

Essential Communication



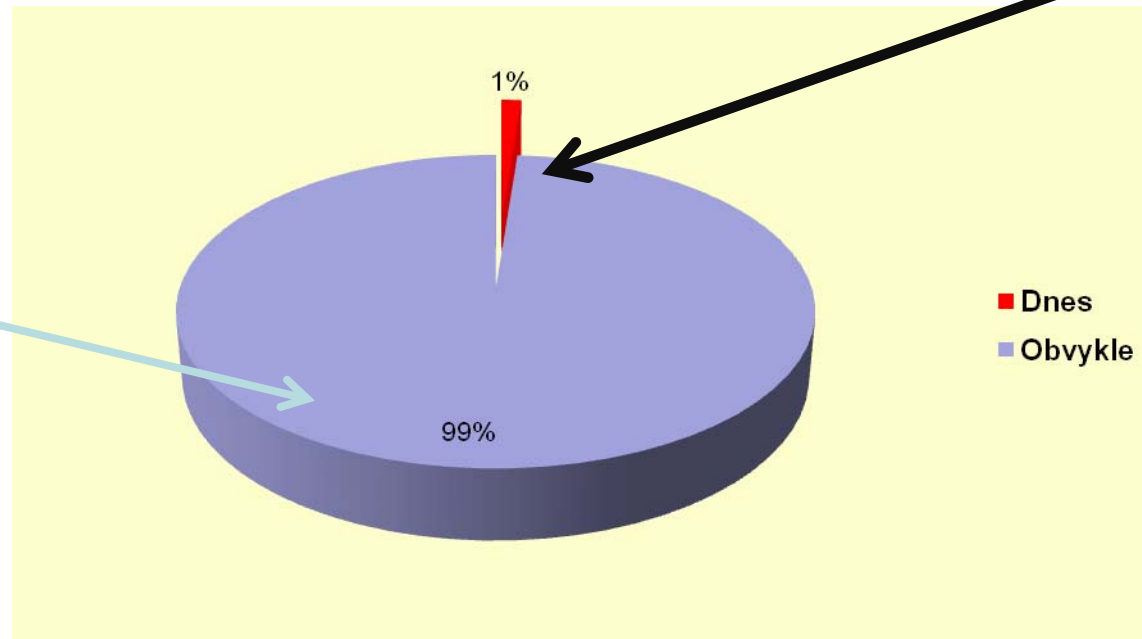
Stručný pohled na aplikace lobbingu v českých podmínkách



18.října 2011- AUTOKLUB České republiky

Drobný časový „problém“ dnešní přednášky v AUTOMOTOKLUBU

Rozsah téma by vyžadoval mnohem větší časový rozsah...



