **Janeček** tak lid vymezuje jako lid informovaný, po jehož posílení v rozhodování o politické elitě volá. Neinformovaná část občanů se pak dostává mimo tuto kategorii. Specifickou kategorií, pravděpodobně jako součást skupiny neinformovaných voličů, tvoří i ti voliči, kteří by dali svůj hlas „extrémistickým a populistickým stranám“, které má **Janečkem** navrhovaný volební systém také eliminovat. (Janeček, 2013)

Můžeme konstatovat, že dimenze ideologických zdrojů je tou, v níž existují mezi jednotlivými případy největší podobnosti. To částečně vychází právě z populistické artikulace, kterou využívají, a která je založena na vymezení se vůči stávajícím elitám a politickém uspořádání se silným protikorupčním akcentem. V případě ANO a Úsvitu hraje důležitou roli koncept práce a řádného života, který je stavěn do protikladu zejména k lenosti a neefektivitě elity nebo „druhých“. Zvláštní kategorií vztahující se k „řádnému“ chování je pak „informovaný občan“ **Karla Janečka**, který se vyznačuje zájmem o dění ve společnosti a politice a měl by proto mít větší vliv na rozhodování i volbu politických reprezentantů.

d. Repertoár jednání

Repertoár jednání a odlišnosti v něm do značné míry souvisí s cíli, které si jednotlivé projekty kladou, a také s jejich ideovým ukotvením. U ANO převažují aktivity jednoznačně spojené s předvolební kampaní, jako jsou veřejné mítinky

na různých místech České republiky, účast na veřejných debatách, případně prezentace názorů na společnost a politiku v mediálním prostoru a to jak na úrovni klasických médií, tak na úrovni nových médií (blogy, sociální sítě apod.). Úsvit přímé demokracie **Tomia Okamury** je na druhou stranu případem zajímavějším – na počátku roku 2013 se zapojil do širší koalice občanských iniciativ v čele s Holešovskou výzvou, která protestovala proti politice tehdejší vlády **Petra Nečase**, ale i proti chování polistopadových politických elit jako celku. **Okamura** sám pak vystoupil na dubnové demonstraci Soumrak kmotrů s projevem. Je důležitým zjištěním, že repertoár jednání v případě Úsvitu přímé demokracie se většinou výrazně kryje s aktivitami jeho lídra, neboť další členové hnutí vlastní iniciativu příliš nerozvíjejí. Za velice důležitou část repertoáru jednání je možné označit i komunikaci lídra hnutí na sociálních sítích nebo blogu, kde často vyjadřuje své politické názory i názory na fungování společnosti. Tento blog (Okamura, 2007) byl navíc založen ještě dříve, než se **Okamura** začal veřejně angažovat v parlamentní politice v roce 2007. V rámci předvolební kampaně pak Úsvit volí tradiční strategie k mobilizaci voličů, které již byly vyjmenovány v souvislosti s kampaní ANO.

Aktivity **Karla Janečka** odrážejí spíše filantropické zaměření jeho projektů. Klasická veřejná vystoupení, jaká známe v podobě demonstrací, případně volebních mítingů, která mají za hlavní cíl mobilizovat podporu veřejnosti, u něj téměř nenajdeme. Jedinou výjimkou je projekt Pozitivní evoluce jako série debatních setkání v různých městech České republiky, která se odehrála na podzim roku 2012, který měl za primární úkol propagaci a získání podpory pro **Janečkem** navrhovaný nový volební systém. Za svého druhu mobilizaci podpory ve veřejném prostoru můžeme chápat i jeho aktivní mediální vystupování, ať už v podobě blogu (Janeček, 2011) nebo článků a rozhovorů v českých médiích. Druhou dimenzí repertoáru jsou pak filantropické aktivity v podobě zejména finanční podpory různých protikorupčních projektů a činů.

