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

Bezprostřední a zprostředkovaný

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

Druhy lobbistů

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

Oddělení politických stran a zájmových skupin

- Přesné oddělení není možné:
 - Politické strany i zájmové skupiny potřebují spojení
 - 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 lobbying prostřednictvím řeči ve sněmovně
-

USA

- Lobbying 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 lobbying přirozenou součástí politického procesu
 - ve Švédsku je lobbying 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 lobbying 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 mylně 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 řešerše, 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_c_z_lowres.pdf
-