

Univerzita Palackého
Filozofická fakulta
Katedra politologie a evropských studií

Alžběta Hrnčířiková

**Komparativní analýza business-firm stran Forza Italia a ANO
2011**

Comparative analysis of business-firm parties Forza Italia and ANO 2011

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Doc. PhDr. Tomáš Lebeda, Ph.D.

Olomouc 2023

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně na základě uvedených pramenů a literatury.

V Olomouci dne 27. 04. 2022

Podpis:

Ráda bych poděkovala vedoucímu bakalářské práce doc. PhDr. Tomášovi Lebedovi, Ph.D. za jeho odborné vedení, cenné rady a podněty.

Obsah

Úvod	5
Teoretická část	8
1. Fenomén podnikatelských stran	8
1.1. Vznik teorie podnikatelských stran	8
1.2. Definice podnikatelských stran	10
1.2.1. Hlavní znaky podnikatelských stran	10
1.2.2. Institucionalizace podnikatelských stran	12
1.2.3. Podtypy a rizika podnikatelských stran	13
1.3. Španělsko - Unie demokratického středu	14
1.4. Věci Veřejné	16
2. Forza Italia - vznik a vývoj strany do současnosti	18
2.1. První italská republika	18
2.2. Druhá italská republika a nástup Berlusconiho	19
2.3. Od rozpadu prvního kabinetu až po vznik Lidu svobody	21
2.4. „Nová“ Forza Italia a současnost	22
3. ANO 2011 - vznik a vývoj strany do současnosti	23
3.1. Od občanského sdružení po volby 2013	23
3.2. Vítězství v poslaneckých volbách 2017	26
3.3. Poslanecké volby 2021 a současnost	27
Analytická část	28
4. Komparativní analýza	28
4.1. Politický podnikatel	28
4.2. Vnitrostranická institucionalizace	30
4.3. Podoba členské základny	32
4.4. Ideologické zasazení	35
4.5. Outsourcing a profesionálně vedená kampaň	37
4.6. Produkt sociálního hnutí	41
4.7. Vznik strany na základě parlamentního prostředí	42
4.8. Shrnutí komparativní analýzy	43
4.9. Právní postavení politických stran v Itálii a ČR	44
Závěr	48
Anotace	52
Abstrakt	53
Abstract	54
Použitá literatura	55

Úvod

Politické strany v moderních demokraciích zajišťují naplňování principu demokracie, a to vládu lidu. Umožňují zastupitelskou demokracii uvést v praxi. Politické strany fungují jako prostředníci mezi lidem a vládou – zastupují zájmy těch, kteří je volili. Reprezentují zájmy svých voličů, prosazují program, kvůli kterému byly zvoleny a za svá rozhodnutí nesou odpovědnost a riziko ne-znovuzvolení. Usilují o mocenské pozice, aby mohly rozšiřovat svůj vliv. A. Tocqueville označil strany za „neodmyslitelné zlo svobodného vládnutí.“ (Tocqueville, 2000: 131). I přesto si ale dnes politiku bez politických stran nedovedeme představit. Staly se její nedílnou součástí a proto je výzkum politických stran, a to i v současnosti, důležitým předmětem zkoumání.

Pro účely této bakalářské práce je nejdůležitější práce Jonathana Hopkina a Cateriny Paolucci z roku 1999. Ve své práci *The Business Firm Model of Party Organisation: Cases from Spain and Italy*, zkoumali dvě politické uskupení – italskou Forza Italia a španělskou Unii demokratického středu a vytvořili koncept strany typu firmy. České parlamentní hnutí ANO 2011 založené podnikatelem Andrejem Babišem a italskou stranu Forza Italia podnikatele Silvia Berlusconiho pojí společný stranický model. V obou případech je lze zařadit do skupiny tzv. business-firm party, neboli stran podnikatelského typu. Podnikatelské strany se vyznačují silnou přítomností charismatického vůdce, chabou vnitřní strukturou, vysokou angažovaností v období voleb a chybějící ideologií. Politická situace v současných demokraciích je dle Hopkina a Paolucci „spíše nepříznivá pro vytváření tradičních stranických forem „od nuly“. Pokud tomu tak je, pak budeme pravděpodobně svědky vytváření více podnikových podnikatelských stran.“ (Hopkin & Paolucci, 1999: 332-335). I proto je výzkum podnikatelských stran důležitý i nyní.

Cílem této bakalářské práce je nejprve teoreticky vysvětlit fenomén podnikatelských stran, pojmy s ním související, a pak prakticky poukázat na podobnosti a rozdíly mezi italskou stranou Forza Italia a českým hnutím ANO 2011. První kapitola teoretické části práce popisuje fenomén podnikatelských stran, další termíny, které s ním jakýmkoliv způsobem souvisí, jejich charakteristické znaky, institucionalizace podnikatelských stran a rizika ohrožující jejich fungování. Dále budou zmíněny příklady stran podnikatelského

typu, které nejsou primárním předmětem komparativní analýzy, konkrétně bude zmíněna španělská strana UCD a české Věci Veřejné.

Druhá kapitola teoretického zkoumání se bude zabývat stranou Forza Italia, jedním ze subjektů komparativní analýzy. Nastíním okolnosti vzniku strany, její historický vývoj do současnosti, popíšu její volební výsledky a vládní angažmá. Podobným stylem bude koncipována také třetí kapitola teoretické části práce, která se bude zabývat druhým subjektem komparativní analýzy, a to hnutím ANO 2011. I zde nastíním okolnosti vzniku strany, její historický vývoj až do současnosti, popíšu jejich volební výsledky a vládní angažmá.

V rámci analytické části bakalářské práce za pomoci komparativní analýzy porovnáám oba zkoumané subjekty, Forza Italia a hnutí ANO 2011 na základě předem daných kritérií, které budou vycházet z jednotlivých definičních znaků podnikatelských stran. Hodlám porovnávat stranickou strukturu obou subjektů a jejich institucionalizaci vnitřních orgánů. Dále zkoumám jednotlivé vůdce, jak FI, tak hnutí ANO 2011 – jejich motivaci ke vstupu do politiky, schopnosti vedení strany a způsob, jakým svou stranu financovali. Zaměřím se také na původ stran, jestli vznikly na parlamentním základě a jestli jsou součástí sociálního hnutí. Porovnáám jejich ideologickou zakotvenost a velikost a fungování členské základny a získávání statutu členství. Zmíním také, jestli, a jak moc, strany využívaly outsourcingu a porovnáám využívání nových technik v politickém marketingu. Komparativní analýzu zakončím porovnáním postavení stran v právním systému Itálie a České republiky.

V práci využívám literaturu, která se prvně zabývá definicí pojmů a je tedy tvořena spíše zahraničními autory. Jmenovitě například *The business firm model of party organisation: Cases from Spain and Italy* od autorů Jonathana Hopkina a Cateriny Paolucci, dále *Conditions of success and political problems of a 'media-mediated personality-party': The case of Forza Italia* autora Jörg Seisselberga, či *Italy: The Triumph of Personalist Parties* od autora Gianfranco Pasquina. V práci využívám také literaturu českých autorů, převážně *Business-Firm Parties and the Czech Party System after 2010* autorů Petra Justa a Jakuba Charváta. Velice přínosná byla pro mou práci také kniha *The Rise of Entrepreneurial Parties in European Politics* Víta Hlouška, Lubomíra Kopečka a Petry Vodové, a *Entrepreneurial Parties: A Basic Conceptual Framework* od Víta Hlouška a Lubomíra Kopečka. Z česky psané literatury jsem dále čerpala z knihy *Já*

platím, já rozhoduji! Političtí podnikatelé a jejich strany od čtveřice autorů Lubomíra Kopečka, Víta Hlouška, Romana Chytilka a Petry Svačinové.

Hlavní výzkumná otázka, kterou práce hodlá zodpovědět, zní „V čem jsou si Forza Italia a hnutí ANO 2011 podobné a v čem se od sebe liší?“. Hlavní hypotéza práce je formulována následovně: „Forza Italia je extrémnější formou podnikatelské strany než ANO 2011.“ Doplnkové hypotézy jsou definovány následovně: „Forza Italia a ANO 2011 jsou politické strany, které se formovaly kolem silného a charismatického vůdce, Silvia Berlusconiho v případě Forza Italia a Andreje Babiše v případě ANO 2011.“, a „Obě strany se snaží přinést nový styl politiky, což zahrnuje kritiku tradičních politických stran.“

Teoretická část

1. Fenomén podnikatelských stran

1.1. Vznik teorie podnikatelských stran

Vznik podnikatelských stran je přirozenou fází vývoje politických stran. Abychom mohli pochopit fenomén podnikatelských stran v širším kontextu, je zapotřebí se nejprve zmínit o předchozích teoriích vzniku stran. Strany, jak je známe dnes, se začaly formovat dvojitým způsobem. Hlavním představitelem tohoto přístupu, nazývaného institucionalistický, je Maurice Duverger. První skupina stran, volební a parlamentní, se zrodila se vznikem parlamentu, nejčastěji na přelomu 19. a 20. století, kde v parlamentu seděli zástupci společnosti. Ti se postupně začali na půdě parlamentu spojovat do frakcí, protože je pojily společné zájmy. Vznik stran nastal spontánně a přirozeně a rozšiřovaly se seshora dolů. Strany se točily kolem osobností a voleb, často byly nedisciplinované a nejednotné s tendencí se přetvářet. Druhá skupina stran, mimovolební strany, se zrodila mimo parlament a volební soutěž. Kandidovat do parlamentu byl jejich cíl na zlepšení životní situace skupiny, kterou reprezentovali. Často se jednalo o vlivné zájmové skupiny, např. odbory (které zakládaly sociálně-dělnické strany), a církev (pomáhali vzniku křesťansko-demokratických stran). Takové strany, na rozdíl od stran parlamentních, bývají lépe organizované, mají jasnou vnitřní strukturu a klíčový je pro ně program a ideologie, nikoliv osobnosti (Novák, 1997: 24-30).

Duverger dále rozlišuje mezi „stranami mas“ a „stranami kádrů.“ Masové strany nemají bohaté mecenáše, musí mít proto spoustu členů, aby disponovali dostatkem financí, vznikají zpravidla na mimoparlamentní půdě, a často reprezentují sociálně-demokratické a křesťanské hodnoty. Získaly hlavní vliv především po rozšíření volebního práva po první světové válce. Klíčový je pro ně program (Mejstřík, 2013: 284). Strany kádrů naopak vznikají v době omezeného volebního práva a na půdě parlamentu. Mají nevelkou členskou základě, složenou převážně z aristokratů a průmyslových vlastníků. Nachází se zde tři typy členů - charismatické osobnosti, které dokáží oslovit voliče a vykonávají funkci volených politiků; specialisté, kteří rozumí určitým politikám, přináší straně odborné znalosti a radí charismatickým osobnostem; a mecenášové, kteří stranu finančně podporují (Novák, 1997: 31-32, 253).

V 60. letech minulého století, německý politolog Otto Kirchheimer zavedl pojem catch-all strana, do češtiny překládáno jako „strana pro všechny“ či „všelidová strana.“ Tenhle typ stran vznikl postupnou přeměnou masových stran, kdy strana již nemá předem dané hranice, o které voliče usiluje. Cílem je získat co nejširší volební podporu (Novák, 1997: 32-33). V 70. letech přišli Richard Katz a Peter Mair s konceptem kartelové strany. Takové strany se těší úzkému napojení na státní aparát, zároveň benefitují z kontroly státních firem a veřejnoprávních médií. Kartelové strany navzájem spolupracují, vytvářejí nepsané dohody a brání tak vstupu nových stran do politického rozhodování. Kartelové strany se často objevují tam, kde je nízká míra stranické soutěže a významný podíl státního financování politických stran. (Katz & Mair: 1995: 5-25)

Angelo Panebianco ve své práci *Stranické modely: organizace a moc v politických stranách* navázal na catch-all a masové strany a popsal jejich další vývojovou fázi – profesionálně-volební stranu. Na rozdíl od masových stran, jeho popsaný typ strany je založen na využívání moderních medií a analýzy aktuální politické situace. Mají dva hlavní zájmy, vyhrát volby a získat co největší podíl na rozhodování (Mejstřík, 2013: 286-289). Podobu profesionálně-volební strany pak Panebianco definuje podle (1) důležitosti placeného personálu strany, (2) způsobu financování strany, (3) skladby stranického vedení, (4) kontroly nad místními organizacemi stran, (5) způsobu identifikace se stranou (Stauber, 2015: 136). Profesionálně-volební strana je charakterizována klíčovou rolí placených profesionálů, financováním pomocí zájmových skupin a veřejných zdrojů, personalizovaným vedením, minimální kontrolou nad místními organizacemi a důrazem na vůdce a program, nikoli ideologii (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 18-19).

Na práci italského politologa A. Panebianca, konkrétně na jeho koncept profesionálně-volební strany navázali britský politolog Jonathan Hopkin a italská politoložka Caterina Paolucci. Spolu v roce 1999 vypracovali teorii, kde poprvé popsali existenci stran podnikatelského typu. V práci nazvané *The Business Firm Model of Party Organisation: Cases from Spain and Italy* na příkladu italské strany Forza Italia a španělské Unie demokratického středu definovali samotný fenomén podnikatelských stran, popsali principy fungování stran tohoto typu a vytvořili pět základních definičních znaků (Hopkin & Paolucci, 1999: 307).

1.2. Definice podnikatelských stran

Pojem business-firm party bychom v odborné literatuře našli pod mnoha různými termíny, které označují totéž. V angličtině jej lze zaměnit za synonyma „personal party“ či „entrepreneurial party.“ (Just & Charvát, 2016: 86). V češtině se nejčastěji setkáváme s překladem podnikatelská strana. Vše ale označuje totéž, tj. strany, které jsou definovány přítomností dominantního vůdce a stranickou „organizací“, která je slabě institucionalizovaná svým pojetím. Strany jsou často charakterizovány specifickou vnitrostranickou dynamikou mezi vůdcem a členy, kdy členové jsou „poháněni loajalitou k vůdci spíše než organizačními pravidly, ideologickou spřízněností nebo programovými závazky“ (Pasquino, 2014, 552-553).

Hopkin a Paolucci vychází při definování podnikatelských stran z modelu profesionálně-volební strany A. Panebianca. (Hopkin & Paolucci. 1999: 308). K jeho konceptu přidávají k charakteristickým znakům podnikatelských stran nízkou institucionalizaci a tzv. „Schlesingerovu teorii racionální volby.“ (Hopkin & Paolucci. 1999: 309-310). Podnikatelské strany mohou narazit na problém nestálého voličského jádra. Jejich špatná institucionalizace a bagatelizace důležitosti místních organizací vede k situaci, že si strana nedokáže udržet stálé voliče, na rozdíl od tradičních stran. Teorie racionální volby Josepha Schlesingera říká, že takové strany usilují pouze o dosažení politických funkcí a program slouží k výhře ve volbách, ne k prosazování ve volených funkcích (Schlesinger: 1984: 374-375).

1.2.1. Hlavní znaky podnikatelských stran

Jako hlavní definiční znaky podnikatelských stran uvádí Hopkin a Paolucci následující:

- (1) Nejdůležitější pozici ve straně zastává její vůdce, politický podnikatel
- (2) Nízká institucionalizace, moc ve straně je centralizována kolem vůdce
- (3) Nevelká a bagatelizovaná členská základna
- (4) Flexibilní ideologické zasazení, odmítání ideologie
- (5) Využívání outsourcingu jako nástroje pro profesionalizaci volebních kampaní

(1) Vůdce může stranu založit sám (např. španělská strana Unie demokratického středu, viz. kapitola 1.3), nebo ji postupně ovládnout (např. české hnutí Věci Veřejné, viz. kapitola 1.5). Podnikatelské strany bývají zpravidla financovány ze soukromých zdrojů tohoto vůdce, často podnikatele ze soukromé sféry. Kvůli tomu je v centru rozhodování právě vůdce, jakožto největší přispěvatel má hlavní slovo a stranická činnost často podléhá jeho rozhodnutí. Státní příspěvky, alespoň zpočátku, tvoří hlavní zdroj jejich financování. Ve volební kampani je často vyobrazován vůdce jako charismatický, tvůrčí a úspěšný podnikatel, který své podnikatelské úspěchy dokáže zopakovat i v politice. Jsou zdůrazňovány jeho osobní kvality a předpoklady pro výkon volené funkce, namísto politického programu.

(2) Vnitřní institucionalizace je v těchto stranách nízká, organizace strany se podobá firmě – je striktně hierarchická, nejvyšší pozici vždy zastává vůdce, politický podnikatel, pod ním se nachází nejvyšší vedení strany, často složené z lidí, kteří mají k vůdci nejbližší a ten jim věří. Vnitřní organizace strany bývá utvořena tak, aby napomohla vůdci kontrolovat vnitrostranickou opozici a účinně ji potlačovat. Vůdce si musí umět udržet ve straně ústřední roli a využívat ji jako nástroj k prosazení vlastního cíle.

(3) Členská základna je nevelká a často bagatelizovaná. Podnikatelské strany obvykle lákají členy z řad podnikatelů, obchodníků, manažerů a dalších profesionálů, kteří se zajímají o podnikání a ekonomiku. Počet místních organizací není tak velký, jako tomu je u tradičních stran, což občas může vést k problémům se sestavením kandidátek v místních volbách, zároveň ale výrazně eliminuje riziko vnitřních konfliktů a rebelie vůči vůdci. Řadoví členové nemají na chod strany velký vliv, vnitrostranická demokracie je slabá. Existence mládežnických či seniorských organizací je minimální.

(4) Podnikatelské strany postrádají jasně danou ideologii. Zařazení na ideologické mapě se zpravidla brání, chtějí působit jako anti-establishmentová strana, jako „nová síla v politice,“ která je jiná, než dosavadní strany u moci. Problém může nastat v momentě vstupu do exekutivní role, což s sebou přináší riziko ztráty voličů v důsledku neschopnosti plnit předvolební sliby. Většinou se zaměřují na podnikatelské zájmy a ekonomické otázky. Jejich hlavním cílem je prosazovat politiky, které podporují podnikání a hospodářský růst. Jejich priority jsou obvykle snížení daňové zátěže pro podnikatele, zjednodušení byrokracie, podpora obchodu a exportu a podobně. Tyto priority mohou být prosazovány různými způsoby a s různou intenzitou, ale zpravidla se

nejedná o širší ideologickou agendu. To neznamená, že podnikatelské strany nemohou být spojeny s určitou ideologií. Například některé strany mohou prosazovat ideologii tržního liberalismu, zatímco jiné se mohou soustředit na konzervativní hodnoty a ochranu tradičních hodnot a institucí. Nicméně, většina podnikatelských stran se zaměřuje především na ekonomické otázky a nevytváří silnou ideologickou identitu. Podléhají kolísavé volební popularitě. Voliči jsou chápáni jako konzumenti, proto vytváří snahu poskytnout takový volební program, který zasáhne co největší počet voličů/konzumentů na trhu, který se vyznačuje vysokou volatilitou.