Repertoár jednání poukazuje na podobnosti mezi ANO a Úsvitem, které jsou do značné míry spojené s cílem, které se tyto subjekty kladou, a sice úspěch ve volbách různého typu. Mobilizace podpory veřejnosti probíhala do určité míry „tradičním“ způsobem, v němž nicméně hrála důležitou roli také sociální média. Naopak **Karel Janeček** se na mobilizaci podpory veřejnosti zaměřoval spíše menšinově a naopak klíčovou dimenzí jeho repertoáru byly filantropické aktivity a finanční podpora protikorupčních projektů.

Závěr: Mezi stranou a sociálním hnutím

Jak tedy zkoumat fenomén podnikatelů v politice, který se v (nejen) českém kontextu objevil jako jedna z reakcí na ekonomickou krizi a politiky, jež jí provázely? Právě pro projekty tak odlišné, i když s jednoznačným společným jmenovatelem je právě hlavní aktér – tedy podnikatel, případně populistická artikulace, je třeba hledat analytický rámec jdoucí za tradiční pohledy v rámci politické vědy, která má v českém prostředí tendence se na tyto projekty dívat jen jako na novou nebo obecně odlišnou a specifickou formu politických stran.

Dívat se na tyto projekty pouze optikou studia politických stran je nemožné zejména proto, že projekty **Karla Janečka** tuto charakteristiku nespĺňujú, teorie sociálních hnutí jako taková je sama o sobě rovněž aplikovatelná jen problematicky, protože tyto aktivity tak není možné chápat, nicméně přináší analytické nástroje, které jsou pro zkoumání podnikatelských projektů zajímavé. Nezanedbatelnou součástí zkoumání je i koncept populismu, který má nicméně tu nevýhodu, že je intenzivně využíván v různých kontextech. Komplexní promyšlení přístupu k analýze těchto fenoménů pak nepřináší jen nutnost v ní překračovat hranice již zavedených přístupů nebo tradičních kategorií studia politiky, ale rovněž nutnost opětovného promyšlení často velice úzkého vymezení těchto kategorií jako takových.

Politické hnutí ANO **Andreje Babiše** pravděpodobně nejvíce ze všech zkoumaných případů odpovídá konceptualizaci strany-firmy, jak ji vymezují **Hopkin a Paloucci**. (Hopkin, Paloucci, 1999) Z hlediska organizační struktury a rekrutace členů navazuje na struktury Agrofertu, i když poměrně efektivně kombinuje tento „firemní“ aspekt s aspektem straníků, kteří přicházejí zejména ze stran s pravicovou orientací. I Úsvit do své „aktivistické“ složky, tedy složky straníků, rekrutuje značnou část lidí, kteří se v politice nějakým způsobem angažovali.

V souvislosti s konceptem populismu dochází autorka ke zjištění, že konceptualizace lidu a vůbec ideologických cílů, jak je artikulují všichni tři podnikatelé, jsou si relativně podobné. U **Andreje Babiše** se jedná především o lid „pracovitý“, který nicméně potřebuje efektivní vedení v podobě experta-manažera, u **Tomia Okamury** se kategorie lidu „pracovitého“ navíc rozšiřuje o charakteristiku „slušnosti“ nebo „řádného života“. **Karel Janeček** zase „svůj“ lid stojící proti zkorumpované elitě konstruuje jako lid angažovaný nebo „informovaný“. Pro všechny lid ve sledovaných případech je pak charakteristické, že jejich požadavkem je kvalitní vládnutí. Vzhledem k tomu, že

populistická artikulace se objevuje jako jedna z reakcí na krizi legitimacy stávajícího vládnutí, to jistě není překvapivé zjištění. Zatímco u **Babiše a Janečka** je však požadované vládnutí charakteristické zejména transparentností, v případě Okamury je zde navíc přítomný silný důraz na sebevládu lidu.

Z hlediska organizace a vztahu státu a tohoto hnutí se pak model blíží nejvíce kartelové straně. Protikorupční projekty **Karla Janečka** se od stranických projektů ANO a Úsvit liší už jen svou nestranností. Daly by se charakterizovat primárně jako činnost nadační nebo filantropická.

