Lobbing

2. blok

Lobbing

- „Lobbing“ - latinsky „lobbium“, „lobbia“ – galerie, pasáž, chodba, předpokoj - v obecném pojetí pak kuloár
- Původ termínu VB, USA
- Lobbying x lobbing (co je správně?)
- Ti kteří lobbují x ti v jejichž prospěch je lobbing prováděn

Lobbing je

- je legitimní cestou ovlivnění rozhodnutí a vysoce specializovanou profesionální činností
- je to druh organizační strategie zaměřené na činnosti ve sféře mocenských struktur

Dělení lobbingu

- Exekutivní – krátkodobé záměry
- Legislativní – potřeba systémových, dlouhodobých změn
- Volební – (USA: k zisku financí)
- Soudní – (USA: ovlivnění precedentních výroků)

Druhy lobbingu

Ad-hoc

- Sporadický užívaný jen v určité situaci, pouze objeví-li se náhlá potřeba použít těchto praktik.
- Realizovaný je zpravidla přes osoby, jejichž hlavní činnost je zcela odlišná od lobbování a které jsou pro toto využity pouze dočasně

Divoký lobing

- Využívání nepodložených informací.
- Využívání materiálních „podpor“ – korumpování oprávněných osob, expertů.
- Využívání přátel, podniku, rodiny jako hlavního prostředku k prosazení názoru.
- Uzavíraní směnných transakcí typu: „něco za něco“ čili „obchod s vlivy“.
- Využívání organizačních a procedurálních děr v administrativních orgánech státu
- Využívání radikálních prostředků nátlaku a společenského vydírání
- Využívání cíleného uvádění protivníka v omyl, využívání technik „informačního šumu“.

Profesionální

- Jednotlivé činnosti mají strategický i operativní charakter a jsou vzájemně zkoordinovány.
- Lobbování je realizováno prostřednictvím profesionálního lobbisty nebo s využitím specializovaných lobbingových firem.
- Činnosti jsou realizovány společně s organizačně vyčleněnými jednotlivci firem, či s takovými svazky, seskupeními
- V činnosti je využíváno nejaktuálnějších informací, informací ověřených a věrohodných.
- V činnosti jsou zohledňovány názory nebo expertízy uznávaných odborníků, poradních institutů.
- Činnost je metodická, systematická, plánovaná.

Ofenzivní x defenzivní

- Ofenzivní lobbing je odhodlán zamezit realizaci projektu, který by mohl mít negativní vliv na zájmy skupiny.
- U defenzivního lobbingu je cílem obrana – zachování status quo.
  - Defenzivní lobbing se snaží pomáhat a podporovat projekty, které mají pozitivní vliv na zájmy skupiny

Bezprostřední a zprostředkovaný

- Lobbing bezprostřední je založen na přímém kontaktu decizora s lobbující osobou, jde o typ „tváří v tvář“. Tato forma lobbingu je nejúspěšnější, ale také nejtěžší.
- Lobbing zprostředkovaný – využití dalších kontaktů
- Metoda kulovnice a brokovnice
- Grassroots

Druhy lobbistů

- lobbing komerčních zájmů
  - Spojován nejčastěji s využitím „nekalých praktik“
- lobbing sociálních a ekologických hnutí
- lobbing NGO
- lobbing orgánů veřejné správy

Oddělení politických stran a zájmových skupin

- Přesné oddělení není možné:
  - Politické strany i zájmové skupiny potřebují spojence
  - Různé arény politiky vyžadují hledání různých spojenců
  - Změny ve společnosti vyžadují nutnost pružné adaptace
  - U „nových demokracií“ je dělení ještě obtížnější

Lobbing v zahraničí

Velká Británie

- Asociace profesionálních politických konzultantů
  - Kodex - zavedení povinnosti zveřejňovat jména klientů i konzultantů
- Etický kodex poslance
  - zakazuje přijímat odměnu za lobbing prostřednictvím řeči ve sněmovně

USA

- Lobbing Disclosure Act z roku 1995
  - povinnost registrace a evidence; evidují se jak klienti, tak inkasované platby, jakož i veškeré styky s politiky nebo úředníky a jejich identita, tj. například který konkrétní zákon byl diskutován
- Legislative Transparency and Accountability Act, 2006
- samoregulace- *American League of Lobbyists* -
- atraktivním zaměstnáním pro "vysloužilé" politiky
- veřejné publikování zpráv o činnosti lobbistů

Švédsko

- ve skandinávských zemích je lobbing přirozenou součástí politického procesu
- ve Švédsku je lobbing založen na tradici a regulují ho v nejmenší možné míře pouze obecná pravidla
- návrhy zabývající se registrací lobbistů v parlamentu byly zamítnuty s tím, že lobbing ve své současné podobě a fungování tvoří přirozenou a legitimní součást politického procesu