Definice pojmu lobbying - problém

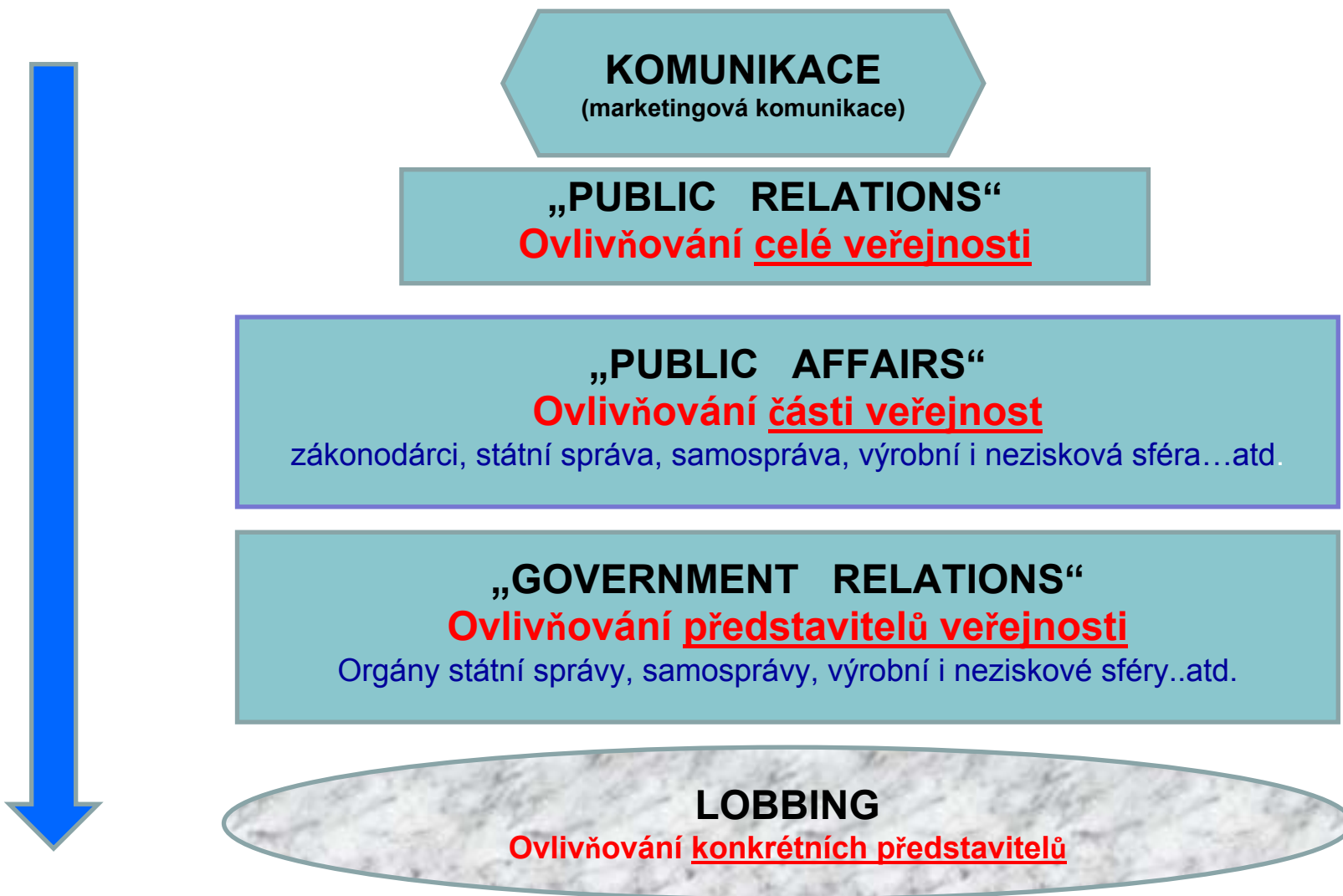
V ČR dnes existuje určité specifikum:

- původní význam anglického „lobbying“ – tj. „ovlivňování poslanců v parlamentu... „
- je zcela „překryt“ nepřesnou interpretací slov lobbying, lobbistická činnost, působení lobbistů atd.
- **Nesprávné označení „lobbingu“** jako projevu legitimní komunikace (kteřá je přirozenou součástí demokracie) se „vžilo“ v ČR natolik, že původní význam je výrazně a často deformován.
- Za lobbismus se u nás označuje i **komunikace mimo Parlament**. Termín není vnímán jako věcné, argumentační přesvědčování s použitím konkrétních faktů, ale je spíše **synonymem korupce...!**
 - Lobbing je zaměňován s:
 - . klientelismem,
 - . protekcionismem,
- V ČR je za lobbying označována téměř jakákoliv **intervence** (covert intrervention) **příměluva** (intervention) **jinými slovy – přesvědčovací komunikace... .**
- Přitom je zajímavé, že **za lobbisty je označována zpravidla jen jedna strana** – ten, kdo informace předává – nikoliv příjemce. Důsledně to tak interpretují zpravidla média.

Stručné shrnutí

- ❖ Lobbing v ČR není vnímán jako legitimní „ovlivňování“ poslanců v PSP ČR
- ❖ Lobbing je vnímán jako negativně chápaný termín (nepřijatelnou komunikaci) viz. -
expremiér Vladimír Špidla: ...“lobbistu chápu jako člověka, který má otevřenou plnou peněženku...!”
- ❖ **Přitom v zemích, které jsou „kolébkou“ lobbingu (USA & Velká Británie) je definován jako „Legitimní komunikace, která je přirozenou součástí demokracie i politického procesu“ – v prvním případě podle zákona, ve druhém podle etického kodexu!“**
(Anglický autor Sam Black:“Nejúčinnější propagace“- 1994, Grada Praha)
- ❖ *Předjede-li řidiče rychlejší auto, označí jeho šoféra výkřikem za **kaskadéra, kamikadze či blázna – ale dotyčný řidič jimi není: kaskadér si riskováním vydělává peníze, kamikadze pro věc „umírá“, blázen je diagnóza...***