Můžeme tedy konstatovat, že tu existují určité podobnosti mezi ANO a Úsvitem, které vyplývají z cílů, jež si tyto subjekty předestřely, a jež se liší od spíše filantropických cílů projektů **Karla Janečka**. Nedá se nicméně říct, že by existovala jednoznačně větší podobnosti mezi Úsvitem a ANO, než existuje například mezi ANO a projekty **Karla Janečka**. ANO a Úsvit jsou si podobné v dimenzi rekrutace a reperoáru jednání, nicméně zejména v úvodní fázi se liší v dimenzi mobilizace zdrojů, kde jsou větší podobnosti mezi ANO a **Janečkem**, jejichž finanční prostředky jsou pro zahájení činnosti nejdůležitějším zdrojem. Všechny tři projekty mají nicméně značné podobnosti v dimenzi ideologické, protože jsou zaměřené na téma transparentnosti a kritiku stávajícího politického uspořádání. Všem třem projektům je společná kategorie „slušného“ lidu, přičemž u **Okamury a Babiše** je kladen důraz na to, aby tento lid byl zejména pracovitý, zatímco u **Janečka** se jedná o lid informovaný. Podobnosti mezi nestrannickým projektem **Karla Janečka** a stranickými projekty **Andreje Babiše** a **Tomia Okamury** je tedy možné zkoumat pouze v rámci, který je širší, než pouze rámec studia politických stran.

Literatura:

ALBERTAZZI, D. – MCDONNELL, D. (eds.). 2007. *Twenty-first century populism: the spectre of western European democracy*. New York: Palgrave Macmillan, 2007, 251 s. ISBN 978-023-0013-490.

ANO. 2013a. *Výroční finanční zpráva politické strany/politického hnutí za rok 2012*. [online] [cit. 16. 9. 2014] Dostupné na internetu: <http://www.anobudelip.cz/file/edee/ke-stazeni/ostatni/ano-vyrocní-finanční-zprava-2011.pdf>

ANO. 2013b. *Zkrácený program pro volby 2013*. Dostupné na internetu: <http://www.anobudelip.cz/cs/o-nas/program/volby-2013/zkrácený-program/>

- ANO. 2014. *Výroční finanční zpráva politické strany/politického hnutí za rok 2013*. [online] [cit. 16. 9. 2014] Dostupné na internetu: <http://www.anobudelip.cz/file/edee/ke-stazeni/ostatni/financni-zprava-vc-auditovane-zaverky.pdf>
- BABIŠ, A. 2013a. *Deník nepolitika: Čekání na práci*. [online] [cit. 14. 9. 2014] Dostupné na internetu: <http://andrejbabis.blog.idnes.cz/c/383338/Denik-nepolitika-Cekani-na-praci.html>
- BARTH, R. – WOLFF, F. (eds.). 2009. *Corporate social responsibility in Europe: rhetoric and realities*. Cheltenham: Edward Elgar, 2009, 358 s. ISBN 978-1-84720-764-7.
- ČÍSAŘ, O. 2008. *Politický aktivismus v České republice: sociální hnutí a občanská společnost v období transformace a evropeizace*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2008, 187 s. Politologická řada. ISBN 978-80-7325-168-0.
- ČESKÁ TELEVIZE. 2013A. *Úsvit šířitelů dobra. Antistrany mají šanci na úspěch*. [online] [cit. 16. 9. 2014] Dostupné na internetu: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/domaci/225347-uvit-siritelu-dobra-antistrany-maji-sanci-na-uspech/>
- DELLA PORTA, D. – DIANI, M. 2006. *Social movements: an introduction*. 2nd ed. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2006, 345 s. ISBN 14-051-0282-9.
- DVOŘÁKOVÁ, V. – BUBEN, R. – NĚMEC, J. 2012. *¡Que el pueblo mande!: levicové vlády, populismus a změny režimu v Latinské Americe*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2012, 363 s. Studie (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-091-9.
- EDWARDS, B. – MCCARTHY, J. D. 2004. Resources and Social Movement Mobilization. In: SNOW, D. A. – SOULE, S.A. – KRIESI, H. *The Blackwell companion to social movements*. Malden, MA: Blackwell Pub., 2004, 754 s. ISBN 06-312-2669-9.
- HAVLÍK, V. – PINKOVÁ, A. 2012. Populisté, protestní strany, outsideri? Několik poznámek ke konceptualizaci populistických politických stran. In: *Rexter - Rexter – časopis pro výzkum radikalismu, extremismu a terorismu*. [online] 2012, 2. [cit. 2016-02-20]. ISSN 1214-7737. Dostupné na internetu: <http://www.rexter.cz/populiste-protestni-strany-outsideri-nekolik-poznamek-ke-konceptualizaci-populistickyh-politickyh-stran/2012/11/11/>
- HEMINGWAY, Ch. A. 2013. *Corporate social entrepreneurship: integrity within*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013, 250 s. ISBN 978-110-7007-208.

