

ÚVOD

Motto

„To, co dělám já, je lobbování, to, co dělají mí protivníci, je korupce.“
(Odpověď amerického senátora McCaina na otázku, jaký je rozdíl mezi lobbováním a korupcí.)¹

„Proč můžeme často pozorovat korupci v chudých zemích a v bohatých lobbing?“²

Obě motta, která jsem uvedla v záhlaví, velmi dobře nastiňují problematiku, kterou se v této publikaci budu zabývat. Jedná se o základní otázku, kde leží hranice mezi lobbingem a korupcí a zda vůbec nějaká existuje, a dále proč je někdy využíván lobbing a jindy korupce. Úplatky a lobbing jsou velmi často podle laických představ považovány za synonymum. Často bývá lobbování označováno za úplatky v obleku.³ Zatímco oba instituty se snaží získat pozitivní výsledek pro lobbujícího či korumpujícího, je rozdíl v postupech. Úplatkářství je považováno za nákup síly – platí se za zaručení určitého výsledku, zatímco lobbování je označováno jako snaha ovlivnit moc, často za poskytnutí finančních prostředků. Jako hlavní rozdíl bývá uváděno, že úplatkářství je trestné, zatímco lobbování je legální. Toto rozlišení nám příliš nepomůže, neboť se jedná o důsledek, nikoliv příčinu rozdílů mezi jednotlivými postupy.

Problematičnost definice lobbingu a jeho odlišení od korupce je možné sledovat i v politických prohlášeních amerických prezidentů. Prezident Barack Obama přísahal, že dokud bude on v Bílém domě, jeho zaměstnanci lobbovat nebudou. Na tomto prohlášení je zajímavé, že když vstoupoval do politiky, tak mu nevadilo vzít peníze od lobbistů. Jeho názor se měnil postupně, a teprve když kandidoval znovu, prohlásil výše uvedené. Rovněž se

¹ LABOŤKOVÁ, Šárka, ŽÁK, Milan. Lobbování v Evropské unii. *Politická ekonomie*, 5/2010.

² Bard Harstad and Jakob Svensson. Why do we often observe corruption in poor countries and lobbying in rich ones. From *Corruption to Lobbying and Economic growth*. 10/2007.

³ Bribery vs. Lobbying: What's the Difference, <https://www.investopedia.com/financial-edge/0912/the-differences-between-bribery-and-lobbying.aspx>

zavázal, že nebude brát peníze od lobbistů na volební kampaň. Je ale velmi pravděpodobné, že měl na mysli pouze registrované lobbisty, protože do jeho kampaně nepochybně přispívaly různé zájmové skupiny na státní úrovni či dostával peníze od lidí, kteří zastupovali jen jednu společnost či zájmovou skupinu. Po svém zvolení Obama prohlásil, že nikdo ze zaměstnanců Bílého domu nesmí pracovat na předpisech a smlouvách, které se týkají oblastí, ve kterých dříve pracovali jako lobbisti. To samozřejmě vyvolalo několik konfliktů, protože největší zkušenost měli zaměstnanci v oblastech, kde pracovali jako lobbisté, typickým příkladem byl William Corr, který měl pracovat ve zdravotnictví a sociálních službách a dlouhodobě lobbboval za děti bez tabáku.⁴

⁴ Corruption, American Style, 22. 1. 2009, *Forbes*.

1. LOBBING

1.1 Pojem lobbingu

Pojem lobbingu slycháme téměř denně, ale definovat ho není vůbec snadné. Žádná přesná definice lobbingu neexistuje a lze si jej tedy vykládat různě. Lze se často setkat s názorem, že lobbing je špatný a nelegální. Domnívám se, že tento stav je do jisté míry způsoben nepříliš vhodným prezentováním lobbingu. Lobbing je činnost, která vede k hájení vlastních či jiných zájmů, při níž se staví především na silných argumentech, analýze a informacích.⁵ Nejedná se tedy o žádné nelegální nebo snad špatné jednání. V demokratickém světě je lobbing prakticky nevyhnutelný.