Schéma postavení PA & LOBBINGU v komunikačním procesu



Stručná charakteristika pojmů „PA“ & lobbying

Public Affairs (Legal & Corporate Affairs-„PA“) Rozsáhlý soubor aktivit zahrnující

- Identifikování, vyhodnocování, plánování a reagování na příležitosti a rizika vznikající v důsledku politických a správních rozhodnutí.
- Rozhodnutí mající vliv na podnikající subjekty či jiné organizace.

Lobbying

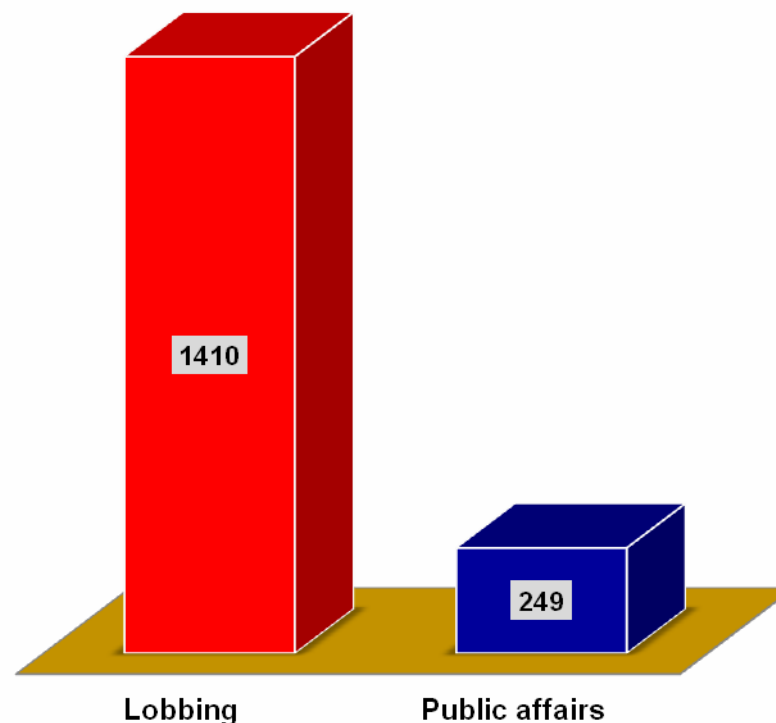
Důležitá a nedílná součást nástrojů Public affairs.

- Lobbying je legitimní a nedílnou součástí demokratického rozhodovacího procesu.
- V pluralitní demokracii je důležitým prvkem komunikace a nástrojem k výměně kvalifikovaných a odborných informací.
- Transparentní lobbying tak přispívá ke zkvalitnění legislativního i rozhodovacího procesu.
- **Užší & širší pojetí** (anglosaské /parlamentní/
resp.
3 úrovně /lokál, region, centrum/)

Medializace termínů "PA" & lobbying

01.01.2011 - 10.10.2011

(Zdroj: Anopress)



Zkušenost s firemním lobbingem - praxe firem

Firmy zpravidla službu „lobbing“ (Public affairs) – nenabízejí, nedefinují ji...

Jistým problémem lobbingu & firem v ČR je jeho elementární „nepřiznávání“:



- 19 členů**
- 5 z nich mělo v předmětu činnosti „PR“
 - 8 z nich má PR v názvu společnosti
 - 6 z nich nabízí ve svých službách „Public affairs“
 - 2 nabízí „Média lobbing, *resp.* lobbying“
 - 1 v nabídce „Strategický lobbing“



- 12 členů**
- žádný člen nemá v předmětu činnosti „PR“
 - 3 společnosti mají PR v názvu
 - 2 z nich nabízí ve svých službách „Public affairs“
 - 1 nabízí „Média lobbing“
 - 2 v nabídce „Lobbying“