(5) Časté je pro podnikatelské strany využívání služeb externích profesionálů, tzv. outsourcingu. To se projevuje využíváním marketingových konzultantů, PR specialistů, datových analytiků a reklamních expertů. Členům strany se nepřikládá důležitost při tvorbě předvolebních kampaní. Podnikatelské strany disponují velkou znalostí o fungování moderních médií, které často využívají.

K původním pěti definičním znakům lze přidat další dva definující znaky podnikatelských stran (Hloušek & Kopeček, 2017: 85-88):

- (1) Podnikatelská strana není produktem sociálního hnutí (např. ekologického, či feministického),
- (2) Podnikatelská strana nevznikla na parlamentním základě odštěpením poslanců z jiných stran.

1.2.2. Institucionalizace podnikatelských stran

Vznik podnikatelské strany a její institucionalizaci lze pozorovat ve třech fázích dle modelu Harmela a Svåsanda – identifikace, organizace, stabilizace (Harmel & Svåsand, 1993: 71). V první fázi, *identifikační*, je oznámen vznik strany a představení osoby vůdce a jeho poselství. Je kladen důraz na jeho osobnostní kvality a komunikační schopnosti. V identifikační fázi lze často zpozorovat anti-establishmentovou rétoriku a vymezení se vůči stávajícím stranám kvůli jejich údajné korupci. V této fázi nedochází k budování stranického aparátu, ale k získávání budoucích voličů. To je důležité pro druhou fázi, *organizační*, kde politickou stranu už netvoří pouze osoba vůdce, ale i další nově zvolení představitelé (poslanci, senátoři, zastupitelé, a další), na které se nově koncentruje pozornost veřejnosti a převážně médií a jejichž vyjádření nemusí vždy být v souladu

s oficiální rétorikou dané strany (Hloušek, Chytilék, Kopeček & Svačinová, 2018: 39). Vůdce v této fázi musí prokázat značné organizační schopnosti a ustanovit vnitrostranické mechanismy tak, aby odolaly případným vnitrostranickým tlakům a opozici. Za třetí fázi, *stabilizační*, lze označit moment, kdy se z podnikatelské strany stává přijatelný koaliční partner. V této fázi dochází k budování reputace schopného a důvěryhodného politického partnera, což klade největší důraz na vůdcovy schopnosti a dovednosti, protože se musí vypořádávat s vnitřními, ale nově i s vnějšími tlaky (Harmel & Svåsand, 1993: 72-73).

Tabulka 1: Institucionální fáze podnikatelské strany dle Harmela a Svåsanda

Fáze	Úkoly	Role vůdce	Nároky na vůdce
Identifikační	Vznik strany, představení vůdce, představení poselství, vymezení se vůči zavedeným stranám, přilákání pozornosti, intenzivní volební kampaň	Tvůrce a kazatel	Originalita, komunikační dovednosti, charisma, autoritativnost
Organizační	Volební zisk, vytváření složitých stranických struktur, hledání konsensu mezi členy strany, rutinizace	Organizátor	Organizovanost, strategické myšlení, schopnost při hledání konsensu,
Stabilizační	Dialog s dalšími stranami, politická odpovědnost, rozvíjení reputace důvěryhodného aktéra	Mediátor a stabilizátor	Důvěryhodnost, spolehlivost, jednání v mezilidských vztazích, administrativní schopnost

Zdroj: Autorka dle Harmel & Svåsand, 1993: 75; Hloušek, Chytilék, Kopeček & Svačinová, 2018: 40

1.2.3. Podtypy a rizika podnikatelských stran

Existuje několik podtypů podnikatelských stran, které navzájem sdílí většinu definičních znaků podnikatelských stran. Harmel a Svåsand definovali tzv. tematickou podnikatelskou stranu (*entrepreneurial issue party*), kdy vůdce strany posazuje určité politiky, která je pro něj osobně důležitá. Kampaň nezdůrazňuje charismatickou osobnost vůdce a jeho kvality na vládnutí, ale potřebnost jím prosazovaných témat. Příkladem

mohou být progresivní strany v Norsku a Dánsku (Harmel & Svåsand, 1993: 67-68). Dalším podtypem je pružná podnikatelská strana (*resilient entrepreneurial party*), kterou popsal David Arter. Tento typ podnikatelské strany je odolnější vůči voličským posunům a krizím, protože předpokládá, že pouhá charismatická osobnost vůdce nestačí k dlouhému přežití strany. Liší se tak vnitřní institucionalizací, která kopíruje podobu tradičních masových stran. Postupem času se taková strana stává trvalou součástí stranického systému. Příkladem je finská strana Práví Finové (Arter, 2013: 1-9). Za extrémní formu podnikatelské strany pak lze označit tzv. stranu bez členů (*memberless party*), kterou definovali Oscar Mazzoleni a Gerrit Voerman. U tohoto typu podnikatelské strany lze pozorovat naprostou marginalizaci členské základny. Typická je existence neformálního členství, kdy členové nemají vůbec žádné pravomoci v rámci chodu strany. Jako příklad lze uvést nizozemskou Stranu pro svobodu či švýcarskou Ligu Ticina (Mazzoleni & Voerman: 2016: 3).

Podnikatelské strany často těží z klesající důvěry veřejnosti ke tradičním stranám. Tohle je zvláště případ zemí střední a východní Evropy. Nové strany se zde mohou snadno etablovat pomocí protestů proti zavedenému establishmentu. Dle Kopečka a Hlouška existují tři důvody, proč jsou podnikatelské strany schopné profitovat z otřesené pozice zavedených stran v případě politických krizí¹: (1) podnikatelé vstupující do politiky mají k dispozici své vlastní finanční zdroje potřebné k vytvoření profesionální volební kampaně a politickému marketingu, (2) podnikatelské strany záměrně ignorují budování vlastní vnitrostranické struktury, často kvůli odlišení se od tradičních a „zkorumpovaných“ stran, a (3) v kampani je kladen důraz na kvality silného vůdce, který již prokázal své schopnosti při budování kariéry úspěšného podnikatele (Hloušek & Kopeček, 2017: 89).

1.3. Španělsko - Unie demokratického středu

Do roku 1975 bylo Španělsko pod nadvládou autoritativního generála Franciska Franca. Po jeho smrti téhož roku to byla právě Unie demokratického středu (UCD), která vládla během prvních pěti let postfrankistického období (Marcet, 2010: 10). UCD byla

¹ Ukázkovým příkladem takové krize může být období velké recese v rámci světové hospodářské krize mezi lety 2007 až 2015, kdy došlo ke vzniku nových stran a velkým volebním ztrátám zavedených stran ve prospěch nových, které dokázaly efektivně reagovat na aktuální náladu ve společnosti (Hloušek, Kopeček, 2017: 88-89)

osobní stranou prvního demokraticky zvoleného španělského premiéra, Adolfa Suáreze. Nevznikla jako obraz žádné konkrétní sociální skupiny, sdružovala v sobě křesťanské demokraty, liberály, sociální demokraty, konzervativce a regionalisty (Hopkin, 1995: 3-5). Suárezova popularita mu umožnila získat výhodnou vyjednávací pozici vůči tehdejším politickým stranám, kdy výměnou za jejich účast v UCD jim mohl nabídnout značné výhody – měl neomezený přístup ke státní televizi, státnímu ústavu pro výzkum veřejného mínění, a k financování kampaní (Hopkin & Paolucci, 1999: 312-313).

Děni ve straně se točilo okolo Suárezových rozhodnutí. Měl nad stranou hlavní slovo, od složení kandidátních listin, až po podobu předvolební kampaně. Ta se točila okolo jeho vypěstované image vůdce, zdůrazňovala jeho mladost a energičnost a kladla důraz na projekt politické reformy Španělska. Byla moderní, v americkém stylu. Často využívali služeb outsourcingu – reklamních agentur, PR specialistů a mediálních konzultantů. Nepořádali tradiční veřejné akce a agitace, místo toho organizovaly dětské festivaly a popové koncerty. V kampani nevyužívali ideologická hesla. Odmítali se zavázat k pevným ideologickým postojům, v praxi ani nebylo možné, aby přijali jednotnou ideologii a to právě kvůli rozporům mezi křesťanskými demokraty, liberály, konzervativci a sociálními demokraty (Hopkin & Paolucci, 1999: 314).

V parlamentních volbách 1982 utrpěli drtivou porážku, když z původních 31,84 % a 168 mandátů z roku 1979 spadli na pouhých 6,77 % a obhájili pouze 12 křesel, o 156 méně, než v minulých volbách (Hopkin, 1995: 2). Podnikatelské strany často postrádají ideologickou orientaci a proto se snaží oslovit co největší počet voličů. To se jim v prvních dvou volbách podařilo, nicméně s téměř dokončenou demokratickou transformací začala veřejnost požadovat také řešení dalších otázek (stav hospodářské politiky, sociální reformy, daňová politika, a další). UCD měla problém sestavit konkrétní cíle týkající se jiných politik, než obecných otázek demokratizace (Díez-Nicolás, 1995: 14). Strana splňovala další z definičních znaků podnikatelské strany, a to krátkodobou mobilizační funkci v době voleb. Mimo volby dokázalo UCD těžko komunikovat své politické rozhodnutí s občany (Hopkin & Paolucci, 1999: 315-317).

Unie demokratického středu je ukázkovým příkladem podnikatelské strany, která se nedokázala přizpůsobit transformačnímu procesu stranického systému. UCD se po Suárezově odchodu nebyla schopná vzpamatovat z náhlé ztráty svého vůdce. Suárez působil jako spojující článek, děni ve straně se točilo okolo něj a čtyři největší frakce se

po jeho odchodu nebyly schopny dobodnout na budoucím pokračování. Výše zmíněné poté vedlo k jejich zániku v únoru 1983 (Hopkin & Paolucci, 1999: 318).

Na příkladu UCD prezentovali Hopkin a Paolucci rizika spojená s fungováním podnikatelských stran. Dle nich, (1) krátkodobé politické neúspěchy s sebou nesou riziko zranitelnosti vůči veřejné podpoře a ohrožují životnost strany. Dále (2) nemožnost podnikatelských stran udržet si pevné jádro voličů může vést k rozpadu, (3) deideologizace může učinit stranu nepřehlednou, (4) posilování pozice vůdce činí stranu závislou, a (5) stranické finance závislé na příspěvcích od zájmových skupin jsou nestabilní formou získávání financí (Hopkin & Paolucci, 1999: 319-320).

1.4. Věci Veřejné

Ještě předtím, než bude představen jeden z dvou hlavních subjektů této komparativní analýzy, hnutí ANO 2011, je důležité zmínit vůbec první stranu podnikatelského typu, která se v české politice objevila. Řeč je o straně Věci Veřejné, která v mnoha ohledech v roce 2010 změnila českou stranickou politiku – došlo k přerušení několikaleté stávající předvolební rivalitě mezi ODS a ČSSD a zvýšení volební volatility směrem k novým stranám, kromě VV i k nově vzniklé TOP09 (Just & Charvát, 2016: 84).

Věci Veřejné vznikly už v roce 2001 jako politická strana reprezentující místní zájmy na Praze 1. Původní členové strany neměly žádné větší politické ambice. (Just & Charvát, 2016: 93). V kontextu strany je zajímavé, že nevznikla z popudu podnikatele, jako je u podnikatelských stran běžné, ale zcela přirozeně. Jako stranu podnikatelského typu můžeme VV označit až v momentě, kdy se o ni začal zajímat Vít Bárta, podnikatel a majitel soukromé bezpečnostní agentury ABL (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 52). Vstupem do politiky si chtěl zaručit lepší pozici při jednání o veřejných zakázkách pro svou bezpečnostní agenturu. K tomuto cíli mu posloužily právě Věci Veřejné, kterou ovládl (Hloušek & Kopeček, 2017: 96).

Princip fungování strany byl nastíněn v „Etickém kodexu“ z roku 2009. Kodex určil podobu řídicí struktury VV, která snížila důležitost oficiálních orgánů strany a zvýšila důležitost neoficiálních orgánů, tj. těch, které nebyly veřejnosti známy. Řeč je o postavení Víta Bárty, který se tak stal nejvlivnější osobou ve straně a to i přesto, že nebyl členem strany (Hloušek & Kopeček, 2017: 96-97). Důraz kladli na prvky přímé demokracie, tu

prezentovali jako „lék na politické neduhy“ (Hloušek, Chytilék, Kopeček & Svačinová, 2018: 53). Klíčovým tématem ve volbách pro ně byla korupce, prezentovali se jako anti-establishmentová síla proti zavedeným stranám, vyhrazovali se hlavně proti ODS a ČSSD, které označovali za „loupeživé barony.“ Ve volbách dokázali reflektovat atmosféru doby, nespokojenost se stranami u moci a obavy z přicházející hospodářské recese (Hloušek, Kopeček & Vodová 2020: 40-42). Věci Veřejné se veřejně nehlásili k žádné ideologii. Při formulování politického programu se hodně opírali o průzkumy preference svých registrovaných příznivců (Just & Charvát, 2016: 95).

Hlavní slovo měl ve straně Bárta, neoficiální vůdce stojící ve stínu. Zastával funkci volebního manažera s volitelným místem na pražské kandidátce. Viditelnou tvář strany se stal Radek John, populární investigativní novinář z TV Nova, který byl před volbami označován za nejpopulárnějšího politika v zemi dle průzkumů veřejného mínění (ČTK, 2010). Bárta byl nicméně hlavním sponzorem strany, rozhodoval o její struktuře, ta se na něm stala postupně zcela závislá. Schůze vedení strany se často konaly u něho doma, a to stále i v době, kdy Bárta nebyl členem strany. Hlavní rozhodovací orgán byl skryt před veřejností i členy strany, jednalo se o tzv. Koncepční radu, která byla složena z lidí nejbližších Bártovi. Rada byla elitistická, Bárta nazýval členy jako jednotlivé „guru“ a sám sebe označoval za „superguru“ (Hloušek, Kopeček & Vodová 2020: 40-45).

Volby dopadly pro VV ziskem 10,88 % a 24 mandátů v Poslanecké sněmovně. Věcem Veřejným se v rámci povolebního vyjednávání podařilo získat hned čtyři ministerstva. Zakrátko se ovšem ukázalo, že strana byla nepřipravena na vykonávání vládní role. Navíc k tomu zasedla ve volbách společně s ODS, kterou před volbami označovali za zkorumpovanou. Průzkumy vykazovaly klesající míru podpory VV (CVVM, 2010). Problémy se začaly kupit, objevovaly se výpovědi bývalých členů strany, kteří mluvili o Bártově diktatuře a podplácení.² Navíc vyšlo najevo, že Bárta nechal svou agenturu ABL sledovat ostatní politiky. Vít Bárta byl v roce 2012 podmíněčně odsouzen na jeden rok za úplatkářství (Hloušek, Chytilék, Kopeček & Svačinová, 2018: 61). Strana se již nacházela v rozkladu, v předčasných volbách 2013 nekandidovala a v roce 2015 ukončila svou činnost (Hloušek, Kopeček & Vodová 2020: 44).

² Vedení strany uzavíralo smlouvy s kandidáty. V případě jejich zvolení byli smlouvou zavázáni zůstat ve straně a podporovat stranickou politiku pod hrozbou pokuty. (Hloušek & Kopeček, 2017: 99).

2. Forza Italia - vznik a vývoj strany do současnosti

2.1. První italská republika

K pochopení tehdejší politické situace, která vedla ke vzniku strany Forza Italia a tzv. „druhé italské republiky“, je zapotřebí nastínit pozadí událostí odehrávajících se v letech 1948 až 1992, tedy v období, které bývá označováno jako „první italská republika“. Fungování italského politického systému v té době lze označit za ukázkový příklad partitokracie, tj. typu parlamentního systému, ve kterém hrají rozhodující roli politické strany (Calise, 1994: 444). Richard Katz definoval partitokracii jako systém, ve kterém: (1) jsou všechny vládní rozhodnutí přijímána lidmi zvolenými ve volbách vedených podle stranických linií; (2) je vládní politika rozhodována uvnitř vládní strany, když existuje jednobarevná vláda, nebo vyjednáváním mezi stranami, když existuje koalice; a (3) premiér a ministři jsou vybíráni uvnitř své strany a jsou odpovědní svým stranám (Katz, 1986: 43-44). Partitokracie v Itálii se vyznačovala tím, že strany bránily nezávislému vládnutí na všech úrovních – od obcí po národní parlament a velmi nízkým stupněm obnovy lidí u moci ve vnitrostranické i vládní rovině (Pasquino, 2014: 551).

Politické strany první italské republiky byly zakotveny teritoriálně – „bílý katolický pás“, reprezentovaný Křesťanskou demokracií (Democrazia Cristiana, DC), která byla u moci nepřetržitě od druhé poloviny 40. let minulého století; a „rudý pás“ náležící italským komunistům (Partito Comunista Italiano, PCI) (Barbieri, 2012: 290). Tyhle dvě dominující politické kultury v jednotlivých regionech byly součástí osobní identity a vyústily v stabilní volební podporu daných stran. To se změnilo s příchodem 80. let a zvyšující se modernizací (Pasquino, 2014: 551). Strany nebyly schopné prosazovat program pro novou generaci voličů, která vyrostla v blahobytu a zažité politické tradice již nebyly rozhodujícím faktorem při výběru kandidátek. Jörg Seisselberg dodává, že rozhodování voličů ve volbách se již neřídilo tzv. „*voto d'appartenenza*“ (hlasování dle členství a tradice), ale „*voto d'opinione*,“ neboli hlasování podle vlastního politického názoru. Došlo k naprostému vyčerpání idejí a politik. Nespokojenost italských voličů s politickým systémem, neschopnými stranami a všudypřítomnou korupcí se stále zvyšovala (Seisselberg, 1996: 723).