- HOPKIN, J. – PAOLUCCI, C. 1999. The business firm model of party organisation: Cases from Spain and Italy. In: *European Journal of Political Research* [online]. 35, 1999, 3. s. 307 - 339 [cit. 2016-01-05]. DOI: 10.1111/1475-6765.00451. ISSN 0304-4130. Dostupné na internetu: <http://doi.wiley.com/10.1111/1475-6765.004501>
- HUTTER, S. – KRIESI, H. 2013. „Movements of the Left, Movements of the Right Reconsidered“. In: STEKELENBURG, J. – ROGGE BAND, C. – KLANDERMANS, B. (eds.). *The future of social movement research: dynamics, mechanisms, and processes*. London: University of Minnesota Press, 2013, 469 s. Social movements, protest and contention, vol. 39. ISBN 978-0-8166-8654-4. S. 219 – 298.
- JANEČEK, K. 2011. *Blog*. [online] [cit. 14. 9. 2014] Dostupné na internetu: <http://blog.aktualne.cz/blogy/karel-janecek.php>
- JANEČEK, K. 2013. *Demokracie 2.1*. [online] [cit. 14. 9. 2014] Dostupné na internetu: <http://www.kareljanecek.com/cs-CZ/co-delam/demokracie-2-1>
- KABÁTOVÁ, Z. 2013. *Babiš: Budu ve sněmovně a napravím podvod kolem soláru*. [online] [cit. 17. 9. 2013] Dostupné na internetu: <http://aktualne.centrum.cz/domaci/politika/clanek.phtml?id=787387>
- KATZ, R. S. – MAIR, P. 1995. Changing models of Party Organization and Party Democracy. The Emergence of the Cartel Party. In: *Party Politics* 1, 1999, 1, ISSN 1354-0688. s. 5 - 28.
- KOPEČEK, L. – SVAČINOVÁ, P. 2015. Kdo rozhoduje v českých politických stranách? Vzestup nových politických podnikatelů ve srovnávací perspektivě. *Středoevropské politické studie Central European Political Studies Review* [online]. 17, 2015, 2. s. 178- 211 [cit. 2016-01-06]. DOI: 10.5817/CEPSR.2015.2.178. ISSN 1212-7817. Dostupné na internetu: <https://journals.muni.cz/cepsr/article/view/4415>
- KROUWEL, A. 2006. Party model. In: KATZ, R.S. - CROTTY, W. (eds.). *Handbook of party politics*. London: SAGE, 2006, 550 s. ISBN 07-619-4314-5. s. 249 - 269.
- LACLAU, E. 2007. *On Populist Reason*. London: Verso, 2007. 276 s. ISBN 978-1-84467-186-1.
- MARTIN, I. W. 2013. *Rich people's movements: grassroots campaigns to untax the one percent*. New York: Oxford University Press, 2013, 275 s. ISBN 978-0-19-992899-6.