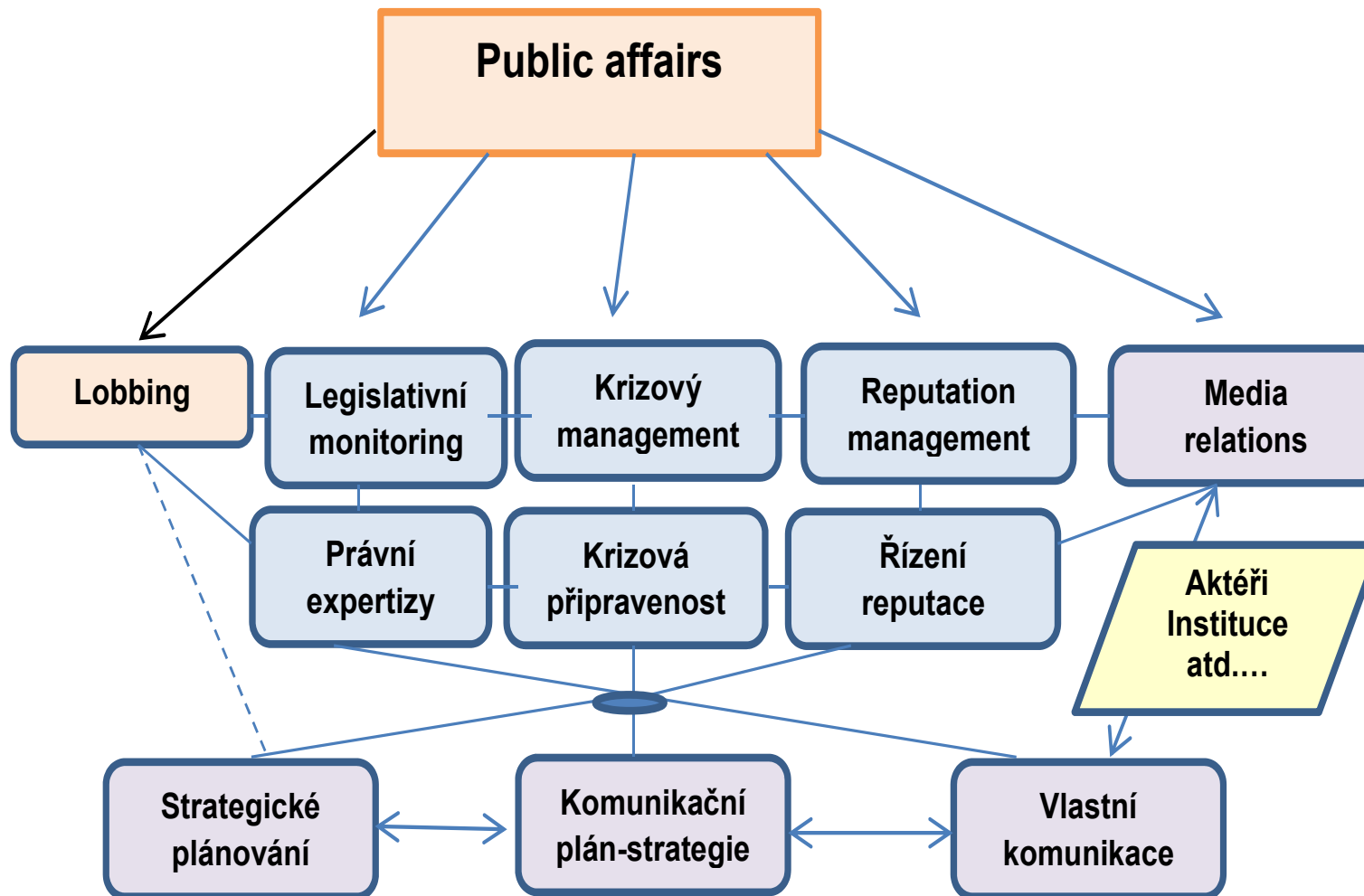
Důvodem není jen neexistence:

- Legislativní úpravy lobbingu
- Jeho regulace
- Registrace lobbistů

Ale (!) jeho celkově špatné vnímání – nepochopení významu – synonymum korupce (v českém prostředí nahradil lobbing termín „tunelování“...)