Na začátku 90. let si tak Itálie prošla velkou politickou krizí, která vyústila v kompletní rozpad italské první republiky a zániku původních politických stran. Příčin bylo vícero. Nejprve pád Berlínské zdi a železné opony učinil pozici Křesťanské demokracie, která po desetiletí vsázela na antikomunistickou rétoriku, irelevantní. DC ztratila velkou část své programové identity a tím pádem i voličskou důvěru a přitažlivost (Pasquino, 2014: 551-552). Převážně v severních regionech přešli voliči z pravolevé politické orientace na regionální. To mělo za důsledek posílení politické strany Liga severu, která vsadila na antiestablishmentový program postavený na odmítání všudypřítomné partitokracie a korupce (Barbieri, 2012: 277). Svou roli sehrála též referenda zabývající se volební reformou, která proběhla v červnu 1991 a v dubnu 1993.³ Přijetím nového volebního zákona, tzv. *Mattarellum*, získala Itálie smíšený systém, kdy 75 % křesel bylo voleno v jednomandátových obvodech na základě relativně většinového systému (FPTP) a zbývajících 25 % ve vícemandátových obvodech systém poměrného zastoupení. Systém byl použit pro troje parlamentní volby – 1994, 1996, 2001, poté nahrazen proporčním s většinovou premií (*Porcellum*) v roce 2005 (Pasquino, 2014: 553).

Zásadní roli hrálo i rozsáhlé protikorupční vyšetřování – akce Čisté ruce odhalila korupci na vysoké úrovni ve všech velkých stranách. Vyšetřování odhalilo široké vazby politických stran na mafii a vyústilo v tresty odnětí svobody pro vysoce postavené politické špičky a zcela zničilo důvěru voličů ve stávající politickou reprezentaci (Hloušek, Kopeček & Vodová 2020: 31).

2.2. Druhá italská republika a nástup Berlusconiho

Po rozpadu DC a dalších bylo mnoho voličů ponecháno v rozpacích. Jejich dosavadní volební preference přestaly existovat a vytvořil se volný prostor pro vznik nových stran. Velký počet křesťanských a konzervativních voličů se náhle ocitlo bez politického zastoupení a hledalo alternativy (Hopkin & Paolucci, 1999: 320). Zároveň mezi nimi existovaly obavy z rozšiřující se pozice levice a převážně komunistické strany, jejíž vzestup vzbuzoval mezi touto skupinou voličů obavy (Pasquino, 2014: 554-555). Toho

³ Do té doby fungoval systém otevřené listiny poměrného zastoupení, kdy v závislosti na velikosti volebního obvodu mohli voliči odevzdat tři až čtyři preferenční hlasy. Reforma přijatá z referenda roku 1991 změnila systém na jediný preferenční hlas (Pasquino, 2014: 553).

dokonale dokázal využít Silvio Berlusconi, majitel finanční skupiny Fininvest, která pod sebou sdružuje firmy z oblasti pojišťovnictví, cestovního ruchu, maloobchodu a médií, převážně televizních kanálů. Načasování vzniku Forza Italia (FI) bylo jedno z jeho velkých vítězství. Vsadil na strach bývalých voličů DC a střední třídy a nabídl jim FI jako novu, neposkvrněnou stranu zastupující jejich zájmy a ochraňující před komunistickým vítězstvím ve volbách (Hopkin & Paolucci, 1999: 321).

I přes Berlusconiho rétoriku nového politického mesiáše, který je „*obdařený spasitelským posláním zachránit zemi před nebezpečím komunistické levice a vyvést ji z obecných krizí vstříc zářné budoucnosti.*“ (Raniolo, 2006: 446), jeho motivace pro založení strany byla čistě pragmatická. S rozpadem původních stran přišel Berlusconi o ochranu svého podnikatelského impéria a politickou podporu. Řeč je hlavně o PSI, která byla po desetiletí ve vládě s DC a se kterou Berlusconi udržoval vřelé vztahy. Zejména s premiérem za PSI Bettinem Craxim (1983-1987), který mu pomohl prosadit mediální zákon, díky kterému Berlusconiho mediální společnost Mediaset zmonopolizovala italskou komerční televizní síť a reklamní prostor. Výměnou za to obdržel Craxi a jeho strana dodatečný prostor na kanálech patřící pod Mediaset (Kefford & McDonnell, 2018: 384). Hopkin a Paolucci poukazují na fakt, kterého si byl vědom i Berlusconi, a to že v případě vítězství levice může dojít k omezení jeho mediálního monopolu nad komerční televizní sítí. Stranu proto vytvořil s jedním cílem – vyhrát volby a zabránit levici ohrožit jeho podnikatelské impérium (Hopkin & Paolucci, 1999: 321).

Forza Italia vznikla pouhé tři měsíce před volbami v roce 1994, které vyhráli se ziskem 21 procent a více než osmi miliony hlasů od voličů. V ten moment lze hovořit o vzniku „druhé italské republiky.“ (Hloušek, Kopeček & Vodová 2020: 31). Vítězný výsledek FI je dle italského politologa Francesca Raniola kombinací tří faktorů. Za prvé, Berlusconi měl k dispozici *de facto* neomezené zdroje. A to nejenom finanční, ale i organizační a mediální. Za druhé, FI nešla do voleb samostatně, ale v rámci koalice Pól Svobody (společně s Ligou severu) v severní části Itálie; a v rámci Pólu dobré vlády (společně s Národní Aliancí) na jihu země. Sjednocení na první pohled nesourodých stran bylo možné díky Berlusconiho dominantnímu stylu vůdcovství a disponováním zdrojů nutných pro organizační vedení a předvolební kampaň. A za třetí, trefně zvolená kampaň odrážela aktuální témata a politické problémy ve společnosti – korupce, krize sociálních služeb, nutnost modernizace státního aparátu (Raniolo, 2006: 440). I přes výše zmíněné

úspěchy se po volbách ukázalo, že vedení kampaně a účast ve vládě jsou dvě odlišné záležitosti. Kabinet vedený Berlusconim se rozpadl pouhých sedm měsíců po volbách. Na vině byla nesourodá vládní koalice, absence zkušených expertů na jednotlivé problematiky a příliš mnoho zaměstnanců z Berlusconiho podnikatelského impéria začleněných ve vládě (Pasquino, 2014: 555).

2.3. Od rozpadu prvního kabinetu až po vznik Lidu svobody

Kvůli slabé vnitrostranické struktuře se straně nedařilo v místních volbách roku 1995. O rok později, při parlamentních volbách 1996, získala FI 20,6 procent hlasů a druhé místo v pořadí. Vítězem se ovšem stala středolevá koalice Olivovník (L'Ulivo), s Romanem Prodim jako nově zvoleným premiérem (Hloušek, Kopeček & Vodová 2020: 36). *De facto* nešťastný výsledek voleb pro FI byl způsoben dvěma faktory: špatně sestavená koalice (kdy Liga severu kandidovala samostatně a získala rozhodující hlasy na severu Itálie) a poškozená image Berlusconiho (už nebyl tak přesvědčivý, ztratil atraktivitu a jeho schopnosti se po fiasku ve vládě ukázaly pro část voličů jako nedostatečné). Forza Italia strávila dalších pět let v opozici (Raniolo, 2006: 441). To se změnilo při volbách v roce 2001, kdy Berlusconim vedená koalice Dům Svobod vyhrála volby a porazila koalici Olivovník. FI získala 29,4 procent, skoro 11 milionů hlasů. Chyba minulých voleb, neúčast Ligy severu na koaliční spolupráci, byla napravena a Liga se opět stala součástí Berlusconim vedené středopravé koalice. Na rozdíl od Berlusconiho prvního vládního kabinetu, který trval sedm měsíců, druhý kabinet byl podstatně úspěšnější v délce svého trvání až do května 2006 (Pasquino, 2014: 555). Během vlády docházelo k vnitřním konfliktům a objevilo se mnoho připomínek k Berlusconiho stylu vedení, který byl popisován jako dominantní a reaktivní (Raniolo, 2006: 442).

Volby 2006 skončily těsným vítězstvím středolevicové koalice Unie, která byla přímým nástupcem koalice Olivovník. Premiérem se stal opět Romano Prodi. Znovu se tak Forza Italia ocitla v opozici. Berlusconiho dominance na poli středopravé koalice začala být zpochybňována ostatními středopravicovými stranami. Přestal být vnímán jako hlavní mluvčí italské pravicové politické scény. V listopadu roku 2007 proto oznámil vznik nové strany, Lid Svobody (*Il Popolo della Libertà*, PdL), která sdružovala FI a další strany, které měly zájem se připojit (Hloušek, Kopeček & Vodová 2020: 36). Prodiho vláda krátce na to rezignovala. Z voleb v dubnu 2008 vyšla koalice PdL s Ligou severu

s výsledkem 47 procent a ziskem třetího premiérského křesla pro Berlusconiho. V listopadu téhož roku bylo rozhodnuto o rozpuštění Forza Italia ve prospěch Lidu Svobody. V polovině roku 2011 pak Berlusconiho vláda rezignovala kvůli finanční krizi a ztrátě podpory části vlastních poslanců (McDonnell, 2013: 218-219).

2.4. „Nová“ Forza Italia a současnost

Existence Lidu Svobody lze považovat za pouhou epizodu v historii Forza Italia, která neměla příliš dlouhého trvání (Hloušek, Kopeček & Vodová 2020: 36). Berlusconi byl zvyklý na prosazování svého v rámci strany, proto nebyl nadšený, když o popularitu, moc a kontrolu nad stranou musel soutěžit s Gianfrancem Finim, bývalým předsedou Národní Aliance, která se stala součástí PdL. Fini ovšem stranu nakonec opustil a Berlusconi tak obnovil svou plnou kontrolu nad děním ve straně a znovuzaložil Forza Italia v září 2013. Činnost PdL pak byla ukončena v listopadu 2013. „Nová“ FI je stále osobní Berlusconiho stranou nad kterou drží veškerou moc jakožto její předseda. Díky soudnímu rozsudku kvůli daňovým únikům mu byl zakázán výkon veřejné funkce až do roku 2019, jeho účast na řízení strany se ovšem nijak nezměnila. Ve volbách 2018 nemohl kandidovat a strana tak obdržela, na jejich poměry, „pouhých“ 14 procent (Hloušek, Kopeček & Vodová, 2020: 38-39). Ve volbách do Evropského parlamentu v roce 2019 již mohl Berlusconi kandidovat a jako hlavní kandidát vedl FI do voleb, kde získali 8,8 procent a 82 letý Berlusconi se tak stal europoslancem (Oltermann, Walker & Giuffrida, 2019). V parlamentních volbách 2022 kandidovala Forza Italia jako součást pravicové koalice vedené současnou premiérkou Giorgiou Meloniovou. Forza Italia získala v rámci koalice 8,1 procent a stala se součástí vládního kabinetu (ČTK, 2022).

3. ANO 2011 - vznik a vývoj strany do současnosti

3.1. Od občanského sdružení po volby 2013

Okolnosti vzniku dnes již zavedeného politického hnutí českého stranického systému se v mnohém podobají výše popsaným případům. Vzniku a rozmachu podnikatelských pomáhají politické krize a nespokojenost občanů s podobou stávajícího stranického systému (Hloušek & Kopeček, 2017: 89). Španělská UCD vznikla v momentě pádu frankistického režimu a stála u zrodu španělské demokracie. Forza Italia vznikla po praktickém rozpadu stran z italské první republiky. Případ vzniku hnutí ANO 2011 nebyl důsledkem politické krize takového rozměru, jako například v Itálii nebo Španělsku. I přesto ale sled tehdejších událostí výrazně napomohl k volebnímu zisku hnutí ANO 2011 v poslaneckých volbách 2013 (Kopeček & Svačinová, 2015: 182).

Za zrodem hnutí stojí Andrej Babiš, majitel konglomerátu Agrofert, pod který spadá přes 200 společností zabývajících se zemědělstvím, potravinářstvím, médií a chemickým průmyslem. Ten se od poloviny roku 2011 začal kriticky vyjadřovat směrem k tehdejší vládě Petra Nečase (ODS), probíhající hospodářské recesi a celkové nespokojenosti ve společnosti. Politiky označoval za „kmotry“, dění na politické scéně za „české Palermo“ (Deník.cz, 2017). Motivace pro vstup Andreje Babiše do politiky byla dvojitá. Během své podnikatelské éry navazoval časté styky s politiky z ČSSD a ODS. Spojenství Babiše a tradičních politiků však začalo s příchodem vlády Mirka Topolánka slábnout a hrozila tak ztráta cenných kontaktů. Druhým důvodem pro vstup Babiše do politiky byl pocit ponížení, který zažíval, když musel s politiky jednat, protože jako podnikatel zaujímal nižší pozici ve společenském žebříčku, než známí politici (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 84). První Babišovou politickou iniciativou se stalo *Občanské fórum proti korupci, nekompetentnosti politiků a za vymahatelnost práva*, které představil v září 2011 jako jeden z pozvaných hostů v talk-show Jana Krause (Babiš, 2011: 13:11-13:42). Po odvysílání pořadu byla iniciativa kvůli své komplikovanosti přejmenována na *Akci nespokojených občanů* (odtud zkratka ANO 2011) a zaregistrována jako občanské sdružení. Kvůli nemožnosti kandidovat ve volbách bylo poté v květnu 2012 založeno politické hnutí se stejnou zkratkou (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 86).

Andrej Babiš zprvu nechtěl být předsedou strany, ani kandidovat ve volbách. Dle jeho slov chtěl působit pouze jako stranický manažer a poskytovatel financí.⁴ Začal proto s hledáním vhodné osoby, která by se role lídra strany zhostila, ovšem bezúspěšně. Zároveň nechtěl být srovnáván s Věcmi Veřejnými, které fungovaly na bázi „dvojitého předsednictví“ formálního předsedy Johna a neformálního vůdce Bárty. Na sjezdu strany v roce 2012 proto kandidoval na předsedu a byl zvolen (Hloušek, Kopeček & Vodová, 2020: 50-51). Názor na kandidaturu ve volbách změnil až v červnu 2013, pouhé čtyři měsíce před volbami a krátce po razii policie na Úřadě vlády, která sesadila Nečasovu vládu, odhalila rozdávání trafik pro poslance ODS a zneužívání Vojenského zpravodajství pro soukromé účely. Rozhodnutí Babiše kandidovat tak padlo ve správný okamžik, kdy nespokojenost občanů s politiky byla nejvyšší (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 87-88).

Politická krize však nebyla jediným důvodem, který motivoval Babiše k převzetí hlavní role ve straně a k počátku upevňování jeho dominantního vedení společně s vytvářením stranických struktur typických pro podnikatelské strany. Na druhém stranickém sjezdu roku 2012 obhájil bez problému post předsedy hnutí. Krizová situace nastala při volbě místopředsedů. Babiš prosazoval do vedení ANO 2011 jemu věrné kandidáty z prostředí firmy Agrofert (Hloušek, Kopeček & Vodová, 2020: 55-56). Delegáti ovšem nepodpořili Babišem vybrané kandidáty a čtyři z pěti zvolených místopředsedů nemělo žádnou spojitost s Agrofertem. Tyto místa obsadili předsedové krajských organizací, kteří začali prokazovat svou vůli jednat nezávisle na předsedovi a snažili se získat reálný vliv na chod strany od přípravy kampaně po kontrolu stranického účetnictví. Tohle se velmi nelíbilo Babišovi, který nebyl zvyklý na dělení moci s někým neznámým. Svě vlastní místopředsedy tak označoval za „regionální kmotry“ a proslul výrokem „Já platím, já rozhoduji.“ (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 89-90). Čtyři místopředsedové po necelém měsíci rezignovali a odešli z hnutí. Předčasný sjezd pro doplnění chybějících místopředsedů nebyl svolán a do dalšího sjezdu byl tak Babiš jediným členem předsednictva⁵ (Just & Charvát, 2016: 96-97).

⁴ Svě rozhodnutí zdůvodňoval tím, že se na funkci nehodí, kvůli jeho „špatnému profilu“ – v médiích se řešilo jak zbohatnul, jeho členství v KSČ, spolupráce se Státní bezpečností, jeho slovenský původ a špatná znalost českého jazyka (Hloušek & Kopeček, 2017: 103).

⁵ Pátou zvolenou místopředsedkyní byla Věra Jourová, Babišem preferovaná kandidátka. Po rezignaci čtyři místopředsedů zůstala jedinou místopředsedkyní pouze do roku 2014 kdy rezignovala z důvodu nástupu do funkce komisařky Evropské komise (Just & Charvát, 2016: 97).

První volby, kterých se hnutí zúčastnilo, byly senátní volby v roce 2012. Do nich vyslali sedm kandidátů, do druhého kola nepostoupil ani jeden. Nejúspěšnější kandidátkou byla Václava Domšová (senátní obvod č. 47 – Náchod), která získala 8,35 procent (Šárovec, 2018: 90). Hnutí tak před poslaneckými volbami rozjelo kampaň nevídaných rozměrů. Od ostatních stran je dělil jeden důležitý faktor – Andrej Babiš financoval chod strany a výdaje spojené s kampaní z vlastních zdrojů, ze zisků z Agrofertu (Just & Charvát, 2016: 97). V tom spočívala velká výhoda pro hnutí, kterému se nemohly tradiční strany, které se musely spoléhat na státní podporu, členské příspěvky a dary, vyrovnat. Za jistou výhodu můžeme považovat i skutečnost, že hnutí ANO 2011 bylo na průběh kampaně připraveno lépe, než tradiční strany, které zůstaly zaskočeny pořádáním předčasných voleb. Efektivní kampaň vykreslovala Babiše jako zkušeného podnikatele, který dokáže své úspěchy zopakovat v politice. ANO 2011 skončilo ve volbách druhé s výsledkem 18,65 procent, od vítěze voleb, ČSSD, je dělilo pouhých 1,8 procent. Ve volbách získali velkou část středopravých voličů, kteří se s pádem Nečasovy vlády, ODS a VV ocitli bez politické reprezentace, kterou našli ve hnutí ANO 2011 (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 91-95).

Z voleb vzešla vládní koalice tvořená ČSSD, hnutím ANO 2011 a KDU-ČSL. ANO 2011 obsadilo šest ministerstev, přičemž nejdůležitější byl post ministra financí, který připadl Andreji Babišovi. S pomocí permanentní kampaně dokázalo hnutí ANO efektivně komunikovat svou práci směrem k veřejnosti (Hloušek, Kopeček & Vodová, 2020: 62). Hnutí se během roku 2014 dostalo na první příčky v průzkumech a Babiš byl brát za nejdůvěryhodnějšího politika (CVVM, 2014a; CVVM, 2014b). V komunálních volbách 2014 zvítězilo hnutí v devíti ze třinácti krajských měst a v Praze. Ve volbách do Evropského parlamentu v tentýž roce získali 16,13 procent a čtyři mandáty z 21. V krajských volbách 2016 vyhráli v devíti z třinácti krajů (ČSÚ, 2014a; ČSÚ, 2014b; ČSÚ, 2016).