Lobbing je odvozen od slova lobby, které pochází z anglického jazyka a je používáno především pro označení vstupní haly, haly jako místa pro setkávání politiků se zástupci veřejnosti, ale také pro skupinu osob ovlivňující zákonodárce, případně označení snahy o ovlivnění úředníků veřejnosti.⁶

Jak bylo výše uvedeno, přesná definice lobbingu neexistuje a na toto téma panuje řada názorů. Níže se zaměřím na jednotlivé definice různých odborníků. Lobbing můžeme definovat jako „veškerou činnost vykonávanou s cílem ovlivnit rozhodovací procesy orgánů (evropských) a formulování politiky“.⁷ Tato definice je velmi stručná a jedná se spíše o základní nastínění problematiky lobbingu. Podobně stručnou definici uvádí i Philip Kotler v rámci marketingu v návaznosti na public relations, kdy uvádí, že lobbing je „jednání se zástupci zákonodárců a státních úředníků ohledně podpory či zamítnutí legislativních opatření“.⁸ Vnímání lobbingu tak nalézáme v různých odvětvích, například i v marketingu. Jednou z nejčastějších definic, se kterými se lze setkat v odborné literatuře, je ta Luigiho Graziana, podle kterého je lobbing „specializovaná a odborná reprezentace prostřednictvím široké škály prostředků, které v zásadě vylučují korupční výměnu služeb; ve

⁵ KADERA, Michal a Alena VLAČIHOVÁ. *Lobbing*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2011, s. 6.

⁶ English Oxford Living Dictionaries. [online]. [cit. 2018-12-10]. Dostupný z <<https://en.oxforddictionaries.com/definition/lobby>>.

⁷ KADERA, Michal a Alena VLAČIHOVÁ. *Lobbing*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2011, s. 6.

⁸ KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. Praha: Grada, 2007, s. 633.

své povaze velmi odlišná od obecné nespécializované reprezentace, kterou zajišťují volení zástupci. Jako reprezentant partikulárních zájmů lobbista dodává informace a technicko-odborné expertízy, které mohou být užitečné a někdy rozhodující při definování legislativní a správní regulace“.⁹ V této definici je tak jasně vyloučeno korupční jednání a vymezuje se rozdíl mezi lobbyingem a volenými zástupci.

Dále se setkáváme i s definicí, kdy „lobbying je taková činnost organizované zájmové skupiny, která je založena na poskytnutí informací, jež jsou zpracovány odpovídajícím způsobem, ve vhodném čase, na konkrétním místě,“ např. během práce na návrhu zákona v parlamentní komisi „a zvolenou cestou,“ např. prostřednictvím spolehlivých osob nebo profesionálních lobbistů. „Cílem tohoto postupu je legální úprava procesu politického rozhodování, jejíž provedení příznivě ovlivní realizaci skupinových zájmů.“¹⁰ V této definici je uveden jeden z nejzákladnějších bodů lobbyingu, tedy především poskytování informací, získaných analýzou a použitých ve správný čas a na správném místě. I v této definici je patrný především legální postup při lobbyingu.

Zaměříme-li se i na zákonné vymezení pojmu lobbying, můžeme použít zákon o zveřejňování informací týkajících se lobbyingu, tzv. Lobbying Disclosure Act 1995, přijatý v USA. Termínem „*lobbyist*“ se zde míní „jakýkoliv jedinec, který je zaměstnán nebo najat klientem za finanční nebo jinou kompenzaci pro služby, které zahrnují více než jeden lobbistický kontakt...“.¹¹ Pokud se podíváme na návrh zákona o lobbování, ten zde v ustanovení § 3 definuje lobbistu takto:

- a) právnická osoba nebo podnikající fyzická osoba lobbující ve prospěch třetí osoby za odměnu,
- b) právnická osoba nebo podnikající fyzická osoba lobbující ve vlastním zájmu, nebo
- c) právnická osoba lobbující ve prospěch svých členů.“¹²

⁹ GRAZIANO, Luigi. Lobbying and the Public Interest. In: CLAEYS, Paul-H. *Lobbyisme, pluralisme et intégration européenne: Lobbying, pluralism and European integration*. Bruxelles: Presses interuniversitaires européennes, 1998, s. 43.

¹⁰ JABŁOŃSKI, Andrzej. *Političký marketing: úvod do teorie a praxe*. Brno: Barrister & Principal, 2006, 151.

¹¹ Lobbying Disclosure Act 1995. [online]. [cit. 2018-12-10]. Dostupný z <<https://lobbying-disclosure.house.gov/lda.html>>.

¹² Návrh zákona o lobbyingu. [online]. [cit. 2018-12-10]. Dostupný z <<https://apps.odok.cz/veklep-detail?pid=KORNB4B9CNQE>>.