Přítom v nabízených službách je lobbying „de facto“ obsažen

Pracovní schéma:



Public affairs (velmi obecná a stručná charakteristika)

Public affairs

využívá nástroje a postupy, jejichž prostřednictvím lze monitorovat legislativní úpravy, poskytovat odborné konzultace či plánovat informační kampaně.

Public affairs zahrnuje tyto základní aktivity:

- lobbing (obhajoba a propagace zájmů klienta)**
- právní expertízy
- legislativní monitoring
- řízení reputace
- zprostředkování kontaktů se stakeholdery
- organizace jednání a pořádání akcí
- komunikace s institucemi veřejné správy
- strategické plánování
- krizová komunikace
- media relations
- implementace komunikačních strategií
- budování a moderace aliancí a koalic
- podpora veřejným dotacím a zakázkám

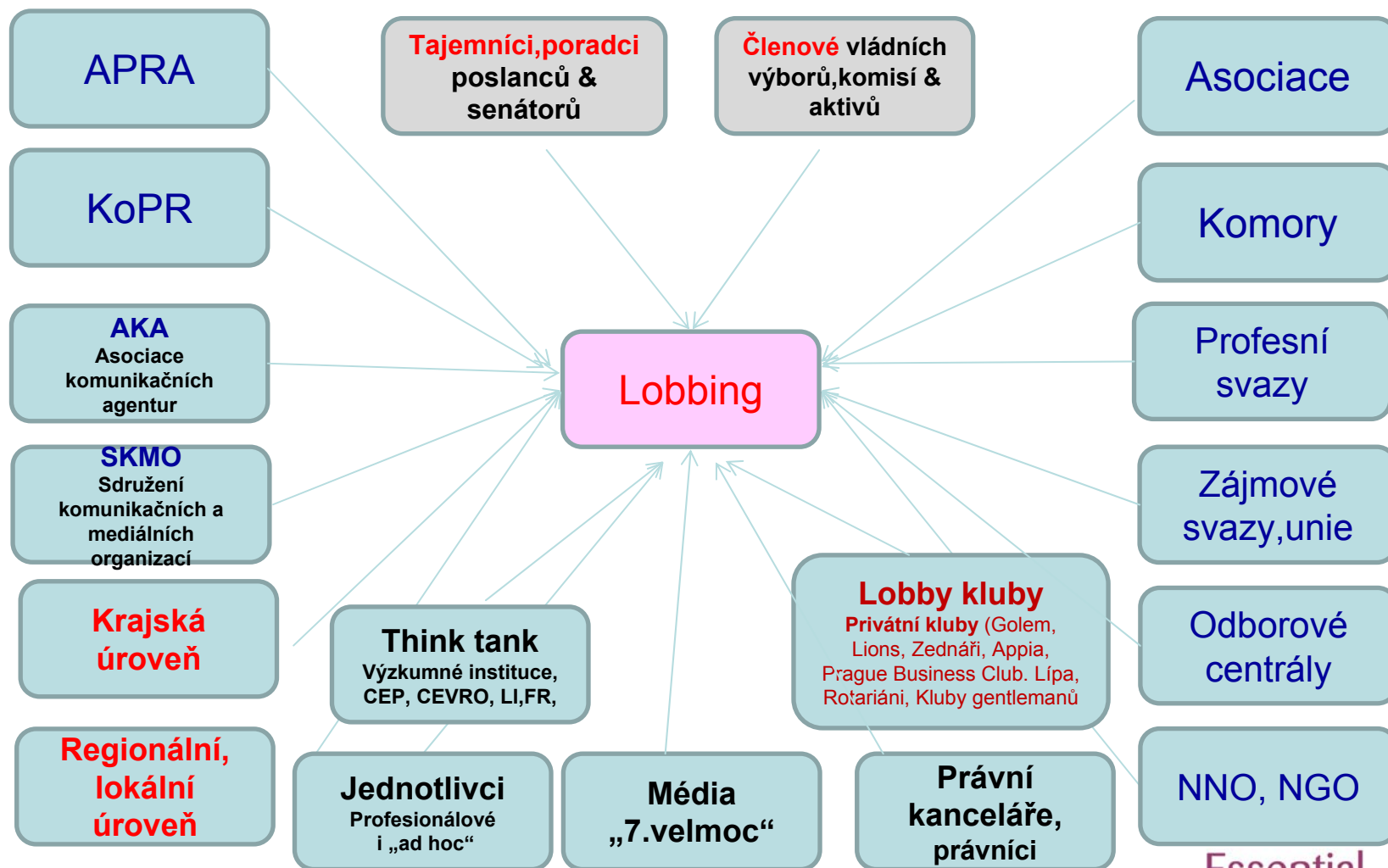
Systém včasného varování
"CEO kredit" program - prezentace
řídící osobnosti firmy na specializovaných
akcích (odborné semináře, konference,
kulaté stoly...),