Úspěch hnutí ANO byl nepopíratelný. Fungování vládní koalice se zvláště v závěru mandátu točilo ohledně kontroverzí Andreje Babiše – neshody začaly ohledně kauzy Čapí hnízdo, kvůli podezření ze spáchání dotačního podvodu.⁶ Druhý konflikt se

⁶ Farma Čapí hnízdo fungovala do roku 2007 jako součást Agrofertu, poté byla účelově vyňata, aby mohla dosáhnout na dotaci 50 mil korun pro malé a střední podniky. Jako součást konglomerátu Agrofertu by Čapí hnízdo nemohlo na dotaci dosáhnout. Kauza se v médiích objevila poprvé na začátku

týkal reorganizace policejních složek a převážně protikorupční jednotky, se kterým ANO zásadně nesouhlasilo a hrozilo vystoupením z koalice (Valášek, 2021). Konflikt se objevil i při schvalování změny zákona o střetu zájmů (nazýváno též Lex Babiš), kdy ČSSD a KDU-ČSL hlasovali pro. Andrej Babiš byl dle zákona nucen převést svá vlastnická práva vůči Agrofertu do svěřeneckých fondů. Posledním rozkolem v rámci koalice se staly podezření ze spáchání daňového podvodu, kterého se měl Babiš dopustit při nákupu dluhopisů Agrofertu a tím se vyhnul placení daní, daň z dluhopisů byla totiž nulová (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 95-99). Premiér za ČSSD následně Babiše odvolal z postu ministra financí (Zpěváčková, 2017).

3.2. Vítězství v poslaneckých volbách 2017

Ačkoli by se mohlo na první pohled zdát, že výše popsané kontroverze točící se kolem osoby Andreje Babiše změnilы názor voličů ANO vůči hnutí, nebylo tomu tak. Andrej Babiš se ve všech případech stavěl do role mučedníka, „kterého chtějí tradiční strany vyštípat z politiky a udržet si přístup k penězům a moci“ (ČT24, 2017).

Ve volbách 2017 skončilo hnutí na prvním místě se ziskem 29,64 procent. Náskok hnutí ANO byl obrovský, od druhé ODS je dělilo 18 procent. Na rozdíl od předchozích poslaneckých voleb, převážnou část voličů nyní tvořili bývalí voliči levice, převážně ČSSD a KSČM. Při sestavování vládní koalice se objevil problém kauz okolo Andreje Babiše, kdy se další zvolené strany odmítaly účastnit povolebních vyjednávání (Pilous, 2017). ANO se nejprve pokoušelo získat podporu pro jednobarevnou vládu, ale bezúspěšně (Kopecký, 2018). Důvěru Poslanecké sněmovny dostala až koalice ANO-ČSSD s tichou podporou KSČM. Sestavování vlády trvalo 264 dní ode dna vyhlášení výsledků voleb (Hloušek, Kopeček & Vodová 2020: 54-55).

Vláda se během svého mandátu potýkala s řešením pandemie COVID-19, kde byla často kritizována za nedostatečná opatření, špatnou komunikaci vůči veřejnosti a nekoordinovanost ministrů. Četné kontroverze vyvolaly časté výměny ministrů zdravotnictví, který byl v průběhu pandemie vyměněn 5krát. Babišem vedená vláda čelila třem hlasování o vyslovení nedůvěry Poslanecké sněmovny od opozičních stran, poprvé

roku 2016. Celý případ skončil rozhodnutím Městského soudu v Praze v lednu 2023 zproštěním obžaloby Andreje Babiše (Stulík & Naxera, 2022: 43-44; Perknerová, 2023)

v listopadu 2018, poté v červnu 2019 a naposledy v červnu 2021. Vládu provázely i další kauzy a kontroverze, jmenovitě například kauza Stoka, která se týkala předsedy poslaneckého klubu ANO Jaroslava Faltýnka kvůli pokusu o zmanipulování miliardový tendru na dálniční myto; či miliardové nákupy roušek od čínských výrobců, které nespĺňovaly evropské normy (Valášek, 2021). Průzkum veřejného mínění provedený měsíc před volbami nedopadl pro vládu dobře, nespokojeno s jejich činností bylo více než 60 procent dotazovaných (CVVM, 2021).

3.3. Poslanecké volby 2021 a současnost

Ve volbách se proti hnutí ANO postavily dvě koalice – SPOLU (ODS+TOP09+KDU), a Piráti a Starostové. Hnutí ANO v kampani poukazovalo na své vládní úspěchy. Zároveň se vymezovali zvláště vůči koalici Pirátů a Starostů (Sedláčková, 2021). Andrej Babiš v kampani vsázel na vyvolávání negativních emocí, především strachu.⁷ Volby skončily vítězstvím koalice SPOLU. ANO 2011 získalo druhé místo a 27,12 procent. Následná vláda byla složená ze zástupců SPOLU a koalice Piráti a Starostové. Hnutí ANO tak poprvé skončilo v roli poslanecké opozice (ČSÚ, 2021).

30. října 2022 oznámil na televizní stanici Nova Andrej Babiš svou kandidaturu na post prezidenta republiky, jehož volba se uskutečnila v lednu 2023. O jeho kandidatuře se v médiích spekulovalo již delší dobu, sám Babiš dlouho tvrdil, že o kandidaturu na post prezidenta nemá zájem (Koutník & Gavenda, 2022). V prvním kole skončil Andrej Babiš druhý s výsledkem 34,99 procent. Postoupil společně s armádním generálem ve výslužbě, Petrem Pavlem. Ten ho také ve druhém kole porazil s výsledkem 58,32 procent. Babiš v druhém kole získal 41,67 procent (ČSÚ, 2023). Po prohraných prezidentských volbách bylo po jednání předsednictva hnutí rozhodnuto, že Babiš zůstane předsedou hnutí i poslancem, upozadí své aktivity a část odpovědností přeneseme na prvního místopředsedu Havlíčka a předsedkyni poslaneckého klubu Schillerovou. Za důležité Babiš označil budování silnější vnitrostranické struktury a přilákání mladé generace (Kopecký, 2023).

⁷ Příkladem může být jeho status na sociální síti Facebook, kde 23. září 2021 napsal: „Chaty a chalupy migrantům? Nikdy!“ (Facebook Andreje Babiše, 2021), či předvolební klip ve kterém se objevují slogany „Uprchlíci vítějte“, „Zdanit byty“, „At' o nás rozhodne Brusel“, a „Zrušit auta“, které přiřkl oběma velkým koalicím, SPOLU a Pirátům a Starostům (Twitter Andreje Babiše, 2021).

Analytická část

4. Komparativní analýza

Analytická část této bakalářské práce za pomoci metody komparativní analýzy zkoumá rozdíly mezi českým hnutím ANO 2011 a italskou stranou Forza Italia. Výzkumnou otázkou, kterou se bude tato kapitola zabývat, zní „V čem jsou si Forza Italia a hnutí ANO 2011 podobné a v čem se od sebe liší?“. Analytická část je rozdělena do devíti podkapitol z nichž osm reflektuje jednotlivé definiční znaky podnikatelských stran, poslední kapitola porovnává právní postavení politických stran v Itálii a v ČR. Prvních pět definičních znaků vychází z práce Hopkina a Paolucci (1999). V první podkapitole je porovnána role politických podnikatelů Andreje Babiše a Silvia Berlusconiho a jejich funkce a pozice ve straně. Druhá podkapitola porovnává míru vnitrostranické institucionalizace ve hnutí ANO 2011 a Forza Italia. Třetí podkapitola se zabývá komparací členských základů obou stran a způsobu získávání členství. Čtvrtá podkapitola zkoumá ideologické zasazení zkoumaných stran a jejich antiestablishmentové postoje. Pátá podkapitola porovná míru využívání outsourcingu jako nástroje pro profesionalizaci volebních kampaní. Další dva definiční znaky, které budou předmětem komparativní analýzy, byly definovány Hlouškem a Kopečkem (2017). Šestá podkapitola zkoumá, jestli jsou strany produktem sociálního hnutí. Sedmá podkapitola, poté zjišťuje původ stran a jestli vznikly na parlamentním základě. Osmá kapitola poskytne shrnutí definičních kritérií. Poslední kapitola poté porovná právní postavení strany v politickém systému Itálie a České republiky.

4.1. Politický podnikatel

Prvním kritériem komparace je osoba politického podnikatele a jeho role ve straně. Politický podnikatel může podnikatelskou stranu založit sám, nebo postupně ovládnout stranu již existující. V obou zkoumaných stranách došlo k prvnímu zmíněnému jevu. Forza Italia byla založena jako soukromá iniciativa Silviem Berlusconiem v roce 1994. Hnutí ANO 2011 vzniklo stejným způsobem, jako strana založená Andrejem Babišem

v roce 2011 (na ministerstvu zaregistrována o rok později). Žádná ze stran nevznikla ovládnutím jiné strany, ani jako přímý pokračovatel jakékoliv zaniklé strany.

Motivace ke vzniku strany byla v obou stranách podobná. S rozpadem tradičních politických stran při pádu první italské republiky přišel Berlusconi o ochranu svého podnikatelského impéria a podporu od tehdejších politiků, především z PSI. Jeho podnikání navíc bylo ohroženo vzestupem italské levice a komunistické strany v průzkumech a proto z jeho strany panovaly obavy, že by mohl o část svého majetku přijít, pokud by byla v Itálii ustanovena levicová vláda. Zvláště se obával zrušení mediálního zákona, díky kterému získala jeho společnost Mediaset monopol nad italskou komerční televizní sítí a reklamním prostorem. Hnutí ANO 2011 vzniklo kvůli potenciálnímu ohrožení majetku Andreje Babiše. Stejně jako Berlusconi, i Babiš před svým vstupem do politiky profitoval z četných partnerství s politiky hlavně z ČSSD. Díky nim získal Agrofert výhradní postavení při získávání státní podpory na výrobu biopaliv. Vztahy s politiky ovšem začaly na konci prvního desetiletí tohoto století ochabovat. Zároveň Babiše, netěšilo, když při vyjednávání s politiky musel zaujmout pozici podřízeného a slabšího partnera.

Podnikatelské strany jsou zpravidla financovány ze soukromých zdrojů politického podnikatele. Stejně tomu bylo tak i v případě Forza Italia a ANO 2011. Berlusconi byl v počátcích fungování FI jejím hlavním sponzorem. V roce 1994 ručil svým majetkem výměnou za vysoké bankovní úvěry pro FI, s podmínkou, že jestli se straně nebude dařit a nedosáhne na státní příspěvky, osobně splatí všechny stranické dluhy. Forza Italia bez problémů dosáhla na státní příspěvky a ty byly do roku 2014 hlavním zdrojem stranických příjmů.⁸ Z výroční finanční zprávy strany z roku 2022 vyplývá, že se nachází v dlužích, které dosahují 100 milionů EUR. Hlavní pokladník strany a bývalý druhý nejvýše postavený muž Fininvestu se nechal slyšet, že by „byl pro, aby se státní příspěvky pro strany opět vrátily.“ (De Cicco, 2022). Významnými donory FI jsou nyní samotný Berlusconi, jeho děti, Fininvest a zvolení poslanci a senátoři, kterým bylo nařizováno věnovat straně 30 tisíc EUR v případě jejich zvolení (Bozza, 2022). Hnutí ANO 2011

⁸ Státní financování politických stran bylo v Itálii zrušeno v roce 2014 na základě Vyhlášky o zrušení přímého veřejného financování, ustanovení o transparentnosti a vnitřní demokracii stran a kontrola dobrovolných a nepřímých příspěvků v jejich prospěch (*Decreto Legge 28 dicembre 2013, n. 149*). Zároveň zjednodušila přístup k dobrovolným příspěvkům osvobozených od daně. Vyhláška zároveň stanovila zákonný limit příspěvku na osobu ve výši 100 tisíc EUR za rok a upřesnila používání fundraisingové kampaně vedené telefonicky a SMS (US Library of Congress, 2014).

bylo, podobně jako Forza Italia, finančně podporováno Andrejem Babišem. V prvních letech fungování byly Babišem vlastněné společnosti hlavním sponzorem hnutí. Od roku 2013 pobírá hnutí příspěvky ze státního rozpočtu, v roce 2022 obdrželo přes 139,5 milionů korun (MF ČR, 2022). I přes výši státního příspěvku hrálo financování ze strany Babiše významnou roli. Do roku 2017 poskytoval jako soukromá osoba svému hnutí bezúročné půjčky, poté byl přijat zákon který zakázal fyzickým osobám půjčovat peníze politickým stranám. Andrej Babiš takhle hnutí půjčil do roku 2017 více než 336 milionů korun. Hnutí ANO 2011 svůj dluh vůči Babišovi splatilo v roce 2020 (Nohl & Machová, 2020).

4.2. Vnitrostranická institucionalizace

Kvůli již zmíněnému způsobu financování je v centru rozhodování podnikatelských stran politický podnikatel. Zastává nejdůležitější pozici, pod ním se nachází nejužší vedení strany, zpravidla lidé, kteří mají k politickému podnikateli nejbliže (často se jedná o spolupracovníky z managementu a další loajální zaměstnanci). Takle část kritéria komparativní analýzy perfektně popisuje vnitrostranické uspořádání v obou zkoumaných stranách. Základy Forza Italia byly položeny na již existujících strukturách Berlusconiho podnikatelského konglomerátu Fininvestu. Ten straně poskytoval finanční, personální, odborné a prostorové zázemí a pomoc při volebních kampaních. Nebyl to jen samotný Fininvest, který pomáhal při řízení volební kampaně, velkou roli sehrály také dceřiné společnosti konglomerátu. Řeč je hlavně o reklamní agentuře Publitalia, agentuře pro výzkum veřejného mínění Diakron a televizní síti Mediaset (jejich bližší zapojení do fungování Forza Italia je popsáno v podkapitole 4.5.). Mnoho z prvních členů FI byli zaměstnanci pracující v Berlusconiho firmách. Neformální schůzky vedení FI, tzv. vnitřní kruh, se často konaly v Berlusconiho bytě v Římě a ve vile v Milánu. V porovnání s Forza Italia, nebyla provázanost strany s firmou, v případě hnutí ANO 2011 a Agrofertu tak extrémní, to ale nesnižuje její významnost. Rozhodnutí o vzniku politického subjektu proběhlo v pražské pobočce konglomerátu Agrofert, kde se úzký kruh lidí kolem Andreje Babiše (a z prostředí Agrofertu), scházel pravidelně. Prvotní organizační struktura nebyla součástí hnutí samotného, ale fungovala v rámci Agrofertu, který hnutí poskytoval jak

finanční, tak personální podporu.⁹ Ranná přítomnost ANO 2011 v regionech byla možná díky pronájmu kancelářských prostor patřících Agrofertu, ve kterých vznikaly první regionální stranické buňky.

Dominantní postavení jak Andreje Babiše, tak Silvia Berlusconiho bylo nejenom neformálně respektované mezi členy strany, ale dokonce součástí oficiálních dokumentů a stanov stran. Původní stanovy Forza Italia měly pouze 19 článků a vznikly de facto jen kvůli tomu, aby mohla být FI zaregistrována jako politická strana. Krátce na to byla platnost stanov pozastavena na dobu tří let (do roku 1997) a Forza Italia se tak ocitla pod nedotknutelnou kontrolou Berlusconiho, který získal neomezené pravomoci a mohl kontrolovat veškeré dění ve straně. Berlusconi disponoval právem jmenovat lidi do všech orgánů strany, od těch nejvyšších po nejnižší. Mohl také vytvářet nové stranické funkce bez stranického souhlasu. Jako jediný jmenoval do funkce místní koordinátory, kteří měli na starost fungování Forza Italia v regionech. Stanovy mu dávaly pravomoc „rozhodovat o všem podstatném“, a dávaly mu volnou ruku při výběru kandidátů na kandidátských listinách. Berlusconi jmenoval tzv. výběrové komise, které připravily předběžnou podobu kandidátních listin. Konečné slovo náleželo Berlusconiho, který disponoval pravomocí vyškrtávat, přehazovat i přidávat jeho vybrané kandidáty. Volnou ruku měl i při jmenování delegátů za účelem uspořádání stranického sjezdu. Zároveň to byl Berlusconi, kdo určoval, jakým směrem se bude stranická politika vydávat. Ve svých rozhodnutích nebyl odpovědný vnitrostranické struktuře. Přijímání nových členů bylo také jednou z mnoha Berlusconiho pravomocí. Formálně byl předseda strany volen národním kongresem FI a funkční období jeho mandátu trvá tři roky. Předseda strany byl volen aklamací, neboli hlasitým zvoláním vyjadřující souhlas. Stanovy ANO 2011 též přikládají předsedovi pravomoci, které bychom u tradičních stran se zdravou mírou vnitrostranické demokracie, nenašly. Nejdůležitější slovo při sestavování kandidátních listin má Andrej Babiš, který rozhoduje o nejlukrativnějších prvních pozicích.¹⁰ Má právo škrtnat a měnit pořadí kandidátů ve všech typech voleb. Zároveň disponuje možností nominovat kandidáty do veřejných funkcí. Vedení ANO 2011 v čele s Andrejem Babišem má i právo

⁹ Příkladem může být stranické účetnictví ANO 2011, které dostala na starost finanční ředitelka Agrofertu Petra Procházková (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 88).

¹⁰ Příkladem je situace ohledně kandidátní listiny v Jihomoravském kraji, kdy krajská buňka odmítla obsadit na volitelné místo Jiřího Zlatušku kvůli jeho politické minulosti. Andrej Babiš stál za jeho kandidaturou a tak ho přesunul na volitelné místo na pražské kandidátní listině (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 103).

veta ohledně jmenování předsedů krajských organizací. Volba předsedy hnutí je pouze takovou formální záležitostí, standardem bývá, že Andrej Babiš nemá na stranickém sjezdu protikandidáta. Volba členů předsednictva se striktně řídí názorem Babiše. Společně s předsednictvem schvaluje Babiš nové žádosti o členství a může vyloučit člena hnutí s okamžitým účinkem.