- MASTROPAOLO, A. 2007. Politics against Democracy: Party Withdrawal and Populist Breakthrough In: ALBERTAZZI, D. - MCDONNELL, D. (eds.). 2007. *Twenty-first century populism: the spectre of western European democracy*. New York: Palgrave Macmillan, 2007, 251 s. ISBN 978-023-0013-490. s. 30,48.
- MCCARTHY, J. D. - ZALD, M. A. 1987. The Trend of Social Movements in America: Professionalization and Resource Mobilization. In: MCCARTHY, J. D. - ZALD, M. A. *Social movements in an organizational society: collected essays*. New Brunswick, U.S.A.: Transaction Books, 1987, x, 435 s. ISBN 08-873-8119-7. s. 337 – 389.
- NADAČNÍ FOND PROTI KORUPCI. 2014. *Donátoři*. [online] [cit. 16. 9. 2014] Dostupné na internetu: <http://www.nfpk.cz/donatori-12>
- Naši politici. 2014. *Seznam politiků*. [online] [cit. 16. 9. 2014] Dostupné na internetu: <http://www.nasipolitici.cz/cs/seznam-politiku>
- OKAMURA, T. 2007. *Blog*. [online] [cit. 16. 9. 2014] Dostupné na internetu: <http://okamura.blog.idnes.cz/?st=6>
- PANIZZA, F. (ed.). 2005. *Populism and the mirror of democracy*. New York, NY: Verso, 2005, 358 s. ISBN 18-598-4489-8.
- ROGGE BAND, C. – DUYVENDAK, J. W. 2013 The Changing Supply Side of Mobilization: Questions for Discussion. In: STEKELENBURG, J. - ROGGE BAND, C. – KLANDERMANS, B. (eds.). *The future of social movement research: dynamics, mechanisms, and processes*. London: University of Minnesota Press, 2013, 469 s. ISBN 978-0-8166-8654-4. S. 219 – 298.
- ROVENSKÝ, J. 2013. *Babiš: Češi jsou šikovní, jen je řídí neschopní*. [online] [cit. 16. 9. 2014] Dostupné na internetu: <http://www.novinky.cz/domaci/310482-babis-cesi-jsou-sikovni-jen-je-ridi-neschopni.html>
- SARTORI, G. 2005. *Strany a stranické systémy: schéma pro analýzu*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2005, 466 s. ISBN 80-732-5062-4.
- STRMISKA, M. 2005. *Politické strany moderní Evropy: analýza stranicko-politických systémů*. Praha: Portál, 2005, 727 s. ISBN 80-736-7038-0.
- TARCHI, M. 2007. *Italy: A Country of Many Populisms*. In: ALBERTAZZI, D. - MCDONNELL, D. (eds.). 2007. *Twenty-first century populism: the spectre of western European democracy*. New York: Palgrave Macmillan, 2007, 251 s. ISBN 978-023-0013-490. S. 84 – 99.

- TARROW, S. – PETROVA, T. 2007. Transactional and Participatory Activism in the Emerging European Polity: The Puzzle of East-Central Europe. In: *Comparative Political Studies* [online]. 40, 2007, 1, s. 74-94 [cit. 2016-01-06]. DOI: 10.1177/0010414006291189. ISSN 0010-4140. Dostupné na internetu: <http://cps.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0010414006291189>
- TILLY, Ch. – WOOD, L. 2008. *Social movements, 1768-2008*. 2nd ed. Boulder: Paradigm Publishers, 2008, 195 p. ISBN 978-1594516115.
- ÚSVIT. 2013. *Program hnutí*. [online] [cit. 16. 9. 2014] Dostupné na internetu: <http://www.hnutiusvit.cz/program-hnuti/>
- ÚSVIT. 2014. *Výročná finanční zpráva politické strany/politického hnutí za rok 2013*. [online] [cit. 16. 9. 2014] Dostupné na internetu: http://www.hnutiusvit.cz/wp-content/uploads/2014/04/Vyrocní_zpráva_Hnutí_Usvit.pdf
- WALGRAVE, S. 2013. Changing Mobilization of Individual Activists? In: STEKELENBURG, J. – ROGGE BAND, C. – KLANDERMANS, B. (eds.). *The future of social movement research: dynamics, mechanisms, and processes*. London: University of Minnesota Press, 2013, 469 s. ISBN 978-0-8166-8654-4. S. 205-216.