ISSUES management – řešení sporných
otázek



Lobbing „dělá každý“

Zdaleka nejde jen o uvedené asociace



**Přesná představa – (byť formou určité karikatury...) přítele a bývalého poradce expremiéra Mirka Topolánka Marka Dalíka:
(Ať je jeho mediální pověst jakákoli - definoval lobbying přesně!...)**



Lobbista je prostě člověk, který má nějakou kancelář - čeká, až někdo zaklepe a řekne: "Pane lobbisto, já potřebuji ovlivnit ten a ten zákon, potřebuji ovlivnit toho a toho poslance, tu a tu stranu, to a to hlasování."

O mně se píše, že jsem lobbista, nicméně já žádný lobbista nejsem.

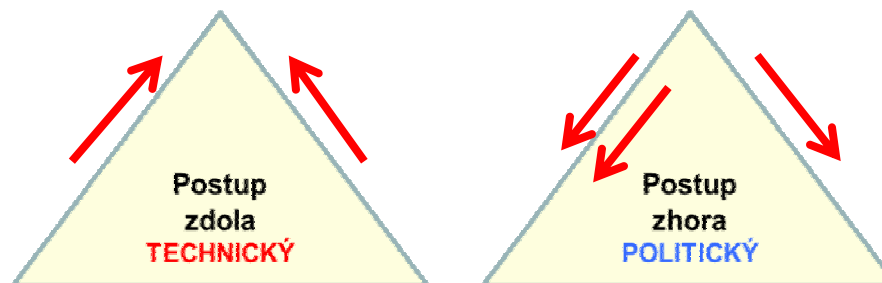
Pracoval jsem tři roky pro pana Topolánka a pro ODS, on se stal premiérem.

Ale já takhle nesedím a nečekám, až někdo přijde a řekne: **"Ovlivněte pro nás Topolánka. Kdybych takovou zakázku jednou přijal, byla by důvěra s premiérem okamžitě ztracena!"**

ALE (!) Lobbying má minimálně dva postupy používané komunikace :

Je rozdíl pracovat pro klienta na legislativní úpravě (fakty a věcnými argumenty ovlivnit její znění a třeba i přijetí...).

A je rozdíl práce pro premiéra...! Rychlejší, účinnější i výhodnější je zcela jistě to druhé...☺