Vnitřní organizace strany bývá utvořena tak, aby napomohla vůdci kontrolovat vnitrostranickou opozici a účinně ji potlačovat. Forza Italia byla rozdělena na dvě struktury pod jedním centrálním vedením. Vnitřní struktura byla vytvářena ze „shora.“ První strukturou bylo tzv. politické hnutí, které představovalo formu stranického předsednictví, a druhá struktura se nazývala hnutí klubů, která měla suplovat funkci místních organizací. Problémem byla absence vzájemné komunikace, kdy ani jedna ze struktur nevyvíjela zvýšenou snahu o kontakt. Hnutí klubů bylo řízeno územními koordinátory, kteří byli osobně jmenováni a odvoláváni Berlusconiem. Územní koordinátoři byli navíc vždy zároveň i vrcholnými manažery Fininvestu. V současné době jsou orgány strany Forza Italia následující: národní sjezd, předseda, místopředseda, národní rada, předsednictvo a národní administrátor (ten zastupuje stranu v rámci soudních řízení a při jednání s dalšími subjekty). Strana má i svou mládežnickou organizaci Forza Italia Giovani, předsedu mládežnické organizace jmenuje Berlusconi. I stranická struktura hnutí ANO 2011 je řízena centrálně a byla vytvářena ze „shora.“ V počátcích fungování se hnutí ANO 2011 dělilo na tzv. divize, pojem, který je často využíván velkými firmami pro rozlišení jednotlivých organizačních jednotek. To krásně ilustruje podnikatelský původ hnutí. Místní koordinátory, kteří měli na starost vybudování místní organizace, si v raných dobách strany vybíral osobně Babiš společně s jeho nejbližšími. Stranické orgány hnutí jsou následující: celostátní sněm, výbor, předsednictvo, kontrolní komise a rozhodčí a smírčí komise. Hnutí má i svou mládežnickou organizaci nazvanou Mladé ANO.

4.3. Podoba členské základny

Třetí kritérium zkoumá podobu členské základny. Ta bývá často upozadovaná a nepřikládá se jí velký význam. Malý počet místních organizací může vést k problémům se sestavením kandidátek v místních volbách. Vnitrostranická demokracie je nízká.

Forza Italia měla v porovnání s ostatními italskými stranami méně členů. Byla charakteristická svými místními strukturami, které nazývala „kluby.“¹¹ Zpočátku byla jejich funkce *de facto* bezvýznamná. Pro chod strany, která byla řízena Berlusconiem a Fininvestem nebyly potřeba, neměly plnit funkci jako v tradičních masových stranách. Stanovy nepřikládaly členům reálné pravomoci a v období mimo volby Forza Italia nevyvinula žádnou snahu na vytváření bližšího vztahu s vlastními členy.¹² Na lokální úrovni kluby neexistovaly, jejich funkci nahradila pozice „promotéra.“ Jednalo se o člověka, který byl vybrán užším kruhem, aby agitoval ve jménu FI v terénu a zajišťoval přímý kontakt s voliči, aby strana působila, že se zajímá o všechny voliče. Takových promotérů mělo být skoro 300 tisíc. Po prvních vyhraných volbách v roce 1994, kdy strana zaregistrovala zvýšený zájem o udělení členství, nebyly podniknuty žádné kroky k tomu, aby mohli být přijati noví členové. Nebyly vydávány členské průkazy a požadavky na svolání stranického sněmu byly ignorovány. Strana měla zůstat složená z Berlusconiho věrných zaměstnanců (nejčastěji se jednalo o firemní právníky a manažery) a přátel. Do členství ve straně bylo přizváno pár osobností (akademiků, celebrit a menších podnikatelů) bez předchozích větších personálních vazeb na Berlusconiho a to proto, aby strana nepůsobila dojmem, že se jedná o diktátorský projekt jednoho muže. Při sestavování kandidátních listin byly prováděny rozsáhlé pohovory a testy s potenciálními kandidáty. Důraz se kladl na zjišťování jejich mediálních dovedností. Byly zkoumány jejich komunikační a rétorické schopnosti, jestli dokážou být přesvědčiví, schopnost argumentovat a tzv. telegenní vlastnosti, neboli schopnost vystupovat před kamerou, pohotově reagovat, být proaktivní a umět vymluvit se z nepříjemné otázky. Berlusconi měl

¹¹ Vysvětlení pojmenování místní organizace jako „klubu“ lze najít v Berlusconiho oblíbenosti k fotbalu. Ten se v Itálii radí k nejoblíbenějším sportům. V roce 1986 navíc zakoupil jeden z nejoblíbenějších fotbalových klubů AC Milán a založil stovky fanouškovských fotbalových klubů, které měly několik set tisíc členů. Při vzniku Forza Italia bylo těmto zaregistrovaným fanouškům nabídnuto členství i v klubech strany. (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 15).

¹² Senátor Enrico Musso zastupující italský Janov k tématu vzájemného vztahu člen-strana poznamenal, že jsou „omezeny na naprosté minimum,“ a že Forza Italia „je Berlusconiho strana. Berlusconi říká, co se musí udělat.“ Člen městské rady v Turíně, Michele Coppola, ke stejnému tématu prohlásil, že kontakt se členy je málo častý, protože FI je „extrémně štíhlá a extrémně flexibilní strana, která se může nafouknout, když jsou volby, ale pak během roku nevyhnutelně splaskne.“ Regionální radní Benátska, Carlo Alberto Tesserin, se nechal slyšet, že „řadový člen, který nemá zájem kandidovat ve volbách, má jen velmi málo příležitostí k zapojení do strany.“ Senátor za Lombardii Guido Possa o tématu Berlusconiho ideální podoby strany řekl, že „jeho ideálem je strana, která mu nedává příliš mnoho důvodů k obavám, která v podstatě existuje proto, aby mu poskytla moc, a pak je na něm, aby tuto moc využil.“ Radní Furlansko-Julského Benátska, Maurizio Bucci, o Berlusconiho stylu řízení prohlásil, že je to on, kdo „rozhoduje o stranických postojích, ať se vám to líbí nebo ne. Když se vám to líbí, zůstanete. Když ne, odejdete.“ (Kefford & McDonnell, 2018: 386-389).

jako zakladatel a lídr strany velkou autoritu a vliv na rozhodování o přijímání nových členů do strany. Obvykle se jednalo o osobní rozhodnutí Berlusconiho a jeho nejbližších spolupracovníků, kteří hodnotili kandidáty na základě jejich politického přesvědčení, loajality k Berlusconiho a jeho programu, osobních vztahů a vlivu, který by mohli mít na stranu a italskou politiku obecně. Berlusconi měl také vliv na vylučování členů ze strany, zejména pokud se jednalo o skandály nebo nesrovnalosti, které by mohly poškodit pověst Forza Italia. V takových případech se obvykle konalo disciplinární řízení a rozhodnutí o vyloučení bylo opět na Berlusconiho a jeho nejbližších spolupracovnících. V posledních letech se však rozhodování o členství ve straně stalo více demokratickým a decentralizovaným procesem, a Berlusconi již nemá takový vliv na rozhodování jako v minulosti.

Členská základna hnutí ANO 2011 je v porovnání s ostatními stranami v českém stranickém systému menší. Hnutí mělo dlouhodobě málo členů, ale hodně žadatelů o členství.¹³ Zájemce o členství musí při podání přihlášky doložit několik dokumentů. Jmenovitě musí dodat prohlášení o souhlasu se stanovami a morálním kodexem, životopis, vlastnoručně podepsané prohlášení o bezdlužnosti, prohlášení o beztrestnosti a výpis z trestního rejstříku. Pokud přihlášku odsouhlasí oblastní předsednictvo, rozběhne se šesti měsíční čekací lhůta, během které se zjišťuje, jestli má žadatel opravdový zájem o členství ve hnutí. Teprve po uplynutí lhůty o přihlášce rozhodne předsednictvo hnutí. Čekací lhůtu lze zkrátit v případě žadatelů, o které má hnutí ANO 2011 velký zájem (starostové, podnikatelé a známé osobnosti). Při sestavování kandidátních listin hnutí prověřovalo minulost svých kandidátů. Zkoumalo se, jestli nemají dluhy, nejsou v exekucích a jestli nebyli dříve členy jiných politických stran. Ne vždy se ovšem podařilo „eliminovat“ nevhodné kandidáty.¹⁴ Proces hodnocení vhodnosti kandidátů byl poté zpřísněn a za jejich posuzování zodpovídala hlavní manažerka hnutí. Potenciální kandidáti nově museli projít i osobním pohovorem. Problémem se pro hnutí ukázaly osobní antipatie mezi členy. Problém to byl hlavně z toho důvodu, že rozhádaná členská základna nepůsobila dobře z mediálního hlediska. Vedení hnutí proto často své členy

¹³ Krátce po volbách 2013 evidovalo hnutí 800 členů a 7000 žádostí o členství (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 107).

¹⁴ Ne vždy se ovšem podařilo „eliminovat“ nevhodné kandidáty. Je znám případ, kdy za hnutí byli zvoleni dva poslanci, kdy jeden z nich byl za minulého režimu před rokem 1989 tzv. politrukem, neboli člověkem, který indoktrinoval vojenskou jednotku do podpory komunistické ideologie. Pod tlakem byl poté nucen se mandátu vzdát. Mandát si dlouho neudržel ani jeho nástupce, na kterého se provalilo, že má velké dluhy (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 103).

vylučovalo a dokonce rušilo i celé místní organizace. Kontrolou prochází nejenom kandidáti hnutí, ale i řadoví členové. Stanovy po nich vyžadují, aby všechny přestupky, exekuce a trestní řízení nahlásili.

4.4. Ideologické zasazení

Podnikatelské strany postrádají jasně danou ideologii. Protože se snaží působit odlišně od tradičních politických stran, odmítají se zařazovat na pravolevé škále. Podnikatelské strany se často věnují ekonomickým tématům a podpoře podnikání (za účelem vlastního zisku). Forza Italia bývá v textech nejvíce přirovnávána ke středopravicové konzervativní ideologii. Při volbách 1994 Berlusconi představil svou vizi „nové italské ekonomiky.“ Návrh počítal s větší liberalizací trhu, nižším zdaněním deregulacemi, antikorupčními opatřeními a odstranění neefektivity státního byrokratického aparátu. Berlusconi svůj návrh rád označoval za „nový italský zázrak.“¹⁵ Kromě ekonomického aspektu prosazoval Berlusconi podporu rodin a ochranu tradičních konzervativních hodnot spojených s důrazem na katolicismus. Silně se vymezoval proti komunistické straně a levici. Kampaň FI vyobrazovala Berlusconiho jako nováčka v politice neposkrvněného korupčními skandály. V různých kampaních byl Silvio Berlusconi v Itálii vykreslován různými způsoby, v závislosti na konkrétních politických a společenských podmínkách v dané době. Celkově lze říci, že Berlusconi byl v italských kampaních často vykreslován jako charismatický, úspěšný podnikatel, který stojí proti tradiční politické elitě a ochraňuje italské zájmy. Jeho politické kampaně často využívaly silnou osobnostní a image-buildingovou složku, což mělo za cíl oslovit co nejvíce voličů a získat jejich důvěru a podporu. Nicméně, několik společných prvků se objevuje v mnoha kampaních:

- (1) Podnikatelský úspěch: Berlusconi se prezentoval jako úspěšný podnikatel, který dokázal vytvořit obrovské bohatství a vliv. Tento prvek byl obzvláště výrazný v prvních letech fungování FI, kdy Berlusconi poprvé vstoupil na politickou scénu.
- (2) Odmítání politické elity: Berlusconi se často prezentoval jako outsider, který se staví proti tradiční politické elitě a nabízí alternativu. To bylo zvláště účinné v

¹⁵ „Pro nový italský zázrak“ (Per un nuovo miracolo italiano) byl zároveň hlavní volební slogan v kampani pro volby 1994 (Weisenthal, 2013).

době, kdy italská politická scéna byla polarizovaná a lidé se cítili frustrováni tradičními politickými stranami.

- (3) Charisma a blízkost voličům: Berlusconi byl často prezentován jako charismatická osobnost, která se dokázala spojit s lidmi a naslouchat jim. Byl zobrazován jako člověk, který rozumí jejich potřebám a problémům.
- (4) Ochrana italských zájmů: Berlusconi se často prezentoval jako politik, který bude hájit italské zájmy a prosazovat italské hodnoty v zahraničí. Tento prvek byl obzvláště silný během voleb do Evropského parlamentu a v době ekonomické krize.
- (5) Kritika soupeřů: Berlusconi se často soustředil na kritiku svých politických soupeřů, obzvláště těch tradičních stran, které reprezentovaly politickou elitu. Používal ostré rétorické útoky, aby ukázal, že je lepší než jeho soupeři.

Vzhledem k tomu, že ANO 2011 nebylo založeno jako tradiční politická strana, ale jako hnutí, které mělo být nezávislé na tradiční politice. Nicméně, Babiš často mluví o svých liberálních a sociálně liberálních názorech, a to zejména v oblasti ekonomiky, kde zdůrazňuje význam nízkých daní, menší regulace a podpory podnikatelského sektoru. ANO 2011 je spíše založeno na popularitě svého zakladatele, než na pevně stanovených ideologických zásadách. Volební kampaň ANO 2011 před volbami v roce 2013 byla zaměřena na témata, která byla v té době pro mnoho občanů důležitá, jako byla hospodářská krize, korupce, nezaměstnanost, byrokracie a kvalita veřejných služeb. Hnutí ANO se prezentovalo jako politická strana, která dokáže tyto problémy řešit efektivně a nezaujatě. Ve svých volebních kampaních a také v rámci médií byl Andrej Babiš často prezentován jako úspěšný podnikatel a manažer, který dokáže řídit věci efektivně a dosahovat pozitivních výsledků. Byl také zobrazován jako člověk, který je schopen přinést novou krev na politickou scénu, novou podobu politiky řízení státu jako firmy a bojovat proti korupci a zastaralým praktikám tradičních politických stran. Andrej Babiš a celé hnutí ANO 2011 se prezentovalo jako nepolitické, sami sebe nepovažovali za politiky, ale za odborníky.¹⁶ V pozdějších kampaních a v období, kdy už byl Andrej Babiš premiérem, byl často prezentován jako silný a rozhodný vůdce, který se nebojí přijímat kontroverzní rozhodnutí a prosazovat své politické cíle. Babišovo hnutí ANO se

¹⁶ Tohle dobře dokládá jeden z jejich předvolebních sloganů z voleb 2013: „Nejsme jako politici, makáme!“ který útočil na společenskou atmosféru doby, kdy bylo mnoho voličů po krizi nespokojeno s prací tehdejších politiků (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 97).

prezentuje jako strana pragmatiků, která se snaží řešit aktuální problémy a nezabývá se tradičním ideologickým rozdělením na levice a pravici.

Důležitým aspektem rétoriky podnikatelských stran je jejich snaha odlišit se od tradičních stran. Zdůrazňují svou politiku antiestablishmentu. Berlusconi často zdůrazňoval, že je potřeba, aby byla stará elita nahrazena lidmi z běžného prostředí s životními zkušenostmi. Důraz na praktické životní zkušenosti byl v kampani FI značný. Často kritizovali zákulisní politické machinace politických stran z první italské republiky, což může stát v paradoxu s běžnými zákulisními praktiky, kterých se Berlusconi dopouštěl při vedení strany. Berlusconi v kampani zdůrazňoval, že chce stát řídit jako firmu, což je přirovnání, které několikrát zaznělo i z úst Andreje Babiše. Podle Berlusconiho by měl stát pracovat efektivněji a efektivita podle něj spočívá v tom, že stát by měl být řízen jako firma. Tedy měl by být řízen s ohledem na zisky a ztráty, měl by být účinný a flexibilní v reakci na změny v trhu a měl by být orientován na potřeby svých klientů - tedy občanů. Berlusconi se také domnívá, že stát by měl být řízen s větší měrou zodpovědnosti a zájmu o výsledky, jako by to bylo u firmy.

4.5. Outsourcing a profesionálně vedená kampaň

Jak Berlusconi, tak Babiš vnímali voliče jako konzumenta. Oba voliče chápali jako spotřebitele politických stran a programů, který má své preference, nákupní chování a očekávání. Snažili se přilákat a udržet si voliče, jako by se jednalo o zákazníky. Stejně jako v obchodě nebo na trhu, Forza Italia i ANO 2011 se snaží poskytnout voličům co nejlepší možné produkty, tedy programy a kandidáty, které splňují jejich očekávání. Využívají proto různé marketingové techniky a nástroje, aby zaujali voliče, například výzkum trhu a průzkumy veřejného mínění. Cílem je zjistit, co voliči chtějí a jak by se daly jejich preference uspokojit. Na základě těchto poznatků vytvářejí své programy a volební kampaně. Forza Italia využívala outsourcing mnohem méně výrazněji, než další politické strany. Je pravděpodobné, že strana využívala externí služby v rámci svých předvolebních kampaní, jako například pro tvorbu a distribuci propagačních materiálů organizací akcí. Forza Italia disponovala velkou výhodou a to v podobě přímé spolupráce s Fininvestem a jeho dceřinými společnostmi. Na rozdíl od ostatních stran, Forza Italia tak měla „vlastní“ reklamní agenturu, „vlastní“ agenturu pro průzkumy veřejného mínění a „vlastní“ mediální kanály. Jak již bylo naznačeno v podkapitole 4.2., klíčovou roli ve

volebních kampaních sehrály tři dceřiné společnosti konglomerátu Fininvest - reklamní agentura Publitalia, která byla pověřena výběrem ideálních kandidátů, agentura pro výzkum veřejného mínění Diakron a televizní síť Mediaset. Volební strategii měl na starost tzv. „vnitřní kruh,“ složený z Berlusconiho a jeho nejbližších přátel a spolupracovníků.¹⁷ Agentura Diakron byla pro tvorbu kampaně obzvlášť důležitá, protože díky pravidelným průzkumům veřejného mínění,¹⁸ jejichž výsledky byly automaticky zaslány reklamní agentuře Publitalia a vnitřnímu kruhu mohla Forza Italia v rekordně rychlém čase upravovat svou politickou orientaci podle měnících se nálad a preferencí italských občanů. Kampaň tak vždy korespondovala s aktuálními náladami ve společnosti, což pro FI představovalo nesmírné plus a konkurenční výhodu nad ostatními stranami, které neměly tyto informace k dispozici.

Hnutí ANO 2011 využívalo outsourcing velmi často a v různých oblastech. Například při svých předvolebních kampaních do Poslanecké sněmovny si hnutí najalo externí PR agentury, které se staraly o tvorbu a distribuci reklamních materiálů a také o organizaci akcí. Dále si hnutí najímalo externí odborníky na daná témata, například na ekonomiku, zdravotnictví, dopravu nebo bezpečnost, kteří pak připravovali expertní stanoviska a návrhy pro politické programy. Výhoda hnutí ANO 2011 při tvorbě kampaní spočívala ve finanční pomoci od Andreje Babiše, která hnutí poskytovala konkurenční výhodu oproti dalším stranám, které se musely spokojit se státními a členskými příspěvky. Hnutí ANO 2011 na rozdíl od Forza Italia hojně využívalo služeb externích marketingových agentur. Pro účely kampaně v roce 2013 byly najaty externí agentury Penn Schoen Berland (PSB)¹⁹. V roce 2017 a 2021 hnutí spolupracovalo na kampani s agenturami Calmia Planet²⁰ a Production team. ANO 2011 v rámci předvolební kampaně využívalo také soukromých zdrojů Agrofertu, například firemní auta jezdily

¹⁷ Součástí vnitřního kruhu byli dva místopředsedové Fininvestu, prezident Publitalia, pár řadových manažerů Fininvestu a loajální celebrity z kanálů Mediaset. Strategie vypracované v rámci této vedoucí skupiny zase prováděly tři různé podskupiny manažerů Fininvestu. Diakron založili dva bývalí manažeři Fininvestu a zaměstnanci byli převedeni z Fininvestu, což dokládá extrémní formu provázanosti strany s firmou. (Hopkin & Paolucci, 1999: 323).