Korupce

Pořadí	Země	CPI Index 2008
1	**Švédsko**, Dánsko, Nový Zéland	9,3
14	Německo	7,9
16	Velká Británie	7,7
18	USA	7,3
23	Francie	6,9
45	**Česká republika**	5,2
52	Slovensko	5,0

Lobbing v EU

- Zelenou knihu European Transparency Initiative, 2006
- Komise dává přednost samoregulační politice a podporuje zájmové skupiny, aby přijímaly vlastní morální kodexy. Pravidla chování lobbistů s orgány EU jsou stanovena takto:
- Konzultanti
  - se představují svým jménem a jménem společnosti
  - uvádějí, čí zájmy zastupují
  - nemohou úmyslně myslně prezentovat své postavení
  - nemohou přímo nebo nepřímo mylně představit své vazby s institucemi EU
  - nesmí zveřejnit důvěrné informace, které jim byly předány
  - nesmí šířit falešné nebo zavádějící informace
  - nesmí prodávat za účelem zisku třetím stranám kopie dokumentů získaných z institucí EU
  - nemohou získávat informace nečestně
  - nesmějí přímo ani nepřímo nabídnout finanční částky osobám, u kterých lobbují

Lobbing v ČR

Průvodce lobbingem po ČR

- Výzkum v r.2006. Vzorek 360 politicky činných osob
- Nejdůležitějším principem lobbingu je transparentnost.

- Nástroje lobbingu
  - Výzkumy regionálních dopadů mají velký vliv na politické rozhodování.
  - Politici preferují osobní schůzky.
  - Nejvlivnějším médiem masové komunikace v této oblasti jsou Hospodářské noviny.

Z průzkumu

- Zdroje informací: vlastní rešerše, kolegové, …., média
- Lobbování: je druh komunikace, etická forma existuje, …., pomáhá utvářet občanskou společnost
- „Nejlepší lobbisté“ v oborech: IT, finance, veřejné služby,…..,obchodní řetězce
- Preferované způsoby: osobní komunikace, písemné materiály,….., telefonická komunikace

Lobbista by…

Princip	ano v %	ne v %	nevím v %
Lobbisté jsou povinni při svých stycích s poslanci, senátory či zastupiteli, úředníky a jinými zaměstnanci vždy jasně označit konkrétní subjekty, jejichž zájmy zastupují.	89	6	5
Lobbisté se za všech okolností musí vyvarovat jakéhokoli jednání, kterým by získali informace nepoctivým způsobem.	88	2	9
Lobbisté musí respektovat povinnost poslance, senátora či zastupitele zaznamenávat informace o jakékoliv finanční, personální nebo materiální podpoře, kterou mu v souvislosti s jeho politickou činností poskytuje třetí strana.	87	2	11
V případě zaměstnávání bývalých pracovníků úřadu mají lobbisté za povinnost dodržovat ustanovení služebního řádu, která se týkají střetu zájmů.	85	4	10

Efektivita podle sektoru

Oblast	Soukromé firmy v %	Profesní organizace v %	Nevládní organizace v %	Nevím v %
Finančnictví	43	15	3	39
Farmacie	36	13	2	49
Spotřební zboží, nápoje, potraviny	42	13	3	42
Doprava	30	25	11	33
Energetika	36	19	7	38
Chemický průmysl	25	10	6	59
Elektronika	44	6	2	48
Obchodní řetězce, retail	53	9	4	34
Informační technologie, telekomunikace	46	18	3	33
Veřejné služby (inženýrské sítě, distribuční soustavy)	39	20	10	31

Závěry průzkumu

- Veřejnost nemá dostatek informací o způsobu práce a užitečnosti lobbingu. Média nereferují o lobbování pravdivě a nezaujatě.
- Politici také očekávají, že lobbisté se budou chovat transparentně a budou respektovat kromě svých vlastních zájmů také potřeby politiků.
- Informace od lobbistů jsou často jednostranné, zkreslené a nejsou objektivní. Přesto zřejmě někteří lobbisté poskytují kvalifikované, detailní, odborné a podložené informace.
- Většina respondentů (58 %) se domnívala, že lobbování není pro chod jejich úřadu důležité.
- Velký vliv na rozhodování politiků mají výzkumy regionálních dopadů.

Literatura

- Nepoviné, rozšiřující:
  - Jablonski – politický marketing – kpt.9 (str. 143-169)
  - Průvodce lobbováním v ČR: http://www.dbm.cz/pfile/2pruvodce_lobbovanim_cz_lowres.pdf