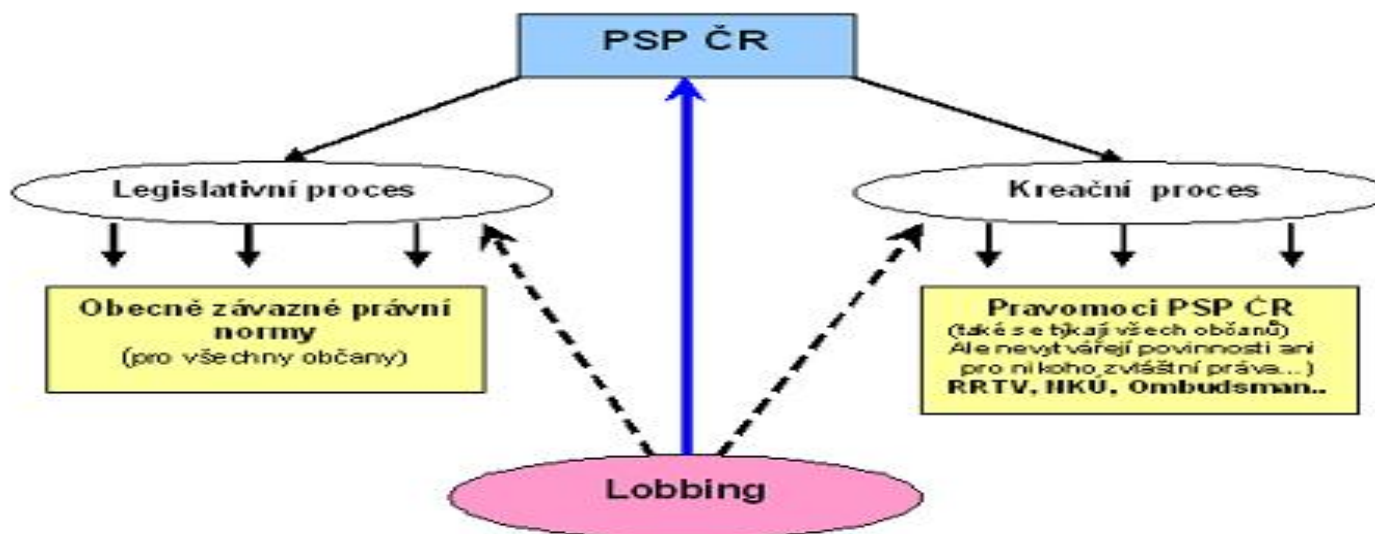
Lobbing a neziskové organizace

Definice NNO (nevládní nezisková organizace) není taxativní:

Ekologické, „lidsko-právní“, starající se o potřebné (seniory, zdravotně handicapované...)



Společnost & partikulární skupiny- role NNO



Obecně závazné právní normy

- specificky regulují určitou oblast života společnosti,
- dotýkají se práv a povinností, přičemž povinnosti mohou být ukládány toliko na základě zákona a v jeho mezích..., (při zachování základních práv a svobod , čl. 4, odst. 1- LZPS, ústavní zákon č.2/1993 Sb. ...)

Zákony schvalované PSP ČR jsou závazné pro společnost jako celek – ale specificky se dotýkají práv nebo povinností partikulárních skupin.

Lobbing má snahu ovlivnit rozhodovací- legislativní proces parlamentu ve prospěch těchto skupin

Tato snaha je naprosto legitimní, je přirozená a v systému parlamentní demokracie je jedním ze základních práv jednotlivce nebo skupiny !

Příklad:

Toto ovlivňování znal např. i středověk při získávání práv od panovníka (krále...) - řemesla, cechy, města,...

Lobbing má své problémy - ale má je i legislativní proces

Střet veřejného (obecného) vers. skupinového zájmu

Veřejný zájem - nevychýlení přijetí nové obecně závazné právní normy „status quo“ ve prospěch jakékoliv sociální skupiny (sociální, věkové...)

Skupinový zájem - opak: prospěch určité skupiny...

Slabiny legislativního procesu:

- ✚ individualizování návrhu zákonů (jednotliví poslanci, skupina poslanců...)
- ✚ formálnost důvodové zprávy (nemusí být podložena širší statistikou, ověřeným průzkumem atd.)
- ✚ podmínkou je jen konstatování principu slučitelnosti (s ústavním pořádkem, státním rozpočtem a evropským právem...)
- ✚ stanovisko vlády představuje konstataci-politický postoj (další stanoviska Parlamentního institutu a odboru kompatibility Úřadu vlády se zabývají slučitelností s právem EU....) [posl. SKOPAL-spotřební daň-pivovary-BIS](#)
- ✚ Často chybí analýza dopadů přijatého zákona (regulace) – **RIA Regulatory Impact Assessment (Analyses)**- měla být začleněna do procesu legislativní přípravy již v roce 2005 /platí pro vládu od 1.11.2007/ ...jde o strukturované odůvodnění připravovaného právního předpisu
- ✚ V legislativním procesu chybí **analýza dopadů přijaté legislativní regulace !**

Pro dokreslení (ilustraci) přednášky

Náměty k zamyšlení

Individualizované je i podávání pozměňujících návrhů (PN).

Zákon o jednacím řádu **neomezuje podávání PN věcně - tj. aby se týkaly výhradně předmětu zákona.**
Není nikterak omezen ani počet, kolik jich může jednotlivý poslanec podat.