¹⁸ Činila tak pomocí pravidelných telefonických průzkumů a focus groups (Hloušek, Kopeček & Vodová 2020: 34).

¹⁹ PSB v minulosti pracovala pro newyorského starostu Michaela Bloombergu, lídra labouristů Tonyho Blaira či kandidátku na prezidenta Spojených států amerických za Demokratickou stranu Hillary Clinton. A hnutím spolupracoval hlavně specialista na volební výzkumy Alexander Braun, který je původem Čech a dříve spolupracoval i s ČSSD a Jiřím Paroubkem (Hloušek, Chytilík, Kopeček & Svačinová, 2018: 92-93).

²⁰ Agentura Calmia Planet stojí mimo jiné i za volebním sloganem „Ano, bude líp“, který hnutí používá dodnes ve svém logu a jako webovou doménu anobudelip.cz (Nohl, 2018).

polepené volebními slogany hnutí ANO 2011 a reklama v bezplatném týdeníku 5 plus 2, který spadal též pod Agrofert. Hnutí využilo také podpory známých osobností, jmenovitě žokeje Josefa Váni či moderátora Jana Krause. Na rozdíl od Forza Italia, která za svůj úspěch vděčí televizi, hnutí ANO 2011 takovou možnost nemělo, a to kvůli zákazu politické reklamy na soukromých televizích. I přesto se ale podařilo hnutí tenhle zákon obejít a to za pomoci Agroferty, který jako soukromá společnost uvedla na televizní obrazovku reklamu na jednu ze svých firem, ve které si hlavní roli zahrál Andrej Babiš jako prodavač. Reklama tak mohla být bez omezení vysílána i na soukromých kanálech.

Berlusconiho i Babiše spojuje vlastnictví velkých mediálních domů. Za jeden z mnoha důvodů úspěchu Forza Italia ve volbách lze bezpochyby by označit přítomnost televizních kanálů Mediaset, který spadal pod Berlusconiho Fininvest.²¹ Kanály Mediasetu představovaly přibližně polovinu italské televizní produkce. Berlusconi byl majitelem největšího mediálního impéria v Itálii, které zahrnovalo rozhlas a televizní stanice jako Canale 5, Italia 1 a Rete 4. Monopol nad televizním trhem mu poskytnul neomezený mediální a reklamní prostor pro FI. Tyto kanály byly často využívány k propagaci Forza Italia a k vytváření pozitivního obrazu Berlusconiho. Berlusconiho média měla také velký vliv na zpravodajství a prezentaci politických témat v Itálii. Média často podporovala Berlusconiho politické postoje a útočila na jeho protivníky. Tento vliv se zvyšoval v době voleb, kdy média poskytovala mnoho prostoru pro kampaně Forza Italia a omezila vysílání jiných politických stran. Vliv Berlusconiho médií na italskou politiku byl tak velký, že bylo často hovořeno o "Berlusconiově mediální diktatuře". Babišova historie jakožto vlastníka médií není zdaleka tak obsáhlá, jako Berlusconiho. Prvním velkým mediálním projektem Agroferty se stal v roce 2012 týdeník 5 plus 2, který byl vydáván bezplatně. Týdeník byl často využíván k propagaci Agroferty, před volbami i k propagaci hnutí ANO 2011. Majitelem Mafry,²² významného mediálního domu v České republice vydávající deník Mladá fronta DNES a Lidové noviny, se stal v létě 2013, pár měsíců před volbami, což z něho učinilo významného hráče na českém

²¹ Pro pochopení kontextu důležitosti médií pro výhru FI je třeba poznamenat, že v Itálii byla televize považována za nejoblíbenější prostředek pro získávání informací. Nikde v Evropě nebyla televize sledována tolik jako v Itálii. Přibližně polovina italských voličů tehdy uvedla, že si vytváří své politické přesvědčení prostřednictvím médií (Seisselberg, 1996: 724).

²² Součástí Mafry jsou kromě výše zmíněných i deník Metro, operátor mobil.cz, rádio Impuls a Rock Zone a televize Ůčko. Mafra dále vydává lifestyle, společensko-vědní, auto-moto, a programové časopisy. Kromě toho provozuje několik internetových webů (bulvár expres.cz, emimino.cz, rajče.net) a zpravodajské portály idnes.cz a lidovky.cz

mediálním trhu. Jeho koupi lze zdůvodnit potřebou získat prostředek pro posílení svého vlivu a zajištění pozitivního obrazu o něm samotným a hnutí ANO 2011. Média spadající pod Mafru vykreslovaly politiky ANO 2011 pozitivněji, než jejich politické oponenty z jiných stran.

Jedno z kritérií tohoto bodu je také profesionálně vedená kampaň, což je jeden z typických znaků pro podnikatelské strany. Jak Forza Italia, tak hnutí ANO 2011 využívaly v předvolebních kampaních nové techniky politického marketingu. Forza Italia proslula využíváním telemarketingu, tedy telefonickou komunikací s potenciálními voliči, za účelem zisku jejich podpory ve volbách. Tuto techniku využívala především v kampani v roce 1994, kdy se Berlusconi poprvé ucházel o premiérský úřad. Využívali také propagaci na veřejnosti. FI využívala různé formy propagačních materiálů, jako jsou plakáty, letáky, trička, klobouky a další. Tyto materiály byly distribuovány na veřejných místech, jako jsou náměstí, ulice, trhy a sportovní akce. Typické pro ně bylo využívání datových analýz, aby lépe pochopili preference voličů a mohly přizpůsobit svůj program a komunikační strategie. Revoluční bylo také využívání televize pro zvýšení povědomí o FI. Přední kandidáti strany a Berlusconi byli často hosty zábavných pořadů vysílaných na kanálech Mediaset. Hnutí ANO 2011 také v předvolebních kampaních využívalo nové techniky politického marketingu, které měly za cíl získat co nejvíce hlasů od voličů. Mezi tyto techniky patří například online marketing a sociální sítě. Hnutí ANO 2011 intenzivně využívalo sociální sítě jako Facebook a Twitter, aby oslovilo co nejvíce voličů. Zveřejňovalo zde své vize a programy, ale také fotky a videa ze svých akcí. Převážně byl kladen důraz na využívání Facebooku, který se ukázal jako vysoce efektivní nástroj.²³ ANO 2011 využívalo sofistikované technologie pro sběr dat o voličích a cílené oslovování potenciálních voličů. Díky tomu bylo schopno posílat personalizované reklamní kampaně a zvýšit tak úspěšnost svého politického marketingu.²⁴ Na rozdíl od Forza Italia si ale na vypracování datových analýz najímali externí firmy. Dalším příkladem využívání technik moderního politického marketingu bylo představení vlastní mobilní aplikace, která obsahovala informace o kandidátech a jejich programech, ale také

²³ Důraz je kladen převážně na facebookový profil Andreje Babiše, namísto profilu celého hnutí ANO 2011. Andrej Babiš má k dnešnímu dni (4.3.2023) 366,294 sledujících a hnutí ANO 2011 „pouze“ 97,835 sledujících.

²⁴ Příkladem takového sběru dat byla webová stránka chcemelepsicesko.cz, spuštěná před volbami do PS 2017, kde mohli příznivci hnutí „napsat své obavy předsedovi.“ Výsledky byly poté využity ve tvorbě volebního programu a v kampani. K dnešnímu dni (4.3.2023) eviduje stránka přes jeden milion odpovědí od 45 tisíc uživatelů.

umožňovala voličům interaktivně se zapojit do předvolební kampaně pomocí akce „Pojď do mě,“ kde mohli uživatelé pokládat dotazy Andreji Babišovi. Kampaň ANO 2011 také kladla důraz na označování subjektu za hnutí, a nikoliv za politickou stranu kvůli celkovému špatnému vnímání politických stran mezi českými voliči, i přesto, že mezi politickou stranou a politickým hnutím není v českém právním systému rozdíl.

4.6. Produkt sociálního hnutí

Dle předposledního kritéria komparativní analýzy podnikatelská strana není produktem sociálního hnutí. Sociálním hnutím se rozumí seskupení většího počtu lidí pojící společná kolektivní identita a popud k mobilizaci a občanskému protestu. Příkladem jsou hnutí feministická, environmentální, etnická, lidsko-právní, dělnická, anarchistická, hnutí za práva sexuálních menšin, hnutí za práva zdravotně postižených, a mnoho dalších. Dle této optiky by bylo teoreticky možné zařadit silný protikorupční a antiestablishmentový étos podnikatelských stran Forza Italia a ANO 2011 za jednu ze součástí sociálního hnutí. Pokud je snaha bojovat proti korupci součástí stranické identity dané podnikatelské strany, a pokud se angažuje v aktivitách jako jsou veřejné protesty, občanský aktivismus a kampaně s cílem edukace široké veřejnosti o problematice korupce, aby zvýšila povědomí a vygenerovala podporu, pak lze takovou stranu považovat za sociální hnutí.

Je však třeba poznamenat, že ne všechny podnikatelské strany se mohou vejít do definice sociálního hnutí. Některé mohou fungovat jako tradiční politické strany, zaměřené na volební soutěž a protikorupční program si zvolily díky jeho oblíbenosti u veřejnosti. To je příklad Forza Italia. Ta vznikla pouze jako nástroj Silvia Berlusconiho pro prosazování jeho osobního cíle. Antiestablishmentová a protikorupční rétorika byla využívána pouze jako jeden z nástrojů politického marketingu FI. Strana se soustředovala kolem období voleb a kampaně, a nepodporovala veřejný aktivismus na podporu boje proti korupci.

U hnutí ANO 2011 se může objevit otázka, jestli alespoň v začátcích svého fungování nevykazovalo znaky sociálního hnutí, když vzniklo jako občanské sdružení Akce nespokojených občanů. Sdružení se vymezovalo proti tehdejší vládě Petra Nečase z ODS a kritizovali nedostatečné řešení hospodářské recese. Nábor prvních členů sdružení byl ale řízen přímo Andrejem Babišem, který nejprve začal oslovovat své kolegy z podnikatelského prostředí a poté, pomocí internetové petice vyzval veřejnost k účasti

na jeho projektu. V prosinci 2011 mělo sdružení 17 tisíc zaregistrovaných podporovatelů. Hnutí ovšem kromě počáteční výzvy nepodniklo žádné další akce na podporu občanského aktivismu v boji proti korupci a zavedeným politickým stranám. ANO 2011 proto nelze považovat za součást sociálního hnutí, protože na začátku svého působení pouze využilo společenské frustrace z politického dění a probíhající korupce.

4.7. Vznik strany na základě parlamentního prostředí

Poslední zkoumané kritérium říká, že podnikatelské strany nevznikají na parlamentním základě. To znamená, že nejsou založeny odštěpením poslanců jiných stran, ale vznikají zcela mimo parlamentní prostředí.

Silvio Berlusconi do politiky vstoupil počátkem 90. let 20. století uprostřed velkého korupčního skandálu, který zachvátil italský politický establishment a ukončil trvání první italské republiky. V té době se Itálie nacházela v období politického chaosu, kdy se velké strany zhroutily kvůli obviněním z korupce v rámci akce Čisté ruce. Berlusconi uviděl příležitost, jak vzrůstající občanské nespokojenosti využít, vsadil na obavy části veřejnosti z rozšiřující se pozice levice a komunistické strany, a založil Forza Italia jako novou středopravicovou stranu, která slibovala, že do italského politického systému vnese stabilitu. Andrej Babiš se začal kriticky vyjadřovat vůči tehdejší vládě již v roce 2011, kdy založil občanské sdružení Akce nespokojených občanů.

Politické hnutí ANO 2011 vzniklo s cílem otrástit politickým establishmentem v zemi, který Babiš považoval za zkorumpovaný a neefektivní. V době svého založení se ANO stavělo do pozice strany, která slibovala, že vnese do české politiky nový přístup „řízení státu jako firmu.“ Babišova podnikatelská prozíravost a pověst člověka, který dokáže věci dotáhnout do konce, rezonovaly u mnoha českých voličů, kteří byli frustrováni z pomalého tempa reform a vnímaného nedostatečného pokroku pod tradičními politickými stranami. Významným faktorem, který přesvědčil Babiše zaujmout aktivní roli v české politice, se stala policejní razie na Úřadu vlády v roce 2013, která se zaměřila na obvinění z úplatkářství a zneužívání moci ve vládě premiéra Petra Nečase. Skandál měl významné politické dopady v České republice, vláda Nečase ztratila veřejnou podporu, což vyústilo ve vzestup nového politického subjektu ANO 2011.

4.8. Shrnutí komparativní analýzy

Oba politické subjekty vznikly jako nové strany v rámci stranického systému a byly založeny politickými podnikateli za účelem ochrany jejich zájmů a podnikání. Obě strany byly zpočátku financovány svými zakladateli, poté hlavní část jejich příjmů tvořili příspěvky státu na provoz strany. Na rozdíl od hnutí ANO 2011, které státní příspěvky pobírá od roku 2013 nepřetržitě a nyní již tvoří hlavní zdroj stranických příjmů, strana Forza Italia ztratila možnost pobírat finanční příspěvky od státu v roce 2014 a je tak nyní odkázána na dobrovolné příspěvky od dárců, což ovšem nestačí na pokrytí drahých předvolebních kampaní a strana se tak v roce 2023 nachází v dluhu.

V obou stranách lze zpozorovat určitou míru provázanosti s firmou. V případě strany Forza Italia byla závislost strany na konglomerátu Fininvestu mnohem větší, než v případě provázanosti hnutí ANO 2011 a konglomerátu Agrofert. Obě strany disponovaly svým vlastním okruhem lidí kolem politického podnikatele, který fungoval zcela neformálně a v začátcích rozhodoval o veškerém dění ve stranách. Vnitřní struktury v podobě místních organizací byli jak ve Forza Italia a ANO 2011 řízeny centrálně a vytvořeny ze „shora“ stranickým vedením. Formálně i neformálně měl Berlusconi mnohem více pravomocí na ovlivňování dění ve straně, než Andrej Babiš.

Jak strana Forza Italia, tak hnutí ANO 2011 měly méně členů než ostatní strany ve stranických systémech svých zemí. Obě strany zaznamenaly zvýšený zájem o členství po úspěšných volbách, ale nepodnikly kroky k efektivnějšímu přijímání členů. Obě strany zkoumaly způsobilost svých členů kandidovat. Při sestavování kandidátních listin byly testovány mediální dovednosti kandidátů. Ve hnutí ANO 2011 se při sestavování kandidátních listin hnutí prověřovala minulost kandidátů. Berlusconi měl velkou autoritu a vliv na přijímání a vylučování členů ze strany, Andrej Babiš taky, ale dělil se o ni s předsednictvem.

ANO 2011 se snažilo působit více nepoliticky a jako hnutí pro všechny, než strana Forza Italia, která se cíleně zaměřovala na středové a středopravicové voliče a označovala samu sebe za ochránce před levicí. Obě strany dbaly na zvýrazňování svého antiestablishmentového apelu a vyzdvihovaly svůj boj proti korupci a staré politické elitě. Klíčovým bodem v jejich politice byla osobnost předsedy, který byl vyobrazován jako charismatický vůdce neposkvrněný politickými skandály a se zkušenostmi z praktického života.

Na rozdíl od Berlusconiho schopnosti podmanit si voliče pomocí kanálů Mediaset, které patřily k nejsledovanějším v zemi, nebylo využívání médií pro tvoření pozitivního obrazu o hnutí ANO 2011 tak extrémní. Pod společnost Mafra sice spadaly jedny z nejčtenějších deníků v České republice, ale televizní dosah Babišova mediálního impéria zdaleka nedosahoval na laťku nastavenou Berlusconiem. Velikost jeho mediálního portfolia svým dosahem a velikostí nedosahuje na Berlusconiho Mediaset. Obě strany prosluly svou profesionálně vedenou kampaní s důrazem na osobnost lídra strany. Obě strany představily nové techniky politického marketingu – sběr dat, využívání sociálních sítí, telemarketing a další. Hnutí ANO 2011 využívalo outsourcing velmi často, Forza Italia mnohem méně.

Strana Forza Italia a hnutí ANO 2011 nejsou produktem sociálního hnutí. I přesto, že sdílí kolektivní myšlenku boje proti korupci a politickému establishmentu, soustředí se na předvolební kampaň a volební zisk za účelem zisku vlivu a mandátů. Svou činností nepodporují aktivity vedoucí k občanskému aktivismu, což je jeden z předpokladů definice sociálního hnutí. Ani jedna ze stran nevzešla z parlamentního prostředí pomocí odštěpení poslanců jiných stran. Obě strany využily probíhající politické krize a vstoupily do politiky prezentující se jako „nová síla“ a kladoucí důraz na antiestablishmentovou a protikorupční rétoriku a kritiku tradičních stran. Forza Italia a ANO 2011 splňují zkoumané kritérium.

4.9. Právní postavení politických stran v Itálii a ČR

V rámci komparativní analýzy je potřeba též zmínit podobu právního postavení politických stran (či hnutí) v Itálii a v České republice. Je to důležité zvláště kvůli správnému pochopení podobnosti a rozdílů mezi ANO 2011 a FI z hlediska toho, jestli pramení z podoby právního systému, nebo jestli jsou podobnosti a rozdíly mezi subjekty komparativní analýzy záležitostí čistě jejich vnitřního fungování. Je totiž možné, že právní systém může být nápomocný pro fungování podnikatelských stran a jejich dlouhodobý rozvoj.

Úspěch FI lze z části připsat i laxnímu nakládání s politickými stranami v italském právním systému. V souvislosti s Itálií lze mluvit o neexistující stranické regulaci. Italská ústava nijak nespécifikuje činnosti politických stran a zároveň nijak nestanovila

povinnost politických stran podřídit se demokratickým metodám ve své vnitřní organizaci (což vysvětluje velice nízkou míru stranické institucionalizace a vnitrostranické demokracie ve straně Forza Italia, která de iure nebyla ani zákonem vyžadována, protože italské politické strany mohou svobodně rozhodovat o svém vnitřním fungování - vnitřní organizace stran je tedy zcela určena vnitřní dohodou a není kontrolována státem) a výslovně nevyžaduje vypracování sekundární legislativy týkající se politických stran. Itálie nemá zákon o politických stranách, který by určoval jejich fungování. V Itálii nejsou stanoveny podmínky pro založení politických stran. Země zároveň nemá registr politických stran a pravidla pro zakládání stran se neliší od pravidel pro zakládání soukromých sdružení. Vzhledem k tomu, že italské strany nejsou právními osobami (spadají do široké kategorie „sdruženích bez právní subjektivity“), jsou pravidla pro jejich zakládání velmi volná (Pilet & Van Haute, 2012: 28). Politické strany zároveň nepodléhají zveřejňování práv, povinností a povinností, a co je nejdůležitější, závazkům podle zákona. Činnosti politických stran nejsou nijak omezeny, s výjimkou vnějších činností politických stran ohrožujících demokratickou soutěž (zakázána je např. rekonstrukce fašistické strany). Jak na stav regulace politických stran poukazují politoložky Pacini a Piccio, italská ústava ponechala politické strany v podstatě neregulované, nebo, jak se tvrdí, ve „stavu právní poloutajenosti“, „izolované v mlhavé předprávní sféře“ (Pacini & Piccio, 2012: 6). Ve vztahu ke státním příspěvkům, dokud je italské politické strany mohly pobírat (státní podpora ukončena roku 2014), byla pozorována značná rovnováha mezi státními příspěvky, které mají strany k dispozici, a povinnostmi a povinnostmi, které provázejí jejich získání. Jak popisuje studie Organizace pro bezpečnost a spolupráci v Evropě (OSCE): „Politické strany mohou získat určité právní privilegia, které nejsou k dispozici jiným sdružením. To platí zejména v oblasti politických financí a přístupu k mediálním zdrojům během volebních kampaní. V důsledku privilegií, která nejsou udělena jiným sdružením, je vhodné uložit politickým stranám určité povinnosti vzhledem k jejich nabytému právnímu postavení. To může mít podobu uložení požadavků na podávání zpráv nebo transparentnosti finančních ujednání. Právní předpisy by měly poskytnout konkrétní podrobnosti o příslušných právech a povinnostech, které provázejí získání právního postavení politické strany.“ (OSCE, 2010: 11). Z výše popsaného vyplývá následující logika – chce-li politická strana získat výhodu veřejných příspěvků, musí podléhat řadě specifických pravidel. Jak ale dodává Pacini a Piccio, Itálie zůstala z tohoto pohledu výjimečná. Nejenže patří mezi několik málo

evropských zemí, kde politické strany nemusí mít právní subjektivitu, ale je také výjimečná tím, že nestanovila žádná konkrétní omezení, ani formální, která jsou politické strany povinny respektovat při využívání veřejných financí.“ (Pacini & Piccio, 2012: 9). (Ne)regulace politických stran v italském právním systému výrazně napomohla úspěchu FI, protože po straně nepožadovala přítomnost vnitrostranické demokracie ani předem dané stranické struktury. Silvio Berlusconi mohl jako předseda strany nakládat se svou stranou dle jeho vlastního uvážení. Nad FI zároveň neprobíhal dohled nad stranickým financováním a finanční transparentnost nebyla striktně vyžadována.

Oproti Itálii má Česká republika mnohem přísnější zákony a nařízení regulující fungování politických stran. Příkladem je zákon č. 424/1991 Sb. o sdružování v politických stranách a v politických hnutích. Zákon uznává politické strany jako právnické osoby, v italském právním systému právnickými osobami nejsou. Na rozdíl od Itálie, český zákon při vzniku stran požaduje po politických stranách demokratické stanovy a demokraticky ustanovené orgány (§4, písm. b). Zároveň přesně stanovuje postup zakládání politické strany a její zákonné náležitosti, které musí splňovat. Strany musí předložit stanovy obsahující mimo jiné stranické programové cíle, práva a povinnosti členů, ustanovení o organizačních jednotkách, způsob, jakým statutární orgány strany jednají, zásady hospodaření a způsob stanovení členských příspěvků (§ 6, č. 2, písm. b). Hnutí ANO 2011 tak, na rozdíl od FI, musí dodržovat zákonem dané aspekty vyplývající z fungování politických stran. ANO 2011 při tvorbě stanov muselo vzít v potaz požadavek demokratických vnitrostranických orgánů, FI nikoliv. V České republice také existují orgány, které dohlížejí na politické strany a hnutí a kontrolují jejich činnost a financování. Hlavním takovým orgánem je Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí. Úřad má za úkol dohlížet na financování politických stran a politických hnutí, a to včetně volebních kampaní, a zajistit, aby byly dodržovány zákony týkající se transparentnosti. Úřad může provádět kontroly a žádat od politických stran podrobné údaje o svých příjmech a výdajích. V České republice existuje i veřejně přístupný registr politických stran a hnutí, který obsahuje veškeré zákonem stanovené informace o jednotlivých politických stranách a hnutích. Zahrnuje také sbírku dokumentů obsahujících články, usnesení o zřízení orgánů, usnesení o změnách článků a usnesení o rozpuštění politických stran a hnutí. Regulace politických stran v České republice je celkově mnohem přísnější a obsáhlejší, než v Itálii. Andrej Babiš byl při zakládání strany

limitován zákonnými požadavky, které musel dodržet, aby mohlo být hnutí zaregistrováno. Na rozdíl od Itálie, český zákon vyžaduje existenci demokratických stanov a demokraticky volených vnitrostranických orgánů.

Italský právní systém je ve svém přístupu k politickým stranám mnohem laxnější, než právní systém České republiky. Zatímco Itálie nedisponuje zákonem stanovujícím vznik a činnost politickým stran, Česká republika takový zákon přijala již v roce 1991. Na politické strany se v českém právu pohlíží jako na právnické subjekty, v italském právu tomu tak není, označují se za sdružení bez právní subjektivity. V Itálii není dostupný registr politických stran, v České republice ho provozuje Ministerstvo vnitra a je veřejně přístupný. Politické strany v Itálii mohou svobodně rozhodovat o svém vnitřním fungování, kdy způsob stranického fungování je určen čistě vnitřní dohodou a není kontrolován státem. Politické strany v České republice musí ze zákona mít demokraticky ustanovené vnitrostranické orgány a musí se řídit demokratickými stanovami. Hnutí ANO 2011, na rozdíl od FI, musí při svém vzniku a rozvoji musí dodržovat zákonem dané aspekty vyplývající z fungování politických stran. Zatímco Silvio Berlusconi mohl jako předseda strany FI nakládat se svou stranou dle jeho vlastního uvážení, Andrej Babiš byl limitován zákonnými požadavky. Politické strany v Itálii nejsou podrobeny důsledným finančním kontrolám, v České republice existuje Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí, který má za úkol dohlížet na financování politických stran. Andrej Babiš se svým hnutím ANO 2011, i kdyby chtěl, nikdy nedosáhne takové podoby podnikatelské strany jakou je Berlusconiho Forza Italia, protože mu to český právní systém pro regulaci stran a hnutí nedovolí.

Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo nejprve teoreticky vysvětlit fenomén podnikatelských stran, pojmy s ním související, a pak prakticky poukázat na podobnosti a rozdíly mezi italskou Forza Italia a hnutím ANO 2011. V teoretické části jsem se zaměřila na vznik teorie podnikatelských stran, jejich definici, hlavní definiční znaky, které lze u tohoto typu stran pozorovat a způsob jejich institucionalizace ve stranických systémech. Zmínila jsem také podtypy podnikatelských stran a rizika spojené s jejich fungováním. Druhá část teoretické práce byla věnována nastínění vzniku a vývoje obou subjektů, tedy Forza Italia a ANO 2011. V rámci analytické části byla využita metoda komparativní analýzy. Obě strany byly porovnávány na základě osoby politického podnikatele, jejich vnitřní institucionalizace, podoby členské základny, ideologického zařazení, outsourcingu a profesionálně vedené kampaně, původu v parlamentním základě a jestli jsou součástí sociálního hnutí.

Hlavní výzkumná otázka byla následující: „V čem jsou si Forza Italia a hnutí ANO 2011 podobné a v čem se od sebe liší?“. Na základě zjištění z komparativní analýzy můžeme konstatovat, že jak Forza Italia, tak ANO 2011 splňují všechny obecné definiční znaky pro podnikatelské strany. Rozdíly mezi oběma subjekty jsou především v detailech, které dokreslují jednotlivé definiční znaky.

V otázce podobností, komparativní analýza zjistila, že oba subjekty vznikly jako nové strany, které byly založeny politickými podnikateli za účelem ochrany jejich zájmů a podnikání. Obě vznikly v době politické krize a nespokojenosti občanů s tradičními stranami. Vnitřní struktury v podobě místních organizací byli jak ve Forza Italia a ANO 2011 řízeny centrálně a vytvořeny ze „shora“ stranickým vedením. Obě strany zaznamenaly zvýšený zájem o členství po úspěšných volbách, a ani jedna z nich nepodnikla další kroky k přijímání nových členů. Oba subjekty měly méně členů než ostatní strany ve svých zemích a testovaly způsobilost svých členů kandidovat, kdy kandidáti za Forza Italia byli hodnoceni na základě svých mediálních dovedností a kandidáti ANO 2011 na základě své minulosti a osobního pohovoru. Oba subjekty se zaměřovaly na boj proti korupci a staré politické elitě a zdůrazňovaly antiestablishmentový apel. Klíčovým bodem v jejich politice byla charismatická osobnost předsedy, kolem kterého se odvíjely předvolební kampaně a obě strany prosluly využíváním nových technik politického marketingu. Strany jsou si podobné svým

původem, kdy ani jedna z nich nevznikla na základě parlamentu a ani jedna z nich není součástí sociálního hnutí.

V otázce rozdílů lze první rozdíl mezi stranami zpozorovat u způsobu jejich financování, kdy sice zpočátku obě strany výrazně profitovaly z finančních prostředků politického podnikatele a po zvolení ze státních příspěvků pro politické strany, nicméně rozdíl mezi stranami spočívá v tom, že ANO 2011 pobírá příspěvky dodnes, kdežto Forza Italia je bez státní podpory od roku 2014, což se odrazilo na finanční situaci strany tak, že se v současnosti nachází v dluhích. Druhým rozdílem mezi zkoumanými subjekty je míra provázanosti s firmou. Strana Forza Italia byla mnohem více závislá na Berlusconiho konglomerátu Fininvest, než hnutí ANO 2011 na konglomerátu Agrofert. Provázanost Forza Italia s Berlusconiho podnikatelských impériem byla mnohem větší, než v případě ANO 2011 a Agrofertu, kdy Berlusconiho Fininvest měl k dispozici prakticky všechny nástroje pro vedení profesionální volební kampaně a nemusel se spoléhat na externí agentury. Strana Forza Italia se také cíleně zaměřovala na středové a středopravicové voliče a označovala se za ochránce před levicí, zatímco hnutí ANO 2011 se snažilo působit více nepoliticky a jako hnutí pro všechny. Berlusconi měl mnohem více pravomocí ovlivňovat dění ve straně než Andrej Babiš, který se o pravomoci dělil s předsednictvem. Strana Forza Italia měla také větší možnosti pro využívání médií na formování pozitivního obrazu o svém předsedovi a straně, protože vlastnilo největší televizní kanály v Itálii s velkým dosahem a několik rozhlasových stanic, zatímco ANO 2011 v porovnání s Forza Italia na tomto poli nebylo tak úspěšné. Hnutí ANO 2011 využívalo služeb outsourcingu ve formě externích agentur mnohem častěji, než strana Forza Italia, která služeb externích agentur moc nevyužívala, protože měla k dispozici vlastní reklamní a výzkumné agentury v rámci Berlusconiho Fininvestu.

Hlavní hypotéza práce byla formulována následovně: „Forza Italia je extrémnější formou podnikatelské strany než ANO 2011.“ Z výsledků komparativní analýzy lze hypotézu potvrdit. Forza Italia byla ve využívání praktik podnikatelských stran mnohem agresivnější a to i díky chabému právnímu ukotvení politických stran v italském právním systému. Italský právní systém je ve svém přístupu k politickým stranám mnohem laxnější, než právní systém České republiky. Zatímco Itálie nedisponuje zákonem stanovujícím vznik a činnost politickým stran, Česká republika takový zákon přijala již v roce 1991. Na politické strany se v českém právu pohlíží jako na právnické subjekty,

v italském právu tomu tak není, označují se za sdružení bez právní subjektivity. V Itálii není dostupný registr politických stran, v České republice ho provozuje Ministerstvo vnitra a je veřejně přístupný. Politické strany v Itálii mohou svobodně rozhodovat o svém vnitřním fungování, kdy způsob stranického fungování je určen čistě vnitřní dohodou a není kontrolován státem. Politické strany v České republice musí ze zákona mít demokraticky ustanovené vnitrostranické orgány a musí se řídit demokratickými stanovami. Hnutí ANO 2011, na rozdíl od FI, musí dodržovat zákonem dané aspekty vyplývající z fungování politických stran. Zatímco Silvio Berlusconi mohl jako předseda strany FI nakládat se svou stranou dle jeho vlastního uvážení, Andrej Babiš byl limitován zákonnými požadavky. Politické strany v Itálii nejsou podrobeny důsledným finančním kontrolám, v České republice existuje Úřad pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí, který má za úkol dohlížet na financování politických stran. Andrej Babiš se svým hnutím ANO 2011, i kdyby chtěl, nikdy nedosáhne takové podoby podnikatelské strany jakou je Berlusconiho Forza Italia, protože mu to český právní systém regulace politických stran a hnutí nedovolí. Silvio Berlusconi díky minimální regulaci politických stran v Itálii disponoval více stranickými pravomocemi pro zajištění dominantního stylu vedení a stranické disciplíny, než česká regulace politických stran dovolovala Andreji Babišovi.

Doplňkové hypotézy byly definovány následovně: (1) „Forza Italia a ANO 2011 jsou politické strany, které se formovaly kolem silného a charismatického vůdce, Silvia Berlusconiho v případě Forza Italia a Andreje Babiše v případě ANO 2011.“ a (2) „Obě strany se snaží přinést nový styl politiky, což zahrnuje kritiku tradičních politických stran.“. Hypotéza (1) byla potvrzena už ze samotné podstaty fungování podnikatelských stran, kdy první definiční znak hovoří o existenci politického podnikatele, který využívá stranu pro dosažení vlastního zájmu. Hypotéza (2) byla též potvrzena. Obě strany vznikly v době politického chaosu, kterého využily ve svých volebních kampaních, kdy kritizovaly tehdejší politické elity a slibovaly změnu ve formě nového stylu politiky řízení státu jako firmy.

Závěrem tedy mohu říci, že cíl práce poukázat na podobnosti a rozdíly mezi italskou Forza Italia a hnutím ANO 2011 byl splněn. Práce ukázala, že zatímco obě strany spadají do kategorie podnikatelských stran, Forza Italia je extrémnější formou podnikatelské strany než ANO 2011 a to z významné části kvůli podobě italského

právního systému, který pohlíží na politické strany mnohem méně přísněji, než je tomu v České republice, která má ustanovené mechanismy pro kontrolu činnosti politických stran. Z pozorování lze tvrdit, že ANO 2011 se velmi podobá straně Forza Italia a pokud by to hnutí ANO 2011 český právní systém dovozoval, využívalo by hnutí podobných praktik, jako Forza Italia. Lze se tedy domnívat, že pokud by zákony týkající se politických stran byly v České republice stejně laxní, jako tomu je v Itálii, byla by podobnost hnutí ANO 2011 se stranou Forza Italia mnohem větší a rozdíly mezi oběma subjekty by byly minimální. Význam této bakalářské práce spočívá v tom, že poskytuje cenné informace pro politické vědce, kteří se zabývají podnikatelskými stranami a pro další výzkum v této oblasti. Vzhledem k tomu, že podnikatelské strany se stávají významnými hráči v politice, je důležité porozumět jejich fungování. Při provádění výzkumu jsem se setkala s mnoha omezeními, které mohly ovlivnit výsledky a závěry práce. Jedním z takových omezení v případě této bakalářské práce bylo omezení dostupnosti informací. Analýza byla založena pouze na veřejně dostupných informacích, což může být problematické, protože existují i informace, které nejsou veřejně dostupné. Tyto informace mohou mít významný vliv na výsledky a závěry analýzy, ale kvůli jejich nedostupnosti nemohly být zahrnuty do této práce. Dalším omezením byly nedostatečné zdroje. Výzkum podnikatelských stran může být velmi specifický a složitý, a proto mohou být k dispozici pouze omezené zdroje, které se týkají tématu této práce. To může vést k nedostatku informací nebo k tomu, že některé informace nejsou dostatečně podrobné. Všechna tato omezení je důležité vzít v úvahu při interpretaci výsledků a závěrů této práce. Proto by bylo zajímavé provést další hloubkovou analýzu těchto stran a jejich členů, aby se získaly další poznatky. Celkově lze tedy říci, že tato bakalářská práce přispívá k lepšímu porozumění podnikatelských stran v politice a ukazuje, že mezi podnikatelskými stranami mohou být výrazné rozdíly, které by měly být dále zkoumány.

Anotace

Jméno a příjmení	Alžběta Hrnčířiková
Název práce	Komparativní analýza business-firm stran Forza Italia a ANO 2011
Název práce v angličtině	Comparative analysis of business-firm parties Forza Italia and ANO 2011
Anotace	Cílem práce je zjistit podobnosti a rozdíly mezi těmito stranami a poskytnout komplexní pohled na problematiku těchto podnikatelských stran a vysvětlit principy jejich fungování a volebních úspěchů. V práci jsou politické strany porovnávány na základě vnitřní institucionalizace, podoby členské základny, ideologického zakotvení, outsourcingu a profesionálně vedené kampaně, původu v parlamentním základě a jestli jsou součástí sociálního hnutí. Důraz je kladen i na porovnání postavení politických stran v italském a českém právním systému.
Klíčová slova	podnikatelská strana, Forza Italia, ANO 2011, Silvio Berlusconi, Andrej Babiš
Anotace v angličtině	The aim of the thesis is to find out the similarities and differences between these parties and to provide a comprehensive view of the problems of these business parties and to explain the principles of their functioning and electoral successes. In the thesis, political parties are compared on the basis of internal institutionalization, form of membership, ideological affiliation, outsourcing and professionally conducted campaign, origin in a parliamentary basis and if they are part of a social movement. Emphasis is also placed on the comparison of the position of political parties in the Italian and Czech legal systems.
Klíčová slova v angličtině	Businnes-firm party, Forza Italia, ANO 2011, Silvio Berlusconi, Andrej Babiš
Rozsah práce	61 stran
Jazyk práce	český

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá komparativní analýzou podnikatelských stran Forza Italia a ANO 2011. Cílem práce je zjistit podobnosti a rozdíly mezi těmito stranami a poskytnout komplexní pohled na problematiku těchto podnikatelských stran a vysvětlit principy jejich fungování a volebních úspěchů.

Teoretická část práce se věnuje definování pojmu podnikatelská strana, typickým znakům podnikatelských stran, specifickým podtypům podnikatelských stran a rizikům jejich fungování. Nastiňuje také okolnosti vzniku zkoumaných stran a jejich vývoj do současnosti. Část práce se věnuje porovnání Forza Italia a ANO 2011 na základě osoby politického podnikatele Silvia Berlusconiho a Andreje Babiše. Dále porovnává vnitřní institucionalizaci obou stran, podobu členské základny, ideologické zakotvení, outsourcing a profesionálně vedené kampaně, původ v parlamentním základě a jestli jsou součástí sociálního hnutí.

Pro dosažení cíle byla použita komparativní analýza jako hlavní výzkumná metoda. Data byla sbírána z primárních a sekundárních zdrojů, včetně oficiálních webových stránek, programů stran, novinových článků a odborných článků v češtině, angličtině a italštině.

Výsledky ukazují, že Forza Italia je extrémnější formou podnikatelské strany než ANO 2011 a to z významné části kvůli podobě italského politického systému, který pohlíží na politické strany mnohem méně přísněji, než je tomu v České republice. Předseda Forza Italia, Silvio Berlusconi, disponoval více stranickými pravomocemi pro provádění kontroly nad stranou, než Andrej Babiš. Provázanost Forza Italia s Berlusconiho podnikáním byla větší, než provázanost ANO 2011 s podnikáním Babiše. Výsledky dále ukázaly, že obě strany jsou velmi aktivní ve svém využívání nových technik politického marketingu, pro komunikaci s voliči. Zároveň se ukázalo, že obě strany profitovaly z politické krize probíhající v době jejich vzniku, což jim v kombinaci s jejich antiestablishmentovou a protikorupční rétorikou přineslo hlasy voličů nespokojených s tehdejší podobou politiky.

Výsledky této práce přispívají k lepšímu porozumění podnikatelským stranám v Itálii a v České republice a mohou posloužit jako základ pro další výzkum v této oblasti.

Abstract

This bachelor thesis deals with a comparative analysis of the business-firm parties Forza Italia and ANO 2011. The aim of the thesis is to identify similarities and differences between these parties and provide a comprehensive view of the issues surrounding these business-firm parties and explain the principles of their functioning and electoral successes.

The theoretical part of the thesis focuses on defining the concept of a business-firm party, typical characteristics of business-firm parties, specific subtypes of business-firm parties, and the risks of their functioning. It also outlines the circumstances of the formation of the parties under study and their development to the present day. The practical part of the thesis compares Forza Italia and ANO 2011 based on the person of the political entrepreneur Silvio Berlusconi and Andrej Babiš. It also compares the internal institutionalization of both parties, the form of their membership base, ideological anchoring, outsourcing and professionally conducted campaigns, origin in parliamentary foundations, and whether they are part of a social movement.

To achieve the aim, comparative analysis was used as the main research method. Data was collected from primary and secondary sources, including official party websites, party programs, newspaper articles, and academic articles in Czech, English, and Italian.

The results show that Forza Italia is a more extreme form of business party than ANO 2011, in large part because of the shape of the Italian political system, which views political parties much less strictly than in the Czech Republic. Forza Italia's chairman, Silvio Berlusconi, had more party powers to exercise control over the party than Andrej Babiš. Forza Italia's links with Berlusconi's business were greater than ANO 2011's links with Babiš's business. The results also showed that both parties were very active in their use of new techniques of political marketing, for communicating with voters. At the same time, both parties were shown to have profited from the political crisis underway at the time of their creation, which, combined with their anti-establishment and anti-corruption rhetoric, brought them votes of voters dissatisfied with the form of politics at the time.

The results of this work contribute to a better understanding of business-firm parties in Italy and the Czech Republic and can serve as a basis for further research in this area.

Použitá literatura

Arter, D. (2013). When new party X has the “X factor.” *Party Politics*, 22 (1), 15–26.
<https://doi.org/10.1177/1354068813509523>

Babiš, A. (2011, 23. září). Andrej Babiš - Show Jana Krause [videosoubor]. Dostupné z:
<https://www.youtube.com/watch?v=Z135Q0G9K58>

Babiš, A. (2021). Chaty a chalupy migrantům? Nikdy! [Facebook]. Dostupné z:
<https://www.facebook.com/AndrejBabis/posts/2352758151527482/>

Babiš, A. (2021). A tohle fakt nechci! [Twitter]. Dostupné z:
<https://twitter.com/AndrejBabis/status/1440571569521283072?s=20>

Barbieri, G. The Northern League in the ‘Red Belt’ of Italy [Online]. *Bulletin Of Italian Politics*, 4 (2), 277-294. Dostupné z:
https://www.gla.ac.uk/media/Media_264090_smxx.pdf

Bozza, C. (2022). Chi ha finanziato i partiti alle elezioni? A Forza Italia mezzo milione dai figli di Berlusconi, a FdI l’aiuto dal Twiga, il flop del Pd [Online]. *Corriere.it*. Dostupné z: https://www.corriere.it/sette/politica/22_novembre_26/contributi-partiti-elezioni-c7738f14-68a6-11ed-b63c-9122e6aff993.shtml

Calise, M. The Italian Particracy: Beyond President and Parliament [Online]. *Political Science Quarterly*, 109 (3), 441-460. <https://doi.org/10.2307/2152613>

CVVM. (2010). Stranické preference a volební model v prosinci 2010 [Online]. Dostupné z:
https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a480/f9/101077s_pv101216.pdf

CVVM. (2014a). *Stranické preference a volební model v dubnu 2014*. [Online]. Dostupné z:
https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a1739/f9/pv140423.pdf

CVVM. (2014b). *Důvěra vrcholným politikům – březen 2014*. [Online]. Dostupné z:
https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a1733/f9/pi140409.pdf

CVVM. (2021). *Hodnocení vlády Andreje Babiše – srpen/září 2021* [Online]. Dostupné z:
https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a5466/f9/pi211116.pdf

Český statistický úřad. Volby do Evropského parlamentu (2014). Statistická data vyhledaná 2. 3. 2023. Dostupné z <https://www.volby.cz/pls/ep2014/ep11?xjazyk=CZ>

Český statistický úřad. Volby do zastupitelstev obcí (2014). Statistická data vyhledaná 2. 3. 2023. Dostupné z <https://www.volby.cz/pls/kv2014/kv?xjazyk=CZ&xid=1>

Český statistický úřad. Volby do zastupitelstev krajů (2016). Statistická data vyhledaná 2. 3. 2023. Dostupné z <https://www.volby.cz/pls/kz2016/kz?xjazyk=CZ&xdatum=20161007>

Český statistický úřad. Volby do Poslanecké sněmovny (2021). Statistická data vyhledaná 2. 3. 2023. Dostupné z <https://www.volby.cz/pls/ps2021/ps?xjazyk=CZ>

Český statistický úřad. Volba prezidenta republiky (2023). Statistická data vyhledaná 2. 3. 2023. Dostupné z <https://www.volby.cz/pls/prez2023nss/pe?xjazyk=CZ>

ČTK. (2010). Lidé nejvíce důvěřují Johnovi a Schwarzenbergovi [Online]. *Deník.cz*. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/lide-nejvice-duveruji-johnovi-20100521.html

ČTK. (2017). Babiš útočí: vyhrálo české Palermo, zpráva komise je šaškárna [Online]. *Deník.cz*. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/zprava-komise-o-reorganizaci-je-podle-babise-vysmech-a-saskarna-20170202.html

ČTK. (2022). Noc hrdosti pro Bratry Itálie. Italské volby jasně vyhrál pravicový blok [Online]. *Deník.cz*. Dostupné z: <https://www.denik.cz/staty-eu/volby-v-italii-vysledky.html>

ČT24. *Babiš na sněmu ANO kritizoval „tradiční politiky“ i své kolegy. Kandidovat chce z posledního místa* [Online]. (2017) Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2043892-babis-na-snemu-ano-kritizoval-tradicni-politiky-i-sve-kolegy-kandidovat-chce-z>

De Cicco, L. (2022). Forza Italia in rosso: 100 milioni di debiti. Il tesoriere: "Torniamo al finanziamento pubblico dei partiti" [Online]. *Repubblica.it*. Dostupné z: https://www.repubblica.it/politica/2022/06/18/news/forza_italia_debiti_finanziamento_pubblico_partiti-354356187/

- Diez-Nicolas, J. (1995). A permanent victory of moderation [Online]. *The Public Perspective*. Dostupné z: <https://ropercenter.cornell.edu/sites/default/files/2018-07/62014.pdf>
- Harmel, R., & Svåsand, L. (1993). Party leadership and party institutionalisation: Three phases of development. *West European Politics*, 16 (2), 67–88. <https://doi.org/10.1080/01402389308424961>
- Hloušek, V., & Kopeček, L. (2017). Different Ways of Institutionalising Entrepreneurial Parties: Czech Public Affairs Party and ANO. *Politologický Časopis / Czech Journal Of Political Science*, 24 (2), 92 - 115. <https://doi.org/10.5817/PC2017-2-92>
- Hloušek, V., & Kopeček, L. (2017). Entrepreneurial Parties: A Basic Conceptual Framework. *Politologický Časopis - Czech Journal Of Political Science*, 24 (2), 83-91. <https://doi.org/10.5817/PC2017-2-83>
- Hloušek, V., Kopeček, L., & Vodová, P. (2020). *The Rise of Entrepreneurial Parties in European Politics* (1st ed.). Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Hopkin, J. (1995). *Party Development and Party Collapse: The Case of Union de Centro Democrático in Post-Franco Spain* (Disertace). Florencie.
- Hopkin, J., & Paolucci, C. (1999). The business firm model of party organisation: Cases from Spain and Italy. *European Journal Of Political Research*, 35, 307–339. <https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1006903925012>
- Just, P., & Charvát, J. (2017). Business-Firm Parties and the Czech Party System after 2010. *Politics In Central Europe*, 12 (3), 83 - 110. <https://doi.org/https://doi.org/10.1515/pce-2016-0018>
- Katz, R. S., & . (1986). Party Government: A Rationalistic Conception. In F. G. Castles & R. Wildenmann, *Visions and realities of party government* (pp. 32-71). Florence: European University Institute; W. de Gruyter. doi:10.1515/9783110904000.31
- Katz, R. S., & Mair, P. (1995). *Changing Models of Party Organization and Party Democracy*. *Party Politics*, 1 (1), 5–28. doi:10.1177/1354068895001001001
- Kopecký, J. (2023). Babiš povede ANO v pozadí, vidět budou Schillerová a šéf stínové vlády Havlíček [Online]. *iDnes.cz*. Dostupné z:

https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/vedeni-ano-prezidentska-volba-andrej-babis-poslanecky-mandat.A230208_060529_domaci_kop

Kopecký, J. (2018). Vláda nezískala důvěru. ANO odsunulo hlasování o vydání Babiše [Online]. *iDnes.cz*. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/snemovna-kauzacapi-hnizdo-hlasovani-o-duvere-vlade.A180115_201143_domaci_kop

Kefford, G., & McDonnell, D. (2018). Inside the personal party: Leader-owners, light organizations and limited lifespans. *The British Journal Of Politics And International Relations*, 20(2), 379-394. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1369148117750819>

Kopeček, L., Hloušek, V., Chytilík, R., & Svačinová, P. (2018). *Já platím, já rozhoduji!: političtí podnikatelé a jejich strany* (1st ed.). Brno: Books & Pipes Publishing.

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*, 17 (2), 178–211. <https://doi.org/https://doi.org/10.5817/CEPSR.2015.2.178>

Koutník, O., & Gavenda, J. (2022). Konec dohadům. Babiš bude kandidovat na prezidenta [Online]. *Seznamzpravy.cz*. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-konec-dohadum-babis-bude-kandidovat-na-prezidenta-218057>

Marcet, J. (2010). The state of the right: Spain [Online]. *The Fondation Pour L'innovation Politique*. Dostupné z: <https://www.fondapol.org/app/uploads/2020/06/fondapoltv-3.pdf>

Mazzoleni, O., & Voerman, G. (2016). Memberless parties. *Party Politics*, 23 (6), 783–792. doi:10.1177/1354068815627398

McDonnell, D. (2013). Silvio Berlusconi's Personal Parties: From Forza Italia to the Popolo Della Libertà. *Political Studies*, 61 (1), 217-233. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2012.01007.x>

Mejstřík, M. (2013) Panebiancův organizační model a jeho aplikovatelnost na transformaci komunistických stran v západní Evropě. *Politologický časopis - Czech Journal of Political Science*, 20 (3), 282-298. <https://doi:10.5817/PC2013-3-282>

Ministerstvo financí ČR. (2022). Příspěvky ze státního rozpočtu uhrazené politickým stranám a politickým hnutím v roce 2022 [Online]. Dostupné z: <https://www.mfcr.cz/cs/verejny-sektor/podpora-z-narodnich-zdroju/politicke-strany-a-hnuti/prispevky-ze-statniho-rozpocetu-uhrazene-50059>

Nohl, R., (2018). Babišův génius dostal 750 tisíc, autoři sloganu „Ano, bude líp“ přes milion [Online]. *Seznamzpravy.cz*. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/babisuv-genius-dostal-od-ano-750-tisic-strany-odkryly-kolik-plati-svym-marketerum-57128>

Nohl, R., & Machová, M. (2020). ANO splatilo Babišovi 124 milionů. Už mu nedluží ani korunu [Online]. *Seznamzpravy.cz*. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/ano-splatilo-babisovi-124-milionu-uz-mu-nedluzi-ani-korunu-97000>

Novák, M. (1997). *Systémy politických stran: úvod do jejich srovnávacího studia*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Oltermann, P., Walker, S., & Giuffrida, A. (2019). *An NBA star, a TV chef and a comedian: meet some of the new MEPs* [Online]. *Theguardian.com*. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/politics/2019/may/27/nba-star-a-tv-chef-and-a-sad-comic-meet-some-of-europes-new-meps-europe-eu-elections>

OSCE. (2010). Guidelines on Political party regulation [Online]. Dostupné z: [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD\(2010\)024-e](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD(2010)024-e)

Pacini, C. M., & Piccio, D. R. (2012). Party Regulation in Italy and its effects [Online]. *Working Paper Series On The Legal Regulation Of Political Parties*. Dostupné z: <https://www.partylaw.leidenuniv.nl/uploads/wp2612.pdf>

Pasquino, G. (2014). Italy: The Triumph of Personalist Parties. *Politics & Policy*, 42(4), 548-566.

Pilet, J. B., & Van Haute, E. (2012). Criteria, conditions, and procedures for establishing a political party in the Member States of the EU [Online]. Dostupné z: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2012/462512/IPOL-AFCO_ET\(2012\)462512_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2012/462512/IPOL-AFCO_ET(2012)462512_EN.pdf)

- Pilous, P. (2017). Povolební vyjednávání 2017 [Online]. *České-volby.cz*. Dostupné z: <https://www.ceske-volby.cz/2017/10/23/povolebni-vyjednavani/>
- Perknerová, K. (2023). *Kauza Čapí hnízdo: Na základě čeho Babiš uspěl? Klíčovou roli hrály tři faktory*. [Online]. *Deník.cz*. Dostupné z: <https://www.denik.cz/krimi/kauza-capi-hnizdo-babis-prezident-nagyova-prehledne.html>
- Raniolo, F. (2006). Forza Italia: A Leader with a Party. *South European Society And Politics*, 11 (3-4), 439-455. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/13608740600856470>
- Seisselberg, J. (1996). Conditions of success and political problems of a 'media-mediated personality-party': The case of Forza Italia. *West European Politics*, 19 (4), 715-743. <https://doi.org/10.1080/01402389608425162>
- Sedláčková, V. (2021). Kampaň ANO proti Pirátům je strašný ústup. Je vidět, že se bojí, říká expert [Online]. *Seznamzpravy.cz*. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/strany-maji-posledni-dny-aby-presvedcili-volice-zvitezi-u-voleb-emoce-175807>
- Schlesinger, J. A. (1984). On the Theory of Party Organization [Online]. *The Journal Of Politics*, 46 (2), 369-400. <https://doi.org/10.2307/2130967>
- Stauber, J. (2015). Organizační vývoj nových politických stran v České republice pohledem teorie institucionalizace [Online]. *Acta Politologica*, 7 (2). Dostupné z: <https://acpo.vedeckecasopisy.cz/publicFiles/00902.pdf>
- Stulík, O., & Naxera, V. (2022). "One flew over the Stork's nest": Neo-patrimonial populism of Czech prime minister Andrej Babiš. *Journal Of Comparative Politics*, 15(2), 39-55.
- Šárovec, D. (2018). Nástup nových politických stran v ČR od roku 2013: hnutí ANO 2011 a Úsvit přímé demokracie pohledem konceptu novosti. *Sociológia*, 50 (1), 78-113.
- Tocqueville, A. de. (2000). *Demokracie v Americe*. Praha: Academia.
- US Library of Congress. (2014). *Italy: Legislation on Public Financing for Political Parties* [Online]. Dostupné z: <https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2014-03-11/italy-legislation-on-public-financing-for-political-parties/>

Valášek, L. (2021). Kauzy Babišovy vlády. Od Čapího hnízda k otrávené Bečvě a tisícům mrtvých v pandemii [Online]. *Aktuálně.cz*. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/kauzy-babisovy-vlady/r~51f2eb3021cc11ec966d0cc47ab5f122/>

Weisenthal, J. (2013). Why The Italian Election Is The Strangest We Can Ever Recall [Online]. *Businessinsider.com*. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/why-the-italian-election-is-the-strangest-we-can-ever-recall-2013-2>

Zákon č. 424/1991 Sb. o sdružování v politických stranách a v politických hnutích [Online]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-424>

Zpěváčková, B. (2017). Sobotka demisi nepodá, na Hrad už poslal návrh na Babišovo odvolání [Online]. *Novinky.cz*. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-sobotka-demisi-nepoda-na-hrad-uz-poslal-navrh-na-babisovo-odvolani-40032727>