Poslanec nemusí navrhovaný PN žádným způsobem odůvodňovat (plénum ÚS – č.37/2007 Sb.)

Transparentnosti zjištění, kdo návrh podal, brání projednávání návrhů ve výborech:

- u návrhů, které nebyly předloženy písemně, nelze dohledat předkladatele
- **není veřejně přístupný stenografický záznam...**

Nejistou zárukou transparentnosti je veřejné jednání výborů

Jsou ale výjimky:

- uzavřená jednání z důvodu utajovaných skutečností...
- Kromě toho PS přebírá i odpovědnost za předkladatele (vládu) a přepisuje vládní návrhy (komplexní pozměňující návrhy - **pracovní skupiny** - nejsou pevná pravidla pro jejich složení - jednání mimo veřejnou kontrolu!)
Telekomunikační zákon, zákon o elektronickém podpisu...

Možná řešení:

- 1) **povinnost předložit s pozměňujícím návrhem stručném zdůvodnění ...,**
- 2) **pozměňující návrhy by měly podávat jen poslanecké frakce...**
- 3) **z jednání výborů pořizovat stenografické záznamy...**

Děkuji za pozornost !

Členové APRA - 19

AC&C Public Relations	Zajišťování vztahů s veřejností
AMI Communications	zajišťování vztahů s veřejností - public relations
Public Affairs	
<i>dceřinná PAN Solutions-lobbying</i>	
B.I.G. Prague, s.r.o.	zajišťování vztahů s veřejností (public relations)
Bílý Medvěd Public Relations	obstarávání činností souvisejících s propagací – public relations
Strategická komunikace – lobbying	
<i>Bojíte-li se lobbyingu? Neetické až mafiánské metody (kulka v obálce)-konstruktivní argument vers. jemnější a účinnější cesta</i>	
Bison & Rose, s.r.o.	reklamní činnost
Crest Communications a.s.	reklamní činnost a marketing
DataConsult	reklamní činnost a marketing
DDeM	reklamní činnost a marketing
Public Affairs + účelová partnerství	
Media Lobbying	
<i>Media Lobbying chápeme jako běžnou součást naší práce, jako vyšší formu Media Relations. Jeho základem je vytvoření úzkých osobních odborných vazeb s klíčovými médii a novináři, při přísném zachování všech etických pravidel vzájemné spolupráce.</i>	
EURO RSCG Public Relations s.r.o.	reklamní činnost a marketing
Ewing Public Relations	zajišťování vztahů s veřejností reklamní činnost a marketing činnost informačních a zpravodajských kanceláří poradenské služby v oblasti vztahů s veřejností (Public relations).
Fleishman-Hillard	
Public Affairs	
Hill & Knowlton CZE/SVK	poradenská činnost v oblasti reklamy a marketingu
Public Affairs	
Mather Public Relations;	zajišťování vztahů s veřejností
Native PR	zajišťování vztahů s veřejností
Ogilvy Public Relations	styk s veřejností a sdělovacími prostředky - public relations
Public affairs a lobbování	organizační a přípravná činnost vztahující se k public relations a reklamní agentuře
PLEON Impact	reklamní činnost a marketing
Public Affairs	
PR Konektor s.r.o.	reklamní činnost a marketing
PRAM Consulting s.r.o.	reklamní činnost a marketing
Public Affairs	
Stance Communications, s.r.o.	reklamní činnost a marketing
Media lobbying (průběžná přímá komunikace s médii)	

KoPR – 12 členů

GoodCom	reklamní činnost a marketing
EXTENDER -Public Affairs	reklamní činnost a marketing
ARISTON PR	reklamní činnost
ConPro	reklamní činnost a marketing
4JAN Public Relations -Media lobbying	reklamní činnost a marketing
CCG - Czech Communication Group -Public Affairs	reklamní činnost a marketing
EX VOTO -lobbying	reklamní činnost a marketing
PG Management	reklamní činnosti a marketing
PRIVILEGE PR	reklamní činnost
Strategic Consulting -lobbying	reklamní činnosti a marketing
Press Publishing Group	reklamní činnost a marketing
Just Communication	Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona